

# Evaluering av konkurranserefremmende tiltak i prisutjevningsordningen for melk

RAPPORT NR. 23 / 2017  
01.06.2017





Rapport:	Evaluering av konkurransefremmende tiltak i prisutjevningsordningen for melk
Avdeling:	Handel og industri
Dato:	01.06.2017
Ansvarlig:	Elsebeth Hoel
Bidragstere:	Lise Wirstad Dynna, Lars Folland, Mari Holteberg Vold, Hans Kjetil Bjørnøy og Sigurd-Lars Aspesletten
Rapport-nr.:	17/3-23
Foto:	Opplysningskontoret for Meieriprodukter (Melk.no): forsidebilde og side 14, 91, 113 Colourbox.com: side 32, 48, 93, 98 Tine mediebank: side 88, 111 Landbruksdirektoratet: side 43, 95, 96



# Innholdsfortegnelse

<b>Innholdsfortegnelse .....</b>	<b>2</b>
<b>Sammendrag.....</b>	<b>6</b>
<b>1 Innledning.....</b>	<b>9</b>
1.1 Bakgrunn .....	9
1.2 Mandat.....	9
1.3 Avgrensninger og tolkning av mandat .....	10
1.4 Overordnede føringer for evalueringen.....	10
1.5 Overordnede landbrukspolitiske mål .....	12
1.6 Organisering og datainnsamling.....	13
1.7 Oppbygging av rapporten.....	13
<b>2 Kartlegging.....</b>	<b>15</b>
2.1 Prisutjevningsordningen for melk .....	15
2.2 Andre tiltak under markedsordningen for melk som kan ha betydning for konkurransen.....	17
2.3 Konkurranserefremmende tiltak fra 2007 .....	17
2.3.1 Spesiell kapitalgodtgjørelse.....	18
2.3.2 Tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd .....	20
2.3.3 Særskilt distribusjonstilskudd.....	21
2.3.4 Utvikling i de konkurranserefremmende tiltakene .....	22
2.4 Utvikling i tilbuds- og etterspørselsforhold for meieriprodukter .....	24
2.4.1 Verdikjeden i meierisektoren .....	24
2.4.2 De ulike segmentene for meieriprodukter .....	25
2.4.3 Norsk produksjon .....	26
2.4.4 Utvikling i forbruk, totalt og for utvalgte produktsegmenter .....	30
2.4.5 Import.....	36

2.4.6 Eksportutvikling .....	42
2.4.7 Utvikling i råvarekostnad .....	43
2.4.8 Utvikling i priser på sluttprodukt .....	44
2.4.9 Overvåkingsordningen i meierisektoren.....	46
2.4.10 Investeringer .....	47
2.4.11 Nylanseringer.....	47
2.4.12 Egne merkevarer (EMV).....	48
2.5 Lokal foredling: Økt melkemengde, men fortsatt lav markedsandel .....	48
2.6 Aktørene i PU.....	49
2.6.1 Tine SA.....	50
2.6.2 Q-meieriene AS.....	58
2.6.3 Synnøve Finden AS.....	64
2.6.4 Normilk AS .....	72
2.6.5 Rørosmeieriet AS .....	74
2.6.6 Mondelēz (norsk filial).....	79
2.6.7 Urtehaven AS .....	80
2.7 Markedskonsentrasjon - HHI-indekser .....	82
2.8 Meierisektoren internasjonalt.....	83
2.8.1 Meierimarkedet i Norden .....	83
2.8.2 Meierimarkedet i Sveits.....	84
2.8.3 Meierimarkedet i USA .....	84
2.9 Distribusjon .....	84
2.9.1 Tines distribusjon av flytende meieriprodukter.....	85
2.9.2 Q-meierienes distribusjon av flytende meieriprodukter .....	85
2.9.3 Rørosmeieriets distribusjon av flytende produkter.....	86
<b>3 Vurderinger.....</b>	<b>87</b>

3.1 Økning i andeler til Q-meieriene i råvaremarkedet.....	87
3.2 Utvikling i volumer og andeler totalt og i ulike segmenter.....	88
3.2.1 Tine taper andeler i drikkemelksegmentet.....	90
3.2.2 Økt konkurranse på yoghurt.....	91
3.2.3 Ostesegmentet i vekst, men reduserte andeler for norsk ost.....	93
3.2.4 Varierende andelsutvikling på tørrmelk.....	96
3.2.5 Varierende omsetningsvekst.....	96
3.3 Norsk meieriindustri har lavere reell risiko enn europeisk meieriindustri.....	97
3.4 Vurdering av nøkkeltall og økonomiske resultater for meieriselskaper i PU.....	99
3.4.1 Bedrede driftsmarginer.....	100
3.4.2 Styrket egenkapitalrentabilitet, med enkelte unntak.....	104
3.4.3 Lavt likviditetsbehov.....	106
3.4.4 Varierende egenkapitalandeler.....	107
3.4.5 Positive kontantstrømmer.....	108
3.4.6 Bedret økonomisk situasjon i meieriindustrien.....	109
3.5 Vurdering av effekter av de konkurransefremmende tiltakene senere i verdikjeden.....	110
3.6 Vurdering av spesiell kapitalgodtgjørelse.....	111
3.6.1 Vurdering av effekten av spesiell kapitalgodtgjørelse etter 2011.....	112
3.6.2 Vurdering av effektene av ny modell fra 2017.....	112
3.7 Vurdering av tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd (27 øre per liter).....	113
3.7.1 Vurdering av effekten av tiltaket.....	113
3.7.2 Vurdering av behov for endringer i tiltaket.....	115
3.8 Vurdering av særskilt distribusjon (50 øre per liter).....	117
3.8.1 Vurdering av effekten av tiltaket.....	117
3.8.2 Vurdering av behov for endringer i tiltaket.....	118
3.9 Konsekvenser av endringsforslagene.....	120

3.10	Behov for eventuelt andre konkurransefremmende tiltak i PU .....	124
3.11	Administrative konsekvenser .....	124
<b>4</b>	<b>Landbruksdirektoratets anbefalinger.....</b>	<b>125</b>
4.1	Differensierte avgifter/tilskudd .....	125
4.2	Særskilt distribusjonstilskudd .....	125
4.3	Andre forslag.....	125
	<b>Vedlegg 1: Økonomiske nøkkeltall .....</b>	<b>126</b>



# Sammendrag

Evalueringen omfatter konkurransefremmende tiltak i prisutjevningsordningen for melk (PU) gjeldende fra 1. juli 2007, videreført med visse justeringer fra 1. juli 2013, og sist endret med virkning fra 1. juli 2016. Evalueringsperioden 2011–2016 er valgt for å kunne bygge videre på den analysen som ble foretatt i Statens landbruksforvaltnings (SLF) rapport 22/2012.

Ut fra mandatet for evalueringen og føringer som ligger til grunn for de ovenfornevnte endringene i prisutjevningsordningen for melk, har Landbruksdirektoratet basert den faglige analysen og vurderingen på utvikling i markedsandeler, innovasjoner og økonomiske nøkkeltall for aktørene i prisutjevningsordningen. Hovedfokus har vært å kunne vurdere effekter av de konkurransefremmende tiltakene for de analyserte selskapene.

## Hovedkonklusjoner

En av hovedkonklusjonene er at omsetningen av meieriprodukter har økt både i volum og verdi for yoghurt og ost fra 2011 til 2016, men er redusert i volum for drikkemelk. Importen har tatt sin del av økningen i de segmentene som har økt, og bidratt til økt konkurranse. Når det gjelder bruken av norsk melk har meieriselskaper utenom Tine økt sine andeler av samlet melkeanvendelse med 0,7 prosentpoeng. I råvaremarkedet har det vært en økning i andeler til Q-meieriene.

Herfindahl-Hirschman-indekser (HHI) er brukt for å vise konsentrasjon i ulike meierivaresegmenter. HHI-indekser for delsegmentene drikkemelk og yoghurt viser høy, men redusert markedskonsentrasjon i perioden 2011–2016. Tall fra Opplysningskontoret for melk (OFM) viser at Tine fortsatt har høye, men reduserte andeler i drikkemelk- og yoghurtsegmentene i Norge. HHI-indeksen for ostesegmentet, som baserer seg på anvendt melk og ikke solgt ferdigvare, viser høy og relativt stabil konsentrasjon i ostesegmentet siden 2011. Tall fra OFM viser at Tine fortsatt har en høy andel også i ostesegmentet, selv om andelene for både Tine og andre norske aktører er noe reduserte i dette segmentet.

Antall yoghurt- og osteprodukter i norsk dagligvarehandel har økt betydelig i perioden 2011–2016, samtidig som forbrukerprisene har økt med 4 prosent for meierivarer i perioden 2011–2016 og med 24 prosent i perioden 2007–2016. Eventuell endring i rabattnivå er her ikke vurdert. Både norske meieriselskaper, import og lokalforedling av ost har bidratt til økning i antall produkter, men volumet av lokalforedling av ost er lite sett i forhold til den totale norske produksjonen.

En annen hovedkonklusjon er at de økonomiske nøkkeltallene viser at det jevnt over har vært en positiv utvikling i den økonomiske situasjonen i norsk meieriindustri siden 2011. Driftsmargin for alle selskapene samlet har vært høyere enn i perioden 2007–2011 (4,9 prosent) og har i veid snitt ligget på 6,2 prosent i perioden 2012–2016. Variasjonen mellom selskapenes driftsmargin og egenkapitalrentabilitet er redusert. Dette indikerer en mer stabil utvikling etter innføring av konkurransefremmende tiltak i 2007. Isolert sett kan dette tilsi at tiltaket med differensierte avgifter og tilskudd gradvis kan reduseres for eksempel i takt med at utfordrerselskapene tar ytterligere andeler og/eller at de økonomiske resultatene for disse selskapene blir ytterligere forbedret. To av utfordrerselskapene har imidlertid hatt negativ utvikling i driftsmargin etter 2013.

Vurderingen viser videre at de meieriselskapene som ikke mottar tilskudd kan vise til gode økonomiske resultater i perioden 2012–2016.

Landbruksdirektoratet mener at de konkurransefremmende tiltakene har bidratt til konkurranse ved at de norske utfordrerne til Tine har forbedret sine økonomiske resultater i perioden 2012–2016 sammenlignet med perioden 2007–2011. Likevel ser en at det fortsatt er høy konsentrasjon i de fleste segmenter, selv om utfordrerne har økt sine andeler i drikkemelk- og yoghurtsegmentene. Både Tine og de norske utfordrerne har i tillegg reduserte andeler i ostesegmentet. Vi mener likevel at tiltakene har bidratt til en utvikling i ønsket retning i forhold til intensjonene med innføringen av tiltaket, siden utfordrerne til Tine har styrket og stabilisert sin økonomiske situasjon. Ett av selskapene har vært avhengig av konkurransefremmende tilskudd for å oppnå positive driftsmarginer i perioden 2012–2016.

Vurderingen indikerer at tilskuddene har kommet de meieriselskapene som mottar tilskuddene til gode. En av aktørene antar at distribusjonstilskuddet kommer dem til gode gjennom økt salg. Vi har imidlertid ikke foretatt en logistikk- eller kalkylestudie hos selskapene og vi har heller ikke tilstrekkelig kunnskap om eventuelle rabatter på engrosprisene, til å gjøre en fullgod analyse av disse forholdene. Direktoratet vil peke på at dette kan utredes nærmere, dersom det er ønskelig med ytterligere analyse av disse forholdene.

### Elementer i evalueringen

Analysen av andeler viser at meieriselskapene utenom Tine har økt sine andeler av samlet melkeanvendelse i PU med til sammen 0,7 prosentpoeng i perioden 2011–2016 sammenlignet med 3,6 prosentpoeng i perioden 2007–2011. Utviklingen varierer innenfor ulike delsegmenter og meieriselskaper utenom Tine har vunnet andeler innenfor segmenter som drikkemelk, yoghurt og tørrmelk.

Analysen av den økonomiske utviklingen i meieriselskapene i perioden 2012–2016 viser følgende for enkelte sentrale nøkkeltall:

#### Driftsmargin

- Driftsmarginene i meieriindustrien er bedret etter 2011. Selskapene som mottar konkurransefremmende tilskudd har samlet hatt høyere driftsmarginer i perioden 2012–2016 enn i perioden 2007–2011. Samtlige av disse selskapene (unntatt ett selskap) har hatt høyere driftsmargin enn norsk matindustri i årene 2011–2014. Tine og øvrige norske meieriselskaper har også hatt en gjennomsnittlig høyere driftsmargin enn snittet for fem europeiske meieriselskaper vi har sett på. Dersom en trekker ut de konkurransefremmende tilskuddene fra beregning av driftsmargin, ville to av meieriselskapene hatt negativ driftsmargin i 2016 og en tredje ville hatt 3,1 prosent, dvs lavere enn Tine, lavere enn i matindustrien generelt og lavere enn for utvalgte europeiske meieriselskaper. To av utfordrerselskapene har også hatt negativ utvikling i driftsmargin etter 2013.

#### Egenkapitalrentabilitet

- Totalt har det veide snittet for egenkapitalrentabilitet i meieriindustrien gått noe opp i perioden 2012–2016, sammenlignet med perioden 2007–2011. I snitt for perioden 2012–2016 er egenkapitalrentabiliteten til de fleste meieriselskaper høyere enn i perioden 2007–2011 (unntatt for to selskaper). Alle selskapers egenkapitalrentabilitet er over gjennomsnittet for norsk matindustri i 2014.

## Egenkapitalandel

- Totalt har det veide snittet for egenkapitalandel i meieriindustrien gått noe ned i perioden 2012–2016, sammenlignet med perioden 2007–2011. I snitt for perioden 2012–2016 er imidlertid egenkapitalandelen til de fleste meieriselskaper høyere enn i perioden 2007–2011, med unntak av for to selskaper. Gjennom hele perioden har det vært noe varierende egenkapitalandeler.

I perioden 2012–2016 er variasjonen mellom selskapene i driftsmargin og egenkapitalrentabilitet blitt redusert. Dette indikerer en mer stabil utvikling etter innføring av konkurransefremmende tiltak.

Oppsummert har de konkurransefremmende tiltakene etter 2011 bidratt til økt konkurranse ved at de norske utfordrerne til Tine har vunnet andeler innenfor omsetning av drikkemelk og yoghurt, samtidig som de har forbedret sine økonomiske resultater i perioden 2012–2016, sammenlignet med perioden 2007–2011. Antall yoghurt- og osteprodukter har økt betydelig i perioden 2011–2016. Det samme har antall lokalprodusenter i ostesegmentet. Antall aktører innenfor PU har variert mellom 7 og 8 i samme periode.

Med bakgrunn i føringer fra Stortinget og hensynet til forutsetningene som ligger til grunn for mandatet, viser evalueringen etter Landbruksdirektoratets vurdering at det er grunnlag for å videreføre konkurransefremmende tiltak i PU.

- Tiltaket med spesiell kapitalgodtgjørelse videreføres med ny beregningsmodell, jf. Landbruks- og matdepartementets (LMD) brev av 3. april 2017. I henhold til mandatet er beregningsmodellen ikke vurdert i denne evalueringen.
- Tiltaket med differensierte avgifter og tilskudd anbefales videreført. På hvilket nivå tilskuddet bør være, er avhengig av hvilke mål en har for konkurransen og lønnsomheten i meierisektoren. Ønsker man å videreføre eller styrke utviklingen som var i meierisektoren i perioden 2011–2016, kan man opprettholde eller øke satsen for differensierte avgifter og tilskudd. Mener man at utviklingen i meierisektoren var tilfredsstillende i perioden 2011–2016, kan man videreføre eller redusere satsen.

Landbruksdirektoratet anbefaler videre at en bør vurdere å innføre vilkår for å motta tiltaket. Et vilkår kan for eksempel være at selskapene skal bruke en viss andel av tilskuddet til innovasjoner. Vilkårene skal sikre at selskapenes økte lønnsomhet bidrar til å styrke selskapenes evner til å ta andeler.

Et annet alternativ kan være å styrke segmenter der konkurransen er svakest, for eksempel drikkemelk, ved å differensiere satsen for differensierte avgifter og tilskudd mellom ulike anvendelser, for å styrke innovasjonsgraden i disse segmentene.

- Landbruksdirektoratet mener det er grunnlag for å videreføre det særskilte distribusjonstilskuddet på dagens nivå. LMD fastsatte i 2016 rammen for tiltaket til maksimalt 57,5 mill. kroner per år for et kvantum distribuert melkeprodukt for meieriselskapene samlet på inntil 115 mill. liter innenfor perioden 01.07–30.06.

Landbruksdirektoratet har vurdert om det er behov for andre typer konkurransefremmende tiltak i PU for å styrke konkurransen. Direktoratet mener at de evaluerte tiltakene har fungert etter forutsetningene, og ser ikke at det er behov for å foreslå ytterligere konkurransefremmende tiltak innenfor PU.

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn

Fra 1. juli 2007 ble det gjennomført endringer i de konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen for melk (PU). Hovedformålet med endringen var å legge til rette for økt konkurranse i meierisektoren. I tillegg var det nødvendig å bedre rammebetingelsene for Tines konkurrenter. Tiltakene ble evaluert i 2012, og ble videreført med enkelte justeringer fra 1. juli 2013.

De konkurransefremmende tiltakene hjemles og finansieres gjennom prisutjevningsordningen for melk, og omfatter i dag:

- Spesiell kapitalgodtgjørelse
- Differensierte avgifter og tilskudd for uavhengige aktører på områder der Tine SA er dominerende aktør
- Særskilt distribusjonstilskudd

På bakgrunn av erfaringene med justeringene som ble gjort fra 1. juli 2013, ble det lagt opp til at de konkurransefremmende tiltakene skulle evalueres igjen etter fem år, jf. Prop. 164 S (2012-2013) *Jordbruksoppgjøret 2013 – endringer i statsbudsjettet for 2013 m.m.*

Landbruksdirektoratet har fått ansvaret for å gjennomføre evalueringen. Landbruks- og matdepartementet (LMD) har forutsatt at rapporten skal leveres innen 1. juni 2017, og at Landbruksdirektoratet skal benytte en referansegruppe i arbeidet, bestående av aktørene i bransjeforum for meierier, samt Konkurransetilsynet, NHO og faglagene i jordbruket.

## 1.2 Mandat

I brev av 17. februar 2017 fra Landbruks- og matdepartementet (LMD) får Landbruksdirektoratet følgende mandat for evalueringen:

*Landbruksdirektoratet skal evaluere de konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen for melk. Evalueringen skal ta utgangspunkt i de tre konkurransefremmende tiltakene som i dag er i prisutjevningsordningen: differensierte avgifter og tilskudd, særskilt distribusjonstilskudd og særskilt kapitalgodtgjøring. Landbruksdirektoratet skal ikke vurdere selve modellen for beregning av særskilt kapitalgodtgjøring som er på høring vinteren 2017, men det skal tas hensyn til effektene av dette tilskuddet i den samlede vurderingen av de konkurransefremmende tiltakene.*

*I tillegg bes direktoratet om en vurdering av om de konkurransefremmende tiltakene utelukkende har bidratt til å fremme konkurransen i meierisektoren, eller om andre aktører som er plassert senere i verdikjeden har hentet ut noe av dette.*

*Utredningen skal:*

- *kartlegge utviklingstrekk i meierivaremarkedet med hensyn på utviklingen i konkurransen, slik som markedsandeler, innovasjon og økonomiske resultat;*

- vurdere effektene av de konkurransefremmende tiltakene;
- vurdere behov for endringer i tiltakene med henblikk på å styrke og videreutvikle konkurransen i meierisektoren til beste for forbrukerne;
- komme med eventuelle forslag til andre endringer i prisutjevningsordningen for melk dersom det vurderes som hensiktsmessig for å styrke konkurransen. Slike forslag begrenses ikke til de tre tiltakene som gjelder i dag.

*Landbruksdirektoratet skal legge vekt på å oppnå forenklinger, kostnadseffektivitet og lite byråkratiske løsninger.*

*Landbruksdirektoratet skal benytte aktørene i bransjeforum for meierier, samt Konkurransetilsynet, NHO og faglagene i jordbruket som referansegruppe. Landbruks- og matdepartementet vil delta som observatør.*

### **1.3 Avgrensninger og tolkning av mandat**

Landbruksdirektoratet skal gjennomføre evalueringen av de konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen for melk innenfor gjeldende landbrukspolitiske mål og rammer. Dette betyr blant annet at virkemidler utenfor PU skal ikke evalueres i denne rapporten. I henhold til mandatet skal selve modellen for beregning av særskilt kapitalgodtgjørelse heller ikke vurderes i denne evalueringen.

Hovedformålet med utredningen er å kartlegge og evaluere virkningen av de konkurransefremmende tiltakene i PU på konkurransen i meierisektoren. Vi vil ikke gjøre en fullstendig konkurranseanalyse.

Landbruksdirektoratet har ikke definert relevante markeder og gjennomført markedsavgrensninger slik Konkurransetilsynet praktiserer dette. Vi har i denne rapporten foretatt en inndeling i ulike segmenter av meieriprodukter. Vi har delt kartleggingen og analysen inn i følgende segmenter: drikkemelk, yoghurt, ost og tørrmelk.

### **1.4 Overordnede føringer for evalueringen**

Både Stortinget og Regjeringen har ved flere anledninger de siste årene satt fokus på konkurransen i meierisektoren.

Næringskomiteen (Innst. 152 S (2014-2015)) ba i 2015 om en særskilt gjennomgang og vurdering av prisutjevningsordningen, bl.a. med bakgrunn i følgende:

*Etter flertallets oppfatning er konkurransen innenfor den norske melke- og meierivaresektoren fortsatt gjennomgående svak. Det er fortsatt slik at en aktør, på de aller fleste områder, har en dominerende rolle.*

Departementet gjennomførte en gjennomgang av prisutjevningsordningen i 2016, der endringer trådte i kraft fra 1. juli 2016, jf. LMDs fastsettelsesbrev av 20. juni 2016. De konkurransefremmende tiltakene ble imidlertid ikke gjennomgått særskilt, selv om det ble gjort enkelte justeringer av det særskilte distribusjonstilskuddet. Det ble imidlertid vist til at disse tiltakene skulle evalueres i 2018.

I Meld. St. 11 (2016–2017) *Endring og utvikling – En fremtidsrettet jordbruksproduksjon* skriver Regjeringen følgende om konkurransesituasjonen i melkesektoren:

*Det er fortsatt svak konkurranse om leverandørene siden det kun er TINE og Q-meieriene som henter melk. Selv om TINE møter konkurranse på de fleste områder innenfor videreforedling (konsummelk, yoghurt, ost og tørrmelk), er det er stort sett kun én nasjonal konkurrent på hvert område. Det er en sterkt økende import-konkurranse på yoghurt og ost, men på andre produkter er det i praksis lav import-konkurranse.*

*Det har vært en økende uro og tiltagende debatt blant aktørene i meierimarkedet de siste årene. De uavhengige aktørene har gitt uttrykk for misnøye med rammevilkårene blant annet i forbindelse med høringen på endringer i prisutjevningsordningen våren 2016. De uavhengige aktørene er bekymret for at TINE er en dominerende aktør og at det har skjedd for liten endring i markedskonsentrasjonen siden 2007. De har pekt på behov for strakstiltak for å styrke de konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen for melk og på alternative forslag til å regulere melkeprisen. Synnøve Finden har også gått til retts sak mot staten om det særskilte distribusjonstilskuddet i prisutjevningsordningen for melk. Det har også vært debatt om konkurransekraften for norsk melk.*

*Regjeringen er opptatt av at konkurransen i meierisektoren skal fungere godt. Konkurransen i melkemarkedet må videreutvikles til beste for forbrukerne. Regjeringen følger konkurransen i melkemarkedet tett og vil evaluere og foreslå endringer i de konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen for melk. Regjeringen mener utover dette det er særskilt behov for å vurdere situasjonen for uavhengige meierier med egne leverandører.*

I henhold til stortingsmeldingen vil Regjeringen evaluere og foreslå endringer i de konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen for melk, med sikte på å gjennomføre eventuelle endringer fra 1. januar 2018.

Stortingsmeldingen ble behandlet i Næringskomiteen våren 2017, jf. Innst. 251 S (2016–2017), og komiteen uttalte blant annet følgende om konkurransesituasjonen i meierisektoren:

*Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Sosialistisk Venstreparti, mener konkurranse i meierisektoren er viktig slik at alle aktører opptrer mest mulig effektivt og rasjonelt. Konkurransen gir bonden reelle alternativ for salg av melk, og bidrar til produktutvikling og bedre utvalg for forbruker, økt verdiskapning og avsetning for norsk melk. Flertallet støtter at det fortsatt skal være særskilte tiltak for å sikre denne konkurransen, og at man særlig ser på situasjonen og den samlede effekten av de konkurransefremmende tiltakene for meierier med egne leverandører.*

*Et annet flertall, alle unntatt medlemmene fra Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti, er åpen for endringer i disse ordningene, innenfor en ramme som ikke svekker konkurransekraften for norsk melk mot importerte produkter.*

Etter forrige evaluering av de konkurransefremmende tiltakene i PU ble det forutsatt at tiltakene skulle evalueres igjen om fem år, jf. Prop. 164 S (2012–2013) *Jordbruksoppgjøret 2013 – endringer i statsbudsjettet for 2013 m.m.:*

*Ordningene skal ligge fast for perioden fram til neste evaluering. Dette er viktig for stabiliteten i rammevilkårene til aktørene. Samtidig vil en evaluering gi en ny faglig gjennomgang som grunnlag for videre vurdering av ordningene. Ordningene er rammet inn av kriteriet om at Tine må være dominerende aktør i det enkelte markedet for at disse særordningene skal kunne tre i kraft. I det øyeblikk Tine ikke er dominerende aktør lenger, er det ikke grunnlag for slike konkurranserettede ordninger. Importkonkurranse er også en del av grunnlaget for å vurdere om Tine er dominerende aktør.*

...

*Regjeringen legger opp til at man på bakgrunn av erfaringene skal evaluere de konkurransepolitiske tiltakene etter fem år.*

Landbruksdirektoratet legger også til grunn de justeringer som er gjort i de konkurransefremmende tiltakene etter 2013. Fra 1. juli 2016 ble det særskilte distribusjonstilskuddet gjort selskapsnøytralt og det ble innført et tak på tilskuddet. I tillegg har det blitt gjort presiseringer i hvilke produkter som er berettiget tilskuddet, jf. LMDs fastsettelsesbrev av 20. juni 2016 og brev av 3. april 2017. Gjeldende fra 1. juli 2017 har departementet gjort endringer i modellen for beregning av spesiell kapitalgodtgjørelse, jf. brev av 3. april 2017.

## **1.5 Overordnede landbrukspolitiske mål**

Det forutsettes at overordnede landbrukspolitiske mål som berører melkesektoren ligger fast. De overordnede målene i landbrukspolitikken er følgende (jf. Meld St. 11 (2016-2017)):

- Matsikkerhet
- Landbruk over hele landet
- Økt verdiskapning
- Bærekraftig jordbruk

I henhold til Meld. St. 11 (2016–2017) skal jordbrukspolitikken legge til rette for økt matproduksjon, mer mangfold, økt effektivitet og styrket konkurransekraft for jordbruksnæringen og tilhørende verdikjede. I meldingen kommer det også frem at Regjeringen ønsker sterkere konkurranse i næringsmiddelindustrien, og vil derfor redusere konkurransebegrensningene på industrileddet gjennom endringer i markedsordningene. Regjeringen har også stort fokus på forbrukerne, og legger til grunn at norsk jordbruk og matindustri skal produsere varer forbrukerne etterspør.

Melkeproduksjonen er den største enkeltproduksjonen i landbruket. Melkeproduksjonen er derfor sentral når det gjelder oppnåelse av målet om at norsk landbrukspolitikk skal stimulere til matsikkerhet og nasjonal matproduksjon. Hovedtyngden av denne produksjonen er lokalisert i distriktene, og dermed har den også stor betydning for å oppnå målsettingen om landbruk over hele landet. Ettersom melkeproduksjonen utgjør en stor andel av produksjonen i landbruket, bidrar den også til verdiskapning og sysselsetting over hele landet. 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.

## 1.6 Organisering og datainnsamling

LMD er oppdragsgiver og mottaker av ferdig rapport. Landbruksdirektoratet har gjennomført evalueringen. I tråd med mandatet har Landbruksdirektoratet benyttet referansegruppe i arbeidet, og har blant annet gjennomført to møter med referansegruppen:

- Fredag 10. mars, tema: mandat og referansegruppe, tidsplan og prosess, disposisjon for rapporten og innhenting av informasjon fra aktørene
- Fredag 12. mai, tema: faktautsjekk og gjennomgang av tekst om kartlegging og vurderinger

Landbruksdirektoratet har i tillegg innhentet opplysninger fra aktørene om økonomisk resultat, med oppsplitting av selskapenes virksomhet slik at også regnskapstall for meieridriften fremkommer. Vi har videre innhentet informasjon fra aktørene om syn på markedsmessig utvikling, innovasjoner og markedsmessige utfordringer. I tillegg har vi fått informasjon om investeringer og om produksjon av handelens egne merkevarer (EMV). Aktører som produserer flytende produkter har blitt bedt om å beskrive sitt distribusjonsopplegg. I tillegg har aktører som mottar konkurransefremmende tiltak blitt bedt om å vurdere om tilskuddene utelukkende har kommet deres selskap til gode, eller om andre aktører som er plassert senere i verdikjeden har hentet ut noe av dette.

Landbruksdirektoratet har benyttet tall fra prisutjevningsordningen for melk, Nielsen Norge, Opplysningskontoret for meieriprodukter (OFM) og Statistisk sentralbyrå (SSB) i rapporten.

Vi presiserer at tall som er hentet fra PU for 2016 er ikke endelig avregnet. For alle meieriselskapene utenom Tine er regnskapstallene for 2016 foreløpige.

## 1.7 Oppbygging av rapporten

I kapittel 2 gir vi innledningsvis en kort omtale av prisutjevningsordningen for melk, slik den er i dag og formålene med den. I kapittel 2.2 kommer vi inn på andre tiltak under markedsordningen for melk som kan ha betydning for konkurransen. I kapittel 2.3 beskrives de konkurransefremmende tiltakene fra 2007, samt endringer som er gjort i tiltakene i etterkant.

I kapittel 2.4 ser vi på utviklingen i tilbuds- og etterspørselsforhold for meieriprodukter. Kapitlet omfatter verdikjeden i meierisektoren, ulike delsegmenter for meieriprodukter, norsk produksjon, utvikling i forbruk, import, eksport, priser og kostnader. I tillegg omtales Konkurransetilsynets overvåkningsordning, samt investeringer, nylanseringer og produksjon av egne merkevarer i meierisektoren.

I kapittel 2.5 ser vi på utviklingen av lokalforedling av melk de siste årene. Meieriselskapene (aktørene i prisutjevningsordningen) kartlegges i kapittel 2.6. 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.

I kapittel 2.7 har Landbruksdirektoratet beregnet indikatorer på markedskonsentrasjon. Vi omtaler enkelte internasjonale meieriseselskap i kapittel 2.8 og distribusjon av flytende melkeprodukter i kapittel 2.9.

Kapittel 3 inneholder Landbruksdirektoratets vurderinger av utviklingen i råvaremarkedet, utviklingen i enkelte delsegmenter av meieriprodukter, økonomiske resultater for meieriselskapene, samt effekter



av de konkurransefremmende tiltakene. Vi har også prognosert konsekvenser av endringsforslagene i form av fire scenarier.

I kapittel 4 fremgår Landbruksdirektoratets anbefalinger.



## 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 konkurransefremmende tiltakene i meierisektoren fra 2007, samt endringene som ble gjennomført fra 2013. I kapittel 2.4 beskrives utviklingen i tilbuds- og etterspørselsforhold for meieriprodukter, herunder verdikjeden i meierisektoren, de ulike delsegmentene for meieriprodukter, norsk produksjon, utvikling forbruk, import, eksport, priser og kostnader samt andre trekk ved meierisektoren. I kapittel 2.5 beskrives lokalforedling av melk. I kapittel 2.6 beskrives relevante forhold knyttet til aktørene i prisutjevningsordningen som markedsandeler, omsetningsvekst, andeler i PU og økonomi per aktør. Landbruksdirektoratet har beregnet indikatorer på markedskonsentrasjon (HHI) som omtales i kapittel 2.7, mens vi i kapittel 2.8 omtaler enkelte forhold ved meierisektoren internasjonalt. Videre blir det redegjort for distribusjon av flytende melkeprodukter i kapittel 2.9.

### 2.1 Prisutjevningsordningen for melk

Ny prisutjevningsordning for melk (PU) ble innført 1. juli 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 konkurransefremmende tiltak siden 2000. Konkurransefremmende 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 1. januar 2004<sup>1</sup>:

- 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 av 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.

---

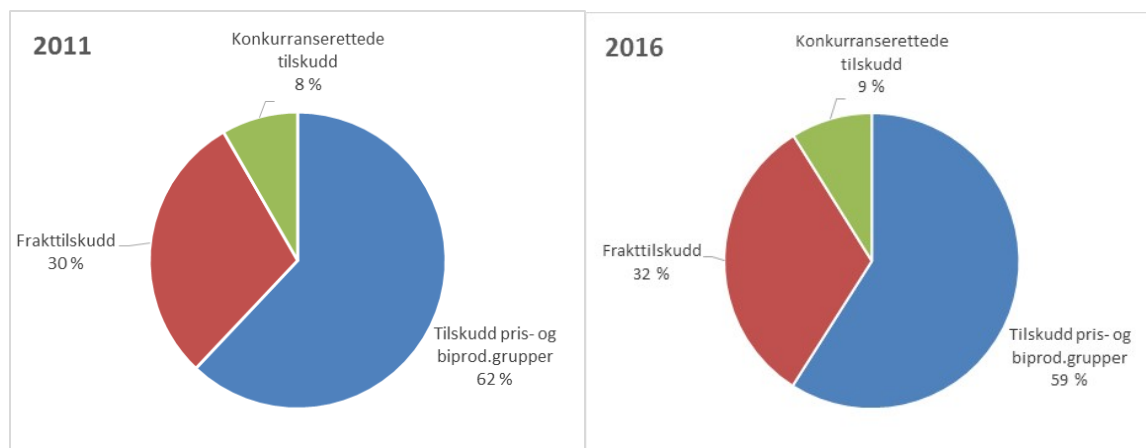
<sup>1</sup> Kilde: LMDs høringsnotat av 02.09.2003, kap. 2.1

- For å kompensere for eller for å redusere spesielle konkurransehindringer var det i tillegg behov for tiltak rettet mot *enkeltaktører*.

Fra 2007 ble tiltakene spesiell kapitalgodtgjørelse og ekstra distribusjonstillegg justert og videreført, mens nye konkurransefremmende tiltak med differensierte avgifter/tilskudd ble innført. Konkurransefremmende tiltak i PU gjeldende fra 2007 er nærmere omtalt i kapittel 2.3. Det ble også gjort endringer i de konkurransefremmende tiltakene fra 1. juli 2013, noe som også er omtalt i samme kapittel.

Prisutjevningsordningen er en selvfinansierende ordning hvor sum innkrevde avgifter i ordningen finansierer sum utbetalte tilskudd. I PU har de konkurransefremmende tilskuddene i hovedsak blitt finansiert i form av økte avgifter/ reduserte tilskudd i prisgruppene for melk i ordningen. Økte avgifter/ reduserte tilskudd for prisgruppene vil meieriselskapene på sin side forutsetningsvis få kompensert for i form av økte priser på sine melkeprodukter overfor sine dagligvare- og industrikunder. I 2011 ble det utbetalt 129,1 mill. kroner i konkurransefremmende tilskudd, som utgjorde 8,7 øre per liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i ordningen. I 2016 ble det utbetalt 130,5 mill. kroner i konkurransefremmende tilskudd, som utgjorde 8,5 øre per liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i ordningen.

Figurene under viser utbetalte tilskudd i prisutjevningsordningen i 2011 og 2016.



**Figur 1: Utbetalte tilskudd i PU 2011 og 2016**

I 2011 ble det totalt utbetalt 1 545,5 mill. kroner i ulike tilskudd gjennom PU-ordningen. Av dette ble det utbetalt 958,8 mill. kroner i tilskudd til pris- og biproduktgruppene, noe som tilsvarte 62 prosent av tilskuddsutbetalingene. Til frakttilskudd ble det utbetalt 457,7 mill. kroner (30 prosent) og til konkurransefremmende tilskudd ble det utbetalt 129,1 mill. kroner (8 prosent). I 2016 ble det totalt utbetalt 1 463,5 mill. kroner til ulike tilskudd. Av dette ble 863,8 mill. kroner (59 prosent) utbetalt til tilskudd i pris- og biproduktgrupper, mens til frakttilskudd ble det utbetalt 469,2 mill. kroner (32 prosent) og til konkurransefremmende tilskudd ble det utbetalt 130,5 mill. kroner (9 prosent).

## **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 konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen og markedsregulators forsyningsplikt er begge tiltak som bidrar til økt konkurranse mellom de norske meieriaktørene. Det samme gjelder markedsregulators mottaksplikt på rå melk, som bidrar til risikoreduksjon for melkeprodusenter som ønsker å levere melken sin til andre enn Tine.

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. Kvoteordningen kan derfor sees på som et hinder for nyetablering.

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. Begrensningene i forsyningsplikten for flytende produkter kan betraktes som et hinder for nyetablering.

Videre gjelder forsyningsplikten melk som kvalitetsmessig er innenfor kravspesifikasjonen for rå melk under forsyningsplikten. Dette innebærer at markedsregulator ikke har forsyningsplikt på melk med kvaliteter som kommer i tillegg til det som er spesifisert i kravspesifikasjonen, som f. eks. økologisk melk.

Et annet tiltak som er med på å styrke konkurranse i sektoren er Konkurransetilsynets overvåkingsordning i meierisektoren. Tiltaket ble iverksatt fra 1. januar 2008, etter at etterregningsordningen opphørte 1. juli 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, med unntak for varer omfattet av RÅK-ordningen der det er lagt til rette for importkonkurranse gjennom råvareprisutjevning. 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 Konkurransfremmende tiltak fra 2007**

Det har vært benyttet konkurransefremmende tiltak i PU helt siden 2000. 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 konkurransefremmende tilskudd over jordbruksavtalen i

perioden 1999–2003 på til sammen ca. 69 mill. kroner til Q-meieriene. Rørosmeieriet mottok konkurransefremmende tilskudd over jordbruksavtalen på til sammen 1,5 mill. kroner for årene 2005 og 2006.

Etterkontroll av Tines foredlingsmarginer og etterregning i PU ble innført som et konkurranserettet 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 2000–2003 og 38 mill. kroner angikk perioden 2004–2007. 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 1. januar 2008 inneholder normert krav til kapitalavkastning og kapitalvolum for de av Tines produkter som omfattes av overvåkingen.

Med virkning fra 1. juli 2007 ble det iverksatt ytterligere konkurransefremmende 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 mellom de norske meieriaktørene, samtidig som etterregningen ble avviklet.

I perioden fra 2007–2011 økte utbetalingene til konkurransefremmende tiltak. Det ble i 2007 utbetalt til sammen 21,9 mill. kroner til differensierte tilskudd/avgifter i PU. I 2011 var samlet utbetaling til dette tiltaket 55,4 mill. kroner. Utbetaling av midlertidig tilskudd til Synnøve Finden og Q-meieriene var på til sammen 10,4 mill. kroner i 2007. Utbetalingen til dette tiltaket økte i årene deretter og var på 23,3 mill. kroner i 2010, mens det ble redusert til 12, 1 mill. kroner i 2011. Dette tilskuddet ble avviklet i 2011.

I 2007 ble det utbetalt 29,9 mill. kroner i særskilt distribusjonstilskudd til Q-meieriene. Utbetalingen av dette tilskuddet økte årlig fram til 2011 hvor utbetaling var på 39,4 mill. kroner. Også utbetalingene til spesiell kapitalgodtgjørelse økte i perioden fra 2007 til 2011. Utbetalingen til dette tiltaket var på 14,1 mill. kroner i 2007, mens den var på 23,0 mill. kroner i 2011.

Fra 1. juli 2013 ble de konkurransefremmende tiltakene endret. Satsen for differensierte avgifter og tilskudd ble økt til 27 øre per liter. I tillegg ble satsen for særskilt distribusjonstilskudd til Q-meieriene redusert med 10 øre per liter til 50 øre per liter, mens volumgrensen ble økt med 20 mill. liter til 100 mill. liter. Det ble ikke gjort noen prinsipielle endringer i ordningen med spesiell kapitalgodtgjørelse til Q-meieriene, men Landbruksdirektoratet (daværende Statens landbruksforvaltning) ble pålagt å endre praksis, slik at grunnlaget i beregningsmodellen blir ajourført hvert år.

Fra 1. juli 2016 ble det på nytt gjort endringer i distribusjonstilskuddet. Fra dette tidspunkt ble det særskilte distribusjonstilskuddet gjort selskapsnøytralt. Det ble også gjort endringer i omfanget av ordningen, som ble begrenset til distribusjon av produkter i prisgruppen for ikke-smaksatte flytende produkter og biproduktgruppen for kremfløteprodukter. Departementet varslet også om at distribusjonstilskuddet vil bli gjennomgått i evalueringen av de konkurransefremmende tiltakene som skal gjøres i 2018. Tilskuddet vil da sees i sammenheng med de andre konkurransefremmende tiltakene.

### **2.3.1 Spesiell kapitalgodtgjørelse**

Fra 1. januar 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.

Ifølge LMDs høringsnotat av 2. september 2003 og vedtaksbrev av 4. desember 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 1. januar 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 4. desember 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 overfor 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 Landbruksdirektoratet (den gang Statens landbruksforvaltning) skulle fastsette denne satsen hvert år og at direktoratet i denne sammenheng skulle legge prinsippene i Econs rapport 2003-053<sup>2</sup> 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.

På bakgrunn av dette og LMDs målprisbrev av 6. november 2003, har direktoratet årlig fastsatt en sats for kapitalgodtgjørelse knyttet til de øvrige satsendringene i PU-ordningen. I henhold til LMDs brev av 11. april 2005 har direktoratet fra 1. juli 2005 lagt til grunn rentenivå som et gjennomsnitt for de siste 36 måneder. Fra 1. juli 2013 endret Landbruksdirektoratet sin praksis slik at grunnlaget i beregningsmodellen ble ajourført hvert år. Satsen for denne kapitalgodtgjørelse har vært som vist i tabellen nedenfor.

*Tabell 1: Sats for spesiell kapitalgodtgjørelse i perioden 2007 - 2017, kr per liter*

Periode	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Sats	0,26	0,29	0,33	0,35	0,32	0,29	0,33	0,32	0,31	0,31

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

<sup>2</sup> Endelig versjon: 2003-053 rev.3

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-verdi<sup>3</sup> 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 2: Utvikling i spesiell kapitalgodtgjørelse i perioden fra 2011 til 2016, mill. kroner*

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Q-meieriene	22,9	22,5	23,1	24,0	24,3	24,4

Utbetalt tilskudd har økt med 1,5 mill. kroner i perioden 2011–2016. Dette er en lavere økning enn i perioden 2007–2011, hvor utbetalt tilskudd økte med ca. 8,8 mill. kroner, eller 62 prosent.

Departementet har gjort endringer i modellen for beregning av spesiell kapitalgodtgjørelse, jf. brev av 3. april 2017. Endringene kommer som følge av at departementet mener det er svakheter i modellen siden sats for spesiell kapitalgodtgjørelse har ligget lavere enn utbetalingene fra Tine Industri de siste tre årene. Departementet mener disse svakhetene peker i retning av at man bør søke å finne andre måter å fastsette satsen for spesiell kapitalgodtgjørelse på. Dagens modell erstattes med en modell basert på historisk gjennomsnitt, utformet som en kompensasjon basert på gjennomsnittet av utbetalingene (til produsent) fra Tine Industri over flere år. Satsen skal beregnes som et gjennomsnitt av Tine Industris utbetaling de tre foregående år med et tillegg på 5 øre per liter.

Siden departementet allerede har foretatt endringer i dette tiltaket, vil vi i denne utredningen ikke vurdere denne modellen nærmere, jf. mandatet.

### **2.3.2 Tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd**

Tiltaket med differensierte avgifter og tilskudd, også kalt generell korleksjon, ble iverksatt fra 1. juli 2007. Bakgrunnen var at 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 gruppene for tørrmelk og merkevareeksport.

<sup>3</sup> Pris/bok-verdi

Uavhengige aktører har siden 1. juli 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. Fra 1. juli 2013 ble tiltaket forsterket til 27 øre per liter.

I tillegg ble det fra 1. juli 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 fire år. Dette opphørte 1. juli 2011.

Tabellen under viser utviklingen i utbetalingene til differensierte avgifter/tilskudd i perioden 2011–2016. Det generelle tillegg i tilskudd/reduksjon i avgift var på 25 øre per liter i 2011, 2012 og 1. halvår 2013, før det ble økt til 27 øre per liter fra 2. halvår 2013. Vi ser at utbetalingen til differensierte avgifter og tilskudd er økt med om lag 10 mill. kroner i perioden fra 2011–2016.

*Tabell 3: Utvikling i differensierte tilskudd/avgifter, mill. kroner*

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tine						
Q-meieriene	23,7	26,6	23,9	24,9	25,8	25,9
Synnøve Finden	29,3	30,0	31,7	35,2	38,1	36,1
Normilk						
Rørosmeieriet	0,6	0,6	0,9	1,5	1,9	2,7
Lillehammer Ysteri	1,2					
Urtehagen		0,3	0,2		0,3	0,4
Kraft Foods/Mondelēz	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5
Aksut/Cheese Co	0,1	0,06	0,05		0,2	
<b>Sum</b>	<b>55,4</b>	<b>58,0</b>	<b>57,2</b>	<b>62,2</b>	<b>66,8</b>	<b>65,6</b>

### 2.3.3 Særskilt distribusjonstilskudd

Fra 2004 ble det innført et særskilt distribusjonstilskudd 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 4. desember 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 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 insitament til kostnadseffektiv distribusjon.

I perioden 1. januar 2004–30. juni 2006 var det særskilte tilskuddet på 50 øre per liter for inntil 30 mill. liter flytende melkeprodukter og på 25 øre per liter fra 30 til 60 mill. liter.



Fra 1. juli 2007 ble det særskilte distribusjonstillegget forsterket til 60 øre per liter for inntil 80 mill. liter flytende melkeprodukter som distribueres fra meieranlegg som tilhører konsernet.

Fra 1. juli 2013 ble tilskuddssatsen redusert til 50 øre per liter, med volumbegrensningen ble økt til 100 mill. liter flytende melkeprodukter som distribueres fra meieranlegg som tilhører Q-meieriene.

Fra 1. juli 2016 ble tilskuddet gjort selskapsnøytralt og tilskuddet ble begrenset til distribusjon av produkter i prisgruppen for ikke-smaksatte flytende produkter og biproduktgruppen for kremfløteprodukter. Dersom volumet overstiger 115 millioner liter totalt, begrenses tilskuddssatsen innenfor en samlet økonomisk ramme på 57,5 mill. kroner.

Tabellen nedenfor viser utviklingen i distribusjonstilskuddet i perioden 2011–2016.

*Tabell 4: Utvikling i distribusjonstilskudd i perioden fra 2011 til 2016, mill. kroner*

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Q-meieriene	39,4	44,9	39,5	41,1	41,6	39,3
Rørosmeieriet						1,9
<b>Sum</b>	<b>39,4</b>	<b>44,9</b>	<b>39,5</b>	<b>41,1</b>	<b>41,6</b>	<b>41,2</b>

I perioden fra 2007 til 2011 økte utbetalingen til distribusjonstilskudd med om lag 10 mill. kroner, eller 32 prosent. I perioden fra 2011 til 2016 har utbetalingen økt med i underkant av 2 mill. kroner.

### 2.3.4 Utvikling i de konkurransefremmende tiltakene

Tabell 5 viser utvikling i utbetalinger til de ulike konkurransefremmende tiltakene fra 2011 til 2016. Tabellen viser at de samlede utbetalingene har økt fra 129,1 mill. kroner i 2011 til 130,5 mill. kroner i 2016. Den største delen av dette er differensierte avgifter/tilskudd (27 øre per liter), som i 2016 utgjorde 65,6 mill. kroner.

*Tabell 5: Utvikling i utbetalinger til de ulike konkurransefremmende tiltakene fra 2011 til 2016, mill. kroner*

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kapitalgodtgjørelse	22,9	22,5	23,1	24,0	24,3	24,4
Generell korreksjon (differensierte avgifter/tilskudd)	55,4	58,0	57,2	62,2	66,8	65,6
Midlertidig tiltak	12,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Distribusjonstilskudd	39,4	44,9	39,5	41,1	41,6	41,2
Avkorting i tilskudd	-0,6	0,0	-0,3	-0,6	-1,1	-0,8
<b>Sum</b>	<b>129,1</b>	<b>125,4</b>	<b>119,5</b>	<b>126,7</b>	<b>131,6</b>	<b>130,5</b>

I tabellen nedenfor ser vi utviklingen i utbetaling per aktør for de samlede konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen fra 2011 til 2016.

**Tabell 6: Utviklingen i utbetalingen til de konkurransefremmende tiltakene per aktør fra 2011 til 2016, mill. kroner**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Tine</b>						
Q-meieriene	90,9	94,0	86,4	90,0	91,7	89,5
Synnøve Finden	35,8	30,0	31,4	34,7	37,0	35,3
<b>Normilk</b>						
Rørosmeieriet	0,6	0,6	1	1,5	1,9	4,7
Lillehammer Ysteri	1,2					
Lillehammer Ysteri NY		0,3	0,2		0,3	0,4
Kraft Foods/Mondelēz	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5
Aksut/Cheese Co	0,1	0,1	0,1		0,2	
<b>Sum</b>	<b>129,1</b>	<b>125,4</b>	<b>119,5</b>	<b>126,7</b>	<b>131,6</b>	<b>130,5</b>

Per 1. juli 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 dette konkurransefremmende tilskuddet er gjeldende.

Samlet tilskudd i 2011 var 129,1 mill. kroner. Samlet tilskudd ble redusert i 2012 sammenlignet med 2011. I 2013 ble samlet tilskudd redusert ytterligere blant annet som følge av redusert sats for særskilt distribusjonstilskudd, som medførte redusert utbetaling av tilskudd til Q-meieriene.

I 2014 og 2015 økte samlede tilskudd gradvis, mens de gikk noe tilbake igjen i 2016.

Tabell 7 nedenfor viser gjennomsnittlig konkurransefremmende tilskudd i kroner per liter anvendt melk per aktør. Q-meieriene har hatt høyest gjennomsnittlig tilskudd per liter. Gjennomsnittlig tilskudd til Rørosmeieriet økte i 2016 som følge av at selskapet kom inn i ordningen med distribusjonstilskudd, etter at dette tilskuddet ble gjort selskapsnøytralt fra 1. juli 2016. De øvrige aktørene, med unntak av Normilk og Tine, har hatt et tilskudd på kr 0,26 per liter eller kr 0,27 per liter i perioden 1. juli 2013–31. desember 2016.

**Tabell 7: Konkurransefremmende tilskudd totalt, kr per liter anvendt melk**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Tine</b>						
Q-meieriene	0,96	0,87	0,98	0,98	0,96	0,93
Synnøve Finden	0,31	0,25	0,26	0,27	0,26	0,26
<b>Normilk</b>						
Rørosmeieriet	0,25	0,25	0,23	0,27	0,27	0,46
Lillehammer Ysteri	0,25					
Lillehammer Ysteri NY/Urtehaven		0,25	0,27		0,27	0,27
Kraft Foods/Mondelēz	0,25	0,25	0,27	0,27	0,27	0,27
Aksut/Cheese Co	0,25	0,25	0,29		0,27	

## 2.4 Utvikling i tilbuds- og etterspørselsforhold for meieriprodukter

### 2.4.1 Verdikjeden i meierisektoren

Verdikjeden i meierisektoren består av flere ledd, jf. Figur 2 under. Øverst i verdikjeden er melkeprodusentene og meieriene som kjøper og transporterer inn rå melk. 94,4 prosent av melken leveres til Tine Råvare, mens resterende leveres til Q-meieriene<sup>4</sup>. Siden det kun er to aktører som kjøper melk fra produsentene (bøndene), innebærer det 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.

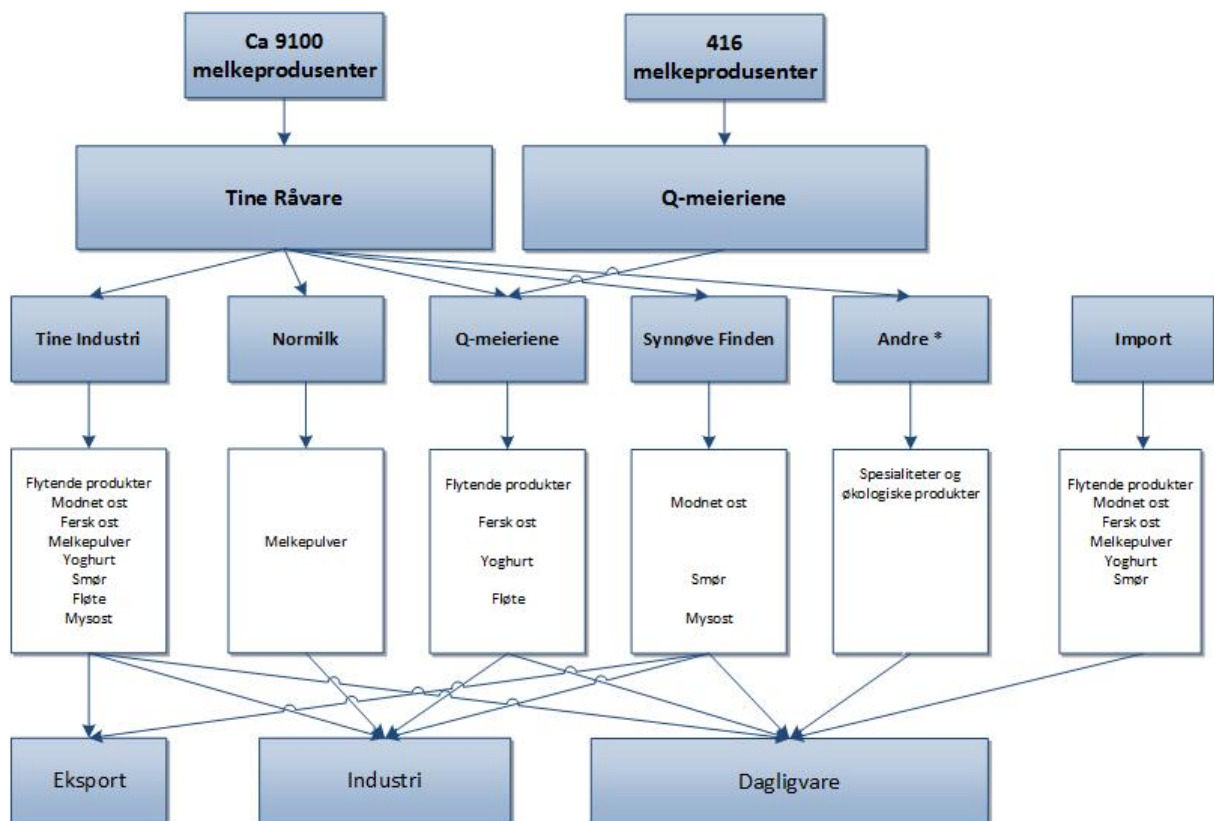
I neste ledd distribueres rå melk videre til foredlingsbedriftene, hvor alle meieriproduktene blir produsert. Q-meieriene leverer melken hovedsakelig internt i eget selskap, mens Tine Råvare har forsyningsplikt og leverer derfor til samtlige aktører på foredlingsleddet. Tine Industri er den største aktøren på foredlingsleddet og produserer et stort spekter av meieriprodukter og i de fleste produktsegmenter på dette nivå i verdikjeden er Tine utsatt for en viss grad av konkurranse. Tine møter særlig konkurranse innen produktgruppene tørrmelk, modnet ost, yoghurt og drikkemelk. For de fleste produktsegmentene er det flere aktører, men det er stor variasjon mellom segmentene. Når det gjelder tørrmelk er det f. eks. to aktører (Normilk og Tine), mens det er flere aktører som produserer ost basert på norsk melk.

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-meieriene<sup>5</sup> ble stiftet, var 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 13,2 prosent av norsk produksjon.

---

<sup>4</sup> Kilde: Tine Råvare, tall for 2016.

<sup>5</sup> Gårdsmeieriene, som var en forløper til Q-meieriene, startet opp i 1998.



Figur 2: Verdikjeden i meierisektoren

Foredlingsbedriftene selger i all hovedsak sine meierivarer videre til dagligvarehandel, storhusholdningskunder (inkl. kiosker og bensinstasjoner) samt til industrien, som omfatter ulike næringsmiddelbedrifter. Tine og Synnøve Finden eksporterer også produkter til utlandet. I tillegg omsettes det mat og drikkevarer gjennom direktesalg, Bondens marked og netthandel, men dette utgjør en svært liten andel av det totale markedet. Hoveddelen av salget skjer gjennom dagligvaremarkedet. I norsk dagligvarehandel<sup>6</sup> skjer det meste av omsetningen fra de tre største dagligvarekjedene, Norgesgruppen, COOP og Rema 1000 som tilsammen har vel 93 prosent av omsetningen.

## 2.4.2 De ulike segmentene for meieriprodukter

For å belyse konkurransen mellom meieriselskapene og effekten av de konkurranserefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen, ser vi i denne utredningen på utviklingen i de største segmentene der Tine møter konkurranse fra andre, tilsvarende meieriprodukter. Relevante segmenter er således drikkemelk, yoghurt, ost og tørrmelk.

Det gjøres ikke en fullstendig konkurranseøkonomisk analyse slik Konkurransetilsynet gjør i saker de har til behandling. Konkurransetilsynet definerer bl.a. relevante markeder og gjennomfører markedsavgrensninger. I meierisektoren er det ikke gjennomført markedsavgrensninger de ti siste årene. I samme periode har importen økt og forbruket endret seg, bl.a. ved at det drikkes mindre melk,

<sup>6</sup> Kilde: Nielsen Norge Markedsrapport 2016

og dermed mer av noe annet. Det kan tilsi at andre markedsavgrensninger ville vært relevante nå enn tidligere, jfr at en korrekt markedsavgrensning er dynamisk.

Istedenfor en fullstendig konkurranseanalyse, bruker Landbruksdirektoratet ulike inndelinger for å beskrive utviklingen i bransjen. Vi ser på utviklingen i forbruket innenfor de ulike segmentene basert på opplysninger fra OFM og tall fra Nielsen Norge AS (Nielsen) når det gjelder omsetning i dagligvarehandelen. Vi bruker i tillegg handelsstatistikken for å vise utviklingen i import og eksport. I tillegg bruker vi tall fra prisutjevningsordningen. For de store meieriproduktene vil dette være en relevant tilnærming.

Prisutjevningsordningens prisgrupper gir oversikt over anvendelsen av melk til ulike produktgrupper. Det er imidlertid ikke alltid samsvar mellom prisgruppene og andre avgrensninger. Nielsen Norge og Opplysningskontoret for meieriprodukter (OFM) definerer f. eks. Skyr og kvarg som en del av yoghurtsegmentet, mens dette er produkter som i prisutjevningsordningen defineres som ferske oster.

I overvåkningsordningen for meierisektoren opererte Konkurransetilsynet med følgende grupper av produkter frem til 2011: Ikke-smaksatt melk, modnet ost, mysoster og melkepulver. I rapport første halvår 2008 om overvåkningsordning for meierisektoren, fremgår det imidlertid tydelig at dette ikke er en markedsavgrensning.

## 2.4.3 Norsk produksjon

### 2.4.3.1 Utvikling på primærleddet

Kvoteordningen for melk regulerer den totale melketilgangen. Melkeleveransen har det siste tiåret i hovedsak ligget på i overkant av 1 500 mill. liter melk hvert år. Det var en produksjonstopp i 2007 på 1 545 mill. liter. Produksjonen ble gradvis redusert frem mot 2011, og i perioden 2007–2011 ble produksjonen redusert med om lag 4,2 prosent, til 1 479 mill. liter melk i 2011. I perioden etter 2011, har produksjonen ligget noe høyere rundt 1 530 mill. liter melk. Unntaket er 2014, da produksjonen var på om lag 1 513 mill. liter, en nedgang på 15 mill. liter fra året før. 2015 var året med størst produksjon, på om lag 1 540 mill. liter melk. Totalt i perioden 2011–2016 økte produksjonen med 3,3 prosent. Sammenligner en 2016 med 2007, har imidlertid produksjonen blitt redusert med 1,1 prosent.

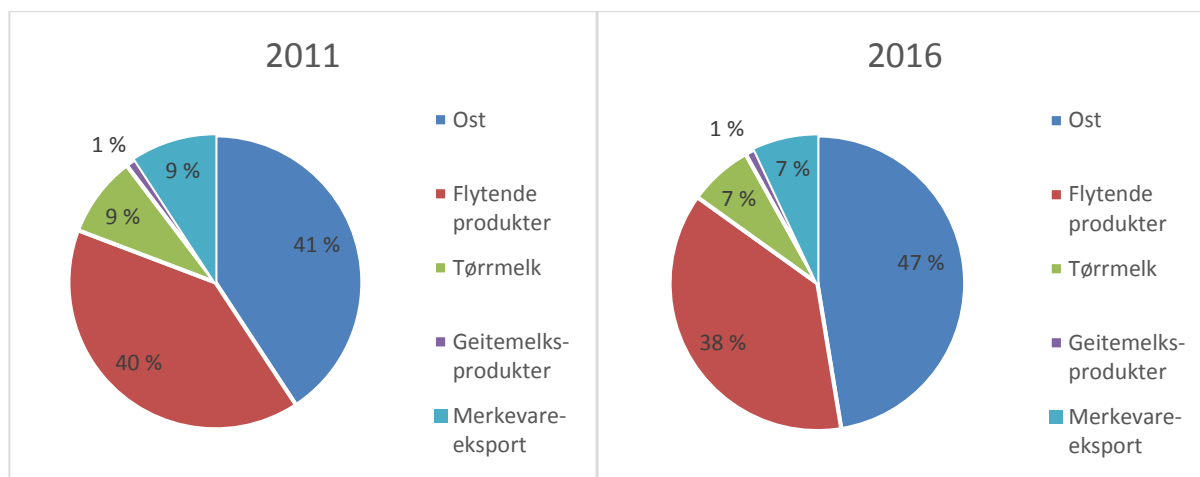
Tabell 8: Produksjon og produksjonsverdi av kumelk

År	Kvantum 1000 liter	Pris Øre/liter	Verdi 1000 kr
2007	1 545 092	383,91	5 931 763
2011	1 479 461	469,74	6 949 620
2012	1 534 536	474,63	7 283 368
2013	1 528 167	479,80	7 332 145
2014	1 512 705	519,99	7 865 914
2015	1 539 575	555,49	8 552 185
2016	1 527 584	535,91	8 186 428

Kilde: Nibio, Totalkalkylen 2017

### 2.4.3.2 Hvordan anvendes norsk melk?

Figuren under viser hvordan norsk melk ble anvendt i 2011 og i 2016. Total ble det anvendt 1 489,2 mill. liter melk i PU i 2011 og 1 543,6 mill. liter melk i 2016.



Figur 3: Anvendelse av melk i prisutjevningsordningen for melk i 2011 og 2016 (prosent av volum anvendt melk)

I 2011 ble om lag 41 prosent av melken anvendt til ost<sup>7</sup>. I 2016 ble 47 prosent av melken i PU anvendt til produksjon av ost, en økning på 6 prosentpoeng sammenlignet med 2011.

Flytende produkter<sup>8</sup> utgjorde 40 prosent av den anvendte melken i PU i 2011, mens i 2016 var andelen redusert til 38 prosent. Total mengde anvendt melk var større i 2016 enn i 2011. I 2011 ble det anvendt om lag 596 mill. liter melk til flytende produkter, mens i 2016 ble det anvendt 579 mill. liter. For flytende produkter har det lenge vært en trend at søtmelk reduseres, mens produkter som yoghurt og rømme øker.

I 2011 var produksjonen av flytende produkter og ost mer jevnstore enn de var i 2016. I 2016 hadde produksjonen av ost økt til 732 mill. liter, fra 607 mill. liter i 2011. Det ble produsert mer ost sammenlignet med flytende produkter i 2016 enn i 2011. De siste årene skyldes noe av økningen reguleringsproduksjon av ost.

9 prosent av anvendt melk ble brukt til produksjon av tørrmelk i 2011, mens andelen var redusert til 7 prosent i 2016. Volumet melk bak tørrmelksproduksjonen ble også redusert med 24 mill. liter fra 2011 til 2016. Volum anvendt melk til tørrmelk vil også variere ut fra reguleringsproduksjon.

Andelen av melk anvendt til merkevareeksport er redusert fra 9 prosent i 2011 til 7 prosent i 2016. Geitemelksprodukters andel er på om lag 1 prosent i begge årene.

<sup>7</sup> Fersk og modnet ost i dagligvare- og industrimarkedet (prisgruppe 4, 5, 9 og 10 i PU).

<sup>8</sup> Flytende produkter i dagligvare- og industrimarkedet (prisgruppe 1, 2, 3 og 8 i PU).

### 2.4.3.3 Utvikling per pris- og biproduktgruppe i PU

Anvendelsen av norsk melk har variert noe i perioden 2011–2016, men har stort sett holdt seg på i overkant av 1 500 mill. liter melk. Tallene er vist i tabellen nedenfor, og året 2007 er vist til sammenligning.

Tabell 9: Anvendelse av norsk melk 2007 og 2011–2016 fordelt på prisgrupper i PU, mill. liter

Nr.	Prisgrupper*	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Sure smaksatte flytende	44,0	52,6	51,9	53,0	53,8	56,9	56,8
2	Ikke smaksatte flytende	482,5	472,2	473,6	474,9	470,7	462,3	459,9
3	Søte smaksatte flytende	26,1	28,5	28,4	29,2	30,8	30,5	31,6
4	Ferske oster	15,2	30,6	34,7	39,2	45,8	49,0	54,1
5	Modnede oster	492,6	480,3	544,6	535,3	554,5	581,5	562,2
6	Geitemelksprodukter	9,0	14,3	14,1	11,3	13,7	14,3	13,1
7	Tørrmelk	152,9	132,5	133,7	120,3	97,6	119,1	108,5
8	Flytende produkter	49,6	42,9	37,3	31,8	32,1	31,2	30,6
9	Ferske oster	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
10	Modnede oster	115,2	95,7	105,0	86,1	110,2	115,6	115,4
11	Geitemelksprodukter	9,2	2,2	2,5	1,2	2,9	2,8	3,6
12	Merkevareeksport	155,1	137,3	127,1	140,1	119,4	104,9	107,7
10	Modnede oster reguleringseksport	1,6	-	-	-	-	-	-
<b>Sum</b>		<b>1 553,6</b>	<b>1 489,2</b>	<b>1 553,0</b>	<b>1 522,5</b>	<b>1 531,6</b>	<b>1 568,0</b>	<b>1 543,6</b>

\* Prisgruppe 1–6 i tabellen gjelder dagligvaremarkedet, mens prisgruppe 7 tørrmelk gjelder alle markeder. Prisgruppe 8–11 gjelder industrimarkedet. Prisgruppe 12 gjelder oster og geitemelksprodukter til merkevareeksport. I prisgruppe 7 inngår også reguleringsproduksjon av tørrmelk når dette er aktuelt, og dermed gir ikke disse tallene et perfekt bilde av anvendelse av melk til tørrmelk i det kommersielle markedet. Reguleringseksport av ost inngår i en egen linje i tabellen.

Av årene som er vist i tabellen er det 2011 som har minst melkeanvendelse, på 1 489,2 mill. liter melk. Året 2011 var det lite melk og underskudd på melkefett i Norge. I den forbindelse ble det innført flere tiltak for å øke melkeproduksjonen, noe som også bidro til økningen i melkeanvendelse fra 2011 til 2012. Etter 2012 ser vi at anvendelsen har stabilisert seg på et høyere nivå igjen. Med unntak av ett år (2015) lå imidlertid melkeanvendelsen noe lavere i perioden etter 2012 enn i 2007, da anvendelsen var på 1 553,6 mill. liter melk.

Anvendelsen av melk til sure smaksatte produkter (prisgruppe 1), hvor blant annet yoghurt inngår, har hatt en relativt stor økning det siste tiåret. Fra 2007 til 2016 økte anvendelsen i denne gruppa med 12,8 mill. liter, tilsvarende 29,1 prosent. Fra og med 2011 har volumet vært i overkant av 50 mill. liter årlig. I 2016 flatet volumet ut, og var omtrent på samme nivå som i 2015.

I forbrukersammenheng blir ofte yoghurt sett i sammenheng med ferske oster, som Skyr, kesam, kvarg og konsentrerte yoghurter. I PU plasseres disse produktene som ferske oster i prisgruppe 4 og 9 (hhv.

dagligvare- og industrimarkedet). Produksjonen av ferske oster til dagligvaremarkedet er mer enn tredoblet fra 2007 til 2016, med en økning på 255 prosent. Fra 2011 til 2016 var økningen på 23,5 mill. liter, tilsvarende 76,8 prosent. Anvendelsen ser ut til å ha flatet noe ut de siste par årene, men økte likevel fra 30,5 mill. liter i 2015 til 31,6 mill. liter i 2016. Innenfor produktsegmentet kesam, kvarg og andre yoghurtlignende produkter har det vært stor produktutvikling de siste årene. Prisgruppen inneholder imidlertid også andre ferske oster, som kremost og cottage cheese.

Ikke smaksatt melk er en av de største anvendelsene i PU. Her inngår blant annet den søte smaksatte melken, som står for mesteparten av volumet i prisgruppe 2. Anvendelsen av melk til den tradisjonelle drikkemelken har imidlertid hatt en nedadgående trend over mange år. I 2007 ble det anvendt 482,5 mill. liter melk til produkter i denne prisgruppen, mens anvendelsen sank til 459,9 mill. liter i 2016. Dette er en reduksjon på 22,6 mill. liter melk, eller 4,7 prosent. Fra 2011 til 2016 var reduksjonen på 12,4 mill. liter, eller 2,6 prosent.

Modnet ost i dagligvaremarkedet (prisgruppe 5) er den største melkeanvendelsen i PU, og det har den vært hvert år fra og med 2007. Før 2007 var prisgruppe 2, der drikkemelk inngår, den største melkeanvendelsen. For modnet ost i dagligvaremarkedet økte anvendelsen fra 492,6 mill. liter i 2007 til 562,2 mill. liter i 2016. Dette er en økning på 69,6 mill. liter melk, tilsvarende 14,1 prosent. I perioden 2011–2016 var økningen på 81,9 mill. liter melk, eller 17,0 prosent. Den relativt store økningen kommer av at vi sammenligner med 2011, som er året med minst melk den siste tiårsperioden. Årsakene til dette er omtalt ovenfor. Ser en bort fra 2011, har anvendelsen av melk til modnet ost i dagligvaremarkedet stabilisert seg på et høyere nivå enn tidligere. Vi ser dessuten en ytterligere økning i 2015.

Tabellen nedenfor viser anvendelsen av fløte, myse og kjernemelk i perioden 2011–2016. 2007 er vist til sammenligning.

*Tabell 10: Anvendelse av fløte, myse og kjernemelk 2007 og 2011–2016 fordelt på biproduktgrupper i PU, mill. liter*

Nr.	Biproduktgrupper*	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Fløte til kremfløteprodukter	33,4	32,7	32,5	33,3	31,4	31,5	30,7
2	Fløte til smør	22,8	25,5	31,0	28,8	32,2	34,9	34,9
3	Fløte til smør	20,8	15,1	13,6	12,0	12,4	14,2	14,5
4	Myse til mysost	65,1	61,8	65,0	56,5	58,5	59,6	58,6
5	Myse til mysost	1,0	0,6	0,3	0,3	1,9	0,3	0,2
6	Kjernemelksprodukter	0,0	0,0	0,1	0,0		0,0	0,0

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

Fløte til kremfløteprodukter (biproduktgruppe 1) ble redusert med 8,1 prosent i perioden 2007–2016, fra 33,4 mill. liter til 30,7 mill. liter. Fra og med 2011 til 2016 ble anvendelsen redusert med 6,1 prosent. Som tabellen viser har anvendelsen av fløte til kremfløteprodukter variert mellom 30–33 mill. liter fløte gjennom hele perioden.



Anvendelsen av fløte til smør har variert den siste tiårsperioden, både i dagligvare- og industrimarkedet. I gruppen til industrimarkedet inngår også for eksempel fløte til iskem. Fløte til smør i dagligvaremarkedet (biproduktgruppe 2) økte med 53 prosent fra 2007 til 2016. I perioden 2004–2011 lå årlig anvendelse av fløte til smør i dagligvaremarkedet på mellom 22–25 mill. liter fløte. Fram til 2011 var det overskudd av smør i Norge, og det ble benyttet reguleringsekspert av smør som balanserende tiltak. Fra og med 2012 stabiliserte anvendelsen av fløte til smør seg på et noe høyere nivå. Størst anvendelse var det i 2015 og 2016, men disse årene ble det igjen benyttet noe reguleringsekspert av smør.

Myse til mysost er redusert noe siden 2007. Fra 2007 til 2016 ved nedgangen på 10,0 prosent, og fra 2011 til 2016 var nedgangen på 5,2 prosent for myse til mysost i dagligvaremarkedet.

#### 2.4.4 Utvikling i forbruk, totalt og for utvalgte produktsegmenter

Informasjonen i dette punktet er hentet fra OFM sin presentasjon av markedstall for 2016, samt tidligere rapporter fra OFM. Informasjonen om verdimessig utvikling er hentet fra Nielsens markedsrapporter om dagligvarehandelen.

*Tabell 11: Utvikling i omsatt volum eller mengde per meieriproduktkategori i periodene 2007–2016 og 2011–2016, i 1000 liter eller tonn*

Meieriprodukt	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Melk <sup>1</sup>	464 692	464 084	460 892	461 582	459 153	454 547	450 586
Rømme <sup>2</sup>	0	17 470	17 941	17 790	18 220	18 822	19 040
Fløte <sup>2</sup>	0	31 801	31 538	31 163	30 381	30 717	30 299
Yoghurt uten import <sup>1</sup>	0	47 243	47 423	50 959	52 144	52 205	53 184
Yoghurt med import <sup>1</sup>	42 714	51 913	52 390	57 671	59 710	60 412	60 749
Smør <sup>2,3</sup>	0	12 041	14 228	14 326	14 369	15 437	15 842
Ost uten import <sup>2</sup>	0	78 062	79 152	82 836	85 905	88 025	88 889
Ost med import <sup>2</sup>	80 548	87 027	88 537	92 442	95 894	98 760	100 315

<sup>1</sup>Inkluderer dagligvarer og storhusholdning, eksklusiv industri/ingrediens

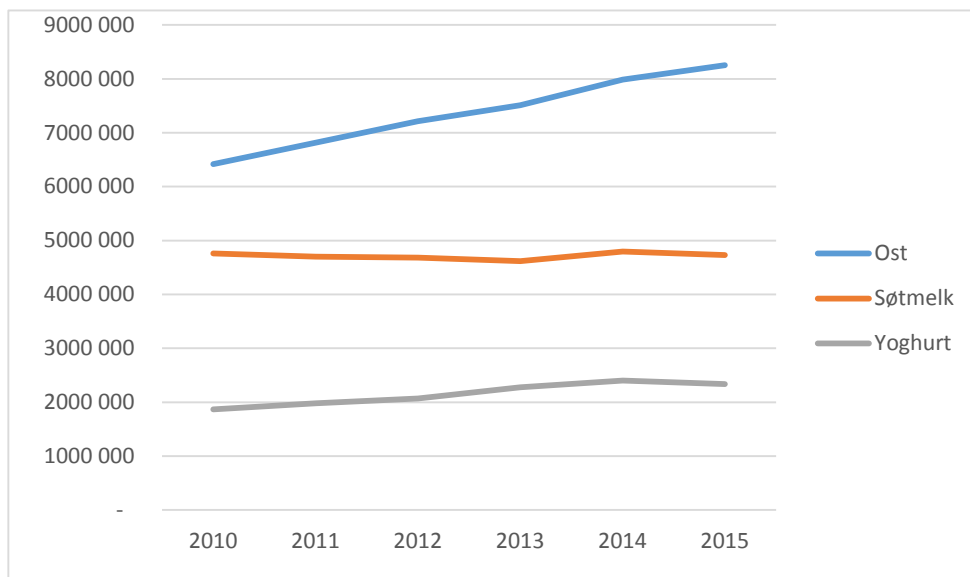
<sup>2</sup>Inkluderer dagligvare, storhusholdning og industri

<sup>3</sup>Smør inkluderer også smør-andelen fra blandingsprodukter

<sup>4</sup>Omfatter alle typer ost

Kilde: Basert på tall fra Opplysningskontoret for meieriprodukter, OFM, melk.no, justert for Landbruksdirektoratets anslag for import under ordningen med utenlands bearbeiding

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 2010–2015 i nominelle kroner<sup>9</sup>.



Figur 4: Verdimeessig utvikling på ost, søtmeik og yoghurt i norsk dagligvarehandel 2010-2015 (i 1000 kroner)

I henhold til rapportene fra Nielsen har verdien på ost omsatt i norsk dagligvarehandel økt fra 6,4 mrd. kroner i 2010 til 8,3 mrd. kroner i 2015. Det største segmentet innenfor ost er faste hvitoster, som utgjør rundt 56–57 prosent av verdien i perioden 2010–2015. I 2010 var omsetningsverdien på faste hvitoster om lag 3,6 mrd. kroner, mens i 2015 var verdien på om lag 4,7 mrd. kroner. Omsetningsverdien på søtmeik i norsk dagligvarehandel er redusert fra 4,8 mrd. kroner i 2010 til 4,7 mrd. kroner i 2015. For yoghurt har omsetningsverdien økt fra 1,9 mrd. kroner i 2010 til om lag 2,3 mrd. kroner i 2015. Vi ser av figuren at utviklingen har vist relativt jevn økning for både ost og yoghurt, mens omsetningen av søtmeik har vært stabil.

#### 2.4.4.1 Drikkemelkforbruket går ned

Totalforbruket av melk (dvs. søtmeik uten smak, søtmeik med smak, syrnet melk uten smak og syrnet melk med smak til dagligvare og storhusholdning) var 455 mill. liter i 2016. Forbruket har gått ned med 3 prosent siden 2007 og med 2,8 prosent siden 2011. All drikkemelk som omsettes i Norge er produsert i Norge, med unntak av søtmeik med smak hvor en mindre andel er importert. I 2016 utgjorde importen om lag 4 mill. liter tilsvarende 0,8 prosent av drikkemelkforbruket. Denne mengden er ikke inkludert i Tabell 11, men er med i Tabell 12 og er årsaken til avviket i tallene for melk.

<sup>9</sup> Kilde: Nielsens markedsrapporter 2011–2016

Tabell 12: Utvikling i forbruket av melk 2011 - 2016, 1000 liter

Melkevariant	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Endr. 11-16
Søtmelk uten smak	397 410	394 169	394 169	392 086	387 695	383 420	-3,5 %
Søtmelk med smak, norsk	25 158	25 921	27 122	27 842	28 338	29 703	18,1 %
Søtmelk med smak, import	3 726	3 622	3 078	3 049	3 567	3 739	0,4 %
Sum søtmelk med smak	28 883	29 543	30 200	30 891	31 905	33 442	15,8 %
Syrnet uten smak	22 430	21 855	22 062	22 197	21 468	21 089	-6,0 %
Syrnet med smak	19 086	18 679	18 228	17 028	17 046	16 613	-13,0 %
<b>Sum melk</b>	<b>467 809</b>	<b>464 246</b>	<b>464 660</b>	<b>462 202</b>	<b>458 114</b>	<b>454 564</b>	<b>-2,8 %</b>

Kilde: OFM, SSB.

Disse tallene inkluderer omsetning gjennom dagligvare og storhusholdning.



Ifølge OFM drikker vi nå 86,1 liter melk per innbygger. Dette er en nedgang på 1,5 prosent sammenliknet med 2015. Grunnet vekst i befolkningen (+0,8 prosent) gir nedgangen per capita større utslag enn på totalt volum. Totalt volum har en nedgang på 0,9 prosent i 2016.

Ifølge Nielsen har de største leverandører og varemerker for søtmelk med og uten smak vært relativt stabilt i perioden 2011-2015. Tine var største aktør innenfor alle kategorier. For syrnet melk var Kavli (Q-meieriene) nest størst i 2012 (opp fra tredje størst i 2011), og Rørosmeieriet var tredje størst fra 2013 på bekostning av Danone. De tre største varemerkene av syrnet melk er alle Tines.

#### 2.4.4.2 Yoghurtkonsumet øker kraftig

Totalforbruket av yoghurt (inkl. import) har økt med 34,2 prosent siden 2007 og med 12,7 prosent siden 2011. Forbruket økte også noe fra 2015 til 2016, men økningen er mindre enn tidligere år. I 2016 økte totalt volum med 0,6 prosent, mens per capita-forbruket ble redusert med 0,1 prosent.

Fruktyoghurt utgjør 63 prosent av totalt salg av yoghurt og denne kategorien øker med 0,6 prosent per capita. Alle kategoriene av yoghurt har hatt en økning fra 2015, med unntak av drikeyoghurt som går sterkt tilbake. Mengden importert yoghurt har også gått tilbake.

Yoghurtimporten utgjorde 2,8 prosent i 2007, mens den i 2011 utgjorde 8,8 prosent, og i 2016 13,1 prosent. I tallene for salg av norskprodusert yoghurt er Skyr inkludert. Import av yoghurt på kapitlene 19 og 21 i tolltariffen kommer i tillegg til importen på kapittel 4 som tabellen gir en oversikt over.

Tabell 13: Utviklingen i totalmarkedet for yoghurt i perioden 2011-2016, inkl. Skyr

Mengde i 1000 kg	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Importert yoghurt*	4 540	4 962	6 723	7 564	8 488	7 564
Norsk yoghurt	46 770	47 383	49 294	49 666	49 250	50 285
Totalt	51 310	52 345	56 017	57 230	57 738	57 849

Kilde: OFM, SSB

\*Importen under ordningen utenlands bearbeiding er trukket fra importert mengde.

Tabellen over viser omsatt mengde i dagligvaremarkedet og storhusholdning av norskprodusert yoghurt, importert yoghurt og yoghurtlignende produkter. Totalmarkedet for yoghurt har økt i 2016 sammenlignet med 2011, og økningen er på 12,7 prosent. Det er både importert yoghurt og norskprodusert yoghurt som har bidratt til denne økningen. Mens salget av norskprodusert yoghurt har økt med 7,5 prosent, har importen økt med 67 prosent i perioden 2011–2016. Yoghurtmarkedet i Norge har økt med ca. 6 500 tonn i denne perioden. Norskprodusert yoghurt har bidratt med ca. 3 500 tonn, mens importert yoghurt har bidratt med 3 020 tonn. Norskprodusert yoghurt har dermed bidratt med mer til økningen av totalmarkedet enn importen i mengde, men som tabellen under viser har norskprodusert yoghurt tappt markedsandeler.

Tabell 14: Utvikling i markedsandeler, i kvantum, for norskprodusert og importert yoghurt i perioden 2011-2016

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Norsk	91,2 %	90,5 %	88,0 %	86,8 %	85,3 %	86,9 %
Import	8,8 %	9,5 %	12,0 %	13,2 %	14,7 %	13,1 %

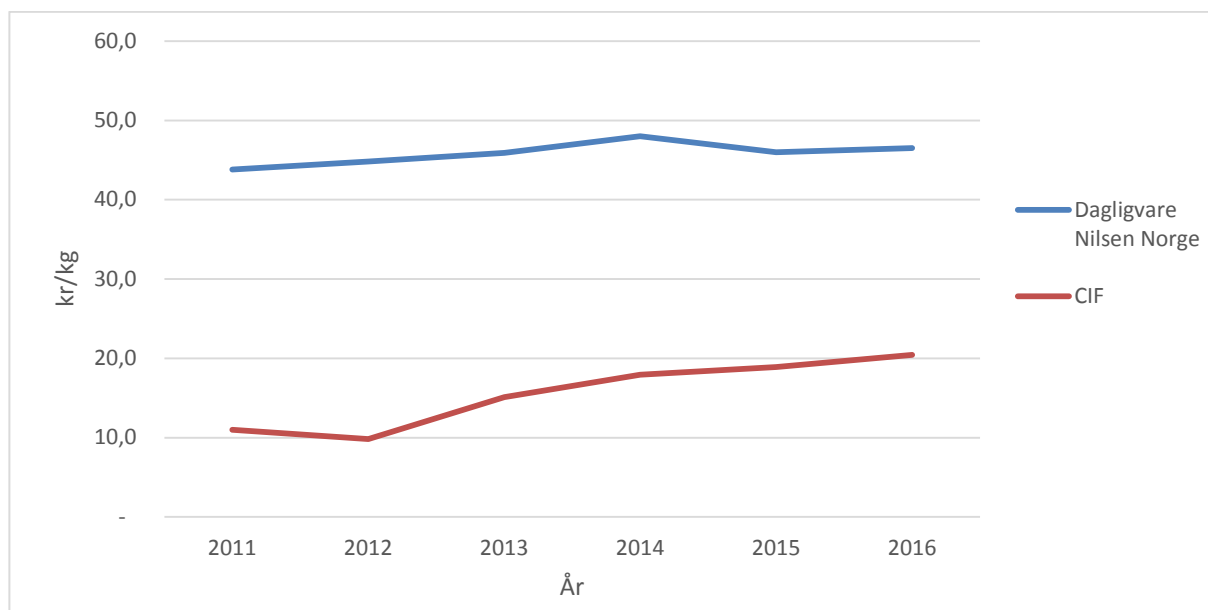
Ifølge Nielsen har de to største leverandørene av yoghurt vært norske gjennom hele perioden 2011–2015. Danone var tredje største leverandør frem til og med 2012. Deretter har det variert mellom Fjordland, Kavli og Synnøve Finden. De tre største yoghurtmerkene har vært stabile gjennom perioden, bortsett fra i 2016 da Synnøve Finden kom inn med tredje største varemerke.

De siste årene har det kommet nye aktører i det norske markedet som importerer yoghurt. To av disse er også aktører som har norsk produksjon av meierivarer. Tallene viser at det i 2011 var utenlandske yoghurtprodusenter som dominerte importen, mens det i 2016 var norske meieriaktører som var blant de største importørene. Importen til de norske meieriaktørene utgjorde til sammen ca. 50 prosent av importert mengde. Importen til den største aktøren i 2011 var redusert fra 65 prosent i 2011 til 23,5 prosent av importert mengde i 2016.

Figuren under viser utviklingen i pris per enhet for yoghurt solgt i dagligvarehandelen og import verdien per enhet. Som figuren viser har utsalgspris i dagligvarehandelen økt mindre enn importverdien per enhet. Prisen i dagligvarehandelen for yoghurt har økt fra 41,6 kroner per kg i 2011 til 46,5 kroner per kg i 2016, en økning på ca. 12 prosent. Mens CIF<sup>10</sup>-verdien har økt fra 11 kroner per kg i 2011 til 20,4 kroner per kg i 2016, en økning på 86 prosent. Økningen i CIF-verdien indikerer

<sup>10</sup> Cost, insurance, freight

at det er dyrere produkter som importeres, men det er også andre faktorer som påvirker verdien, som for eksempel svekket kronkurs som øker importprisen.



Figur 5: Utvikling i pris på yoghurt i norsk dagligvare og deklarerert verdi på importert yoghurt (cif importverdi)

I 2016 ble det solgt 413 forskjellige typer yoghurt og yoghurtlignende produkter i norsk dagligvarehandel, mens antallet i 2014 var 234 ulike produkter. I 2016 var det 20 forskjellige leverandører av yoghurtprodukter til dagligvarehandelen. Dette indikerer at forbrukeren har hatt et vesentlig større utvalg av yoghurt og lignende produkter i 2016 enn i 2014. I 2016 er det også flere aktører som har solgt yoghurt i dagligvaremarkedet.

Tabell 15: Økning i antall yoghurtprodukter i dagligvarehandelen

	2014	2016
Totalt	234	413

Kilde: Nielsen

#### 2.4.4.3 Osteforbruket har økt

Totalforbruket av ost (inkl. import) økte med 24,6 prosent i perioden fra 2007 til 2011 og med 15,3 prosent i perioden 2011–2016. I motsetning til melkeforbruket som har en nedadgående tendens i hele perioden, har totalforbruket av ost økt i hele perioden.

Forbruket av norskprodusert ost var uendret i 2016 på capita-nivå sammenlignet med 2015. For ost inkludert import økte forbruket med 0,9 prosent på capita-nivå. Totalforbruket av ost inkludert import økte med 1,6 prosent fra 2015 til 2016.

I 2014 utgjorde importen 10,4 prosent av omsatt mengde ost i Norge, i 2015 10,9 prosent og i 2016 11,4 prosent. Dette viser at importen av ost får en stadig større betydning i det norske forbruket.

**Tabell 16: Utvikling i markedet for ost 2011-2016, tonn**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Norsk ost*	78 062	79 153	82 836	85 905	88 025	88 910
Importert ost	8 965	9 384	9 605	9 988	10 735	11 405
Totalt	87 027	88 537	92 442	95 894	98 760	100 315

Kilde: OFM, SSB

\*Importen som kommer under ordningen utenlands bearbeiding er trukket fra importert mengde.

**Tabell 17: Utvikling i markedsandeler, i kvantum, for norskprodusert og importert ost i perioden 2011-2016**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Norsk	89,7 %	89,4 %	89,6 %	89,6 %	89,1 %	88,6 %
Import	10,3 %	10,6 %	10,4 %	10,4 %	10,9 %	11,4 %

Basert på tall fra OFM var 88,6 prosent av osten omsatt i Norge i 2016 norsk mot 89,7 i 2011. Tall fra Nielsen viser at i første halvår 2016 var 87 prosent av omsatt ost i dagligvarehandelen norsk. Det varierer etter ostetype hvor stor andel av omsatt ost som er norsk. For muggoster og feta/fetalignende er andelen norsk ost relativt liten, mens den er høy for blant annet brunost og faste modna oster (hvitost).

**Tabell 18: Omsatt ost i norsk dagligvarehandel 1. halvår 2016, tonn**

	Norsk kvantum	Importert kvantum	Sum omsatt	Andel norsk
Brunost	4 761	13	4 774	99,7 %
Fersk ost	4 723	1 219	5 941	79,5 %
Revet ost	2 453	842	3 295	74,5 %
Smelteost	1 756	50	1 806	97,2 %
Muggost	237	1 247	1 483	16,0 %
Feta og fetalignende	84	905	989	8,5 %
Faste modna oster	20 405	1 067	21 472	95,0 %
Sum	34 418	5 343	39 761	86,6 %

Kilde: Nielsen

Ifølge Nielsen har de to største leverandørene av ost vært norske gjennom hele perioden 2011–2015. Kavli har tatt over for Arla som tredje største leverandør fra 2014. Gjennom hele perioden har Norvegia, Jarlsberg og Synnøve vært de tre største varemerkene.

Det har vært stor utvikling i antall osteprodukter som omsettes i norsk dagligvarehandel i perioden 2012–2015. Data fra Nielsen om omsetning av ost viser at det var 1 219 forskjellige ostetyper omsatt i 2012 (når Skyr og analog ost holdes utenfor). Rapporten for 2015 omfatter 2614 produkter. Utviklingen i antall varelinjer er lik for de importerte og de norskproduserte ostene.

*Tabell 19: Antall varelinjer for ost i 2012 og 2015 i norsk dagligvarehandel*

Norsk/import	2012	2015
Norske varelinjer	564	1 235
Import varelinjer	655	1 379
Totalsum	1 219	2 614

*Kilde: Nielsen*

Tabellen nedenfor viser at omsetningen av ost gjennom dagligvarehandelen har økt betraktelig fra 2006 til 2015. I kvantum er økningen på 30 prosent. Siden 2011 er økningen på 12,4 prosent. I pris er økningen henholdsvis på 31 og 8 prosent for de to tidsrommene.

*Tabell 20: Utvikling i volum og verdi i dagligvarehandelen for ost*

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Salg i verdi, mill. kroner	4 835	5 123	5 548	6 131	6 416	6 814	7 215	7 514	7 985	8 255
Solgt kvantum 1000 kg	56 763	58 074	59 651	61 568	63 183	65 829	67 722	69 925	71 651	73 990
Beregnet pris kr/enhet	85,19	88,21	93,01	99,58	101,55	103,52	106,53	107,45	111,45	111,57

*Kilde: Nielsen*

## 2.4.5 Import

Importen av meieriprodukter har mer enn doblet seg de siste ti årene. Tabell 21 viser at importen har økt fra 9 500 tonn i 2007 til 21 000 tonn i 2016. Det er yoghurt og ost som utgjør de store postene i importregnskapet. Importen av pulverprodukter og kondensert melk har også økt de siste årene og utgjør i 2016 et betydelig kvantum. Landbruksdirektoratet har tatt utgangspunkt i Statistisk Sentralbyrås (SSB) importstatistikk og har trukket fra vårt anslag for import under ordningen med utenlands bearbeiding<sup>11</sup> (UB).

<sup>11</sup> Meieriprodukter som importeres under ordningen med utenlands bearbeiding er lagd helt eller delvis med norske råvarer i utlandet og importert til betingelser hvor man kun betaler toll på utenlandske råvarer som inngår i produksjonen.

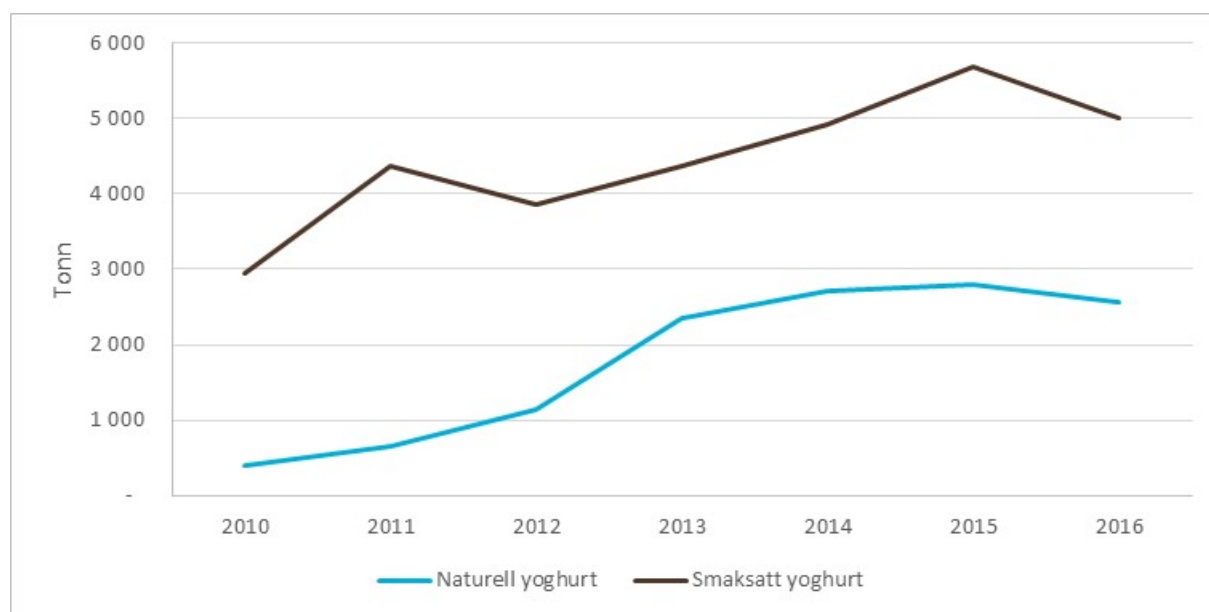
Tabell 21: Import av meieriprodukter på tolltariffens kapittel 4, tonn

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flytende melk og fløte	99	1	2	5	31	13	12
Melkepulver og kondensert melk	422	530	641	646	722	988	1 076
Yoghurt	1 195	4 540	4 962	6 723	7 564	8 488	7 564
Andre syrna meieriprodukter	217	108	97	29	308	44	25
Myse, mysepulver	224	135	276	367	356	306	296
Smør	273	2 082	2 049	405	432	359	391
Ost	7 036	8 965	9 384	9 605	9 988	10 735	11 405
<b>Sum</b>	<b>9 466</b>	<b>16 361</b>	<b>17 411</b>	<b>17 780</b>	<b>19 402</b>	<b>20 932</b>	<b>20 769</b>

### 2.4.5.1 Økt import av yoghurt

Importen av yoghurt ble redusert med 924 tonn og 5 mill. kroner fra 2015 til 2016. Fra 2007 til 2016 er økningen imidlertid betydelig. Frukt- og smaksatt yoghurt (RÅK-yoghurt) utgjorde ca. 5 000 tonn av importen i 2016, mens naturell yoghurt utgjorde ca. 2 560 tonn. Til sammen ble det importert 7 564 tonn yoghurt, til en verdi av 154 mill. kroner.

Figur 6 viser utvikling i mengden importert yoghurt. Det ble ikke importert yoghurt på UB i 2016. Av den naturlige yoghurten er det 85 prosent som kommer fra Hellas og Sverige, mens 66 prosent av RÅK-yoghurten kommer fra Hellas og Polen. De tre største importørene står samlet for 74 prosent av importert mengde.



Figur 6: Utviklingen av importert yoghurt, naturell yoghurt og smaksatt, tonn

Ifølge OFM ble det solgt 50 285 tonn norsk yoghurt i dagligvare- og storhusholdningsmarkedet. Inkludert import er totalforbruket av yoghurt på 57 849 tonn. Importen utgjorde dermed 13,1 prosent



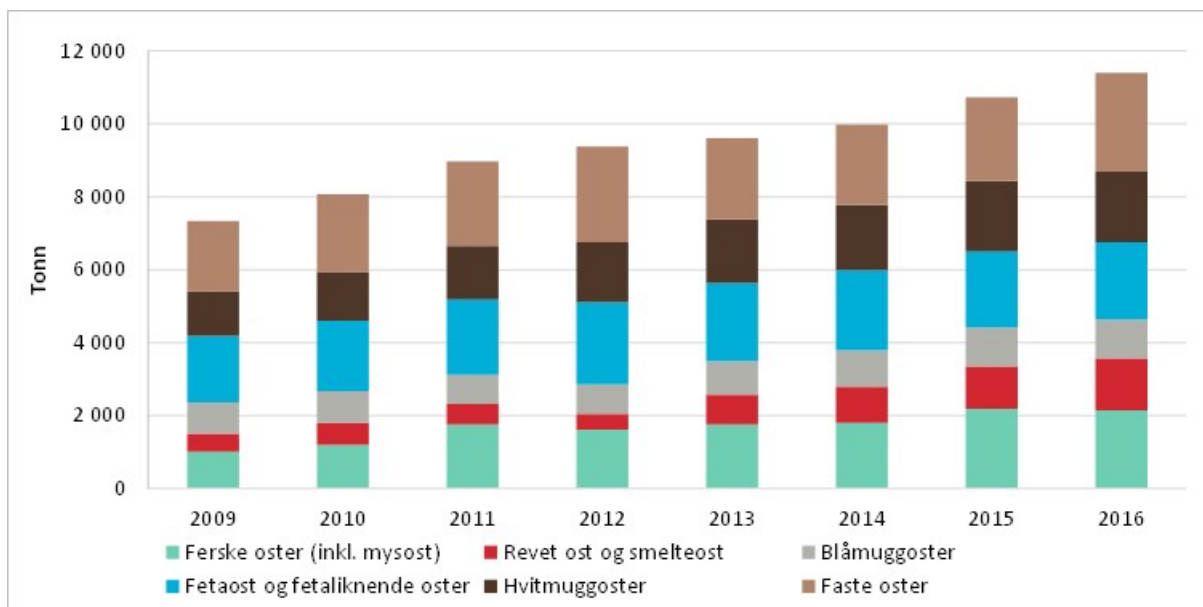
av totalforbruket av yoghurt i 2016, noe som er nedgang på 1,6 prosentpoeng fra 2015. Ifølge Nielsen Norge ble det solgt yoghurt i dagligvarehandelen til en verdi av 2 339 mrd. kroner<sup>12</sup>. CIF<sup>13</sup> importverdien utgjør kun 6 prosent av salgsverdien i butikk.

Segmentet for naturell yoghurt økte med 300 tonn i 2016 sammenlignet med 2015, og norsk yoghurt stod for økningen. Importen av naturell yoghurt utgjorde 27 prosent av totalforbruket i 2016, en reduksjon på 3,6 prosentpoeng sammenlignet med 2015. Smaksatt yoghurt gikk ned med 376 tonn, og det var importen som tapte andeler da salget av norsk smaksatt yoghurt gikk opp. For smaksatt yoghurt utgjorde importen 10 prosent av forbruket i 2016, noe som er en reduksjon på 1,3 prosentpoeng fra 2015.

### 2.4.5.2 Økt import av ost

Importen av ost har økt fra 7 000 tonn i 2007 til 11 400 tonn i 2016. I 2016 økte osteimporten med 670 tonn, mens verdien av osteimporten økte med 61 mill. kroner, sammenlignet med året før. Tollfrie kvoter på ost utgjør 7 400 tonn, og disse ble nesten fullt utnyttet i 2016. Import av ost til ordinær toll utgjorde omlag 4 100 tonn. Det ble importert mest av faste oster (tollvarenr. 04.06.9092, 04.06.9097 og 04.06.9098). De utgjorde ca. 2 700 tonn. Det er også på de faste ostene at importen økte mest, med 419 tonn (18 prosent) økning fra 2015 til 2016. Sammensetningen av osteimporten er illustrert i Figur 7.

Nest størst var importen av ferske oster med en importmengde på ca. 2 150 tonn. Fetaost ble det importert ca. 2 125 tonn av, mens hvitmuggoster utgjorde ca. 1 900 tonn. I tillegg til ordinær import av ost og import på kvotene, var det import av ost på ordningen med utenlands bearbeiding (UB). Dette er ost som er produsert i utlandet på norsk melk. I 2016 utgjorde denne importen ca. 2 450 tonn.



Figur 7: Utvikling i importen av ost fordelt på ostetyper. UB er ikke inkludert, tonn

<sup>12</sup> Dette inkluderer også salg av Skyr og kvaug, ikke bare yoghurt, under varenummer 04.03.1010,-1030,-1091.

<sup>13</sup> CIF (Cost, insurance, freight), utgifter inkludert forsikring og frakt.

Ifølge OFM ble det omsatt 100 315 tonn ost i Norge i 2016. Omsetningen økte med 1 554 tonn, tilsvarende 1,6 prosent, sammenlignet med året før. Importert ost tok da 670 tonn av denne omsetningsøkningen.

### 2.4.5.3 Endringer i importkvotene for ost

Størstedelen av importen til Norge foregår gjennom kvoteimport. I tillegg er det noe import til ordinær tollsats. Størsteparten av kvotene er for import fra EU og en mindre del av de er for import fra EFTA-land.

I 1995 var ostekvotene fra EU 2 560 tonn. Det var en tollsats på 1,20 kr per kg ost innenfor kvoten. Fra 2003 ble kvoten økt til 4 000 tonn og hele kvantumet ble gjort tollfritt<sup>14</sup>. Fra 1. juli 2006 ble kvoten økt ytterligere med 500 tonn årlig, til 4 500 tonn<sup>15</sup>. Deler av kvoten var forbeholdt aktører med historiske rettigheter, mindre deler av kvoten ble fordelt til industriformål og nykommere. Av kvoten på 4 500 tonn ble 3 430 tonn fordelt på grunnlag av historiske rettigheter, 340 tonn til industriformål og 730 tonn til nykommere. På deler av kvotekvantumet (2 160 tonn kalt dessertostkvoten) var det begrensninger på hvilke typer oster som kunne importeres gjennom ostelista<sup>16</sup> og 80/20-regelen<sup>17</sup>.

Fra 2012 ble kvoten utvidet med 2 700 tonn som skulle fordeles på auksjon<sup>18</sup>. I tillegg skulle den eksisterende kvoten på 4 500 tonn fordeles etter en ny metode fra 2014, som ikke skulle være auksjon. Hele kvoten kunne brukes for alle typer ost. Det vil si at ostelista<sup>19</sup>, industrikvoten og nykommerkvoten falt bort.

Fra 2014 ble kvoten fordelt forholdsmessig etter aktørenes andel av osteimporten til Norge målt i verdi gjennom 24 måneder frem til 1. oktober før det aktuelle kvoteåret. Det ble fastsatt et minstekrav om at fra ostekvoten for 2016 måtte man ha importert minst 15 tonn over en toårsperiode for å kvalifisere til ostekvote. Dette kravet skulle være på tre tonn for 2014 og fem tonn for 2015 for å gi tid for tilpasning. Samtidig ble meieriselskapene gitt samme kvote som tidligere i en overgangsperiode på to år.

I Artikkel 19-forhandlingene mellom Norge og EU ble det i 2017 enighet om at EUs importkvoter for ost til Norge skulle økes med ytterligere 1 200 tonn. Det er ikke fastsatt når dette skal gjelde fra. En sannsynlig dato er på dette tidspunktet 1. januar 2019.

---

<sup>14</sup> Norge og EU ble i 2002 enige om en avtale i henhold til EØS-avtalens Artikkel 19 om utvidet handel med landbruksvarer.

<sup>15</sup> Bakgrunnen for avtalen skyldtes endringer i osteavtalen etter den presiseringen Norge gjorde i 2004 av retningslinjene for klassifisering av oster i lake (fetaost).

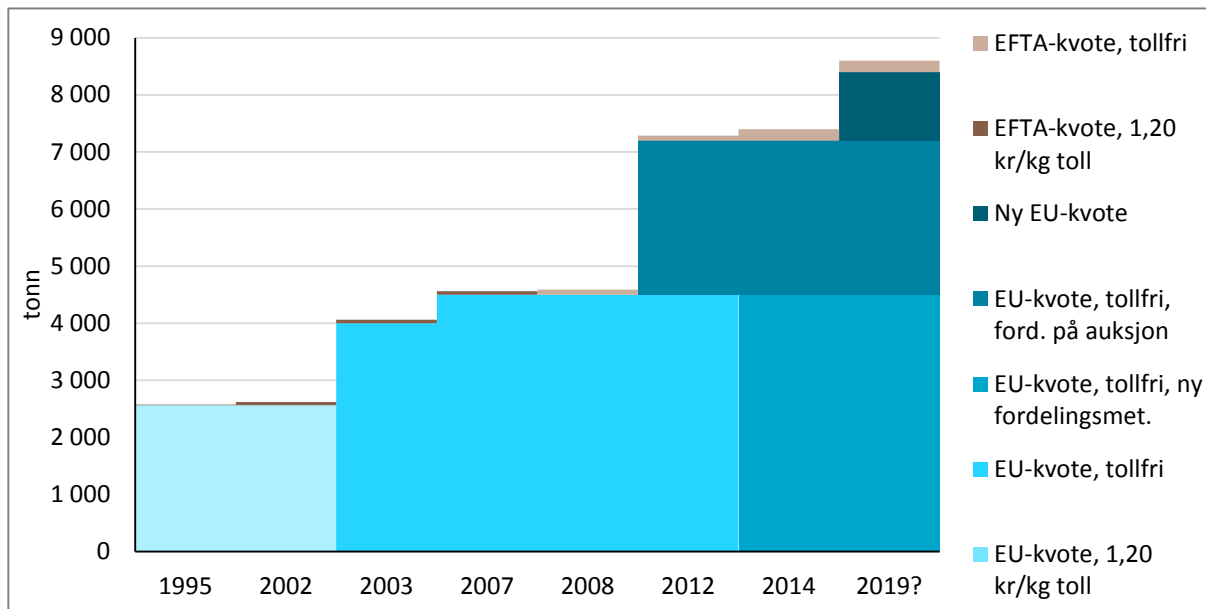
<sup>16</sup> Ostelista innebærer en begrensning av ostetyper som kan importeres innenfor kvoten.

<sup>17</sup> 80/20-regelen innebærer at inntil 20 % harde oster kan importeres innenfor denne delen av kvoten.

<sup>18</sup> I 2010 ble Norge og EU enige om en ny avtale i henhold til EØS-avtalens Artikkel 19.

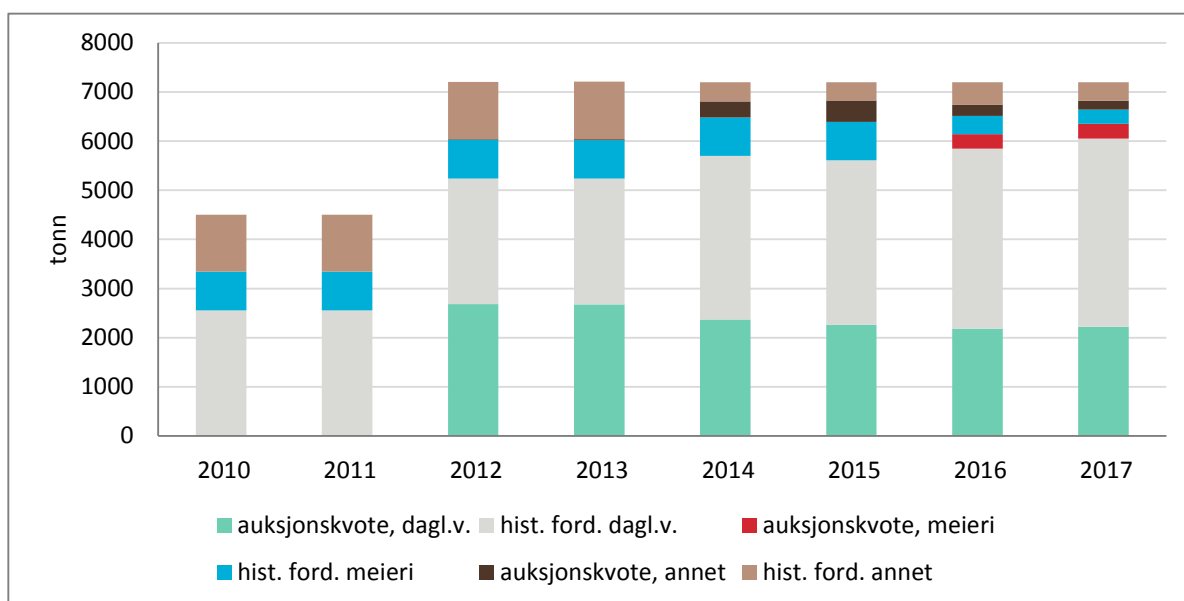
<sup>19</sup> Ostelista ble avvirket allerede fra 1. januar 2011.

Frem til 2001 var EFTA-kvoten på 14 tonn. I forhandlinger i 2001 ble det enighet om å øke kvantumet til 60 tonn. Dette ble senere utvidet til 90 tonn i 2008 og 200 tonn fra 2014. I 2008 ble også tollsatsen på kr 1,20 per kg innenfor kvoten fjernet. EFTA-kvoten ble fordelt ved auksjon fra kvoteåret 2007, tidligere ble den fordelt på bakgrunn av historisk import.

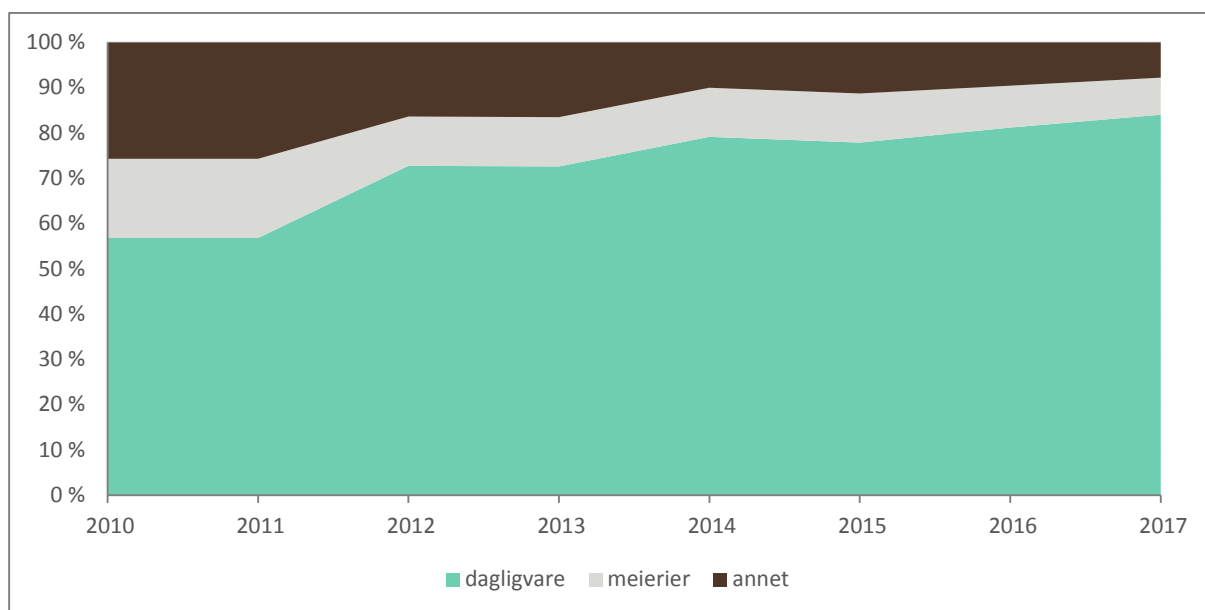


Figur 8: Utvikling i størrelsen på ostekvotene fra EU og EFTA

Figur 9 og Figur 10 viser fordelingen av ostekvotene mellom tre forskjellige typer aktører, meieri, dagligvare og annet. Tine, Synnøve Finden og O. Kavli er representert som «meieri». Aktører som er ført som dagligvare er Unil, Oluf Lorentzen, Rema Distribusjon, Rema Trading, COOP Norge Handel og ICA Norge. I kategorien «annet» er det mange aktører med små kvoteandeler.

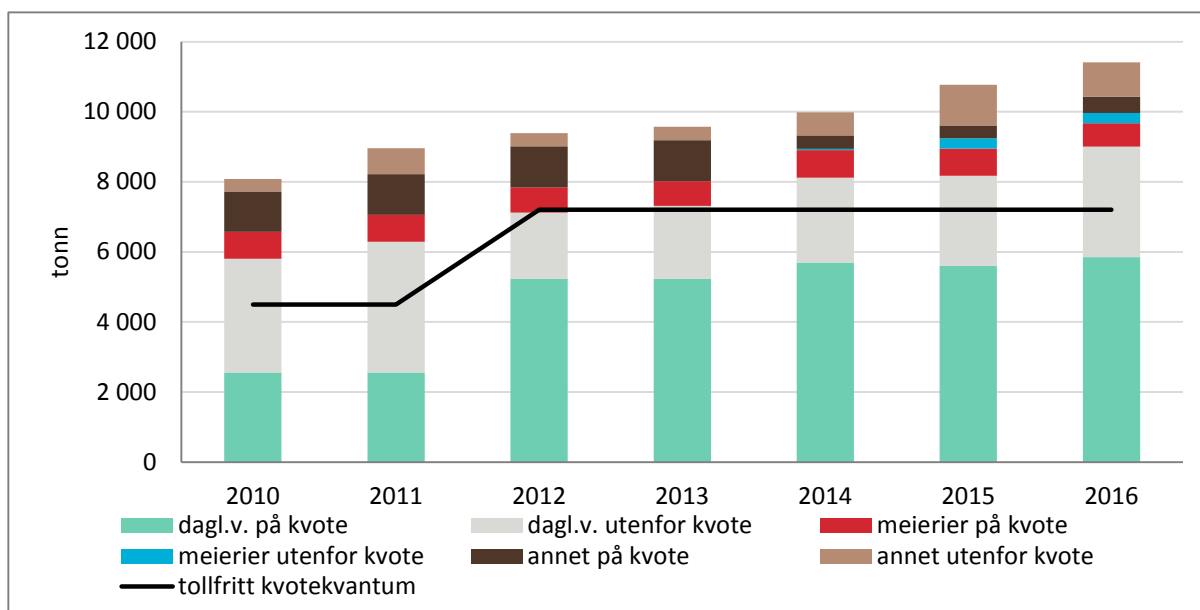


Figur 9: Tildeling av kvoter på bakgrunn av historiske rettigheter/import og auksjon fordelt på importører tilknyttet dagligvarekjedene, meierier og andre aktører



Figur 10: Utvikling i andel av total ostekvote per type aktør

Figurene viser at dagligvareaktørene har økt sine kvoteandeler de siste åtte årene. Spesielt ved innføringen av auksjonskvotene fra 2012 og endring av fordelingsmetoden fra 2014 ser vi at andelen øker.



Figur 11: Den faktiske importen av ost fordelt på de tre kategoriene importører og fordeling innenfor og utenfor kvote

Dagligvarehandelen har økt sin andel av importen fra 72 prosent til 79 prosent av importert kvantum. På grunn av utvidelsen av kvotene er andelen innenfor kvoten i 2016 adskillig større enn i 2010. Meieriselskapene i PU hadde 9 prosent importandel i både 2010 og 2016. «Annet» har mistet andeler totalt og innenfor kvotene. Andelen import utenfor kvoter har økt for disse importørene.

Tabell 22: Prosentvis fordeling av osteimporten per importørkategori og innenfor eller utenfor kvote

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Dagl.v. på kvote	32 %	29 %	56 %	55 %	57 %	52 %	51 %
Dagl.v. utenfor kvote	40 %	42 %	20 %	22 %	24 %	24 %	28 %
Meierier på kvote	9 %	9 %	8 %	7 %	8 %	7 %	6 %
Meierier utenfor kvote	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	3 %	3 %
Annet på kvote	14 %	13 %	12 %	12 %	4 %	3 %	4 %
Annet utenfor kvote	4 %	8 %	4 %	4 %	7 %	11 %	9 %

## 2.4.6 Eksportutvikling

Ost og myseproteinkonsentrat dominerer eksporten av meieriprodukter fra Norge. Som for importen er eksporttallene basert på SSBs eksportstatistikk, og Landbruksdirektoratet har justert tallene for meieriprodukter som har blitt eksportert for å bearbeides utenlands. I 2007 var det ost som dominerte eksporten sammen med smør og flytende melk. Etter hvert som produksjonen av myseproteinkonsentrat har kommet i gang er dette den største eksportartikkelen i mengde. I verdi betyr osten mest. Det var tilnærmet ingen eksport av smør i perioden 2012–2014. I 2016 trådte begrensningene fra ministermøtet i WTO i desember 2015 i kraft og har begrenset eksporten av smør.

Tabell 23: Eksport av meieriprodukter på tolltariffens kapittel 4, tonn

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flytende melk og fløte	1 717	127	-	9	2	4	17
Melkepulver og kondensert melk	18	-	1 446	2 872	21	1 073	29
Yoghurt	134	0	2	-	1	1	2
Andre syrna meieriprodukter	0	1	5	0	0	1	2
Myse, mysepulver	284	13	4	11 561	17 552	20 260	19 594
Smør	2 354	457	1	1	0	535	1 090
Ost	15 146	13 885	12 990	13 816	12 212	11 216	11 429
<b>Sum</b>	<b>19 653</b>	<b>14 483</b>	<b>14 447</b>	<b>28 259</b>	<b>29 788</b>	<b>33 090</b>	<b>32 163</b>

### 2.4.6.1 Redusert eksport av ost



Eksporten av ost fra Norge vil berøres av de nye begrensningene for eksportstøtte fra utgangen av 2020. Tall for de siste årene viser at eksporten domineres av faste modnede oster, som f.eks. Jarlsberg.

Den nest største eksportgruppen av ost er ferske oster, tett fulgt av mysoster. Tallene viser også en trend med en nedadgående eksportmengde. Fra eksport av ost på over 15 000 tonn i 2007 var eksporten på om lag 11 500 tonn i 2016.

### 2.4.7 Utvikling i råvarekostnad

Utvikling i noteringsprisen for melk, justert for tilskudd og avgifter i PU, beskriver hvilken endring meieriselskaper som kjøper melk fra Tine Råvare har hatt i råvarekostnader for produksjon av melkeprodukter i de ulike pris- og biproduktgruppene i PU.

Målprisen på melk har fra første halvår 2007 og frem til andre halvår 2016 økt med 1,54 kr per liter, eller ca. 40 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 24: Utvikling i målpris og noteringspris på melk som råvare, kr per liter

	2006/ 2007	2007/ 2008	2010/ 2011	2.h 2011	1.h 2012	2012/ 2013	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2.h 2016
Målpris	3,84	3,94	4,54	4,66	4,73	4,82	5,05	5,20	5,28	5,38
Noteringspris	3,84	3,94	4,54	4,66	4,73	4,82	5,05	5,20	5,27	5,38

For råvarekostnad for Q-meieriene, viser vi til Q-meierienes eget innspill som er oppsummert i kapittel 2.6.2.3.

Tines melkeprodusenter får en basispris for melken de leverer som er beregnet ut fra målpris med fratrukk for kostnader i Tine Råvare<sup>20</sup> og med eventuelt tillegg/trekk for kvalitet, fettinnhold o.l.

Tine betaler i tillegg ut en eventuell avkastning fra Tine Industri gjennom en etterbetaling per liter melk som hvert medlem leverer. I tabellen nedenfor er utviklingen i utbetalt pris til produsent fra Tine SA. Produsentpris inkl. avkastning har økt fra kr 3,91 per liter i 2007 til kr 5,69 per liter i 2016, en økning på kr 1,78 per liter.

*Tabell 25: Utbetalt pris til produsent fra Tine SA, kr per liter*

År	Pris
2007	3,91
2008	3,91
2009	4,34
2010	4,53
2011	4,74
2012	4,79
2013	4,91
2014	5,28
2015	5,61
2016	5,69

## 2.4.8 Utvikling i priser på sluttprodukt

Landbruksdirektoratet har sett på engros- og forbrukerprisutvikling i perioden 2007 til 2016. Dataene vi har sett på er Nibios indekser for matvarepriser.

Nibio publiserer månedlige indekser for utviklingen i priser på engros- og detaljstnivå for en rekke matvarer, også for melk og meieriprodukter. I tabellen nedenfor er det satt opp beregnede årlige gjennomsnittsverdier basert på disse månedsindeksene.

På engrosnivå viser tallene at det er en gjennomsnittlig prisøkning på meierivarer på 15 prosent fra 2011 til 2016. Smør økte mest i pris med 44 prosent, mens ost, melk og yoghurt har økt minst med 14 prosent. På forbrukernivå viser indeksen for mat- og alkoholfrie drikkevarer en øking på 9 prosent fra 2011 til 2016, mens meierivarer viser en prisøkning på 4 prosent. Gjennomsnittlig prisøkning på meierivarer er da mindre enn for andre matvarer. Smør er kategorien som økte mest, mens melk, yoghurt og andre melkeprodukter økte minst i pris.

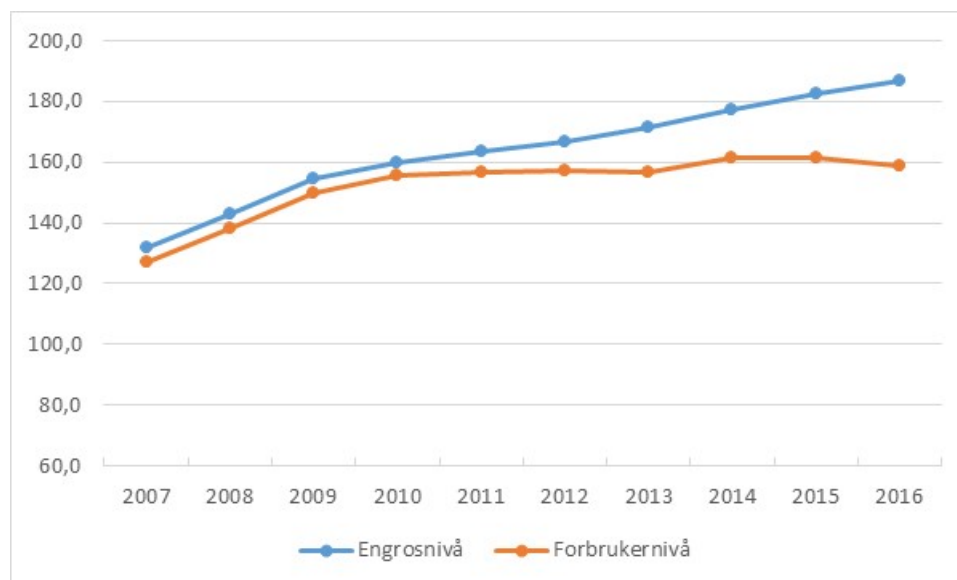
<sup>20</sup> Tine Råvare står for råvarehåndteringen, mens øvrig virksomhet (Tine Industri) står for foredling av melken til meieriprodukter.

Tabell 26: Indeks for utvikling i engros- og forbrukerpriser, beregnet gjennomsnitt per år, 200 -2016 (1998 = 100)

Verdier	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Endring 2007- 2016	Endring 2011- 2016	
Engros- nivå	Meierivarer	126,5	156,0	160,8	166,5	173,0	177,8	179,3	42 %	15 %
	Melk, yoghurt og fløte	131,6	163,5	167,0	171,3	177,2	182,5	186,7	42 %	14 %
	Smør	136,3	168,3	180,0	210,2	232,8	243,8	242,3	78 %	44 %
	Ost	118,8	144,3	150,0	155,8	161,6	165,7	164,1	38 %	14 %
Forbruker- nivå	Mat- og alkoholfrie drikkevarer	112,5	122,3	123,8	125,1	128,9	128,9	132,7	18 %	9 %
	Meierivarer	114,9	137,1	138,4	139,3	144,2	144,2	142,7	24 %	4 %
	Melk, yoghurt og fløte	127,3	156,5	157,0	156,6	161,5	161,5	158,9	25 %	2 %
	Smør	114,7	149,3	157,1	184,2	200,3	200,3	189,8	66 %	27 %
	Ost	99,3	113,1	114,9	115,9	120,3	120,3	120,5	21 %	7 %
	Andre melkeprodukter	111,6	131,4	130,2	134,5	137,3	137,3	131,4	18 %	0 %

Kilde: Nibio

Tallene i tabellen over viser også at prisene økte noe mer på engrosnivå enn hva prisene til forbruker gjorde. Dette vises nærmere i figurene under for kategoriene melk, yoghurt og fløte og for ost. Vi gjør oppmerksom på at tallene på engrosnivå er listepriser, dvs. uten rabatter. Vi har ikke tilgang på informasjon om nivået på rabatter har endret seg i perioden. Dersom omfanget av rabatter er stabilt gjennom perioden viser indeksen den reelle prisutviklingen. Hvis omfanget av rabatter har økt i perioden, viser indeksen en prisøkning som er større enn den reelle.

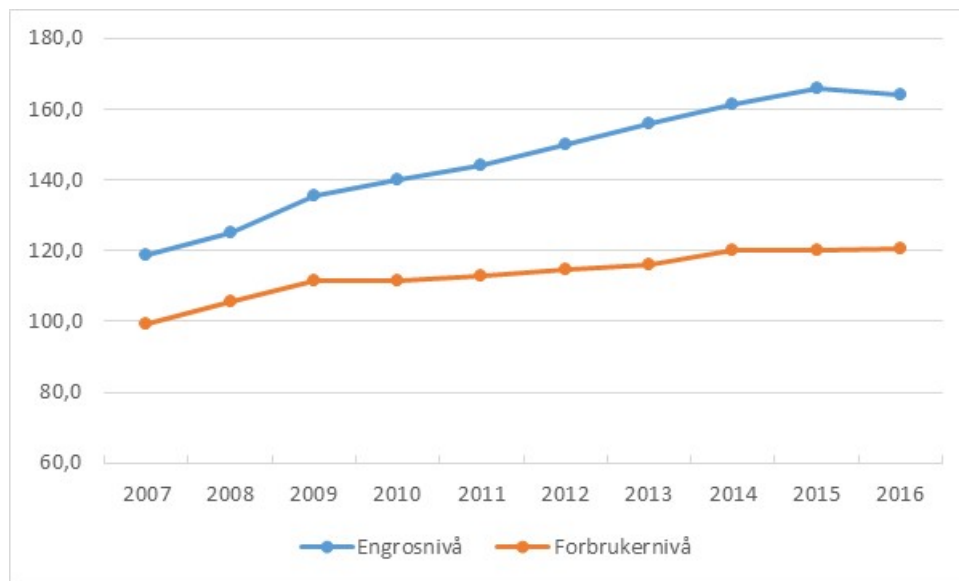


Figur 12: Årlig prisutvikling for melk, yoghurt og fløte på forbruker- og engrosnivå. Indeks 1998 = 100 (kilde: Nibio)

Figuren over viser at for kategorien melk, yoghurt og fløte følger indeksene hverandre fra 2007 til



2009. Fra 2010 forsetter indeksen på grossistnivå å stige, mens indeksen på forbrukernivå flater mer ut.



Figur 13: Årlig prisutvikling for ost på forbruker- og engrosnivå. Indeks 1998 = 100 (kilde: Nibio)

Figuren over viser at for kategorien ost stiger indeksen på grossistnivå jevnt over mer enn indeksen på forbrukernivå i perioden 2007–2016.

## 2.4.9 Overvåkingsordningen i meierisektoren

Konkurransetilsynet presenterte frem til 2012 resultater fra overvåkingsordningen i melkesektoren i halvårsrapporter. Siden 2013 har Konkurransetilsynet valgt ikke å gi ut informasjon om resultater fra overvåkingsordningen.

Tabell 27: Oversikt over brudd på kritisk verdi i perioden 1. halvår 2008–2. halvår 2012

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
2. halvår 2011	3
1. halvår 2012	4
2. halvår 2012	4

Kilde: Konkurransetilsynet

Antall produkter som har hatt brudd på kritisk verdi er redusert gjennom perioden.

#### **2.4.10 Investeringer**

Landbruksdirektoratet har bedt aktørene i prisutjevningsordningen om regnskapstall på investeringer/kostnader innenfor følgende tre kategorier i årene 2011–2016:

- Investeringer i anlegg
- Kostnader til produktutvikling/innovasjon
- Kostnader til merkevarebygging/markedsføring for meieriprodukter

Vi har mottatt slik informasjon fra fire av meieriselskapene.

For å få et bilde av investeringene i norsk meieriindustri har vi sett på meieriselskapenes investeringer. Vi har ikke gjengitt omtale eller vurderinger i denne rapporten, ettersom dette kan være forretnings sensitiv informasjon.

Tine orienterer i sitt innspill blant annet om at de i perioden har investert i både nye anlegg, samt utvidelse av eksisterende anlegg og lagre.

Q-meieriene melder om at til tross for at de har økt investeringsnivået betydelig, er det et ytterligere behov for å skifte ut gammelt utstyr og investere i ny teknologi og videre vekst, og for å kunne gjøre dette på et bedriftsøkonomisk fornuftig grunnlag, er det viktig med langsiktighet og forutsigbarhet. Q-meieriene oppgir også at de har investert i å bygge merkevaren Q-Meieriene. I tillegg til å bruke midler for å markedsføre produktene, oppgir Q-meieriene at de har hatt stadig økende kostnader knyttet til bemanning og administrasjon etter hvert som antall konsepter, produkter og kompleksitet har økt.

Synnøve Finden og Normilk har også levert tall til Landbruksdirektoratet, men disse selskapene har ikke omtalt investeringer ytterligere i sine innspill.

#### **2.4.11 Nylanseringer**

Landbruksdirektoratet har etterspurt informasjon om innovasjoner fra aktørene i prisutjevningsordningen. Med innovasjoner tenker vi her på antall nye produkter per pris- og biproduktgruppe og antall produkter per gruppe som tas ut av sortimentet. Videre har vi bedt om at det også bør fremgå hvor mange år produkter som tas ut av sortimentet har vært i markedet.

Tine melder om at de årlig lanserer en rekke nye meieriprodukter. Nye artikler kan innebære alt fra endringer i emballasjestørrelse og resepter, til nye varianter og helt nye kategorier. Tine har flest nylanseringer innenfor kategorien ost. Tine påpeker at en nyhet som regel innebærer at et annet produkt skal ut.

Synnøve Finden melder om at de har bidratt til mangfold gjennom lansering av en rekke nye og innovative produkter innenfor flere ulike kategorier. De trekker spesielt fram lansering av gresk yoghurt. I tillegg trekker de fram at de har bidratt til variasjonsmuligheter i ostedisken. Synnøve Finden har hatt nylanseringer hvert år i perioden 2011–2016.

Q-meieriene opplyser at produktutvikling og innovasjon er et område som de har investert vesentlig i for å være konkurransedyktig. Q-meieriene skriver at de i perioden fra 2007 frem til i dag blant annet har gitt forbrukerne mulighet for å velge melkekartong med vindu (2008), tilført yoghurtkategorien Skyr (2009), lansert nye og bedre rømmebeger med skrulokk (2011) og senere også drømmelett

(2016) og crème fraîche (2017) på det samme begeret, stor melkekartong (2011) og yoghurt og Skyr i praktiske poser de siste årene.

Fra de øvrige aktørene har vi ikke mottatt informasjon om innovasjoner.

Som vist i kapittel 2.4.4 er yoghurt og ost segmenter som øker. Dette er segmenter med produkter som har høy bearbeidingsverdi. Som vist i Tabell 15 og Tabell 19 er det en stor økning i antall varelinjer for disse segmentene.

### 2.4.12 Egne merkevarer (EMV)

Landbruksdirektoratet har bedt aktørene i prisutjevningsordningen om informasjon om det for deres virksomhet er aktuelt med produksjon av handelens egne merkevarer (EMV). Vi har spurt om hvor stor del av produksjonen som benyttes til å produsere EMV, og hvor stor del som brukes til å produsere egne merker. Vi har også bedt aktørene informere om for hvilke produkter/produktsegmenter de eventuelt produserer handelens egne merkevarer. Vi har mottatt informasjon fra flere av meieriselskapene. Dette anses imidlertid som forretnings sensitiv informasjon, slik at detaljene er ikke gjengitt i rapporten. Landbruksdirektoratet har imidlertid lagt dette til grunn i vurderingen av markedssituasjonen.

Tre av aktørene i prisutjevningsordningen har opplyst at de har EMV-produksjon.

Nielsens rapporter om norsk dagligvarehandel, viser at det er EMV-produksjon innenfor kategoriene ost og yoghurt, mens EMV innenfor øvrige meierikategorier er lite omtalt i Nielsens rapporter.

I henhold til Nielsen<sup>21</sup> var andelen av egne merkevarer i kategorien ost på 4,3 prosent i 2015, målt i verdi. Andelen EMV-ost har hatt en nedgang på 2,1 prosentpoeng fra 2011, og det har vært nedgang i andelen hvert år.

Innenfor yoghurt er andelen av EMV relativt liten, mens økningen fra 2014 til 2015 har vært stor. Den totale EMV-andelen ble doblet fra 0,7 prosent i 2014 til 1,5 prosent i 2015. Nielsen omtaler ikke EMV-andel på yoghurt for årene 2011 og 2012. I 2013 var andelen på 0,4 prosent.

## 2.5 Lokal foredling: Økt melkemengde, men fortsatt lav markedsandel

I 2016 ble det brukt mer melk til lokal foredling enn i 2015. Økningen var på 73 000 liter kumelk og 260 000 liter geitemelk. Siden 2011 har omfanget av lokal foredling økt både i mengde melk og i antall foredlingsforetak.

Tabellen nedenfor viser utviklingen. Antall foredlingsforetak økte fra 85 i 2011 til 123 i 2016. Det siste året har antall foretak gått ned litt, men mengden lokalt foredlet melk økte. Ost er den kategorien som det produseres mest av under lokalforedling.



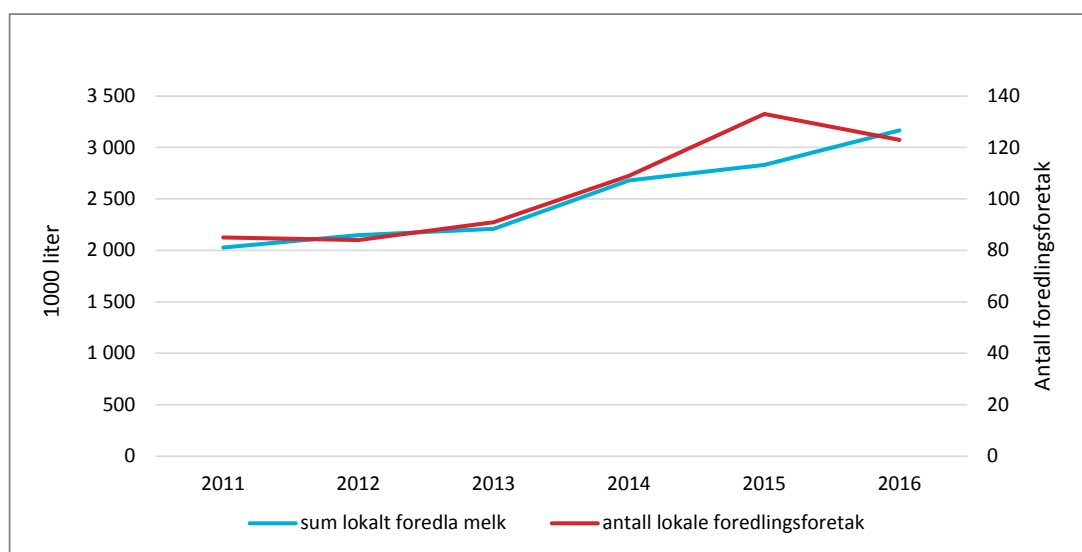
<sup>21</sup> Nielsens markedsrapporter 2012–2016, som omfatter utviklingen i dagligvaremarkedet for årene 2011–2015.

Tabell 28: Antall foretak som driver lokal foredling av melk, volum ku- og geitemelk lokalt foredlet, og volum melk i 1000 liter

År	Antall foredlingsforetak	Lokalt foredlet melk			Totalt innmålt ku- og geitemelk	Andel lokalt foredlet melk
		Kumelk	Geitemelk	Sum		
2011	85	1 242	785	2 027	1 495 643	0,14 %
2012	84	1 347	800	2 147	1 550 643	0,14 %
2013	91	1 384	827	2 211	1 543 878	0,14 %
2014	109	1 842	836	2 678	1 527 731	0,18 %
2015	133	1 884	947	2 832	1 556 482	0,18 %
2016	123	1 957	1 210	3 167	1 543 224	0,21 %

Oppland, Hordaland og Hedmark er fylkene med flest lokalforedlere, og hvor det brukes størst melkemengde til lokalforedlede produkter.

På tross av at mengden lokalt foredlet melk har økt med om lag 50 prosent de siste seks årene, har disse lokale produktene fortsatt en lav markedsandel. I 2016 utgjorde lokalt foredlet melk 2,1 promille av totalt innmålt ku- og geitemelk i Norge.



Figur 14: Utvikling i volum lokalt foredlet melk og lokale foredlingsforetak.

## 2.6 Aktørene i PU

Det var i 2016 totalt syv meieriselskaper med i prisutjevningsordningen. Tine er den største aktøren med 79,9 prosent andel av melken i 2016. Det er tre mellomstore aktører i det norske markedet, Synnøve Finden, Q-meieriene og Normilk. Rørøsmøieriet, Mondelēz og Urtehaven (tidligere Lillehammer Ysteri) er mindre aktører i det norske markedet, som også deltar i prisutjevningsordningen for melk.

Aksut har skiftet navn til Cheese Co, og var ikke omfattet av PU-ordningen i 2014 og 2016, og selskapet er ikke ytterligere omtalt i denne rapporten. Lillehammer Ysteri har fått nye eiere og har skiftet navn til Urtehaven. For øvrig har de andre aktørene vært omfattet av ordningen i hele perioden.

Denne delen av rapporten er bygd opp med en gjennomgang av hver aktør. Vi har ikke tatt med regnskapstall for Mondelēz Norge AS fordi vi har lite tilgjengelig tallmateriale fra dette selskapet. Tall for Mondelēz Norge AS, vil derfor ikke inngå i samletabeller som viser økonomiske resultater.

I omtalen av aktørene i PU har vi tatt utgangspunkt i markedsrapportene fra Nielsen for å si noe om aktørenes andeler i ulike meierivaresegmenter. Nielsens rapporter dekker den norske dagligvarehandelen, inkludert import.

Videre har vi sett på meieriselskaperens omsetningsvekst, som er beregnet ved hjelp av resultatregnskaper fra Brønnøysundregistrene. 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. For oste- og yoghurtsegmentene har vi benyttet tall for PU inkludert import, noe som gir bedre samsvar mellom markedsandeler hentet fra Nielsen-rapportene og andeler i PU<sup>22</sup>.

Vi ser også på meieriselskaperens økonomiske utvikling. En bedrifts økonomiske situasjon kan analyseres ved hjelp av ulike økonomiske nøkkeltall. Hvorvidt en bedrift er i en god 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 fire største meieriselskaperne; Tine, Q-meieriene, Synnøve Finden og Normilk. Økonomiske nøkkeltall er basert på regnskapstall fra Brønnøysundregistrene. Nøkkeltallene som benyttes er omtalt i vedlegg 1.

## 2.6.1 Tine SA

Tine SA er den største aktøren innenfor meieriindustrien i Norge, og et av Norges største næringsmiddelkonsern. Tine er også største aktør på primærleddet, og henter melk fra produsenter over hele landet.

Tine er organisert i et samvirkekonsern (Tine Gruppa) med et morselskap (Tine SA). Morselskapet eies av rundt 11 000 andelseiere (melkebonder) på om lag 9 000 gårdsbruk. Tine SA har 31 produksjonsanlegg, to sentrallagre og to terminaler per 1. januar 2017. I tillegg har Tine heleide og deleide datterselskaper innen annen næringsmiddelvirksomhet. Totalt har Tine ca. 5 400 ansatte (2016).

Tine produserer innenfor de fleste kategorier av meieriprodukter, og er største aktør innenfor de fleste delsegmentene, som ost, drikkemelk og yoghurt. Til sammen har Tine over 110 merkevarer. De fleste er meieriprodukter, men selskapet har også produksjon av jus-produkter, iskrem, ferdige

---

<sup>22</sup>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

middagsretter, margariner og desserter. Noe av denne produksjonen er gjennom hel- og deleide datterselskaper.

Tine er markedsregulator i melkesektoren, og har både mottaksplikt og forsyningsplikt<sup>23</sup> på melk. Tine er dermed pliktig til å ta imot melk fra alle produsenter samt smør<sup>24</sup> 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.

### 2.6.1.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

Nielsens *Markedsrapport Dagligvare 2016*, som beskriver dagligvarehandelen i 2015, viser at Tine er den største leverandøren innenfor de fleste grupper av meierivarer; søtmeik, syrnet melk, smaksatte melkedrikker, smør, ost, rømme, fløte og yoghurt. Tine er også størst innenfor de fleste grupper av ost. Det samme var tilfellet i 2011.

Tabell 29: Tines verdiandeler i dagligvarehandelen, 2011 og 2015

Produkt	Andel 2011 (prosent)	Andel 2015 (prosent)	Differanse 2015-2011 (prosentpoeng)
Søtmeik	83,7	78,6	-5,1
Ost	61,7	63,9	2,2
Yoghurt <sup>25</sup>		56,1	

Kilde: Nielsen

Ifølge Nielsen var Tine den største leverandøren av søtmeik både i 2011 og 2015. Tine hadde en verdiandel på 78,6 prosent i søtmeiksegmentet i 2015. Dette er en reduksjon på 5,1 prosentpoeng sammenlignet med 2011, da prosentandelen var på 83,7. Tine var også den største aktøren i osteseimentet i 2015 med en verdiandel på 63,9 prosent. Dette er en økning, på 2,2 prosentpoeng, sammenlignet med 2011, da Tines andel var på 61,7 prosent. Tines Norvegia var det største produktet innen varegruppen ost både i 2011 og i 2015.

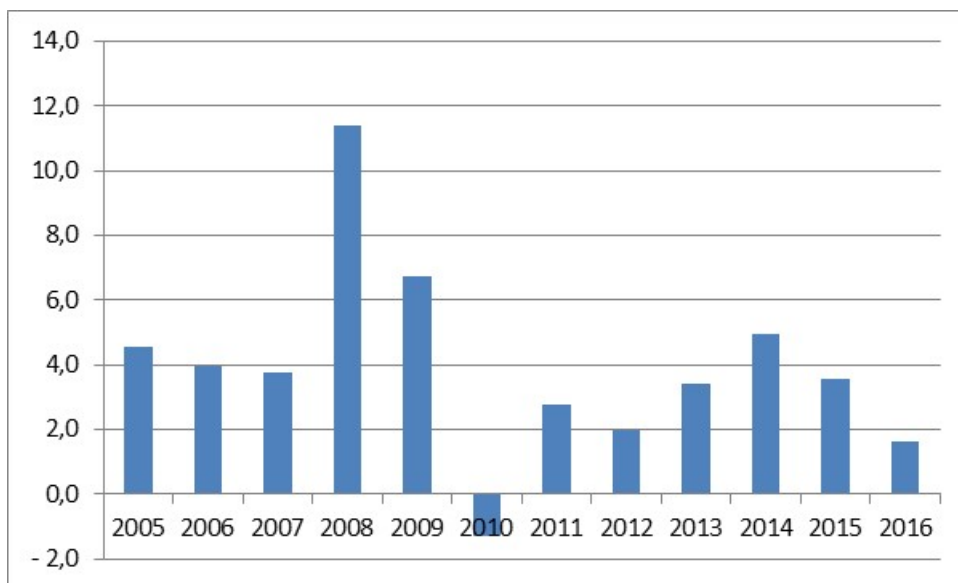
Tine er også største aktør i yoghurtsegmentet med en verdiandel på 56,1 prosent i 2015. Nielsen viser ikke Tines verdiandel for 2011, men rapporten viser imidlertid at Tine var største aktør i yoghurtsegmentet også i 2011.

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

<sup>23</sup> For flytende produkter er det en begrensning på 15 mill. liter per anlegg per 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).

<sup>24</sup> Mottaksplikt for smør gjelder i tilfeller hvor det benyttes reguleringsmidler til eksport av smør.

<sup>25</sup> Tall for verdiandel på yoghurt i 2011 er ikke gjengitt i Nielsens markedsrapporter.



*Figur 15: Omsetningsvekst i Tine konsern, i prosent*

Tine er også den største aktøren i prisutjevningsordningen for melk. Selskapet rapporterer i samtlige pris- og biproduktgrupper med unntak av kjernemelk. Ikke smaksatte flytende produkter i dagligvaremarkedet og modnede oster i dagligvaremarkedet er Tines to største volumgrupper innenfor hovedmelkeanvendelsen. Tines andeler innenfor de enkelte prisgruppene i PU i perioden 2011–2016 er vist i tabellen under. 2007 er vist til sammenligning.

Tabell 30: Tines andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU<sup>26</sup>

<i>Prisgrupper</i>		2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Sure smaksatte dgl.vare	99,5	98,6	97,6	96,9	96,9	98,2	97,0
2	Ikke smaksatte dgl.vare	88,3	85,8	84,1	83,3	82,1	80,4	80,4
3	Søte smaksatte dgl.vare	94,0	90,8	89,5	89,4	90,1	89,5	89,7
4	Ferske oster dagligvare	90,3	70,9	73,8	74,4	76,4	78,1	73,9
5	Modnede oster dagligvare	81,6	76,2	79,5	81,5	81,8	80,8	81,3
6	Geitemelksprodukter dgl.vare	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
7	Tørrmelk og kasein	58,5	49,6	49,9	44,6	35,0	50,7	38,5
8	Flytende prod. Industri	100,0	100,0	99,9	99,8	99,9	99,8	99,8
9	Ferske oster industri	100,0	100,0	88,1	88,1	92,8	99,9	83,6
10	Modnede oster industri	72,4	70,7	69,9	72,0	73,3	73,6	75,2
11	Geitemelksprodukter industri	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
12	Oster, geitem. prod. mv.eksp.	99,8	99,8	98,7	99,9	99,98	99,98	99,97
	Reguleringseksport ost	100,0						
	Sum prisgrupper	84,2	80,6	80,7	81,4	80,8	80,5	79,9

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

Innenfor de enkelte melkeanvendelsene har Tine tapt mest andeler innenfor prisgruppen for tørrmelk og prisgruppen for ferske oster i industrimarkedet. Sistnevnte gruppe er en relativt liten prisgruppe volummessig. Innenfor tørrmelk varierer Tines andel fra år til år, noe som også har sammenheng med at tørrmelk til reguleringsproduksjon rapporteres i denne gruppen. Tørrmelk er den prisgruppen der Tine har lavest andel.

Tines andeler innenfor de tre prisgruppene med flytende produkter i dagligvaremarkedet ble redusert noe fra 2011 til 2016, og mest i prisgruppe 2 der drikkemelken inngår. Tine har økt sine andeler fra 2011 til 2016 innenfor osteproduksjon, både innenfor ferske og modnede oster, i både dagligvare- og industrimarkedet.

Tine er også den største aktøren innenfor biproduktanvendelsen. I 2016 var Tines samlede andel i biproduktanvendelsen 90,5 prosent, det vil si omtrent samme nivå som i 2011 (nedgang på 0,8 prosentpoeng). Tine har mellom 90 og 100 i de fleste gruppene gjennom perioden. Unntaket er fløte til smør i industrimarkedet (biproduktgruppe 3), der Tines andel er på rundt 50–60 prosent.

<sup>26</sup> I 1. halvår 2007 var det en annen prisgruppestruktur, men for 2007 er tallene for hele året slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur.



## 2.6.1.2 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. For 2007 er dette korrigert i forhold til opprinnelige tall fra Brønnøysundregistrene, der Tines PU-avgifter og -tilskudd for årene var ført som reduksjon i driftsinntektene i perioden 2004-2009.

Tine opplyser at regnskapstallene for Tine konsern og Tine SA er korrigert for 2016 i forhold til regnskapstallene presentert i Tines årsrapport for 2016. Korreksjonene skyldes positiv engangseffekt på grunn av planendring i uførepensjonene. Korreksjonene påvirker driftsresultatet og årsresultatet for 2016.

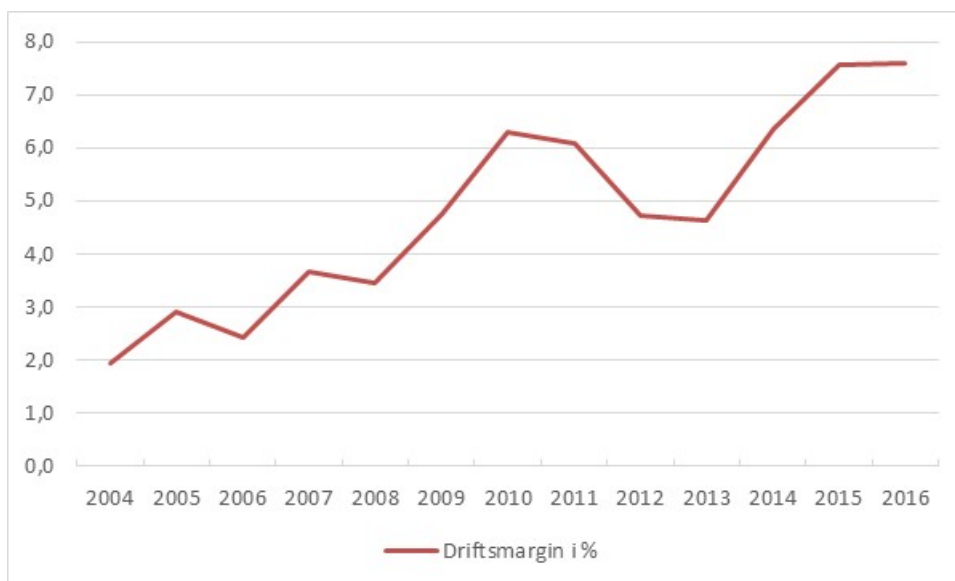
Tabell 31: Økonomiske nøkkeltall Tine konsern<sup>27</sup>

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill. kr)	16 067,2	19 387,2	19 750,8	20 429,1	21 440,1	22 204,4	22 568,7
Driftsresultat (mill. kr)	588,5	1 176,1	933,9	948,0	1 363,3	1 678,0	1 716,3
Årsresultat (mill. kr)	484,8	936,9	669,1	685,4	1 013,2	1 423,7	1 388,2
Driftsmargin i %	3,7	6,1	4,7	4,6	6,4	7,6	7,6
Egenkapitalrentabilitet (%)	11,5	18,0	12,2	11,9	16,8	22,3	19,9
Totalrentabilitet (%)	9,6	9,8	7,1	6,8	9,1	10,7	10,4
Egenkapitalandel (%)	49,4	41,3	40,8	41,3	41,9	44,0	45,5
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	2,9	-3,2	-2,7	1,4	2,6	0,1	3,8
Likviditetsgrad 1	1,2	0,9	0,9	1,1	1,1	1,0	1,2
Likviditetsgrad 2	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,7

Kilde: Brønnøysundregistrene og Tine

Tines driftsinntekter har økt med 3,2 mrd. kroner fra 2011 til 2016, en økning på 16 prosent. Driftsresultat og årsresultat har også økt gjennom perioden. Egenkapitalrentabiliteten og totalkapitalrentabiliteten har også hatt en positiv utvikling siden 2011. Driftsmarginen har økt fra 6,1 prosent i 2011 til 7,6 prosent i 2016.

<sup>27</sup> Tine informerer om at det er gjort en reklassifisering i regnskapet for 2011 slik at de rapporterte regnskapstallene fra Tine ikke er direkte sammenlignbare med det som ble oversendt ved forrige evaluering. Tine informerer videre om følgende korrigering i forhold til årsrapporten 2016: Driftsresultatet er korrigert etter fradrag for positiv engangseffekt fra planendring uførepensjon. Dette utgjør for Tine konsern 245 mill. kroner.



Figur 16: Driftsmargin i Tine konsern, i prosent

### Meieridrift

Tine konsern inkluderer også annen virksomhet enn meieridrift. I Tines årsregnskaper er det oppgitt tall både for Tine konsern og Tine SA og hvor Tine SA-tallene omfatter i hovedsak meieridriften. Tine opplyser at Sunniva Drikker var eget selskap fram til 2014 og ble fra 2014 en kategori i Tine SA. Regnskapstallene til og med 2013 er korrigert så disse er sammenlignbare.

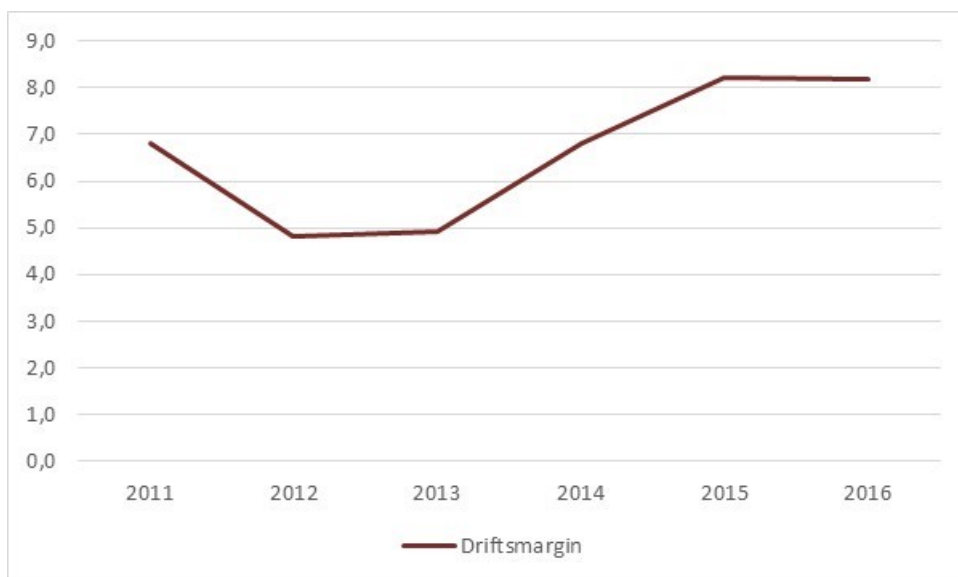
Tabell 32: Økonomiske nøkkeltall Tine SA<sup>28</sup>

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill. kr)	16 167,6	16 320,8	16 946,7	17 689,8	18 180,0	18 415,3
Driftsresultat (mill. kr)	1 102,7	789,0	836,5	1 204,5	1 492,3	1 505,0
Årsresultat (mill. kr)	864,2	653,9	615,1	948,4	1 301,7	1 413,6
Driftsmargin i %	6,8	4,8	4,9	6,8	8,2	8,2
Egenkapitalrentabilitet (%)	16,0	11,9	10,7	15,9	20,8	20,8
Totalrentabilitet (%)						
Egenkapitalandel (%)	39,5	39,3	42,8	43,0	44,4	46,0
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	-4,8	-4,2	-0,1	1,1	-2,5	1,7
Likviditetsgrad 1	0,9	0,9	1,0	1,1	0,9	1,1
Likviditetsgrad 2	0,6	0,6	0,6	0,7	0,5	0,7

Kilde: Brønnøysundregistrene og Tine

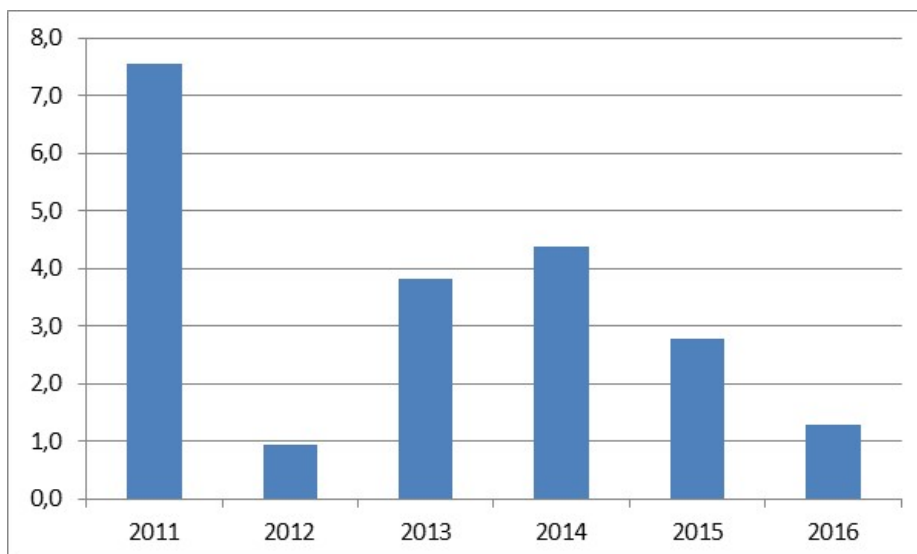
<sup>28</sup> Tine informerer om følgende korrigering i forhold til årsrapporten 2016: Driftsresultatet er korrigert etter fradrag for positiv engangseffekt fra planendring uførepensjon. Dette utgjør for Tine SA 220 mill. kroner.

Driftsmarginene til Tine SA ligger noe over driftsmarginene til Tine konsern i perioden 2012-2016. I 2016 var driftsmarginen for Tine konsern på 7,6 prosent, mens driftsmarginen for Tine SA var på 8,2 prosent.



*Figur 17: Driftsmargin i Tine SA, i prosent*

I figuren nedenfor viser vi Tine SAs omsetningsvekst.



*Figur 18: Omsetningsvekst Tine SA, i prosent*

### Kontantstrømsanalyse

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

Tabell 33: Kontantstrøm Tine konsern, i 1000 kroner

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Operasjonelle aktiviteter	1 015 834	1 626 624	1 202 846	1 325 168	1 959 392	1 779 733	2 187 258
Investeringsaktiviteter	545 547	-2 293 883	-1 638 186	-826 193	-765 117	-988 424	-1 259 603
Finansieringsaktiviteter	-414 433	493 646	179 432	-214 655	-1 031 159	-821 295	-682 438

Kilde: Brønnøysundregistrene og Tine

Tabellen viser at Tine har hatt en positiv kontantstrøm fra drift. Videre er den noe større enn negativ kontantstrøm til investeringer i de fleste årene, med unntak av 2011 og 2012. Kontantstrøm fra drift (operasjonelle aktiviteter) bør dekke deler av investeringene (kontantstrøm fra investeringer).

### 2.6.1.3 Innspill fra Tine – en oppsummering

Tine peker på at det er viktig at det kommer klart frem om utredningen gjennomføres som en fullstendig konkurranseanalyse eller en evaluering av effekter for norske meieriaktører. Tine viser til at det i en effektevaluering er mulig å ta hensyn til importbildet og konkurransen fra andre produkter enn meieriprodukter.

Tine beskriver utviklingstrekk i meieribransjen, og viser innledningsvis til innspill fra Tine til satsfastsettelsene i PU i 2016 og 2017. Tine har videre laget en figur som viser at melkeanvendelsen i perioden 2004 til 2015 er endret i favør av modnet ost og yoghurt, samtidig som importen av disse produktene også har økt. Tine viser til brev fra LMD til Nærings- og fiskeridepartementet hvor det fremgår at konkurransedyktigheten for norske meieriprodukter til tider har vært lav i forhold til importerte produkter.

Når det gjelder Tines andeler, vil man se fordelingen mellom norske aktører ved å se på andeler i de ulike pris- og biproduktgruppene i PU. Her må det imidlertid justeres for import. For øvrig viser Tine til Nielsen som en kilde til andeler i dagligvaresegmentet. Tine peker på at forhold som påvirker Tines andel av veksten er kjedenes prissetting, hylleplass, listing (om produktet blir solgt i kjedenes butikker), kampanjer og nyheter.

Tine peker på de endringene som har skjedd etter at distribusjonstilskuddet ble etablert i 2004, hvor Q-meieriene etablerte egen distribusjon, mens de i dag benytter dagligvarekjedenes distribusjon. Tine peker blant annet på at distribusjon er et eget forretningsområde hvor dagligvarekjedene og spesielt ASKO er de sterke aktørene. Disse er nasjonale totalleverandører, mens Tine er en mindre distribusjonsaktør som primært distribuerer sine egne produkter. Tine påpeker at de er presset fra dagligvarekjedene om å overlate distribusjonen til dem, og det derfor er essensielt for Tine å ha effektivitet i distribusjonsleddet.

Tine mener opprettholdelse av distribusjonstilskuddet kan bidra til å styrke handelens posisjon i distribusjon ytterligere. Tine mener dette er uheldig og at dette er argumenter for å oppheve distribusjonstilskuddet.

Tine viser til at Matkjedeutvalget påpekte distribusjonens effekt på kjedemakten, jf. NOU 2011:4 «Mat, makt og avmakt».

Tine viser videre til at de har flere anlegg som tapper melk, og at avstanden fra tapperi til forbruker i gjennomsnitt kortere enn for andre aktører som leverer melk. Tine mener dette ikke lenger er et selvstendig grunnlag for distribusjonstilskudd, og viser til den positive økonomiutviklingen hos de andre aktørene.

Tine mener at dokumentasjon av selskapenes økonomi tilsier at de konkurransefremmende tiltakene burde trappes ned. Det gjelder også distribusjonstilskuddet. Midlene som benyttes til de konkurransefremmende tiltakene i PU, burde blitt benyttet til å styrke norsk melks konkurransekraft totalt i forhold til spesielt importerte meieriprodukter. Dette er også i overensstemmelse med Stortingets ønske om at norsk melk skal være konkurransedyktig.

Tine mener at den samme dokumentasjonen viser en dårligere økonomisk situasjon for Q-meieriene enn for de andre aktørene. Det bør komme tydeligere fram at dette er løst av Landbruks- og matdepartementets vedtak knyttet til kapitalvolum.

Tine har også omtalt innovasjoner, distribusjon, investeringer og produksjon av handelens egne varemerker (EMV-produksjon). Dette er gjengitt under de respektive kapitlene der disse temaene omtales.

## 2.6.2 Q-meieriene AS

Q-meieriene AS er et av de største meieriselskapene utenom samvirket. Selskapet har egne melkeprodusenter, som eneste aktør utenom Tine. Q-meieriene mottar mesteparten av melken 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 konkurransefremmende tilskudd i PU.

Q-meieriene ble etablert i 2000, og eies Kavlikonsernet, som igjen er eid av stiftelsen Kavlifondet. Q-meieriene har to produksjonsanlegg, et på Jæren og et i Gausdal. Selskapet har om lag 250 ansatte (2014). Q-meierienes største produktlinjer er drikkemelk og ferske oster. Q-meieriene produserer hovedmengden av sine produkter i Norge. Fra 2014 har de hatt noe import av yoghurt.

### 2.6.2.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

Q-meieriene<sup>29</sup> var ifølge Nielsen den nest største leverandøren i søtmelksmarkedet i 2015, målt i verdi, med en andel på 20,1 prosent. Selskapet var også nest største leverandør i 2011, men tilsvarende andel er ikke nevnt i Nielsens rapport med tall for 2011. Det var imidlertid en økning i andelen på 1,5 prosentpoeng fra 2014.

Q-meieriene var også nest største leverandør innenfor smaksatte melkedrikker i både 2011 og 2015, med en andel på 17,6 prosent i 2015. Dette var en økning på 3,2 prosentpoeng fra året før, mens tilsvarende tall for 2011 ikke er tilgjengelig. Q-meieriene er også nest største leverandør innenfor den samlede rømme/fløte-kategorien. Andelen innen rømme var på 17,5 prosent i 2015, mens andelen innen fløte spesifiseres ikke i Nielsens rapport.

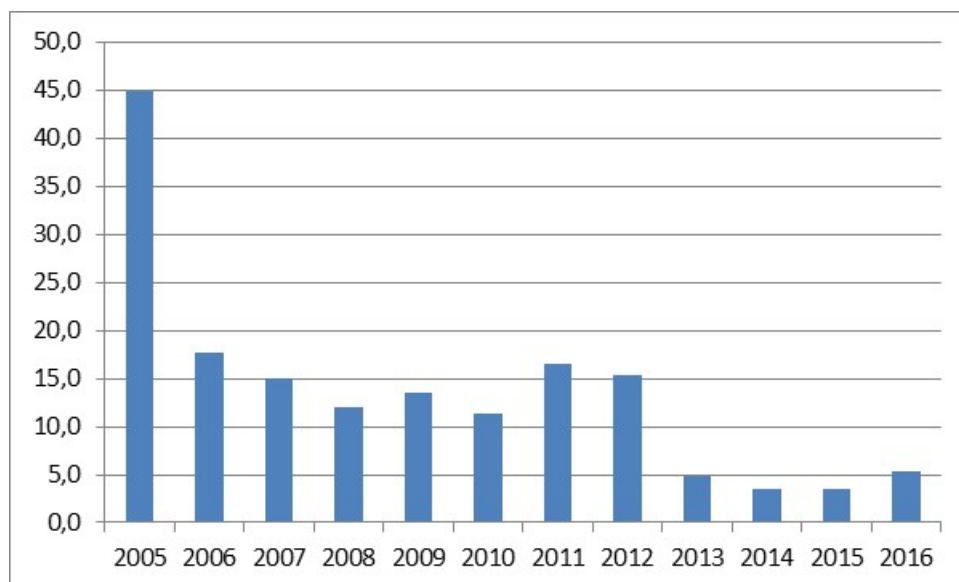
I 2015 var Q-meierienes samlede verdiandel i yoghurtmarkedet på 10,3 prosent, en nedgang på 1,9 prosentpoeng fra 2014. Vi har ikke tilgang på tilsvarende tall for 2011. I Nielsens rapporter plasseres

---

<sup>29</sup> I Nielsens rapporter er det referert til O. Kavli AS.

Q-meierienes Skyr i yoghurtmarkedet<sup>30</sup>. I 2011 var Skyr det tredje største merket i i yoghurtmarkedet i dagligvarehandelen, men det er ikke lenger det i 2015. Ifølge Nielsen har blant annet Skyr bidratt til vekst i naturell yoghurt fra 2014 til 2015.

Q-meierienes omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



Figur 19: Omsetningsvekst i Q-meieriene AS, i prosent

I prisutjevningsordningen for melk var Q-meierienes samlede andel på 6,2 prosent i 2016. Andelen var omtrent på samme nivå som i 2011 da den var på 6,4 prosent. SLFs rapport fra 2012 viste at Q-meieriene doblet antall liter melk i perioden 2004–2011, og at utviklingen gikk jevnt oppover hele perioden. Utviklingen har dermed vært svakere i perioden etter 2011.

Q-meierienes største volumgruppe er prisgruppen for ikke smaksatte flytende melkeprodukter i dagligvaremarkedet, og produksjonen er hovedsakelig drikkemelk. Q-meierienes andel i gruppa har økt hvert år i perioden 2004–2015 (med unntak av 2008), mens den gikk noe ned i 2016.

I 2009 startet Q-meieriene produksjon av ferskosten Skyr, og selskapet hadde en betydelig økning i både volum og andeler i PU innenfor ferske oster i dagligvaremarkedet fra og med 2010. I de siste årene har Q-meieriene også utviklet flere produkter innenfor dette segmentet. Q-meierienes andel i gruppa er redusert noe i årene etter 2013.

Frem til 2012 hadde Q-meieriene andeler i gruppa for modnede oster i industrimarkedet. Fra og med 2013 har ikke Q-meieriene lenger denne produksjonen, noe som også bidrar til utviklingen for Q-meierienes samlede andel i hovedmelkeanvendelsen.

<sup>30</sup> I PU behandles Skyr som en ferskost.

I tillegg anvender Q-meieriene fløte til kremfløteprodukter i dagligvaremarkedet (i hovedsak til produksjon av kremfløte og lettrømme), samt fløte til iskrem i industrimarkedet. Q-meierienes samlede andel innenfor biproduktanvendelsen er relativt liten, og var på 2,5 prosent i 2016.

### 2.6.2.2 Økonomi

Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Q-meieriene AS.

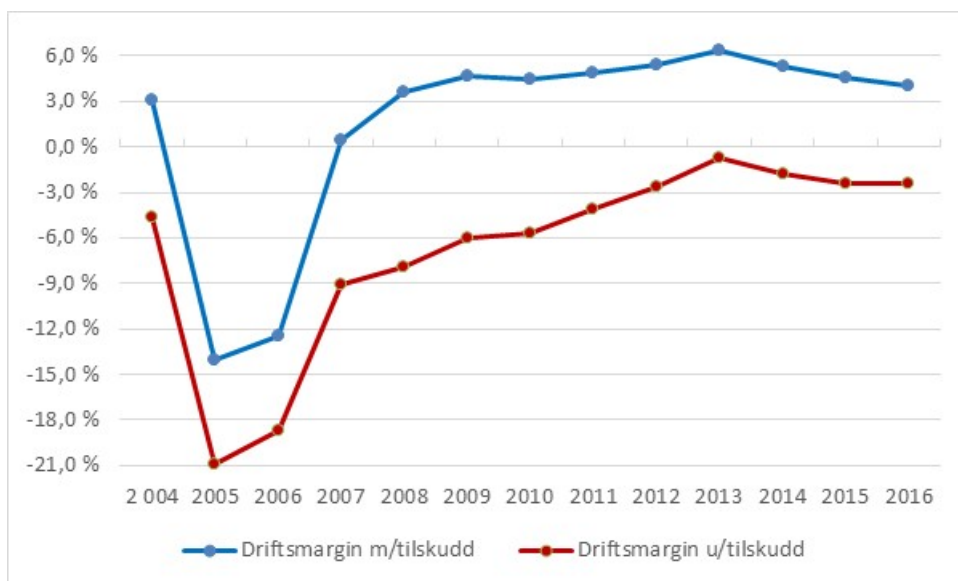
Tabell 34: Økonomiske nøkkeltall Q-meieriene AS

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill. kr)	616,7	1 016,8	1 172,9	1 228,8	1 272,6	1 316,8	1 387,0
Driftsresultat (mill. kr)	2,8	49,2	63,1	77,6	67,5	60,2	56,0
Årsresultat (mill. kr)	-5,9	32,6	44,1	54,9	51,1	45,9	44,5
Driftsmargin i %	0,5	4,8	5,4	6,3	5,3	4,6	4,0
Egenkapitalrentabilitet (%)	-56,4	34,3	31,8	30,6	24,9	21,8	24,8
Totalrentabilitet (%)	1,0	13,9	16,5	18,7	16,1	14,3	
Egenkapitalandel (%)	2,6	30,5	38,6	46,5	46,5	44,5	30,9
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	-3,8	1,9	5,4	1,2	-2,4	-4,4	-10,9
Likviditetsgrad 1	0,8	1,1	1,4	1,1	0,9	0,8	0,6
Likviditetsgrad 2	0,7	0,9	1,1	1,0	0,8	0,7	0,5

Kilde: Brønnøysundregistrene og Q-meieriene

Q-meieriene hadde en omsetning på om lag 1,4 mrd. kroner i 2016. Dette er en økning på 370,0 mill. kroner, eller 36 prosent, sammenlignet med 2011. Driftsresultatet var på 49,2 mill. kroner i 2011 og har økt til 56,0 mill. kroner i 2016. Årsresultat har også økt siden 2011. Egenkapitalrentabiliteten er redusert fra 34,3 prosent i 2011 til 24,8 prosent i 2016. Driftsmarginen var på 4,8 prosent i 2011. I årene etter 2011 har driftsmarginen vært på et høyere nivå, med unntak av 2015 og 2016 hvor driftsmarginen ble redusert til henholdsvis 4,6 prosent og 4,0 prosent.

Figuren nedenfor viser at driftsmarginen til Q-meieriene har økt jevnt i perioden fra 2005, mens den fra 2013 har hatt en fallende tendens. Den nederste kurven viser driftsmargin uten konkurransefremmende tilskudd i PU. Den viser at Q-meieriene er avhengig av tilskudd for å drive lønnsomt.



Figur 20: Driftsmargin Q-meieriene AS, med og uten tilskudd, i prosent

Landbruksdirektoratet har også innhentet regnskapstall fra Q-meieriene spesifikt for meieridriften. Q-meieriene har ikke annen virksomhet som påvirker de økonomiske nøkkeltallene, slik de fremgår i tabellene ovenfor.

#### Kontantstrømanalyse

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

Tabell 35: Kontantstrøm Q-meieriene AS, i 1000 kroner

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Operasjonelle aktiviteter	-771	36 771	71 121	151 805	85 619	109 195	99 838
Investeringsaktiviteter	6 554	59 076	-23 206	-40 021	-63 090	-56 459	-51 341
Finansieringsaktiviteter	7 323	-15 450	19 652	-79 200	-41 563	-50 763	-60 000

Kilde: Brønnpøysundregistrene og Q-meieriene

Q-meieriene har som tabellen over viser hatt positive kontantstrømmer fra drift (operasjonelle aktiviteter) i perioden 2012–2016.

#### Konkurransfremmende tiltak

Q-meieriene har i perioden 2011 til 2016 mottatt samtlige av de konkurransfremmende tiltakene. Q-meieriene har mottatt særskilt distribusjonstilskudd og spesiell kapitalgodtgjørelse siden 1. januar 2004. Fra 1. juli 2007 har de i tillegg mottatt differensiert avgift/tilskudd på 25 øre (økt til 27 øre fra 1. juli 2013) og 12 øre per liter melk (sistnevnte frem til 1. juli 2011). Selskapet har i perioden fra 2011 til 2016 mottatt i gjennomsnitt ca. 90 mill. kroner årlig i konkurransfremmende tilskudd. Q-meierienes tilskudd er på vei ned i andel relativt til omsetning, mens det er relativt stabilt i kroner.



### 2.6.2.3 Innspill fra Q-meieriene – en oppsummering

Q-meieriene hadde forventet at forhåndsløfter gitt i melkeforliket i 2007 hadde medført at generelt tilskudd og distribusjonstilskudd hadde blitt indeksjustert. Q-meieriene understreker at det ikke vil være mulig å konkurrere på konsummelk nasjonalt i Norge uten distribusjonstilskudd, dersom PU-ordningen og kvoteordningen skal bestå. Uten generell korreksjon vil det ikke være mulig for Q-meieriene å investere i innovasjon og markedsutvikling for å skape konkurranse i markedet. Q-meieriene opplyser at deres analyser viser at det ikke har vært noen overvelting i form av rabatter til kunder, verken for generell korreksjon eller distribusjonstilskudd.

#### Tilgang til råmelk

Q-meieriene redegjør for selskapets utbetalingspris til sine bønder. Utgangspunktet er basisprisen til Tine med tillegg og trekk for melkekvalitet, fett, protein o.l. Utover dette betaler Q-meieriene et Q-t tillegg, som skal kompensere for tjenester Q-meieriene ikke tilbyr sine bønder, men som Tine dekker for sine bønder. Beregninger viser at Q-meieriene betaler en «overpris» i forhold til Tine som blir stadig mindre verdt i forhold til melkeprisen totalt sett. Q-meieriene opplyser også at de i en periode forsøkte å redusere Q-tillegget for nye produsenter, men fikk da ikke rekruttert noen nye produsenter.

Q-meieriene opplyser at de har mål på 85 prosent selvforsyning med melk fra egne leverandører per anlegg. Q-meieriene mener den største usikkerheten ved å ha egne melkeleverandører er knyttet til underdekningen i kapitalgodtgjørelse.

Ifølge Q-meieriene er deres råvarekostnad: Melkepris + Tines etterbetaling – kapitalgodtgjørelse + netto innfraktkostnad (brutto innfrakt – innfrakttilskudd). Q-meieriene mener videre at utviklingen i etterbetaling har medført økt råvarekostnad i forhold til andre aktører grunnet underdekning i kapitalgodtgjørelsen.

#### Distribusjonstilskudd

Q-meieriene viser til at i 1998 da selskapet ble etablert var det i praksis tre mulige etableringssteder for konsummelkmeierier; Trøndelag, Oppland og/eller Jæren. For å oppnå kortest mulig vei mellom konsummelkmeieri og de største markedene var Oppland og Jæren beste etableringssteder. Q-meieriene peker på flere etableringshindre, bl.a.: Tines vedtekter tillot bare overgang per 31.12 hvert år, ved skifte av leverandør fjernet Tine melketank, slik at ny melkemottaker måtte investere i nye tanker og at det verken var forsynings- eller mottakspått fra Tine.

Deler av etableringshindrene ble løst opp av Konkurransetilsynet i 2002, slik at Tine per dato har begrenset forsyningspått til konsummelkmeierier, men ingen mottakspått for fløte eller melk fra uavhengige meierier. Det ble også enklere å melde overgang til nytt meieri, men Q-meieriene hadde da allerede etablert en grunnkapasitet for å produsere 100 mill. liter konsummelk, på Jæren og i Gausdal.

Q-meieriene mener et konsummelkmeieri ikke har annen mulighet enn å etablere seg i et område med stor melkeproduksjon for å bli en nasjonal aktør. Dette medfører igjen stor avstand til de største markedene, noe de mener ble erkjent i forarbeidene til Ny markedsordning for melk.

Q-meieriene har fortsatt å bygge opp sine to konsummelkmeierier med forhåndsløfter gitt i Ny markedsordning for melk 2004 og i Melkeforliket i 2007 om permanent forbedrede rammevilkår. Forhåndsløftene er:

- Incitament til å ha egne melkeprodusenter
- Distribusjonstilskudd som gjør det mulig å konkurrere nasjonalt med konsummelk og fløte

Forhåndsløftene var en forutsetning for at Q-meieriene kunne fortsette å investere, bl.a. ved å bygge nytt melkemottak i 2014.

### Utvikling i distribusjonstilskudd

Q-meieriene påpeker at distribusjonstilskuddet ble avkortet til 50 øre per liter i 2013 selv om generell økning i transportkostnadene tilsier at tilskuddet burde økt til 75 øre per liter. Både Q-meieriene og Tine får innfrakttilskudd gjennom PU-ordningen for å frakte melk fra bonde til meieri. Q-meieriene viser til melkeforliket i 2007 og at de fikk et distribusjonstilskudd for å dekke kostnadsulempen ved frakt av melk som følge av lokalisering langt fra markedet, i motsetning til Tine som har sine konsummelkmeierier i nærheten av de store byene. Q-meieriene distribuerer melk via dagligvarekjedene sine grossister som ligger lokalisert i tilknytning til de store byene. På den siste etappen ut til butikk har Tine og Q-meieriene omtrent like forutsetninger siden både Tines konsummelkmeierier og dagligvaregrossistene har nærhet til de store byene.

Q-meieriene viser til økning i distribusjonskostnadene knyttet til kundekrav om bedre dato på melk i butikk, hyppigere leveranser og generell endring i konkurransesituasjonen rundt melk.

Q-meieriene opplyser at siden de kjøper transporttjenester i det samme markedet som alle andre, er forskjellene i distribusjonskostnader mellom kunder som henter melken på meieriet og de som får denne levert hos seg på grossistlager, reflektert gjennom netto forskjell i salgspris. Det er med andre ord ingen senere i verdikjeden som henter ut penger fra distribusjonstilskuddet.

Q-meieriene mener også at en nedtrapping/fjerning av distribusjonstilskuddet først kan komme på tale når Tine og Q-meieriene har samme avstand fra meieri til butikk og/eller det gis tilpasningsmuligheter ved at PU-ordningen blir fjernet.

### Vurdering av generell korreksjon

Q-meieriene peker på at generell korreksjon har vært en forutsetning for at Q-meieriene har kunnet gjøre nødvendige investeringer for å konkurrere i markedet og sikre deres konkurransekraft opp mot Tines sterke merkevare. Generell korreksjon som andel av kostnadene til merkevarebygging er redusert fra 2011 til 2016.

Q-meieriene viser til en analyse av priselastisitet for melk ut av butikk der det fremgår at Q-meieriene ved lik pris vil tape volum i forhold til dagens (2016) nivå. Q-meieriene tok i 2016 ut underdekningen mellom Tines etterbetaling og kapitalgodtgjørelsen, noe som medførte redusert salg.

Q-meieriene viser til en ekstern rapport som verifiserer at Q-meieriene er godt drevet sammenlignet med europeiske meierier. Til tross for at Q-meierienes utvikling i produksjonskostnader fra 2007 til 2016 for 1 liter melk er lavere enn KPI og lønnsvekst, mener de det er svak konkurranse og krevende å konkurrere mot Tine.

I likhet med distribusjonstilskuddet er generell korreksjon et tilskudd som utelukkende er benyttet til å styrke konkurransekraften til Q-meieriene, og som ikke gir aktører senere i verdikjeden bedre betingelser.

### Markedsandeler

Når det gjelder markedsandeler viser Q-meieriene til Nielsens markedsrapporter.

Q-meieriene har også omtalt innovasjoner, distribusjonsopplegg, investeringer, produksjon av handelens egne merkevarer (EMV-produksjon). Dette er gjengitt under de respektive kapitlene der disse temaene omtales.

### 2.6.3 Synnøve Finden AS

Synnøve Finden AS er et av de største meieriselskapene utenom samvirket. Synnøve Finden har ikke egne melkeprodusenter, og de kjøper melken de anvender i produksjonen fra Tine Råvare. Selskapets hovedvirksomhet innenfor meieridrift er produksjon og salg av hvitost og brunost, som de anvender norsk melk til. I tillegg produserer de prim og kryddersmør. De siste årene har Synnøve Finden også etablert seg i yoghurtsegmentet, med importerte produkter fra Hellas. I tillegg til meierivarer, produserer de også jus, knekkebrød, frokostblandinger og halvfabrikata til pizza i dagligvaremarkedet.

Synnøve Finden startet produksjon i 1996. I dag produseres størstedelen av volumet på to produksjonsanlegg i Alvdal og Namsos. Synnøve Finden er organisert som et aksjeselskap og har 218 ansatte (2014). Scandza har hatt aksjemajoriteten i selskapet siden 2009.

#### 2.6.3.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

Synnøve Finden var ifølge Nielsen nest største aktør innenfor kategorien ost i norsk dagligvarehandel i 2015, etter Tine, med en verdiandel på 9,9 prosent. Synnøve Finden hadde tilsvarende posisjon i 2011, med en verdiandel på omtrent samme nivå (10 prosent). Registreringen gjelder Synnøve Findens merkevarer og ikke deres produksjon av EMV.

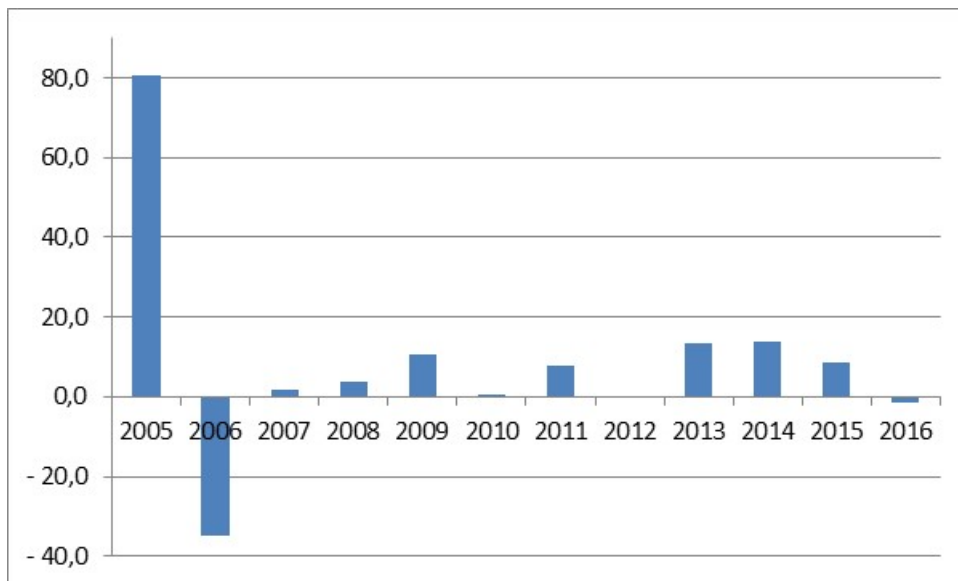
Tabell 36: Synnøve Findens verdiandeler i dagligvarehandelen, 2011 og 2015

Produkt	Andel 2011 (prosent)	Andel 2015 (prosent)	Differanse 2015-2011 (prosentpoeng)
Ost	10,0	9,9	-0,1

Kilde: Nielsen

Siden 2013 har selskapet importert yoghurt fra Hellas for salg i det norske markedet. Synnøve Finden var den tredje største leverandøren av yoghurt til norsk dagligvarehandel i 2015, i tillegg til at de var den aktøren med størst vekst innenfor yoghurt. I 2015 hadde Synnøve Finden dessuten det tredje største merket i yoghurtmarkedet i dagligvarehandelen. Innenfor naturell yoghurt hadde de det nest største merket. Ifølge Nielsen har blant annet Synnøve Findens greske yoghurt bidratt til vekst i naturell yoghurt fra 2014 til 2015.

Synnøve Findens omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



*Figur 21: Omsetningsvekst i Synnøve Finden AS, i prosent*

Av meieriselskap utenom Tine, er det Synnøve Finden som har størst andel i hovedmelkeanvendelsen i prisutjevningsordningen, med en andel på 8,7 prosent i 2016. I perioden 2004–2011 økte Synnøve Finden sin andel med om lag 3 prosentpoeng. I 2011 hadde selskapet en samlet andel i hovedmelkeanvendelsen på 7,9 prosent, og har videre økt til 8,7 prosent i 2016. Den samlede andelen gikk imidlertid noe ned fra 2015 til 2016.

Mesteparten av melken til Synnøve Finden anvendes innenfor prisgruppen modnede oster i dagligvaremarkedet i PU. SLF-rapporten fra 2012 viste at Synnøve Finden økte sin andel i denne prisgruppen i perioden 2004–2011. Fra 2011 til 2016 har imidlertid selskapets andel blitt redusert noe.

I industrimarkedet har det vært en motsatt utvikling i perioden etter 2011, og Synnøve Finden økte sin andel innenfor denne prisgruppen.

I tillegg rapporterer Synnøve Finden anvendelse av myse til produksjon av brunost og prim. Synnøve Findens andel i biproduktanvendelsen har ligget på 2–3 prosent i perioden etter 2011.

### **2.6.3.2 Økonomi**

Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Synnøve Finden AS, inkludert både meierivirksomhet og annen virksomhet. I forbindelse med evalueringen i 2012 opplyste Synnøve Finden om at i årsresultatet for 2011 inngår 25,9 mill. kroner knyttet til salg av annen virksomhet. Figurer og tabeller i denne rapporten er ikke korrigert for nevnte forhold.

Tabell 37: Økonomiske nøkkeltall Synnøve Finden AS

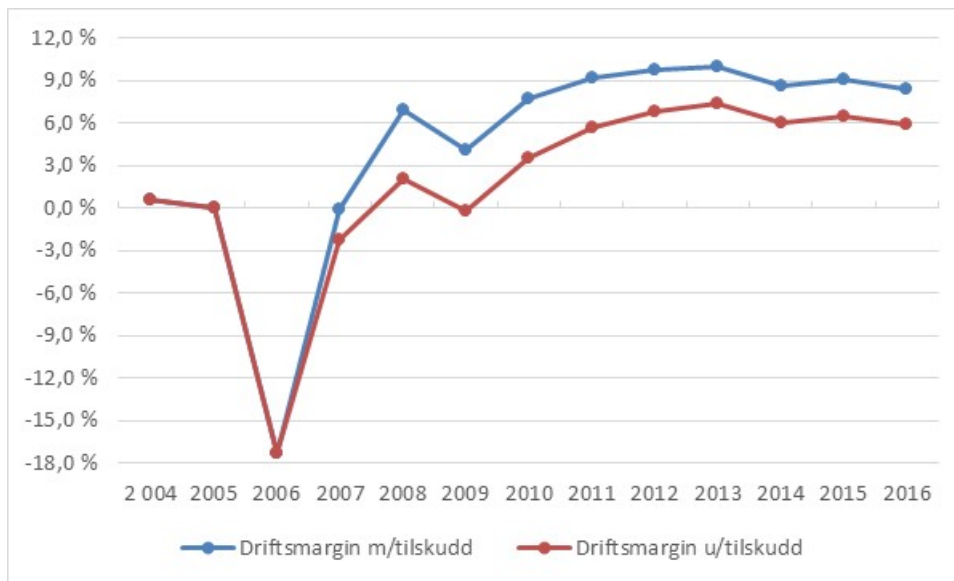
	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill.kr)	830,4	1 030,3	1 028,7	1 165,4	1 326,1	1 440,7	1 420,4
Driftsresultat (mill. kr)	-1,0	94,9	100,8	117,1	114,2	131,1	118,9
Årsresultat (mill. kr)	18,3	93,2	67,6	167,5	78,2	91,1	87,0
Driftsmargin i %	-0,1	9,2	9,8	10,1	8,6	9,1	8,4
Egenkapitalrentabilitet (%)	8,7	38,9	42,3	112,7	39,6	48,9	46,2
Totalrentabilitet (%)	5,5	14,2	14,5	18,9	18,1	19,4	17,6
Egenkapitalandel (%)	43,3	31,0	12,7	36,3	26,6	27,7	27,3
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	7,5	4,1	-15,0	-0,5	-2,7	-1,9	-3,4
Likviditetsgrad 1	1,3	1,1	0,7	1,0	0,9	0,9	0,9
Likviditetsgrad 2	0,9	0,8	0,5	0,6	0,7	0,6	0,6
Arbeidskapital i % av driftsinntekter*)	14,6	10,3	10,9	11,9	8,7	10,6	11,1

\*Beregnet av Synnøve Finden (inkluderer ikke kontanter, konsernbidrag og rentebærende kortsiktig gjeld)

Kilde: Brønnøysundregistrene og Synnøve Finden

Fra 2011 til 2016 har Synnøve Finden økt sin omsetning med 390 mill. kroner, en økning på 38 prosent. Driftsresultatet var på 94,9 mill. kroner i 2011 og har økt til 118,9 mill. kroner i 2016. Årsresultat har variert siden 2011. Egenkapitalandelen er redusert fra 31,0 prosent i 2011 til 27,3 prosent i 2016. Driftsmarginen var på 9,2 prosent i 2011. I 2012 og 2013 økte driftsmarginen ytterligere, mens den er redusert etter 2013. I 2016 var driftsmarginen på 8,4 prosent.

Figuren nedenfor viser at driftsmarginen til Synnøve Finden har økt i perioden fra 2006–2007 til 2013, mens den fra 2014 har variert noe. Den nederste kurven viser driftsmargin uten konkurransefremmende tilskudd i PU. Synnøve Findens driftsmargin uten konkurransefremmende tilskudd i PU har vært på/over 6 prosent i perioden 2012–2015.



Figur 22: Driftsmargin i Synnøve Finden AS, med og uten konkurransefremmende tilskudd i PU, i prosent

### Meieridrift

Synnøve Finden har også annen virksomhet enn meieridrift. Synnøve Finden fører ikke eget regnskap for meieridriften. Inkludert i totalregnskapet til Synnøve Finden AS finnes også vesentlige transaksjoner relatert til handelsvarer samt finansielle transaksjoner som ikke er relatert til meieridriften.

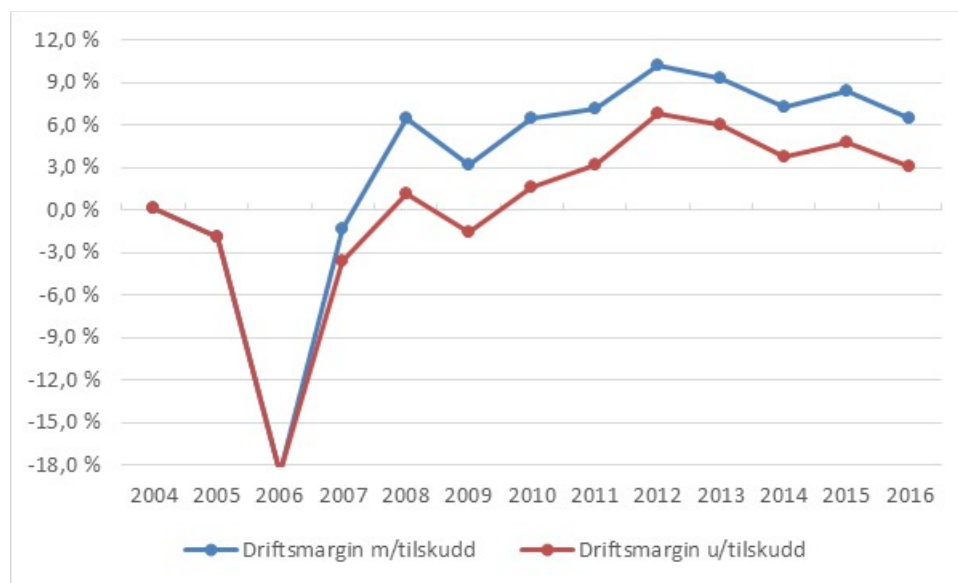
Synnøve Finden har beregnet meieridriften gjennom blant annet å korrigere for resultat fra handelsvarer (Juice, Peppes, importert yoghurt, frokost og plantefett) og finansinntekter relatert til salg av aksjer, som er klassifisert som annen virksomhet enn meieridrift. Frukt og bær er korrigert ut fra totalregnskapet for å komme til meieridrift. Også balansen er korrigert for annen virksomhet. Det er forutsatt at all langsiktig gjeld tilhører meierivirksomheten. Varebeholdninger og kundefordringer knyttet til handelsvarer er klassifisert som omløpsmidler under annen virksomhet. Leverandørgjeld for handelsvarer er klassifisert som kortsiktig gjeld under annen virksomhet. Aksjeinvesteringer utover meieridrift er klassifisert som annen virksomhet.

Tabell 38: Økonomiske nøkkeltall Synnøve Finden, utelukkende meieridrift

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill.kr)	760	894	890	933	1 011	1 039	1 057
Driftsresultat (mill. kr)	-9,7	64,4	91,1	87,5	73,2	87,1	68,6
Årsresultat (mill. kr)	-25,2	34,3	51,5	52,0	12,3	22,1	11,4
Driftsmargin i %	-1,3	7,2	10,2	9,4	7,2	8,4	6,5
Egenkapitalrentabilitet (%)	-21,5	25,5	68,8	81,2	12,7	20,8	11,4
Totalrentabilitet (%)							
Egenkapitalandel (%)	36,0	14,2	4,6	13,8	7,3	7,6	6,5
Likviditetsgrad 1	1,2	0,8	0,7	0,5	0,7	0,7	0,6
Likviditetsgrad 2	0,7	0,6	0,4	0,2	0,4	0,3	0,3

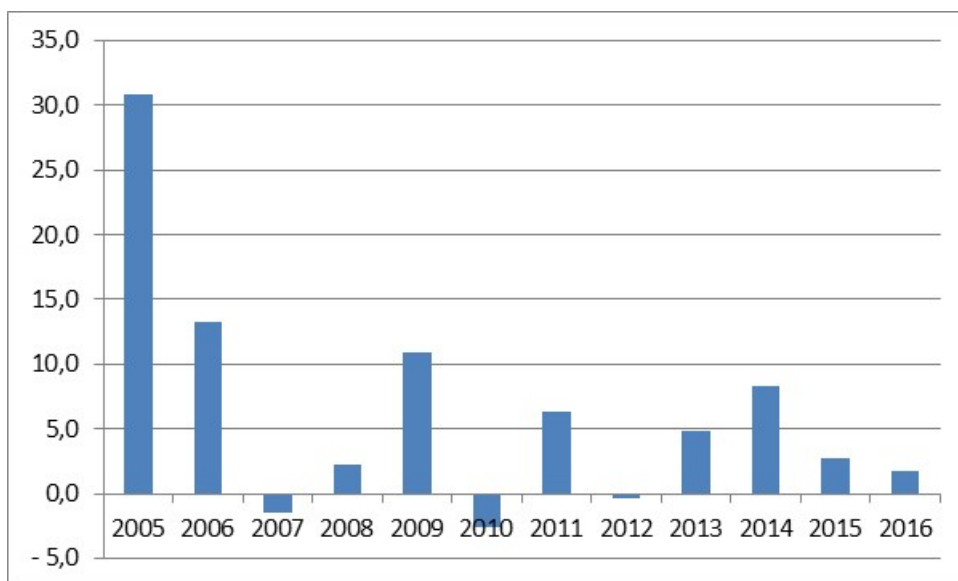
Kilde: Synnøve Finden

Synnøve Findens gjennomsnittlige driftsmargin knyttet utelukkende til meieridriften var noe lavere enn gjennomsnittlig driftsmargin for Synnøve Finden AS i perioden 2012–2016. I årene fra 2012 til 2016 ble driftsmarginen redusert fra 10,2 prosent til 6,5 prosent. I 2012 var driftsmarginen for meieridrift høyere enn driftsmarginen for Synnøve Finden AS, mens den i perioden etter har vært lavere for meieridriften. I 2016 var driftsmargin for Synnøve Finden AS på 8,4 prosent, mens driftsmarginen for meieridriften var på 6,5 prosent. Tallene er benyttet i vurderingene. Årsresultatet for meieridriften i Synnøve Finden ble redusert fra 51,5 mill. kroner i 2012 til 11,4 mill. kroner i 2016, dvs en nedgang på 78 prosent.



Figur 23: Driftsmargin i Synnøve Finden meieridrift, med og uten konkurransefremmende tilskudd i PU, i prosent

I figuren nedenfor har vi også vist Synnøve Findens omsetningsvekst for meieridriften.



Figur 24: Omsetningsvekst Synnøve Findens meieridrift, i prosent

### Kontantstrømanalyse

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

Tabell 39: Kontantstrøm Synnøve Finden AS, i 1000 kroner

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Operasjonelle aktiviteter	-70 646	149 660	123 106	123 342	165 674	124 908	149 558
Investeringsaktiviteter	61 315	3 340	-43 298	77 769	-49 788	-50 657	-55 075
Finansieringsaktiviteter	23 093	17 754	-182 952	-261 119	-143 557	-74 251	-94 483

Kilde: Brønnøysundregistrene og Synnøve Finden

Gjennom operasjonelle aktiviteter har Synnøve Finden i perioden 2011–2016 styrket sin kapital. I perioden 2011–2016 har kontantstrøm fra investeringsaktiviteter variert, og vært negativ fra 2014. Disse investeringene er delvis finansiert med låneopptak (finansieringsaktiviteter) og delvis gjennom drift (operasjonelle aktiviteter).

I tabellen nedenfor har vi også vist Synnøve Findens kontantstrøm basert på meieridriften. Dette er beregnet av og basert på tall fra Synnøve Finden.



Tabell 40: Kontantstrøm Synnøve Findens meieridrift, i 1000 kroner

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Operasjonelle aktiviteter	72 004	85 640	64 355	98 467	29 998	47 758
Investeringsaktiviteter	-24 522	-43 298	-32 106	-16 408	-50 657	-55 075
Finansieringsaktiviteter	33 365	8 804	-3 700	613 148	14 000	-11 534

Kilde: Synnøve Finden

I perioden 2011–2016 har kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter og finansieringsaktiviteter variert. Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter har vært negativ gjennom hele perioden.

### Konkurranserefremmende tiltak

Synnøve Finden har siden 1. juli 2007 mottatt de konkurranserefremmende tiltakene med differensiert avgift/tilskudd på 25 øre (økt til 27 øre fra 1. juli 2013) og 12 øre per liter melk (sistnevnte frem til 1. juli 2011). I perioden 2011 til 2016 har Synnøve Finden årlig mottatt gjennomsnittlig 34 mill. kroner i konkurranserefremmende tilskudd.

### **2.6.3.3 Innspill fra Synnøve Finden – en oppsummering**

Synnøve Finden forutsetter at Landbruksdirektoratet trekker ut effekten av de konkurranserefremmende tiltakene fra regnskapstallene, for å presentere den underliggende virkeligheten som feil melkepris medfører, og som de konkurranserefremmende tiltakene er ment å skulle korrigere for. Synnøve Finden hevder at verken resultatene over tid eller resultatattakten de senere årene er tilstrekkelige til å gi akseptabel forrentning av investert kapital. Fremgangen som likevel er oppnådd, er drevet av topp effektivitet, god kapasitetsutnyttelse i produksjonsanlegget i Alvdal og Namsos samt et effektivt salgsapparat og gode sisteleddsaktiviteter.

Synnøve Finden mener de har bidratt til mangfold i kjøledisken gjennom lansering av en rekke nye og innovative produkter innenfor flere ulike kategorier. Spesielt innenfor yoghurt har lanseringen av gresk yoghurt bidratt til en total fornyelse av sortimentet i hyllen. Gjennom oster som cheddar, feta, grillost og Prästost har de bidratt til å gi norske forbrukere variasjonsmuligheter i ostedisken. Synnøve Finden viser til at det ut i fra markedsandelsutvikling likevel ikke er tegn til bedring i konkurransesituasjonen. Markedsandelen for Synnøve Findens eget brand er dramatisk redusert fra 2006, selv om andelen har vært noenlunde stabil siden 2011. Økningen i produksjon av handelens egne merkevarer (private label) er ikke tilstrekkelig til å opprettholde selskapets totale markedsandel. Private label-produkter kan heller ikke erstatte eget brand som økonomisk fundament for virksomheten.

Synnøve Finden har presentert volumutvikling for 4 hovedgrupper: gulost bit, gulost skiv, gulost riv og brunost/prim. I tillegg er det oppført volumtall basert kun på halvårsrapportene i PU.

### Tilgang på rå melk

Synnøve Finden viser til at det er vanskelig å legge til grunn at LMDs forslag om spesiell kapitalgodtgjørelse blir vedtatt som foreslått. De inntar noen grunnleggende synspunkter om temaet «tilgang på rå melk» og LMDs forslag. For ytterligere detaljer viser de til Synnøve Findens høringsuttalelse til LMD.

### *Disposisjoner knyttet til kjøp av melk som råvare*

Synnøve Finden finner de foreslåtte modellene for ny kapitalgodtgjørelse prinsippløse og konkurransehennende, og mener de må avvises. Synnøve Finden mener man enten må gjennomføre tilstrekkelige strukturelle endringer tilknyttet Tines organisering som vertikalt integrert samvirke slik at konkurranse på like vilkår blir mulig, eller så må man gjennomføre reguleringer som fullt ut korrigerer de feil som samvirkets prisdannelse medfører, og som påfører andre markedsaktører vesentlige konkurranseulempes.

Synnøve Finden mener at Konkurransetilsynets høringsuttalelse til LMD beskriver godt situasjonen i meierimarkedet. Kort oppsummert vil Tine med den foreslåtte ordningen kunne redusere etterbetalingen av kapitalutbytte og i stedet øke kapitalavkastningen som betales ut gjennom melkeprisen. Dette vil svekke muligheten for de uavhengige meieriene med egne leverandører til å konkurrere om leveranser av melk.

Synnøve Finden peker på at de foreslåtte modellene fra LMD vil gjøre det mindre attraktivt for Synnøve Finden å begynne å hente melk fra egne melkebønder. På kort sikt vil også ny beregningsmetode for kapitalgodtgjørelsen påvirke prisen selskapet må betale Tine for kjøp av melk under forsyningsplikten. Tine får gjennom en modell der et tilskudd til noen av deres konkurrenter er proporsjonalt med Tines etterbetaling, klare incentiver til å redusere etterbetalingen til bønderne. Dette vil medføre at råvareprisen som løpende utbetales for melk gjennom året øker, en pris som er direkte proporsjonal med engrosprisen Tine SA krever av andre aktører som kjøper melk under forsyningsplikten. Synnøve Finden mener at de med ny modell for kapitalgodtgjørelse vil komme dårligere ut enn tidligere når det gjelder tilgang til melk som råvare.

### *Hindringer for å knytte til seg egne melkeleverandører*

Synnøve Finden peker på en rekke etableringshindringer for en ny aktør i 2017 som skal etablere seg som konkurrent i markedet for flytende produkter, basert helt eller delvis på melk fra egne leverandører: Kvotordningen for melk, den historiske dominansen meierisamvirket og deres eiere har fra monopoltiden, distriktpolitisk spredning av melkeproduksjon over hele landet i små enheter og tilhørende logistikkostnader knyttet til innsamling og innfrakt av melk som råvare fra disse enhetene og samvirkets posisjon som markedsregulator, deres prisdannelse og den lojalitet mange bønder føler overfor disse viktige reguleringsfunksjonene. For øvrig viser Synnøve Finden til LMDs høringsnotat og egen høringsuttalelse om dette temaet.

Det er Synnøve Findens oppfatning at tilgang til melk direkte fra melkeprodusent langt på vei er en umulig oppgave i andre områder av landet enn der Q-meieriene allerede er etablert, hvilket innebærer at det konkurransedyktige fundamentet for produksjon basert på flytende meieriprodukter basert på egne melkeleverandører ikke lenger eksisterer for nye konkurrenter. Synnøve Finden mener derfor det er nødvendig å vurdere endringer i forsyningspliktbestemmelsene for å etablere tilgang til melk som råvare for videre utvikling av konkurranse innenfor flytende meieriprodukter. Videre mener Synnøve Finden felles innsamling av melk på markedsregulators hånd er en naturlig konsekvens av norsk landbrukspolitikk i meierisektoren og samfunnsøkonomisk mest kostnadseffektivt. Meierier som har produksjon av faste produkter bør også få tilgang til råvare for flytende produkter i en slik grad innenfor forsyningspliktbestemmelsene, at det blir mulig å etablere flere aktører også i dette markedssegmentet.

### Vurdering av generell korreksjon

Synnøve Findens vurdering er at tilskuddet generell korreksjon utelukkende har kommet selskapet til gode. Tilskuddet er regnskapsført som redusert varekost på råvaren melk. Selskapet er ikke møtt med argumentasjon fra aktører senere i verdikjeden om at de skulle ha krav på dette tilskuddet.

Investeringer og produksjon av handelens egne merkevarer er omtalt i vedlegg til Synnøve Findens innspill. I denne rapporten er dette omtalt under de respektive kapitlene der disse temaene omtales.

## 2.6.4 Normilk AS

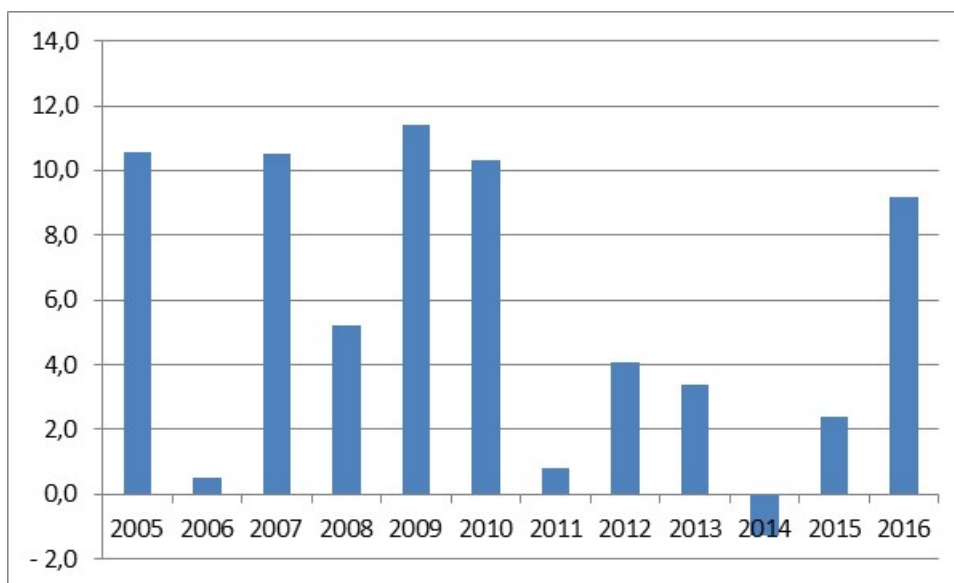
Normilk AS ble etablert i 2001, og har ett produksjonsanlegg i Levanger. Der produserer de tørrmelksprodukter, og de selger sine produkter til industrikunder innenfor norsk næringsmiddelindustri. Det er 27 ansatte i meieriselskapet (2014). Normilk har ikke egne produsenter og kjøper melk fra Tine Råvare. Normilk mottar ingen av de konkurransefremmende tilskuddene i PU.

### 2.6.4.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

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

Normilk er i dag den eneste aktøren utenom Tine som produserer tørrmelk.

Normilks omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



*Figur 25: Omsetningsvekst i Normilk AS, i prosent*

I prisutjevningsordningen for melk, rapporterer Normilk i prisgruppen for tørrmelk. SLF-rapport 22/2012 viste at Normilk økte sin andel innenfor tørrmelksgruppen i perioden 2004–2011, og økningen var noe større i perioden etter 2007 enn fra 2004–2007. Andelen har økt ytterligere i perioden 2011–2016 (med unntak av en nedgang i 2015). Fra 2009 har Normilk hatt en stor andel av tørrmelksgruppen i PU. Normilks samlede andel i hovedmelkeanvendelsen i PU (samlet andel for alle prisgrupper) er i overkant av 4 prosent i både 2011 og 2016.

Normilk rapporterer også anvendelse av fløte til industri i biproduktanvendelsen. Normilks totale andel i biproduktanvendelsen har etter 2011 stort sett ligget på i overkant av 4 prosent.

## 2.6.4.2 Økonomi

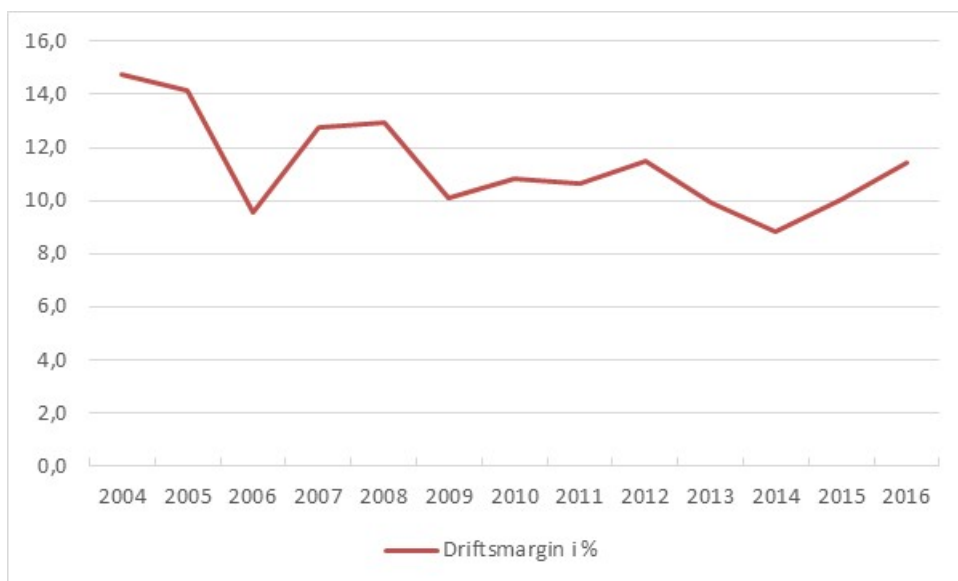
Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Normilk AS.

Tabell 41: Økonomiske nøkkeltall Normilk AS

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill. kr)	216,0	281,5	293,0	302,9	299,0	306,2	334,3
Driftsresultat (mill. kr)	27,6	29,9	33,7	30,0	26,5	30,8	38,3
Årsresultat (mill. kr)	20,3	22,0	24,8	22,5	20,2	23,2	28,7
Driftsmargin i %	12,8	10,6	11,5	9,9	8,9	10,1	11,5
Egenkapitalrentabilitet (%)	76,1	40,7	39,7	32,8	27,9	29,3	30,9
Totalrentabilitet (%)	51,4	37,5	37,6	32,0	26,8	29,1	
Egenkapitalandel (%)	52,9	66,7	69,4	70,5	69,9	74,5	87,2
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	13,0	18,4	21,3	21,3	22,4	24,0	27,6
Likviditetsgrad 1	2,2	2,8	3,1	3,2	3,1	3,6	6,9
Likviditetsgrad 2	1,9	2,4	2,7	2,8	2,5	3,2	5,6

Kilde: Brønnøysundregistrene og Normilk

Normilk har hatt en jevn økning i driftsinntekter gjennom perioden, med unntak av for 2014 hvor selskapet hadde en reduksjon i omsetningen på 1,3 prosent sammenlignet med 2013. Totalt har omsetningen økt med 52,8 mill. kroner, eller 18,8 prosent, i perioden fra 2011 til 2016. Driftsresultatet og årsresultatet har variert noe i perioden. Egenkapitalrentabiliteten er redusert fra 40,7 prosent i 2011 til 30,9 prosent i 2016. Driftsmarginen var på 10,6 prosent i 2011, mens den er økt til 11,5 prosent i 2016.



Figur 26: Driftsmargin i Normilk AS, i prosent

Normilk har ikke annen virksomhet som påvirker de økonomiske nøkkeltallene, slik de fremgår i tabellene ovenfor.

### Kontantstrømanalyse

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

Tabell 42: Kontantstrøm Normilk AS, i 1000 kroner

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Operasjonelle aktiviteter		24 364	12 800	37 689	21 086	26 008	22 872
Investeringsaktiviteter		-1 138	-1 049	-2 274	-5 248	-4 531	-2 719
Finansieringsaktiviteter		-15 000	-15 000	-20 000	-15 000	-15 000	-20 000

Kilde: Brønnøysundregistrene og Normilk

Normilk har i perioden 2012–2016 hatt positiv kontantstrøm fra sin drift (operasjonelle aktiviteter). Normilk har over tid gjort noen mindre investeringer, som stort sett dekkes av kontantstrøm fra drift (operasjonelle aktiviteter).

### Konkurransfremmende tiltak

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

## 2.6.5 Rørosmeieriet AS

Rørosmeieriet as produserer og leverer utelukkende økologiske meieriprodukter. Selskapet ble etablert i 2001 med et meierianlegg på Røros. I 2015 etablerte Rørosmeieriet også et meierianlegg på Tolga.

Selskapet hadde gjennomsnittlig 23 ansatte i 2016. Rørosmeieriet produserer «Økologisk Tjukkmjølke fra Røros-traktene», søtmeik, smør, ferskost og rømme, og alle produkter er laget av økologisk melk. Selskapet har også noe leieproduksjon. Rørosmeieriet har ikke egne produsenter, og kjøper melk fra Tine Råvare.

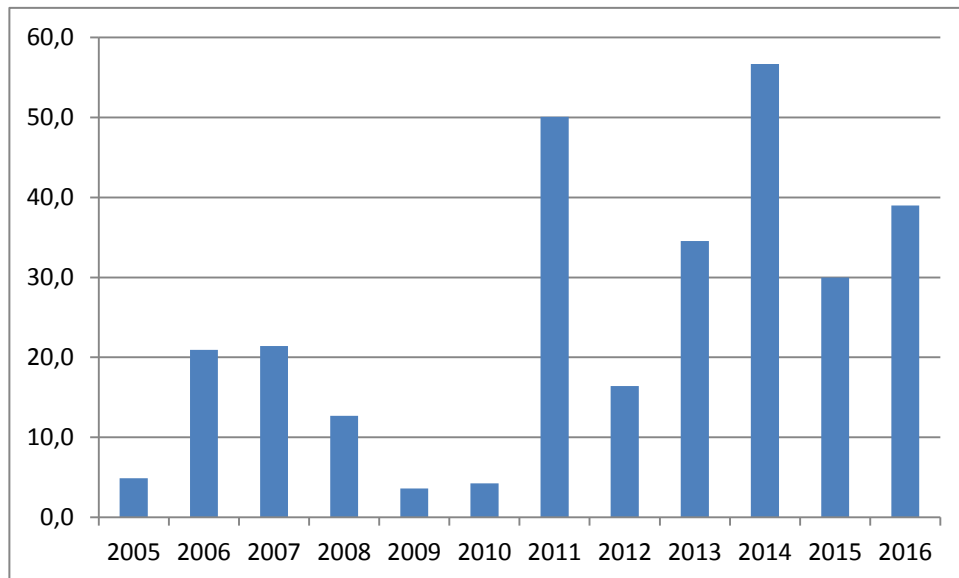
Selskapet er eid av Økomat Røros AS, Statell AS, tidligere og nåværende ansatte og styremedlemmer, Tine og Investron AS.

### 2.6.5.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

Rørosmeieriet var den nest største leverandøren av smør til norsk dagligvarehandel i både 2011 og 2015, ifølge Nielsen.

Når vi ser produksjon av Rørosmeieriets varemerker og EMV-produksjon i sammenheng, var Rørosmeieriet den tredje største aktøren i både søtmeiksegmentet og syrnet melksegmentet i 2015.

Rørosmeieriets omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



Figur 27: Omsetningsvekst i Rørosmeieriet AS, i prosent

I prisutjevningensordningen rapporterer Rørosmeieriet i prisgruppene for sure og ikke smaksatte flytende produkter i dagligvaremarkedet og prisgruppen for ferske oster i dagligvaremarkedet. I tillegg anvender de noe melk til flytende produkter i industrimarkedet. Rørosmeieriets samlede andel i hovedmelkeanvendelsen i PU var på 0,7 prosent i 2016, en økning på 0,5 prosentpoeng fra 2011.

Rørosmeieriet hadde en svært lav andel av samlet produksjon innenfor PU i perioden frem til 2010. Selskapet hadde en økning innenfor ikke smaksatte flytende produkter i dagligvaremarkedet (prisgruppe 2) fra 2010 til 2011, selv om den totale andelen må anses som liten. I perioden 2011–2016 har Rørosmeieriets andel i denne gruppen økt. Selv om andelen fortsatt er relativt liten, er økningen i volumet bak relativt stort.

Selskapet anvender også fløte til kremfløteprodukter og smør. Den totale andelen i biproduktanvendelsen var på 0,4 prosent i 2016.

### 2.6.5.2 Økonomi

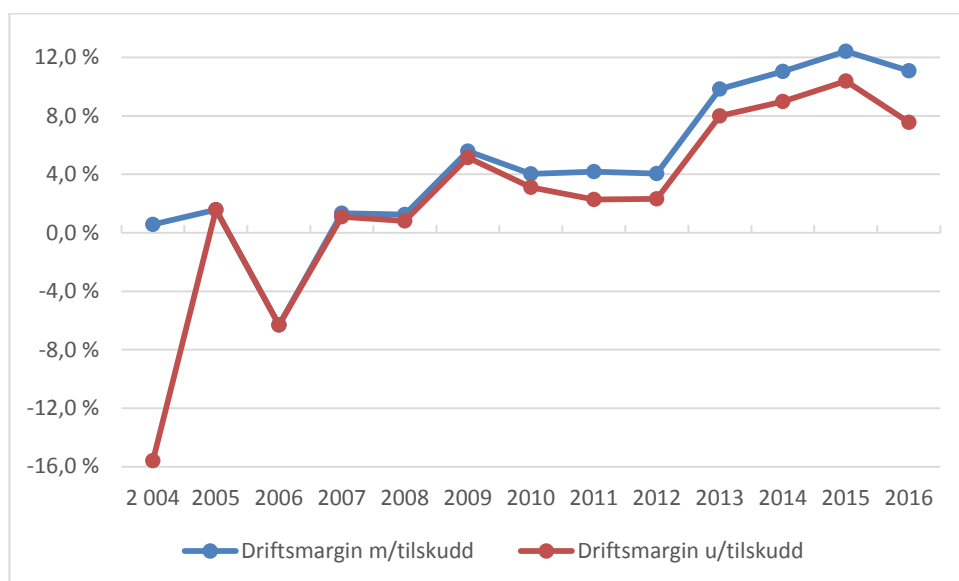
Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Rørosmeieriet AS.

Tabell 43: Økonomiske nøkkeltall Rørosmeieriet AS

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill. kr)	16,3	29,8	34,7	46,6	73,1	95,0	132,0
Driftsresultat (mill. kr)	0,2	1,2	1,4	4,6	8,1	11,8	14,6
Årsresultat (mill. kr)	0,1	0,9	1,0	3,7	6,4	9,5	11,8
Driftsmargin i %	1,3	4,2	4,1	9,8	11,0	12,4	11,1
Egenkapitalrentabilitet (%)	15,1	24,7	21,8	45,8	45,8	44,0	37,4
Totalrentabilitet (%)	5,7	17,8	14,3	31,1	36,2	32,5	27,7
Egenkapitalandel (%)	19,9	48,9	43,6	59,7	62,7	56,6	60,9
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	-1,3	4,8	-1,2	11,9	7,8	5,6	11,7
Likviditetsgrad 1	0,9	1,3	0,9	1,9	1,6	1,5	2,0
Likviditetsgrad 2	0,8	1,1	0,7	1,7	1,4	1,2	1,7

Kilde: Brønnøysundregistrene og Rørosmeieriet

Rørosmeieriet har hatt en jevn og sterk økning i driftsinntekter gjennom perioden. Fra 2011 til 2016 har omsetningen økt med 102,2 mill. kroner. Driftsresultatet og årsresultatet har også økt jevnt i denne perioden. Driftsmarginen er også styrket vesentlig fra 4,2 prosent i 2011 til 11,1 prosent i 2016. Egenkapitalrentabiliteten har også økt i denne perioden.



**Figur 28: Driftsmargin i Rørosmeieriet AS, med og uten konkurransefremmende tilskudd i PU, i prosent**

Rørosmeieriets lønnsomhet har økt jevnt siden 2007, og økningen har vært sterkest de siste årene. Siden 2013 har selskapet hatt en driftsmargin uten tilskudd på over 7 prosent, med unntak for 2016.

Likviditeten til Rørosmeieriet har vært ujevn over tid, men den har bedret seg de siste årene. I 2011 var likviditetsgrad 1 på 1,3 og likviditetsgrad 2 på 1,1, mens disse var økt til henholdsvis 2,0 og 1,7 i 2016. Videre har deres evne til å ekspandere, basert på selskapets arbeidskapital, bedret seg over tid, og i de siste årene vært god.

Rørosmeieriet har bedret sin soliditet i perioden fra 2004 til 2015 og selskapet har en egenkapitalandel på 60,9 prosent i 2016.

Rørosmeieriet har ikke annen virksomhet som påvirker de økonomiske nøkkeltallene, slik de fremgår i tabellene ovenfor.

### Konkurransefremmende tiltak

Fra 2007 har Rørosmeieriet mottatt ett av de tre konkurransefremmende tiltakene, nemlig differensiert avgift/tilskudd på 25 øre per liter melk frem til 30. juni 2013 og 27 øre per liter melk fra 1. juli 2013. Det har vært en årlig økning i samlet tilskudd til selskapet, fra 0,6 mill. kroner i 2011 til 4,7 mill. kroner i 2016. Fra august 2016 har selskapet også fått distribusjonstilskudd for flytende produkter på 50 øre per liter.

### **2.6.5.3 Innspill fra Rørosmeieriet – en oppsummering**

Rørosmeieriet vil i sitt innspill understreke at konkurransefremmende tiltak har vært og er avgjørende for deres utvikling og drift. De vurderer tiltakene til å ha en god effekt, og tror at konkurransen i meierisektoren hadde vært enda svakere uten. Samtidig skriver de at er de enige i at konkurransen fortsatt er svak, men vil understreke at det ikke betyr at tiltakene har vært uten effekt.



## Forsyningsplikt

Rørosmeieriet mener at det er lite hensiktsmessig med en begrensning i forsyningsplikten på 15 mill. liter per anlegg for økologisk melk. De mener at det ikke bør være noen begrensning, fordi denne grensen vil hemme konkurransen. De viser til at det er utfordrende for Rørosmeieriet å knytte til seg egne leverandører, og at det er langt enklere og rimeligere med egne leverandører i melketette områder, for eksempel Jæren, enn det ville være for økologiske aktører med betydelig lengre avstander og mindre melketette områder.

## Konkurranse fra import

Rørosmeieriet viser til at det i Norge er overproduksjon av melk samtidig som det er økende import av meieriprodukter. Etter deres oppfatning er dette en situasjon som indikerer at norske meieriaktører ikke klarer å møte markedets behov og ønsker på en tilfredsstillende måte. For Rørosmeieriet er dette et relevant bakteppe for diskusjonene rundt de norske konkurranseforholdene. De mener at Norge bør ha en konkurransesituasjon som bidrar til at norske aktører samlet sett står sterkere i stadig skjerpene internasjonale konkurransesituasjoner.

## Behov for forutsigbare innfraktkostnader

Rørosmeieriet påpeker at de er avhengige av forutsigbare fraktkostnader på økologisk melk. De mener at innfrakten for økologisk melk med dennes særegne situasjon, har særs uforutsigbare rammebetingelser basert på uoversiktlige mekanismer, og at dette må være forutsigbart slik at dette ikke blir en konkurransehemmende faktor. Rørosmeieriet viser blant annet til at de ikke vet hvordan den prosentvise fordelingen mellom innfrakt- og overføringsfrakt skjer. De viser også til at det er uklart hvordan mellomfraktkostnadene Rørosmeieriet betaler til Tine for økologisk melk blir regnet ut, og at kostnaden for dem er svært uforutsigbar.

## Tilgang på rå melk

Rørosmeieriet viser til nye forutsetninger for spesiell kapitalgodtgjørelse fra 1. juli 2017, og mener at dette vil gjøre det mer sannsynlig og lettere for dem å vurdere egne leverandører. Samtidig viser de til at det største hinderet for å kunne knytte til seg egne leverandører er den geografiske spredningen av økologiske melkebruk. I tillegg ser de gårdstankservice, rådgivning og inntransport som vesentlige utfordringer for en liten aktør, sammenlignet med markedsleders erfaring, kompetanse og system på dette, og en faktor Rørosmeieriet har svært liten påvirkning på.

## Distribusjon

I sitt innspill skriver Rørosmeieriet at distribusjonstilskuddet er et direkte og målrettet tilskudd til å jevne ut konkurransesituasjonen i meierisektoren og den konkurransefordel som Tine har.

Rørosmeieriet mener at tilskuddet har bidratt til en forbedring av deres konkurransesituasjon. De påpeker at målet er å bedre konkurransen i meierisektoren, og mener at så langt tilskuddet vurderes som effektivt og konkurransesituasjonen fremdeles er svak, bør tilskuddet videreføres og vurderes forsterket til målet er nådd. Distribusjonstilskuddet bør videreføres fordi det øker konkurransekraften til deres produkter ut mot forbruker.

Rørosmeieriet opplyser at distribusjonstilskuddet har gått direkte og i sin helhet til å forbedre logistikkpåslaget i produktkalkylene, dvs. at det har senket prisen på produkter ut mot forbruker. Økologisk melk er en produktkategori hvor det har vært stort prisfokus, og det er mange prisdrivere slik at det er vanskelig å analysere prisen. Rørosmeieriet antar at distribusjonstilskuddet kommer dem

til gode gjennom økt salg, og at det kommer forbrukeren til gode gjennom at lavere pris betyr økt tilgjengelighet til produktene. Indirekte vil det si at distribusjonstilskuddet også kommer andre i deres verdikjede til gode, i og med at økt salg er et gode for hele verdikjeden.

#### Vurdering av generell korreksjon

Rørosmeieriet mener at dette er et målrettet tiltak som fungerer meget godt og i henhold til målet med ordningen. Tiltaket brukes til forbedring av driftsresultat hos Rørosmeieriet. De mener at korreksjonsbeløpet bør følge generell prisutvikling.

Rørosmeieriet har også omtalt sitt distribusjonsopplegg, investeringer og EMV-produksjon. Dette er gjengitt under de respektive kapitlene der disse temaene omtales.

### **2.6.6 Mondelēz (norsk filial)**

Mondelēz (norsk filial) (tidligere Kraft Foods Norge AS) er en del av en stor internasjonal næringsmiddelprodusent. Mondelēz har ingen produksjonsanlegg for fersk ost i Norge, men produserer fersk ost i Tyskland for det norske markedet under ordningen med utenlands bearbeidning. Produksjonen er basert på norsk melk, og Mondelēz kjøper melk fra Tine Råvare.

#### **2.6.6.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU**

I 2015 var Mondelēz nest største leverandør innenfor kategorien kremoster i dagligvaremarkedet, ifølge Nielsen. Selskapet, under navnet Kraft Foods Norge, hadde samme posisjon innen denne kategorien i 2011. Selskapets andeler er ikke ytterligere spesifisert i Nielsens rapporter.

I PU-sammenheng rapporterer den norske delen av selskapet melk som er anvendt til fersk ost i dagligvaremarkedet. SLF-rapport 22/2012 viste at daværende Kraft Foods' andeler i PU ble redusert i perioden fra selskapet kom inn i ordningen i 2006 og frem til 2011. Andelene til selskapet har gått ytterligere ned frem mot 2016, og Kraft Foods/Mondelēz' samlede andel i PU er relativt liten gjennom hele perioden. Selskapet anvender ikke biprodukter i PU.

#### **2.6.6.2 Økonomi**

Vi har ikke fått noen tilbakemelding fra Mondelēz.

Meieridrift er kun en liten andel av selskapets totale drift, og det har derfor ingen hensikt å presentere totale regnskapstall for selskapet her.

#### Konkurranserefremmende tiltak

Fra 2007 har Kraft Foods/Mondelēz mottatt det konkurranserefremmende tiltaket med differensiert avgift/tilskudd på 25 øre per liter melk og 27 øre per liter fra 1. juli 2013.

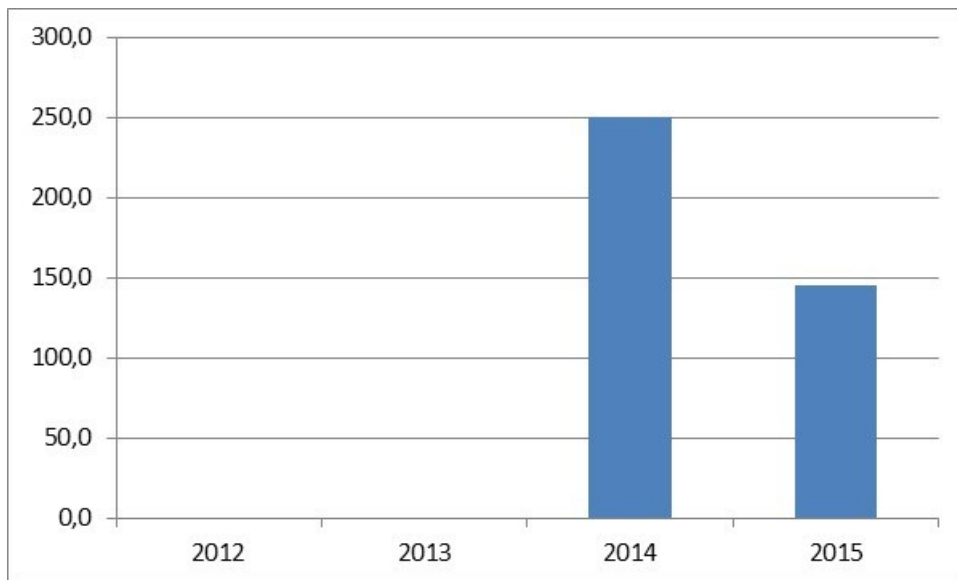
## 2.6.7 Urtehaven AS

Urtehaven AS har ett produksjonsanlegg på Lillehammer. Inntil 2017 het selskapet Lillehammer Ysteri AS<sup>31</sup>. De har hatt produksjon siden 2012, og selskapet har vært aktør i PU siden 2013. De produserer fetaost og hvitost, samt kvargprodukter.

I 2016 kjøpte Lillehammer Ysteri opp firmaet Urtehaven AS, som produserer måltider som er klare til å spises uten tilberedning, og som selges i hovedsak i kiosker og dagligvarebutikker. Produksjonen skal flyttes fra Oslo til anlegget på Lillehammer, noe som betyr en utvidelse på ca. 25 ansatte. Før oppkjøpet hadde Lillehammer Ysteri om lag 17 ansatte<sup>32</sup>.

I prisutjevningsordningen har selskapet en meget liten andel av den totale melkeanvendelsen. Selskapet anvender ikke biprodukter i PU.

Urtehavens omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



Figur 29: Omsetningsvekst i Lillehammer Ysteri AS/ Urtehaven AS, i prosent

### 2.6.7.1 Økonomi

Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Urtehaven AS.

---

<sup>31</sup> Dette er ikke samme selskap som ble omtalt i SLF-rapport 22/2012, men et nytt selskap. Informasjonen i rapporten fra 2012 er derfor ikke sammenlignbar med omtalen av Lillehammer Ysteri i denne rapporten. Tidligere Lillehammer Ysteri ble kjøpt opp i 2012, og det nye selskapet fikk navnet Innlandsmeieriet AS. Senere byttet dette selskapet navn til Lillehammer Ysteri, og i 2017 byttet de navn til Urtehaven.

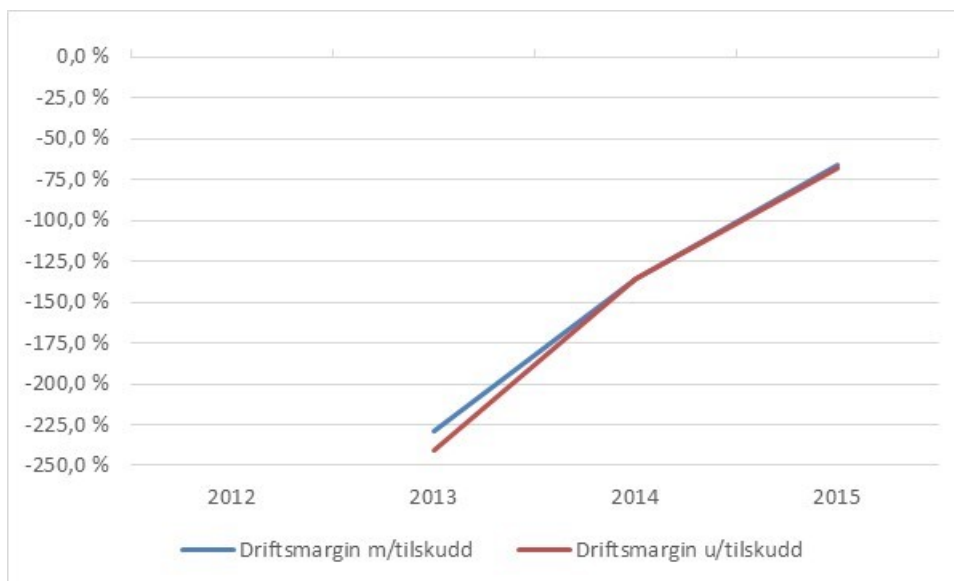
<sup>32</sup> Kilde: Gausdølen avis: <http://www.gausdolen.no/stor-utvidelse-pa-lillehammer-ysteri/>

Tabell 44: Økonomiske nøkkeltall Lillehammer Ysteri AS/Urtehaven AS<sup>33</sup>

	2012	2013	2014	2015	2016
Driftsinntekter (mill. kr)		1,8	6,3	15,4	
Driftsresultat (mill. kr)		-4,1	-8,5	-10,2	
Årsresultat (mill. kr)		-3,5	-7,1	-8,3	
Driftsmargin i %		-229	-135	-66	
Egenkapitalrentabilitet (%)		2399,3	412,5	-154,5	
Totalrentabilitet (%)		-64,9	-51,9	-44,8	
Egenkapitalandel (%)		-2,3	-15,7	54,4	
Arbeidskapital i % av driftsinntekter		28,7	-242,9	0,5	
Likviditetsgrad 1		1,2	0,2	1,0	
Likviditetsgrad 2		0,5	0,1	0,5	

Kilde: Brønnøysundregistrene

Urtehaven har hatt en jevn økning i driftsinntekter gjennom perioden. Fra 2013 til 2015 har omsetningen økt fra 1,8 mill. kroner til 15,4 mill. kroner. Driftsresultat og årsresultat har vært negative siden oppstarten av selskapet i 2012. Selskapet har også hatt negativ driftsmargin i hele perioden, men driftsmargin og totalkapitalrentabiliteten er forbedret over tid.



Figur 30: Driftsmargin i Lillehammer Ysteri AS/Urtehaven AS, med og uten konkurransefremmende tilskudd i PU, i prosent

<sup>33</sup> 2013 er første hele regnskapsår for selskapet.

## Konkurranserefremmende tiltak

Fra 2013 har Lillehammer Ysteri/Urtehaven mottatt ett av de tre konkurranserefremmende tiltakene, nemlig differensiert avgift/tilskudd på 25 øre per liter melk frem til 30. juni 2013 og 27 øre per liter melk fra 1. juli 2013.

### **2.7 Markedskonsentrasjon - HHI-indekser**

Det finnes flere indikatorer som måler markedskonsentrasjon. Felles for dem er at de forutsetter at det foreligger en markedsavgrensning for markedet konsentrasjonen måles i.

Med utgangspunkt i meieriprodukter solgt i Norge har vi likevel valgt å beregne et mål for markedskonsentrasjon. Det må understrekes at resultatene fra beregningen har begrenset gyldighet, ettersom det ikke er foretatt en markedsavgrensning.

Vi har valgt å bruke Herfindahl-Hirschman-indeksen (HHI). Indeksen beregnes ved å summere kvadratet av markedsandelene til alle aktørene i et marked. I indeksen legges det større vekt på markedsandelen til store aktører, og markeder med få store aktører vil dermed få en større indeksverdi, som igjen vil si større konsentrasjon, enn markeder med mange små aktører.

Indeksen varierer fra 0 til 1, der 0 er innebærer et stort antall små bedrifter og 1 innebærer en monopolsituasjon. Alternativt kan en bruke hele prosentene, der indeksen er rangert mellom 0 og 10 000 poeng, der 10 000 er en monopolsituasjon. Vi har brukt rangeringen fra 0 til 10 000 i denne rapporten.

Verdier under 1 500 indikerer at markedet ikke er konsentrert, hvorav verdier under 100 indikerer et meget konkurransedyktig marked. Verdier mellom 1 500–2 500 indikerer moderat konsentrasjon, mens verdier over 2 500 indikerer høy konsentrasjon.

Vi har benyttet anvendt melk i PU, samt import- og eksportstatistikken som grunnlag for beregning av anvendt melk per produktsegment. Vi har lagt til grunn samme segmentinndeling som OFM. Yoghurt inkl. Skyr er et segment og omfatter yoghurt fra prisgruppe 1 og Skyr og gresk yoghurt fra prisgruppe 4 i PU. Resten av prisgruppe 1 inngår sammen med melkesegmentet og resten av prisgruppe 4 inngår i ostesegmentet. Anvendt melk for Tine er justert slik at sum anvendt melk er lik sum disponibel melk per år i perioden. Videre er Tines tall for ost og tørrmelk justert for årlige lagerendringer, samt at Tines tall for tørrmelk er fratrukket eksport. Dette er gjort for å fremskaffe tall for faktisk innenlandsk forbruk for de ulike produktsegmentene. De 10–13 største importørene per segment i perioden 2011–2016 er tatt med. For å gjøre importtallene sammenlignbare med PU-tallene, er importerte kvanta omregnet til anvendt liter melk med bakgrunn i erfaringstall fra omregningsfaktorene som benyttes i PU.

Tabellen under viser HHI-indekser for ulike produktsegmenter i meierisektoren i perioden 2011–2016, hvor tallene er avrundet.

Tabell 45: HHI-indeks i ulike produktsegmenter meierisektoren

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Drikkemelk	7 500	7 300	7 200	7 000	6 800	6 800
Ost	5 200	5 300	5 500	5 500	5 400	5 400
Yoghurt	5 800	5 600	5 000	4 900	5 100	5 000
Tørrmelk	4 700	4 700	4 700	4 500	4 300	4 600

Verdier over 2 500 indikerer høy konsentrasjon, og vi ser at det er tilfelle innenfor alle produktsegmentene. Det er imidlertid noe variasjon mellom produktsegmentene.

Drikkemelk er segmentet med høyest markeds konsentrasjon. Konsentrasjonen i drikkemelksegmentet har gått noe ned i perioden, med HHI-indeks på 7 500 poeng i 2011 til 6 800 poeng i 2016.

For ost viser HHI-indeksen en markeds konsentrasjon på i overkant av 5 000 poeng. Det har vært en økning fra 2011, men indeksen har ligget relativt stabilt gjennom hele perioden.

I yoghurtsegmentet har markeds konsentrasjonen gått noe ned, og HHI-indeksen har ligget på rundt 5 000 poeng siden 2013. På yoghurt er det lavere markeds konsentrasjon enn i både ostesegmentet og drikkemelksegmentet.

Tørrmelkssegmentet har lavest markeds konsentrasjon av segmentene vi har sett på her. Indeksen har ligget relativt stabilt gjennom perioden.

## 2.8 Meierisektoren internasjonalt

Nedenfor vil vi gi kortfattede beskrivelser av markedene og enkelte meieriselskap i Norden, Sveits og USA med sikte på å vurdere reell risiko. Hensikten med omtalen er å vurdere hvorvidt risikobildet tilsier høyere eller lavere marginkrav i Norge enn i de andre landene.

Opplysningene er hentet fra Euromonitor International, tall for markedsandeler er fra 2016. Driftsmargin for de ulike selskapene er hentet fra årsregnskapene fra disse selskapene.

### 2.8.1 Meierimarkedet i Norden

#### *Finland*

Samvirket Valio er markedsleder i de fleste segmentene med om lag 47 prosent av markedet for ost og yoghurt/syrnede produkter og med Arla som hovedutfordrer i alle kategorier. I drikkemelksegmentet øker også EMV. Valios driftsmargin har gått ned fra 3,9 prosent til 1,2 prosent i perioden 2011–2015.

#### *Sverige og Danmark*

Samvirket Arla er markedsleder i de fleste kategorier i Sverige, med fra 41 prosent (yoghurt/syrnede produkter) til 47 prosent for drikkemelk og ost. EMV er sterkt tilstede i de fleste kategorier i Sverige og øker.

Arla har en enda sterkere markedsposisjon i Danmark enn i Sverige og er vesentlig større enn alle konkurrenter (inkludert EMV) i de fleste kategorier. Arlas driftsmargin har gått opp fra 3,0 prosent til 3,9 prosent i perioden 2011–2015.

### 2.8.2 Meierimarkedet i Sveits

Sveits er ikke medlemmer av EU, men har en handelsavtale med EU som gjør at spesielt ostemarkedet er relativt åpent for importkonkurranse.

Handelshuset Migros er markedsleder i segmentene ost, drikkemelk og yoghurt/syrnede produkter. COOP, deres hovedkonkurrent på butikkleddet, er nummer to i markedet. Det største rendyrkede meieriselskapet i Sveits, Emmi AG, kommer først på tredje plass.

Emmi AG har en sterk markedsposisjon for sine premiumprodukter og høy innovasjonstakt. Emmi AGs driftsmargin har gått opp fra 4,8 prosent til 5,9 prosent i perioden 2011–2015.

### 2.8.3 Meierimarkedet i USA

Offentlige reguleringer i melkemarkedet i USA reduserer den reelle risikoen for meieriselskapene noe. Mesteparten av USA er inndelt i regioner (milk marketing orders). Innenfor hver region foregår det en månedlig prisutjevning basert på oppnådde priser i fire melkeklasser. I tillegg er det et marginbeskyttelsessystem for produsentene og en intervensjonsordning som til sammen begrenser prisvolatiliteten på melk. Videre er det visse importrestriksjoner som reduserer konkurransen fra verdensmarkedet.

Den amerikanske etterspørselen etter meieriprodukter skiller seg ganske mye fra den europeiske. Av størst interesse her vurderes markedet for drikkemelk. Det finnes flere store meieriselskaper (mange av dem er samvirker) som opererer i flere melkereioner, men det typiske for hver region er at det er regionale merkevarer som dominerer sammen med EMV. Dean Foods er størst på drikkemelk i USA og er i ferd med å bygge nasjonale merkevarenavn på fersk melk (Dairy Pure).

Driftsmarginen (operating income) til Dean Foods INC var på 3,4 prosent i 2016 mot negativ driftsmargin på 21 prosent i 2011. Selskapets driftsinntekter (net income) var i 2016 på ca. 65 milliarder kroner.

## 2.9 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 egne engrosvirksomheter i 2005. I 2008/09 var den oppe i ca. 70–80 prosent<sup>34</sup>. Vi har ikke tilgang på tilsvarende tall for årene etter.

De tre paraplykjedene innenfor norsk dagligvarehandel dekker store deler av grossist- og distribusjonsmarkedet med sine egne integrerte systemer, og det er også i hovedsak disse dagligvareaktørene som leverer varer til storhusholdningsmarkedet og kiosk-, bensin- og servicemarkedet. Utviklingen viser at dagligvarekjedene i økende grad har integrert bakover i

---

<sup>34</sup> Meld. St. 9 (2011-2012) Landbruks- og matpolitikken. Velkommen til bords. Kapittel 4.3.1.3

verdikjeden. En stadig større andel av varestrømmen går gjennom dagligvarekjedenes egne grossister og distribusjonsløsninger, og kjedene har som uttalt forretningsmål at all varestrøm skal gå gjennom egen distribusjon<sup>35</sup>.

Tine er en av få industriaktører 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.

Prisindeksen fra Statistisk sentralbyrå (SSB) for godstransport på vei viser at transportkostnadene for kjølte og fryste varer økte med 4,8 prosent i perioden 2012–2016. Totalindeksen for lastebiltransport viser en kostnadsøkning på vel 8 prosent i samme periode.

Transportkostnadene utgjør en stor del av distribusjonskostnadene. Landbruksdirektoratet har innhentet tall for distribusjonskostnader for flytende melkeprodukter fra aktørene i PU som har slik produksjon. Tallene er unntatt offentlighet.

### **2.9.1 Tines distribusjon av flytende meieriprodukter**

Ifølge Tines nettsider kjøres melk, fløte, yoghurt og andre ferske produkter direkte fra meieriene og ut til butikkene, dels med egne biler og sjåførere og dels med innleide transporttjenester. Ettersom spesialiseringen mellom meieriene har økt, betyr det at varer må transporteres mellom meierier før det omlastes og kjøres ut i butikk. Tine frakter produkter flere ganger i uka til 25 000 leveringssteder. Tine leverer til både butikker, restauranter, sykehus, kiosker, kantiner, barnehager og skoler.

Tine opplyser at de distribuerer flytende produkter fra 16 salgsmeierier. Tine viser til oppstilling over kostnader til distribusjon av flytende melkeprodukter i perioden 2012–2016 for henholdsvis konvensjonelle og økologiske produkter. Tines distribusjonskostnader for konvensjonelle melkeprodukter er økt i perioden fra 2012 til 2016. Distribusjonskostnadene i kr per liter/kg varierer mellom årene, avhengig av distribuert melkevolum.

Økologiske produkter må i større grad enn konvensjonelle mellomtransporteres. Om lag 30 prosent av de økologiske produktene mellomtransporteres. Dette medfører høyere distribusjonskostnader i kroner per liter/kg distribuert vare for økologiske produkter.

### **2.9.2 Q-meierienes distribusjon av flytende meieriprodukter**

Q-meieriene opplyser at distribusjonsopplegget deres er det samme som beskrevet i SLF-rapporten fra 2012.

Q-meieriene kjøper distribusjonstjenester fra alle de tre største kjedene. I tillegg kjøper de transporttjenester fra tredjepart til frakt fra meierianlegg til nærmeste distribusjonsterminal for en av

---

<sup>35</sup> Meld. St. 11 (2016–2017) Endring og utvikling. En fremtidsrettet jordbruksproduksjon. Kapittel 3.2.



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 opplyste i 2012 om at de i det siste hadde begynt å distribuere til storhusholdningsmarkedet og mindre butikker, og at det betydde en forventet økning i distribusjonskostnadene.

### **2.9.3 Rørosmeieriets distribusjon av flytende produkter**

Rørosmeieriet har landsdekkende grossistdistribusjon, med produkter hos storhusholdningsgrossister og hos dagligvarekjedene, ifølge deres nettsider.

I 2012 opplyste Rørosmeieriet at de kjøper distribusjonstjenester hos Tine for deler av sitt behov. Fra og med 2014 har Rørosmeieriet ikke benyttet distribusjonstjenester fra Tine i vesentlig grad. 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.

## 3 Vurderinger

I kapittel 3.1 vurderer vi utviklingen i råvaremarkedet. I kapittel 3.2 vurderer vi utvikling i volumer og andeler totalt og i de ulike delsegmentene drikkemelk, yoghurt, ost og tørrmelk. Vi gjør en analyse av risiko for norsk og europeisk meieriindustri i kapittel 3.3. Nøkkeltall og økonomiske resultater for aktørene i prisutjevningsordningen vurderes i kapittel 3.4. I kapittel 3.5 gjør vi en vurdering av om de konkurransefremmende tiltakene utelukkende har bidratt til å fremme konkurranse i meierisektoren, eller om andre aktører som er plassert senere i verdikjeden har hentet ut noe av dette. I kapittel 3.6-3.8 vurderes effekten av de konkurransefremmende tiltakene, samt behov for endringer i tiltakene. Vi vurderer konsekvenser av eventuelle endringer og illustrerer dette med noen regneeksempler i kapittel 3.9. Behov for eventuelt andre konkurransefremmende tiltak i PU vurderes i kapittel 3.10. Administrative konsekvenser er omtalt i kapittel 3.11.

I kapittel 3 har vi benyttet forbrukstall fra OFM for å belyse utviklingen i segmentandeler. Tallene viser omsetningen i norsk dagligvare- og storhusholdning inkludert import. Innenfor noen kategorier har de også med omsetningen i industrimarkedet. Importtallene er justert for UB.

### 3.1 Økning i andeler til Q-meieriene i råvaremarkedet

I SLF-rapport 22/2012 pekte vi på at effektiviseringen i landbruket medfører at antall melkeprodusenter og henteplasser reduseres gradvis. En slik utvikling har fortsatt også i årene etter. Denne utviklingen skjer uavhengig av de konkurransefremmende tiltakene i PU.

I 2011 mottok Q-meieriene 4,9 prosent av norskprodusert kumelk, mens Tine mottok 95,1 prosent. I 2016 var melkeleveransen på et relativt lavt nivå. I 2016 mottok Q-meieriene 5,6 prosent av melken, mens Tines andel var på 94,4 prosent. Q-meierienes volum fra egne produsenter økte med om lag 19 prosent fra 2011 til 2016. Tines volum økte med 2,4 prosent i samme periode<sup>36</sup>. Q-meierienes andel av det totale råvaremarkedet er fremdeles beskjedne, selv om utviklingen har vært positiv for Q-meieriene.

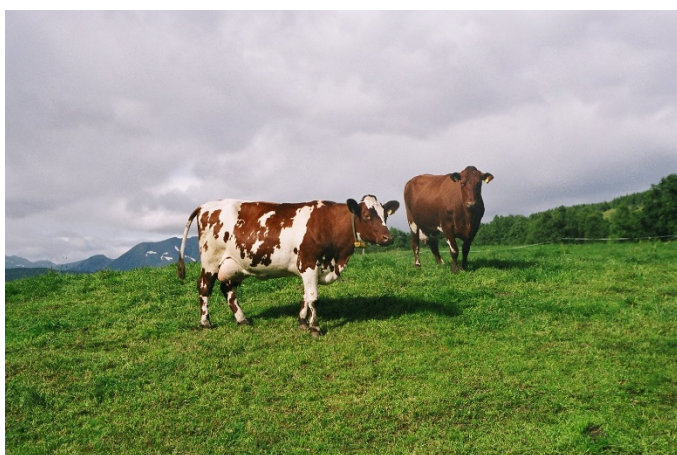
Q-meieriene har som strategi å bygge sin merkevare med utgangspunkt i melk fra egne produsenter, og utnytter derfor ikke forsyningsplikten fullt ut.

Det er fortsatt to aktører i råvaremarkedet, og det har ikke kommet til nye aktører. Tine henter melk fra hele landet, og har meieranlegg i de fleste fylker. Q-meieriene har etablert seg med to meieranlegg i Rogaland og Oppland, som er fylker med stor melkeproduksjon. Det er også andre fylker med stor melkeproduksjon, som for eksempel Trøndelag-fylkene og Møre og Romsdal. Det er også tilstrekkelig melkeproduksjon i området Østfold og Akershus, som med korte avstander fra produsent til marked kan gi et grunnlag for «små» nyetableringer.

---

<sup>36</sup> Kilde: Tine Råvare

Tine hadde totalt 10 904 medlemmer i 2016, og fikk levert kumelk fra 8 300 foretak<sup>37</sup>. Både antall medlemmer og produsenter som leverer melk er redusert i perioden 2011–2016. I 2011 hadde Tine 14 876 medlemmer og fikk levert kumelk fra 10 980 foretak.



Myndighetene har gjort endringer i kvoteordningen for melk for å legge til rette for økt produksjon. Fra 1. januar 2015 ble produksjonstaket for disponibel kvote økt til 927 000 liter kumelk eller 900 000 liter geitemelk per foretak. I 2016 og 2017 ble kvotetaket fastsatt til 900 000 liter for både ku- og geitemelk. Dette har gitt muligheter for eksisterende meieriselskaper til å få økte leveranser fra sine produsenter dersom det er tilgjengelig kvote innenfor kvoteregionen. Produksjonsregionene i kvoteordningen for melk setter fortsatt en

geografisk ramme for kvotene, og det er ikke tillatt å flytte kvoter mellom produksjonsregionene. Det er imidlertid foreslått endringer i regioninndelingen, som kan gjøre kvoteordningen noe mer fleksibel, jf. Innst. 251 S (2016–2017).

### 3.2 Utvikling i volumer og andeler totalt og i ulike segmenter

Norsk melkeproduksjon på primærleddet har som gjennomsnitt for perioden 2011–2016 ligget noe over 1 500 mill. liter. Totalt sett var det en økning fra 2011 til 2016. Samme utvikling ser vi innenfor anvendelsen av melk rapportert i PU, som vist i Tabell 9.

Tabellen under viser utviklingen i andeler av norsk produksjon mellom Tine og øvrige meieriselskaper i PU samlet for perioden 2011–2016. Tallene er basert på innrapportert volum til PU innenfor hovedmelkeanvendelsen. 2007 er vist til sammenligning.

*Tabell 46: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU, Tine vs. øvrige meieriselskaper i PU*

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tine	84,2	80,6	80,7	81,4	80,8	80,5	79,9
Andre aktører	15,8	19,4	19,3	18,6	19,2	19,5	20,1
Sum alle aktører	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tine har hatt samlet andel i PU på om lag 80 prosent gjennom hele perioden. Tines andel har gått ned fra 80,6 prosent til 79,9 prosent, tilsvarende en reduksjon på 0,7 prosentpoeng fra 2011 til 2016. Til sammen har andre meieriselskaper enn Tine økt andeler fra 19,4 prosent i 2011 til 20,1 prosent i 2016. Dette er en økning på 0,7 prosentpoeng.

Aktørenes andeler i PU ble også gjennomgått i SLFs rapport 22/2012. Gjennomgangen viste at Tines andel ble redusert med 3,6 prosentpoeng, fra en andel på 84,2 i 2007 til en andel på 80,6 prosent i

<sup>37</sup> Tine hadde i tillegg 273 leverandører av geitemelk i 2016.

2011. Tilsvarende ble de uavhengige aktørenes andeler samlet økt med 3,6 prosentpoeng, fra en samlet andel på 15,8 prosent i 2007 til 19,4 prosent i 2011.

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

*Tabell 47: Andeler beregnet ut fra totalt volum i biproduktanvendelsen i PU, Tine vs. øvrige meieriselskaper i PU*

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tine	92,8	91,3	90,7	89,8	89,5	90,2	90,5
Andre aktører	7,2	8,7	9,3	10,2	10,5	9,8	9,5
Sum alle aktører	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 økt sine andeler fra 8,7 prosent i 2011 til 9,5 prosent i 2016, noe som er en økning på 0,8 prosentpoeng. Fra 2007 har økningen vært på 2,3 prosentpoeng.

Tine har andeler på mellom 90 og 100 prosent i de fleste biproduktgruppene gjennom perioden. Unntaket er fløte til smør i industrimarkedet (biproduktgruppe 3), der Tines andel er på rundt 50–60 prosent.

Importen av meieriprodukter har økt gjennom perioden. Ost og yoghurt utfordres av importkonkurransen. Import av drikkemelk er fremdeles liten, selv om det blir importert noe smaksatt melk. I tillegg importeres det noe melkepulver, myse/mysepulver og smør. For en totaloversikt over import av meieriprodukter, se Tabell 21 Tabell 21.

I perioden 2004–2011 ble det eksportert mer meieriprodukter enn importert. I 2011 og 2012 var volumet som ble importert større enn eksporten. Fra 2013 er eksporten av meieriprodukter betydelig større enn importen. Dette skyldes i første rekke eksport av myseprotein, og fra 2015 reguleringseksport av smør, mens eksport av ost er på et lavere nivå i 2016 enn i 2011. De største eksportvarene innenfor meieriprodukter er myseproteinkonsentrat og ost (jf. Tabell 21 Tabell 21 og Tabell 23).

Som vist i Tabell 26 har engrosverdien på omsatt kvantum meieriprodukter økt med 15 prosent i perioden 2011–2016. Prisene til forbruker har økt med gjennomsnittlig 4 prosent i samme periode. Det har vært noe større prisøkning på forbrukernivå på ost enn på drikkemelk og yoghurt, mens det har vært høyest prisøkning på smør.<sup>38</sup>

Tine har i stor grad opprettholdt sine andeler når det gjelder samlet anvendelse av norsk melk i perioden 2011–2016. Tine er eneste meieriaktør med produksjon innenfor alle grupper i PU, med unntak av kjernemelk. Landbruksdirektoratets vurdering er at konkurransen innenfor de ulike meierivaresegmentene varierer og at norskproduserte melkeprodukter konkurrerer også med importerte produkter. I vurdering av konkurransen mellom meieriselskapene innenfor delsegmentene

<sup>38</sup> Rabattnivå er ikke hensyntatt.

for drikkemelk, ost, yoghurt og tørrmelk har vi derfor sett på utvikling i segmentene inkludert import, jf. kapittel 3.2.1–3.2.4.

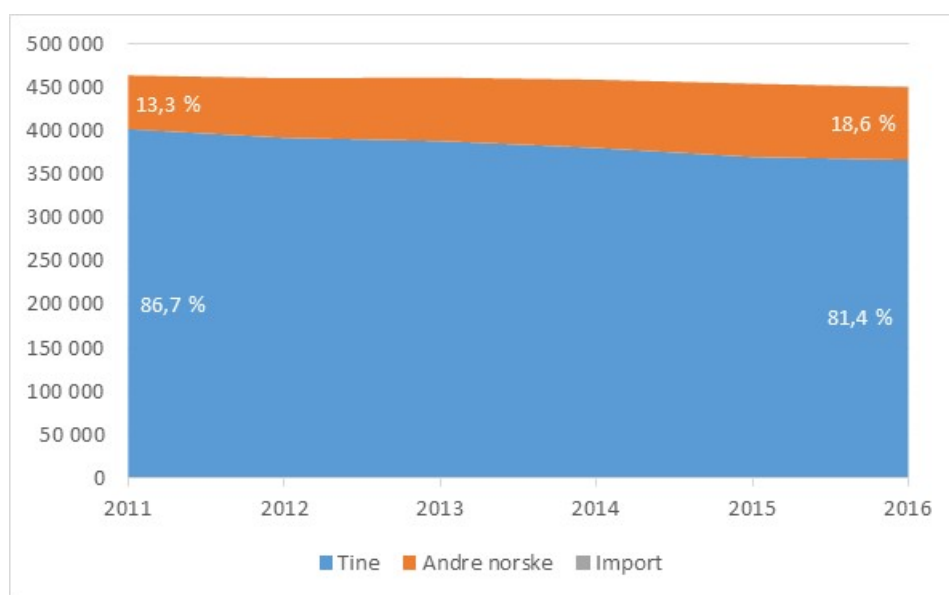
### 3.2.1 Tine taper andeler i drikkemelksegmentet

Totalforbruket av drikkemelk i dagligvaremarkedet, inkl. storhusholdning, er redusert med 2,8 prosent fra 2011 til 2016, ifølge tall fra OFM. Vi har her definert drikkemelk som søt melk med og uten smak og syrnet melk med og uten smak.

Tall fra Nielsens rapporter om dagligvarehandelen viser imidlertid at det har vært en økende verdimessig utvikling på drikkemelk. Omsetningsverdien har økt, og ifølge Nielsen har det vært en prisvekst på 3 prosent i perioden 2011–2015.

Importen av drikkemelk til Norge er liten og vil ikke ha betydelig innvirkning på markedsandelene for de norske drikkemelkprodusentene. Konkurransen i drikkemelksegmentet utspiller seg i all hovedsak mellom norske meieriaktører og derfor vil volumtallene i PU også kunne brukes som et uttrykk for utviklingen i dette produktsegmentet.

Figuren nedenfor viser utviklingen i konkurransesituasjonen innenfor drikkemelk, basert på tall fra OFM for dagligvaremarkedet (inkl. storhusholdning). Vi har skilt mellom Tines andel, andre norske aktørers andel og import for å kunne belyse konkurransesituasjonen i dette segmentet.



Figur 31: Melk omsatt i dagligvaremarkedet, i 1000 liter, 2011–2016

Det er Tine, Q-meieriene og Rørosmeieriet som produserer drikkemelk. Utfordrerne til Tine har samlet økt sine andeler med 5,3 prosentpoeng. Tines totale volum (i antall liter melk) har imidlertid blitt redusert mer enn de øvrige aktørene har økt sitt totale volum. Dette har sammenheng med at anvendt volum i drikkemelksegmentet totalt har blitt redusert gjennom perioden.

I PU har det vært en reduksjon i anvendelsen av melk til prisgruppe 2 der søt ikke smaksatt melk inngår<sup>39</sup>. I perioden 2011–2016 har det totale volumet i prisgruppen blitt redusert med 12,4 mill. liter, tilsvarende 2,6 prosent. Tines andel i gruppa er redusert fra 85,8 til 80,4 prosent i samme periode. Dette er samme trend som vi ser i Figur 31

Q-meieriene er den største utfordreren til Tine innenfor drikkemelk. Ifølge Nielsen hadde Q-meieriene en andel på drikkemelk i dagligvarehandelen på om lag 20 prosent i 2015. I PU har Q-meierienes andel i prisgruppe 2 økt hvert år i perioden 2011–2015, mens den gikk noe ned i 2016.

PU-tall viser at Rørosmeieriet har økt sin produksjon av drikkemelk de siste årene, men andelen er fremdeles svært liten sammenlignet med de andre aktørene i det norske markedet.

Forsyningsplikten på rå melk til produksjon av drikkemelk tilsier at dersom et meieriselskap velger å starte med drikkemelksproduksjon, vil selskapet kunne produsere om lag 15 mill. liter drikkemelksprodukter per anlegg uten å ha egne melkeprodusenter. Først når melkeanvendelsen overstiger 15 mill. liter er det krav om egne produsenter. Gitt at man etablerer et nytt drikkemelksanlegg i nærheten av de fem største byene i Norge, vil man kunne produsere om lag 75 mill. liter drikkemelk uten å ha egne produsenter. Dette vil kunne gi en andel i drikkemelksegmentet på vel 15 prosent. Dette innebærer muligheter for økt konkurranse innenfor drikkemelksegmentet basert på norsk melk.



Det meste av drikkemelken omsettes i dagligvarehandelen. Vi ser at konsentrasjonen er høy også på dette leddet i verdikjeden, hvor de tre store kjedene har 93 prosent av omsetningen. Dette kan gjøre at det er få kunder å selge til for nye aktører, noe som kan gjøre det vanskelig for nye aktører å komme inn på markedet, med mindre de er vertikalt integrert med kjedene.

Rørosmeieriet har gitt innspill på at det er lite hensiktsmessig med en begrensning i forsyningsplikten på 15 mill. liter per anlegg for økologisk melk. De mener at det ikke bør være noen begrensning, fordi denne vil hemme konkurransen. Landbruksdirektoratet viser til at innspillet om forsyningsplikt på økologisk melk ikke skal vurderes i denne utredningen, men vi vil likevel vise til kapittel 2.2.

HHI-indeksen viser redusert, men fortsatt høy konsentrasjon i drikkemelksegmentet siden 2011. Tines andel har gått ned de siste årene, men er fortsatt på over 80 prosent. Konkurransen foregår i hovedsak mellom norske aktører, og det har ikke kommet nye aktører innenfor dette segmentet i perioden 2011–2016.

### 3.2.2 Økt konkurranse på yoghurt

Totalforbruket av yoghurt i dagligvare (inkl. storhusholdning) har økt med 12,7 prosent i perioden 2011–2016, ifølge tall fra OFM. Forbruket var i underkant av 60 000 tonn i 2016, inkludert import. I definisjonen av yoghurtsegmentet har vi tatt med yoghurt og yoghurtlignende produkter, inkludert Skyr.

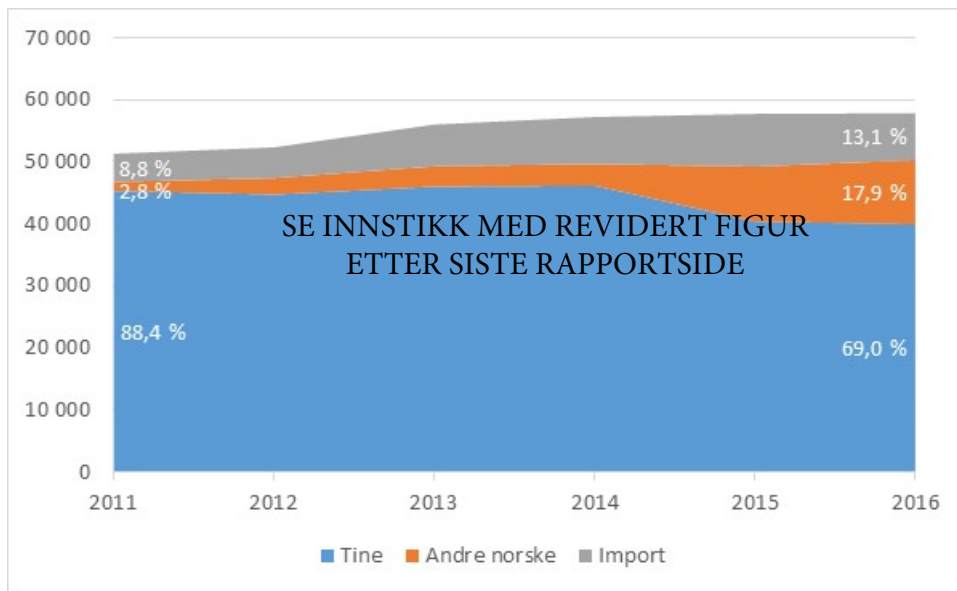
---

<sup>39</sup> Syrnet og smaksatt melk inngår i imidlertid i andre prisgrupper i PU (hvv. prisgruppe 1 og 3). Her har vi kun sett på utviklingen i prisgruppe 2, noe som dermed ikke vil gi et helt eksakt bilde.

Omsetningsverdien av yoghurt i dagligvarehandelen var ifølge Nielsen på 2,3 mrd. kroner i 2015, en økning fra 1,9 mrd. kroner i 2010.

Importert yoghurt har bidratt til veksten i yoghurtsegmentet. Importens andel har økt hvert år siden 2011, med unntak av i 2016 da det var en liten nedgang. I 2007 var andelen importert yoghurt kun på 2,8 prosent. Fra 2011 til 2016 har importen økt fra 8,8 til 13,1 prosent. Som vist til i kapittel 2.4.4.2 har norskprodusert yoghurt bidratt mer til økningen av totalmarkedet enn importen (i mengde), men norskprodusert yoghurt har tapt andeler. Norske meieriaktører har bidratt til importøkningen.

Konkurransesituasjonen i yoghurtsegmentet er illustrert i figuren under. Figuren viser utviklingen i perioden 2011–2016. Vi har brukt tall fra OFM for yoghurt (inkl. Skyr) i dagligvaremarkedet (inkl. storhusholdning) og skilt mellom Tines andel, andre norske aktørers andel og import for å kunne belyse konkurransen mellom aktørene i dette segmentet. Importtallene er hentet fra SSB.



Figur 32: Yoghurt (inkl. Skyr) omsatt i dagligvaremarkedet, i 1000 liter, 2011–2016

Tines andel av yoghurtsegmentet har blitt redusert med 19,4 prosentpoeng i perioden 2011–2016. I 2011 var Tines andel på 88,4 prosent, og deretter har den blitt redusert hvert år. Størst nedgang var det for Tine fra 2014 til 2015. I 2016 var Tines andel redusert til 69,0 prosent. Andre norske aktører har økt sine andeler fra 2,8 prosent til 17,9 prosent i samme periode. Importen har også økt i andel hvert år, men gikk noe ned i 2016.

Q-meieriene er den største konkurrenten til Tine når det gjelder produksjon av yoghurt/ yoghurtlignende produkter basert på norsk melk. Q-meieriene har økt sin produksjon i denne gruppa de siste årene. Av andre norske aktører som anvender norsk melk, har Rørosmeieriet noe produksjon av yoghurt, mens Urtehaven har noe produksjon av kvargprodukter. Produksjonen til disse to aktørene er relativt liten, og har derfor hatt liten påvirkning på det samlede konkurransebildet.

Antall norske meieriselskaper i PU som produserer yoghurt har vært stabilt de senere årene. I 2016 var det imidlertid yoghurtprodukter fra 20 forskjellige leverandører til norsk dagligvarehandel.

Forsyningsplikten på rå melk til produksjon av yoghurtprodukter tilsier at dersom et meieriselskap velger å starte med yoghurtproduksjon, vil selskapet kunne produsere om lag 15 mill. liter yoghurtprodukter uten å ha egne melkeprodusenter. Først når melkeanvendelsen overstiger 15 mill. liter er det krav om egne produsenter. Gitt at yoghurtforbruket er som i 2016 på 60 mill. kg, ville en ny aktør med ett anlegg kunne oppnå en andel på 25 prosent i yoghurtsegmentet innenfor gjeldende forsyningspliktregelverk. Andelene for eksisterende aktører ville bli tilsvarende redusert. Dette innebærer muligheter for økt konkurranse innenfor yoghurtsegmentet basert på norsk melk.



Vår kartlegging viser også at yoghurtsegmentet har fått økt produktomfang. Tall fra Nielsen viser at det i 2016 ble solgt 413 ulike typer yoghurt og yoghurtlignende produkter i norsk dagligvarehandel, en økning fra 234 ulike produkter i 2014. I tillegg har det kommet flere varianter innenfor enkelte yoghurtkategorier, f. eks. flere ulike varianter av fruktyoghurt.

HHI-indeksen viser høy, men redusert konsentrasjon i yoghurtsegmentet fra 2011–2016. Konsentrasjonen nærmer seg nivået i tørrmelksegmentet i 2011. Tines segmentandel er fortsatt stor, men betydelig redusert, samtidig som yoghurtsegmentet har økt både i volum og verdi, men også i antall aktører og produktomfang. Utfordrerne til Tine og import har bidratt til økt mangfold og konkurranse.

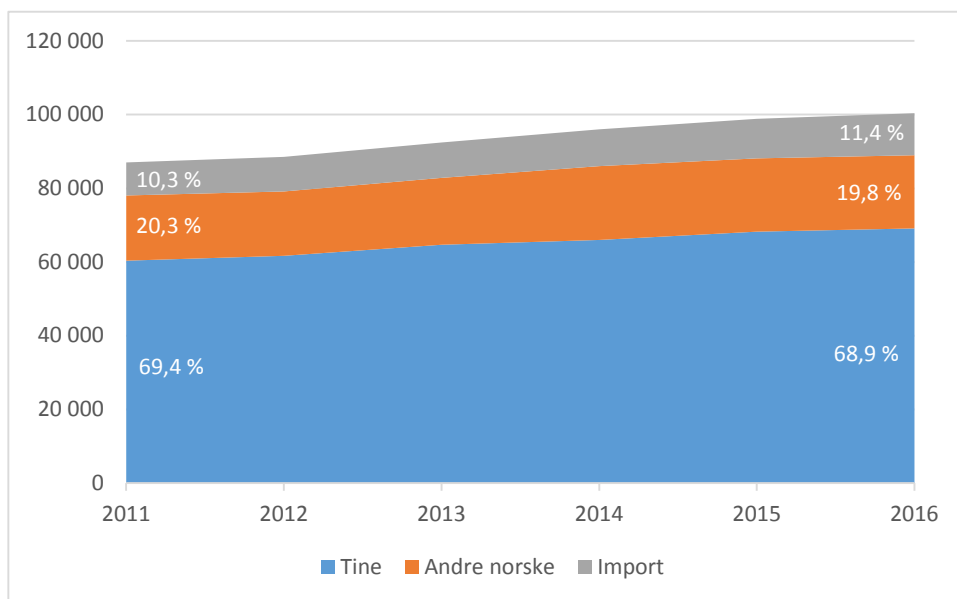
### 3.2.3 Ostesegmentet i vekst, men reduserte andeler for norsk ost

Totalforbruket av ost har økt i hele perioden 2011–2016. Omsatt mengde ost i det norske markedet (dagligvare og industri) var på vel 100 000 tonn i 2016, inkludert import. Kvantumet har økt hvert år de siste årene. Til sammenligning var totalmarkedet i 2011 på vel 87 000 tonn. Her har vi i definisjonen av totalmarkedet for ost inkludert modnede oster, brunoster, geitoster og enkelte ferske oster.

Importen utgjør en stor andel av økningen i osteforbruket, jf. Tabell 21. Importen av ost har økt fra vel 8 900 tonn i 2007 til 11 400 tonn i 2016. Samtidig eksporteres det en del fra Norge, i 2016 var eksporten på vel 11 400 tonn. 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 stor, men svakt synkende andel av ostesegmentet. I 2016 var norskandelen på 88,6 prosent.

Konkurransesituasjonen i ostesegmentet er illustrert i figuren under. Figuren viser utviklingen i perioden 2011–2016. Vi har brukt tall fra OFM på ost i dagligvare-, storhusholdning- og industrimarkedet (ekskl. eksport), og fordelt mellom Tine, andre norske aktører og import. Industrimarkedet er inkludert fordi det ikke har vært mulig for Landbruksdirektoratet å skille på markeder i OFMs tall.





Figur 33: Ost omsatt i dagligvare-, storhusholdning- og industrimarkedet, i 1000 kg, 2011–2016

Som figuren viser er Tines andel av ostesegmentet noe redusert selv om omsatt mengde ost fra Tine har økt. Tines andel har gjennom hele perioden ligget på i underkant av 70 prosent. Andre norske aktører har en samlet andel på rundt 20 prosent, men andelen er noe redusert gjennom perioden. Importandelen har økt nesten hvert år.

Konkurransesituasjonen i ostesegmentet kan også belyses ved å se på utviklingen i anvendt melk til ost i PU supplert med tall for importen. PU-tallene baserer seg på produksjonstall og inkluderer eksport. PU-tallene viser dermed utviklingen i liter anvendt melk til osteproduksjon, og vil ikke være direkte sammenlignbar med utviklingen i sluttmarkedet, jf. figuren over. I tillegg var omregningsfaktorene i PU for høye i deler av denne perioden, dvs. at melkeanvendelsen var noe høyere enn faktisk forbruk. I tabellen under har vi trukket ut Tines lageroppbygging omregnet til liter melk, Skyr og merkevareeksport av PU-tallene, mens geitemelk i dagligvaremarkedet er inkludert. Vi har regnet om importert mengde ost til liter melk. Utviklingen i andeler for Tine, øvrige norske og import er vist i tabellen under.

Tabell 48: Andeler i PU fratrukket lageroppbygging + import for melk til osteproduksjon, ekskl. myse

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tine	0,70	0,71	0,72	0,73	0,72	0,72
Andre aktører i PU	0,20	0,19	0,17	0,17	0,18	0,17
Import	0,10	0,10	0,11	0,10	0,10	0,11
Totalt	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Mens Tine har økt sine andeler av melk til osteproduksjon med 2 prosentpoeng i perioden 2011–2016, har andre aktører i PU redusert sine andeler med 3 prosentpoeng i perioden. Importandelen har vært relativt stabil i perioden med en økning på 1 prosentpoeng.

Synnøve Finden er den største norske konkurrenten til Tine innenfor produksjon av modnet ost. Ifølge Nielsens rapporter var Synnøve Findens verdiandel innenfor kategorien ost i dagligvaremarkedet på 10,0 prosent i 2011 og på 9,9 prosent i 2015. Selskapets andel er dermed tilnærmet uendret i dagligvaremarkedet til tross for økt importkonkurranse. Tallene fra Nielsen viser at Tine har økt sin verdiandel med 2,2 prosentpoeng i samme periode. Registreringen Nielsen foretar omfatter meieriselskaperens merkevareprodukter og ikke EMV-produksjon. Salg av importerte produkter er også med i Nielsen-tallene. Innrapporterte tall til PU omfatter all anvendelse av melk brukt til de relevante produktene, mens import ikke er inkludert. Ettersom EMV-produksjon ikke registreres på produsent i Nielsen-rapportene, har Synnøve Finden en høyere andel i PU enn i Nielsen-rapportene.

Av mindre norske meieriselskaper i PU, produserer Mondelēz, Rørosmeieriet og Urtehaven ferskost i dagligvaremarkedet<sup>40</sup>. Urtehaven har i tillegg noe produksjon innenfor modnede oster i dagligvaremarkedet. Produksjonen til disse aktørene er relativt liten.



Antall norske aktører i PU med osteproduksjon har vært relativt stabilt de siste årene, og situasjonen er relativt lik som for fem år siden. Tine er fortsatt den største aktøren, og har konkurranse fra 4–5 andre aktører innenfor PU. Vi ser at konsentrasjonen også seinere i verdikjeden er høy, spesielt gjør dette seg gjeldende i dagligvarehandelen hvor de tre store kjedene har 93 prosent av omsetningen. Dette kan gjøre det vanskelig for nye aktører å komme inn på markedet, med mindre de er vertikalt integrert med kjedene. Utviklingen i importen og kvotefordelingen har gjort at dagligvarehandelen står sterkere nå enn i 2011, og styrer i større grad vareutvalget enn tidligere.

De senere årene har det imidlertid vært en økning av lokalforedling av ost i Norge. Volumet av lokalforedling er lite sett i forhold til den totale norske produksjonen, men mangfoldet av aktører er stort, jf. kapittel 2.5. Ost er den kategorien som det produseres mest av under lokalforedling.

Selv om en del lokalforedlet ost omsettes i dagligvarehandelen, blir slike spesialiteter gjerne omsatt gjennom bondens marked, gårdsbutikker o.l. Lokalforedling har dermed bidratt til et større antall aktører i det norske ostemarkedet. Antall aktører i det norske ostemarkedet har også økt som følge av økt import.

Vår kartlegging av ostemarkedet viser også at det har blitt mer mangfold på produktnivå. Nielsens rapporter om dagligvaremarkedet viser at det har vært stor utvikling i antall osteprodukter som omsettes i dagligvarehandelen. Økt lokalforedling av ost har bidratt til bredere produktutvalg. I tillegg har norske meieriaktører og økt import også bidratt til økt omfang av oster i det norske markedet.

HHI-indeksen, som baserer seg på anvendt melk, viser høy og relativt stabil konsentrasjon i ostesegmentet siden 2011.

Omsatt mengde ost totalt har økt, men både Tine og andre norske aktører har hatt reduserte andeler i dette segmentet. Importens andel er økt. Innenfor norsk osteproduksjon har det de siste årene imidlertid vært en oppblomstring av små lokale osteprodusenter, noe som har bidratt til flere aktører

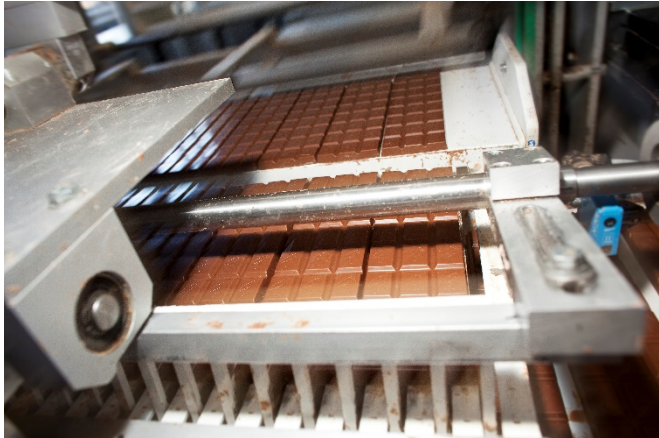
---

<sup>40</sup> Q-meieriene produserer også ferskosten Skyr, men i denne rapporten har vi omtalt denne produksjonen under yoghurtmarkedet.

og større produktmangfold i ostemarkedet. I tillegg har økt import bidratt til økt konkurranse og økt vareutvalg.

### 3.2.4 Varierende andelsutvikling på tørrmelk

Det er to norske aktører (Tine og Normilk) som produserer tørrmelk. Begge leverer produkter til industrimarkedet. Tine har også reguleringsproduksjon av tørrmelk. I tillegg møter de norske aktørene noe importkonkurranse. Import av tørrmelk er vist i Tabell 21. Importkvantumet er imidlertid mindre enn på andre produktgrupper, som ost og yoghurt. Importen har økt noe de siste årene, fra 530 tonn i 2011 til vel 1 000 tonn i 2016. I 2016 tilsvarer importen om lag 5 prosent av det totale tørrmelksegmentet. Totalt 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.



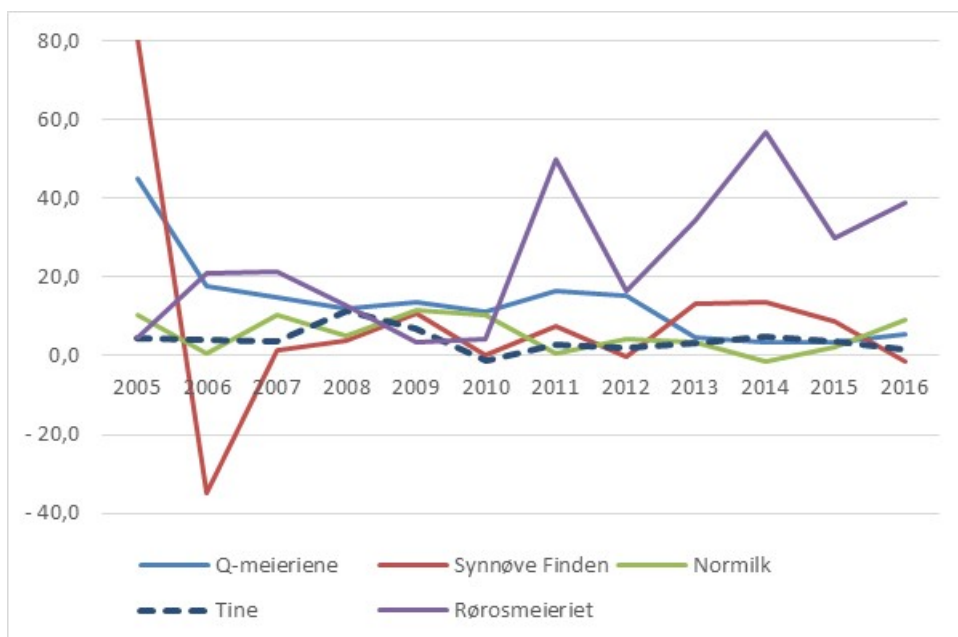
Analysen av andeler i tørrmelksegmentet i SLF-rapport 22/2012 viste at fordelingen av andelene i PU hadde endret seg i perioden 2004–2011. Frem til 2008 hadde Tine størst andel av produksjonen, mens fra 2009 hadde Normilk en større andel enn Tine. I årene 2011–2016 har Normilk størst andel hvert år med unntak av ett år (2015).

Tines anvendte volum til tørrmelksproduksjon i PU har totalt sett blitt redusert gjennom perioden 2011–2016. Normilk hadde en liten nedgang i volumet i 2014 og 2015, men i 2016 var volumet på samme nivå som før 2014.

HHI-indeksen viser at konsentrasjonen i tørrmelksegmentet har vært relativt stabil i perioden 2011–2016. Normilk har over lengre tid hatt høye markedsandeler og er etter Landbruksdirektoratets vurdering en reell konkurrent til Tine innenfor tørrmelksegmentet. Gjennom perioden 2011–2016 var Normilk største aktør i fem av seks år. Det har imidlertid ikke kommet noen nye norske aktører inn i tørrmelksegmentet de siste årene, og det er fortsatt relativt lite import. Høye etableringskostnader kan være en barriere for nye aktører. Samtidig er dette et begrenset marked, med få, store industriaktører som kunder.

### 3.2.5 Varierende omsetningsvekst

Omsetningsvekst vil kunne gi en indikasjon på hvordan meieriselskapene klarer seg i markedet. Omsetningsvekst regnes ut fra vekst i prosent av et selskaps driftsinntekter. Figuren nedenfor viser omsetningsvekst for de norske meieriaktørene der vi har tall til å regne ut dette.



Figur 34: Omsetningsvekst 2005–2016, i prosent

Omsetningsvekst per aktør er også vist under omtalen av de enkelte aktørene i PU. Omsetningsveksten er omtalt i nominelle kroner, og er beregnet for perioden 2005–2016.

Tines vekst har vært positiv alle år med unntak av 2010. I perioden 2011–2016 hadde Tine et toppår i 2014, og siden har omsetningsveksten gått litt ned både i 2015 og i 2016. Q-meieriene hadde omsetningsvekst på mellom 11 og 18 prosent i 2006–2012, men i perioden etter 2013 har den ligget på et lavere nivå på 3–5 prosent. Synnøve Finden har hatt varierende omsetningsvekst i perioden. Dette gjelder også for meieridriften. Normilk hadde høyere omsetningsvekst i perioden før 2011 enn perioden etter. Rørosmeieriet utmerker seg med den høyeste omsetningsveksten, og de har hatt høy omsetningsvekst i perioden fra 2010, selv om den varierer noe fra år til år.

Landbruksdirektoratets vurdering er at omsetningsveksten i meieriindustrien har vært varierende i perioden 2011–2016. Noen av aktørene har enkeltår uten vekst, men totalt sett er det få år der meieriselskapene ikke har vekst. I flere år har flere av utfordrerne hatt høyere omsetningsvekst enn Tine.

### 3.3 Norsk meieriindustri har lavere reell risiko enn europeisk meieriindustri

En viktig faktor når en skal vurdere konkurransen i den norske meierisektoren er den reelle risikoen markedsaktørene opererer under. Jo høyere reell risiko, jo større krav til driftsmargin med videre. Skal markedet fungere godt, må det være mulig å oppnå en avkastning i markedet som gjør det attraktivt å investere i anlegg, innovasjoner og markedsføring.

Det er noen ulikheter i reell risiko mellom segmentene for drikkemelk, ost og yoghurt, der yoghurt er mest konjunkturutsatt og drikkemelk minst. Generelt er meierimarkedet modent og lite konjunkturutsatt. Den største markedsrisikoen er trolig knyttet til lansering av innovasjoner.

Gjennomgangen foran viser at det norske meierimarkedet er politisk regulert i betydelig grad. Dette innebærer en politisk risiko. Politisk risiko vil vurderes ulikt, avhengig for eksempel av om en er

etablert innenfor eller utenfor det aktuelle landet. Landbruksdirektoratet vurderer det slik at så lenge dagens landbrukspolitiske mål har flertall i Stortinget, bidrar de landbrukspolitiske virkemidlene til å redusere den reelle risikoen for norsk meieriindustri, sammenliknet med europeisk meieriindustri.

Målprissystemet, kombinert med kvotesystemet og Tines forsyningsplikt, gir norsk meieriindustri større forutsigbarhet når det gjelder tilgangen på melk som råvare, samt mindre variasjoner i tilgangspris i Norge enn hva de europeiske meieriselskapene opplever i EU-landene. Videre er norsk meieriindustri i betydelig grad skjermet fra utenlandsk konkurranse gjennom importvernet, med unntak av varer omfattet av RÅK-ordningen hvor det er lagt til rette for import. Det er reell importkonkurranse i yoghurtsegmentet og importkvotene for ost gir et konkurransetrykk, men ikke i en slik grad at prisvolatilitet internasjonalt vesentlig øker risikoen for norsk meieriindustri. Den samlede risiko blir altså i stor grad avlastet av statlige reguleringer og institusjoner.

I og med at det nå er kun tre store dagligvarekjeder her i landet, er det for eksempel en viss risiko for at kjedene kan foreta en delisting av et eller flere av meieriselskapenes produkter, og som vil ha negative konsekvenser for disse.

Risiko for norsk meieriindustri knyttet til kunder som ikke gjør opp for seg, en svak finansiell sektor eller usikkerhet knyttet til manglende juridisk rammeverk for sektoren, vurderes som lav.

Rammebetingelsene for meieriindustrien i EU har endret seg betydelig de siste 20 årene. Melkeprisene har falt til et nivå i nærheten av verdensmarkedspriser, og EU er den største eksportøren i verden av meieriprodukter. Dette innebærer at utviklingen på verdensmarkedet har stor betydning for utviklingen i EU. Prisvolatiliteten i EU har økt betydelig siden 2007<sup>41</sup>.

I perioden har mye av sektorens sikkerhetsnett reelt sett blitt bygget ned, først og fremst av to årsaker: EU sitt behov for å spare penger og ambisjoner om å gjøre sektoren mer konkurransedyktig på verdensmarkedet. Dette har skjedd ved å senke prisene internt, trappe betydelig ned på bruk av eksportstøtte og intervensjon samt ikke minst fase ut kvotesystemet. Til sammen har dette økt den reelle risikoen for meieriindustrien i EU, og dette er i liten grad kompensert gjennom bruk av finansielle instrumenter som forsikring og futures.

Det er fortsatt tusenvis av meieriaktører i Europa, de fleste er små spesialiserte ysterier og liknende. I stort er sektoren dominert av relativt få aktører, flere av dem blant verdens største og mest internasjonale meieriselskaper. Mange av dem er fortsatt samvirker, selv om avstanden mellom eierne og selskapet nok er større i dag enn ved oppstarten.

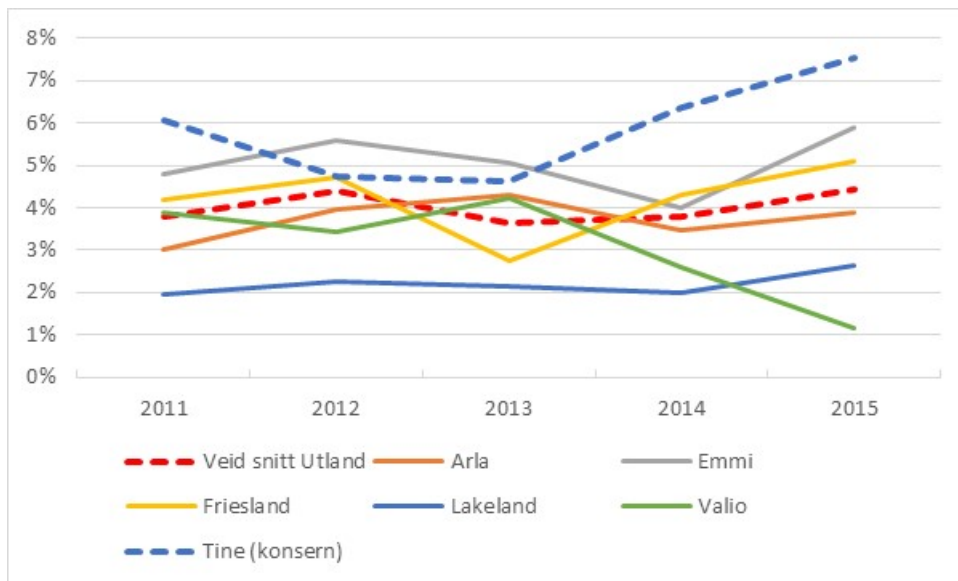
Landbruksdirektoratet har innhentet regnskapstall for fem utvalgte europeiske meieriselskaper, og beregnet driftsmargin for disse i perioden 2011–2015. Vi har også beregnet veid gjennomsnittlig driftsmargin for disse selskapene. Disse resultatene, sammen med Tines driftsmargin, vises i figuren nedenfor.



---

<sup>41</sup> Kilde: DG Agri





**Figur 35: Utvikling i driftsmargin for fem europeiske meieriselskaper og Tine, prosent**

Gjennomsnittlig driftsmargin for de fem europeiske meieriselskapene vi har sett nærmere på i denne utredningen var på 4,1 prosent i perioden 2011–2015. I 2015 var gjennomsnittlig driftsmargin for disse selskapene på 4,4 prosent.

Oppsummert er det Landbruksdirektoratets vurdering at reell risiko i det norske meierimarkedet er lavere enn i det europeiske.

### 3.4 Vurdering av nøkkeltall og økonomiske resultater for meieriselskaper i PU

I denne delen analyserer vi bedriftenes økonomiske situasjon for perioden 2012–2016 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. Landbruksdirektoratet setter hovedfokus på nøkkeltallene driftsmargin, egenkapitalrentabilitet og egenkapitalandel. Landbruksdirektoratet har imidlertid gjort en helhetsvurdering av meieriselskapene basert på alle nøkkeltallene som er presentert per aktør i kapittel 2.6.

Videre ser vi på hvordan situasjonen ville ha vært uten de konkurransefremmende tiltakene innenfor hvert nøkkeltall. Vi har korrigert for alle de konkurransefremmende tiltakene, og analysert hvordan den økonomiske situasjonen ville ha vært for meieriselskapene uten tilskudd(ene) hver av dem mottar. Vi gjør oppmerksom på at dette er beregnede resultater.

Når det gjelder Urtehaven har vi ikke med dette selskapet i de grafiske fremstillingene i kapittel 3.4.1–3.4.4. Dette skyldes at selskapet skiller seg vesentlig ut fra de andre selskapene. Selskapet er også nyoppstartet og har kun hatt helårlig drift siden 2013.

Noen selskaper har også 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 og Synnøve Finden.

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

Landbruksdirektoratet har valgt å se hen til Tine som sammenligningsgrunnlag for utfordrernes resultater. Vi har imidlertid også sammenlignet Tine med utvalgte selskaper i europeisk meieriindustri for å kunne sette resultatene i denne rapporten opp mot resultater fra samme bransje internasjonalt. I tillegg har vi valgt å bruke norsk matindustri i årene 2010–2014 som sammenligningsgrunnlag med de økonomiske nøkkeltallene, noe som er nærmere omtalt i vedlegg 1. For 2015 og 2016 har vi ikke tall for norsk matindustri.

### 3.4.1 Bedrede driftsmarginer

Ved vurdering av et selskap basert på driftsmargin, bør det blant annet hensyntas hvilken bransje og land selskapet opererer i. Vi viser til kapittel 3.3 for en vurdering av reell risiko for norsk meieriindustri sammenlignet med europeisk meieriindustri.

Matindustriens driftsmargin var i snitt på 4,0 prosent i perioden 2011–2014 og gjennomsnittlig driftsmargin for de europeiske meieriselskapene var på 4,1 prosent i perioden 2012–2015. Landbruksdirektoratet 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.

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 konkurransefremmende tilskudd.

Tabell 49: Driftsmargin, prosent

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016	snitt 07–11	snitt 12–16*
Tine	3,7	6,1	4,7	4,6	6,4	7,6	7,6	4,9	6,2
Q-meieriene	0,5	4,8	5,4	6,3	5,3	4,6	4,0	3,6	5,1
Synnøve Finden (M) <sup>42</sup>	-1,3	7,2	10,2	9,4	7,2	8,4	6,5	4,4	8,3
Normilk	12,8	10,6	11,5	9,9	8,9	10,1	11,5	11,5	10,4
Rørosmeieriet	1,3	4,2	4,1	9,8	11,0	12,4	11,1	3,3	9,7
Urtehaven				-229,1	-135,3	-66,4	-47,3		-95,6
SUM (veid)	3,4	6,1	5,1	5,0	6,3	7,4	7,4	4,9	6,2
Sum eks.Tine, Normilk (veid)	-0,5	5,5	7,4	7,4	5,8	6,0	4,9	4,0	6,3

\*For Urtehaven er snitt 12-16 beregnet for 2013-2015

Som vist i tabellen over har driftsmarginen for alle meieriselskapene samlet økt fra 4,9 prosent i gjennomsnitt i perioden 2007–2011 til 6,2 prosent i perioden 2012–2016. Gjennomsnittlig veid driftsmargin i meieriindustrien i perioden 2012–2016 var dermed høyere enn for norsk matindustri i årene 2011–2014 (4,0 prosent) og høyere enn snittet for de fem europeiske meieriselskapene vi har sett

<sup>42</sup> Synnøve Findens meieridrift

på i perioden 2012–2015 (4,1 prosent). Dersom vi kun ser på selskapene som får konkurransefremmende tilskudd (Tine og Normilk trekkes ut), var driftsmarginen på 6,3 prosent i perioden 2012–2016. I snitt for denne perioden har både Synnøve Finden (totalt og meierivirksomhet) og Rørosmeieriet bedre driftsmarginer enn Tine.

Etter 2007 har variasjonen 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 6,2 prosent i perioden 2012–2016, ligger på gjennomsnittet for norsk meieriindustri i samme periode.

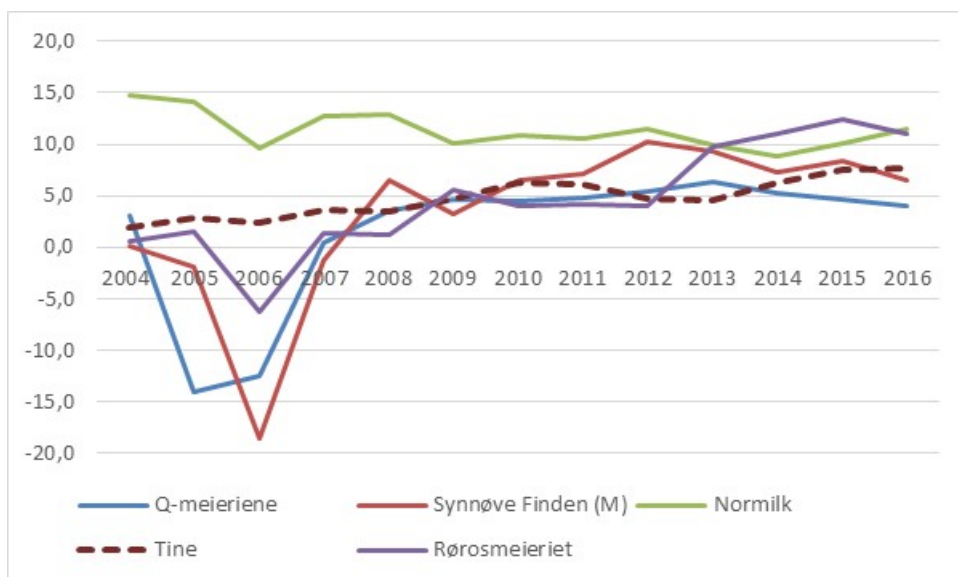
Normilk har høyest gjennomsnittlig driftsmargin av de analyserte meieriselskapene gjennom hele perioden 2004–2016, og har en driftsmargin på i overkant av 10 prosent for omtrent hele perioden. Normilk har imidlertid lavere gjennomsnittlig driftsmargin i 2012–2016 enn i perioden 2007–2011. Redusert driftsmargin i tørrmelksproduksjon kan gjøre det mindre attraktivt for andre meieriselskaper å starte slik produksjon.

Synnøve Finden har hatt positiv utvikling med økt gjennomsnittlig driftsmargin i perioden fra 2012–2016, sammenlignet med perioden 2007–2011. Det samme gjelder for Rørosmeieriet. Synnøve Finden har noe lavere driftsmargin om en kun ser på meierivirksomheten. I gjennomsnitt for perioden 2012–2016 har selskapet en driftsmargin på 8,3 prosent for meierivirksomheten. Dette er om lag en prosent lavere enn om ser på driftsmarginen til Synnøve Finden AS. Tilsvarende tall for perioden 2007–2011 var 4,4 prosent.

Q-meieriene har også hatt en positiv utvikling i driftsmargin i perioden 2012–2016 sammenlignet med perioden 2007–2011, med et snitt på henholdsvis 5,1 og 3,6 prosent.

Figuren nedenfor viser utviklingen i driftsmargin for alle meieriselskapene samlet siden 2004. Her synliggjøres utviklingen i driftsmargin i et lengre perspektiv. Vi ser at utfordrerne til Tine hadde en økonomisk vanskelig periode fra 2004–2007, og at situasjonen etter 2007 gradvis har bedret seg. Driftsmargin for Q-meieriene og Synnøve Findens meieridrift er imidlertid redusert i de fleste årene etter 2013. Rørosmeieriets driftsmargin økte betydelig fra 2012 til 2015, mens den bleredusert noe fra 2015 til 2016. Tine har gradvis bedret sin driftsmargin gjennom hele perioden fra 2004 til 2016 med unntak for årene 2012–2013, mens driftsmarginen til Normilk varierer.





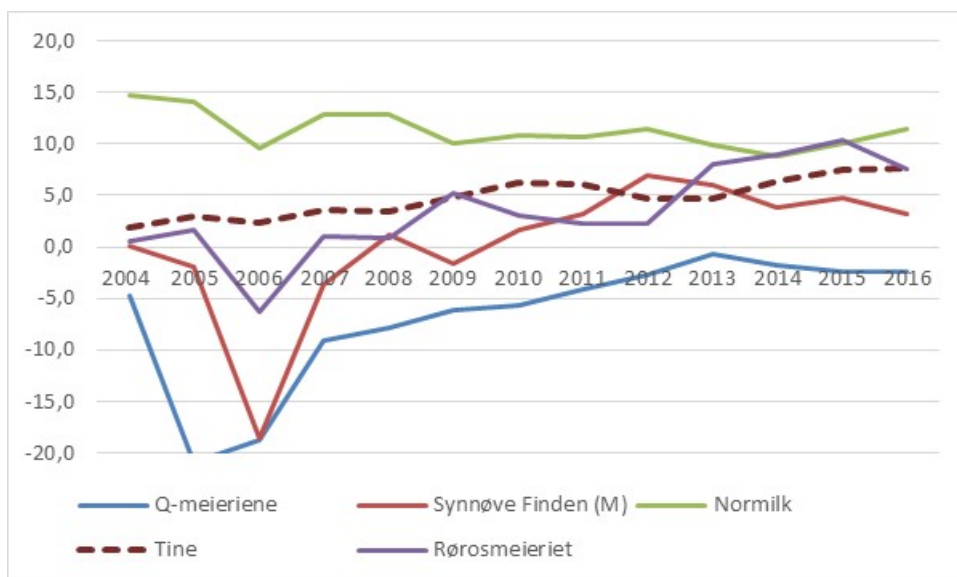
Figur 36: Driftsmargin, prosent

Etter Landbruksdirektoratets vurdering viser offentlige regnskapstall for perioden 2012–2016 at driftsmarginene for alle selskapene, med unntak av Normilk, har vært høyere i veid snitt i perioden 2012–2016 enn i perioden 2007–2011. Alle meieriselskapene i PU (unntatt Urtehaven) har hatt driftsmarginer som er høyere enn matindustriens driftsmargin på 4,0 prosent i årene 2011–2016 (gitt at 3,9 prosent er representativt for norsk matindustri også i 2016). I perioden 2012–2015 har Synnøve Finden (meieridrift) hatt høyere driftsmargin enn Tine. Normilk har hatt høyere driftsmargin enn Tine i hele perioden fra 2004. Fra 2013 har også Rørosmeieriet hatt høyere driftsmargin enn Tine. Tine og øvrige norske meieriselskaper har også hatt en gjennomsnittlig høyere driftsmargin enn snittet for de fem europeiske meieriselskapene vi har sett på.

#### Driftsmargin korrigert for konkurransefremmende tiltak

Landbruksdirektoratet har for hvert år korrigert meieriselskapenes driftsresultater for de mottatte konkurransefremmende tilskuddene og beregnet justerte nøkkeltall.

Figuren nedenfor viser en beregnet driftsmargin per meieriselskap dersom alle de konkurransefremmende tilskuddene hadde blitt trukket ut.



Figur 37: Driftsmargin korrigert for konkurransefremmende tiltak, prosent

Uten de konkurransefremmende 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 konkurransefremmende tilskuddene siden 2007, og har også mottatt distribusjonstillegg og spesiell kapitalgodtgjørelse siden 2004. Uten noen form for tilskudd ville Q-meieriene hatt underskudd på driften i samtlige av årene fra 2011 til 2016. Trenden for Q-meieriene var imidlertid positiv frem til 2013, mens selskapet har hatt redusert driftsmargin fra 2013 til 2016.

Synnøve Findens driftsmargin for meieridrift og uten konkurransefremmende tilskudd ville vært høyere enn Tines i årene 2012–2013 og lavere i 2011 og fra og med 2014. I årene 2012–2016 ville driftsmarginen vært på 4,9 prosent i veid snitt, som er høyere enn gjennomsnittlig driftsmargin i norsk matindustri i 2014 og europeisk meieriindustri i 2015. Driftsmargin for meieridriften til Synnøve Finden, korrigert for tilskudd, er over 6 prosent i 2012 og 2013, mens den fra 2014 har ligget på mellom 3,1 og 4,8 prosent.

Rørosmeieriets driftsmargin ville også ha vært lavere uten det konkurransefremmende tilskuddet de har mottatt siden 2007<sup>43</sup>. Selskapet har forbedret sine resultater vesentlig i perioden etter 2011. Selskapets driftsmargin uten tilskudd ville ha vært over gjennomsnittet for norsk matindustri hvert år fra 2011, og over europeisk meieriindustri i 2015. Fra 2013–2015 ville Rørosmeieriet uten tilskudd også hatt høyere driftsmargin enn Tine.

Landbruksdirektoratets vurdering er at beregningene viser at de konkurransefremmende 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. I perioden 2012–2016 har imidlertid selskapene styrket sin lønnsomhet. I denne perioden er det kun Q-meieriene som er avhengig av tilskudd for å oppnå positiv driftsmargin.

<sup>43</sup> I tillegg mottok Rørosmeieriet andre typer konkurransefremmende tilskudd i perioden 2004-2006 (jf. kapittel 2.3).

### 3.4.2 Styrket egenkapitalrentabilitet, med enkelte unntak

Gjennomsnittlig egenkapitalrentabilitet for alle meieriselskapene samlet (sum veid) har i perioden 2012–2016 vært høyere enn for norsk matindustri med unntak av i 2013. I årene 2011–2014 var egenkapitalrentabiliteten i norsk matindustri på henholdsvis 3,9 prosent, 7,5 prosent, 17,2 prosent og 10,2 prosent. For 2015 og 2016 har vi ikke sammenlignbare tall for norsk matindustri<sup>44</sup>.

Gjennomsnittlig egenkapitalrentabilitet for den norske meieriindustrien (veid snitt) er på rundt 18 prosent i denne perioden. Alle de øvrige meieriselskapene har hatt høyere gjennomsnittlig egenkapitalrentabilitet enn Tine i perioden 2012–2016.

Tabellen nedenfor viser egenkapitalrentabilitet per selskap, samt i veid gjennomsnitt for alle meieriselskapene per år og i gjennomsnitt for periodene 2007–2011 og 2012–2016. I tillegg er det lagt til en rad der Tines og Normilks egenkapitalrentabiliteter trukket fra, for å se utviklingen blant de andre aktørene. De selskapene som mottar tilskudd (sum eks. Tine og Normilk (veid)) har en høyere gjennomsnittlig veid egenkapitalrentabilitet i perioden 2012–2016 enn Tine og Normilk.

Tabell 50: Egenkapitalrentabilitet, prosent

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016	snitt 07–11	snitt 12–16*
Tine	11,5	18,0	12,2	11,9	16,8	22,3	19,9	14,4	16,6
Q-meieriene	-56,4	34,3	31,8	30,6	24,9	21,8	24,8	31,8	26,8
Synnøve Finden	8,7	38,9	42,3	112,7	39,6	48,9	46,2	17,5	57,9
Normilk	76,1	40,7	39,7	32,8	27,9	29,3	30,9	55,7	32,1
Rørosmeieriet	15,1	24,7	21,8	45,8	45,8	44,0	37,4	21,0	39,0
Urtehaven				2 399,3	412,5	-154,5	-44,1		522,6
SUM (veid)	11,6	19,2	13,8	15,1	17,8	23,0	20,7	15,0	18,1
Sum eks. Tine, Normilk (veid)	4,9	32,3	36,0	65,6	30,2	32,7	31,9	18,0	39,3

\*For Urtehaven er snitt 12-16 beregnet for 2013-2015

Samlet for alle meieriselskapene har rentabiliteten økt i perioden 2012–2016, sammenlignet med perioden 2007–2011. I perioden 2012–2016 var egenkapitalrentabiliteten i sum for meieriselskapene på rundt 18 prosent (veid snitt), mens rentabiliteten for meieriselskaper som mottar konkurransefremmende tilskudd var på rundt 39 prosent.

Tines egenkapitalrentabilitet har totalt sett hatt en positiv utvikling i hele perioden fra 2007 til 2016. 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 er redusert fra 2012 til 2016, men den har ligget over 20 prosent hvert år. Egenkapitalrentabiliteten har vært høyere enn for Tine i snitt for denne perioden.

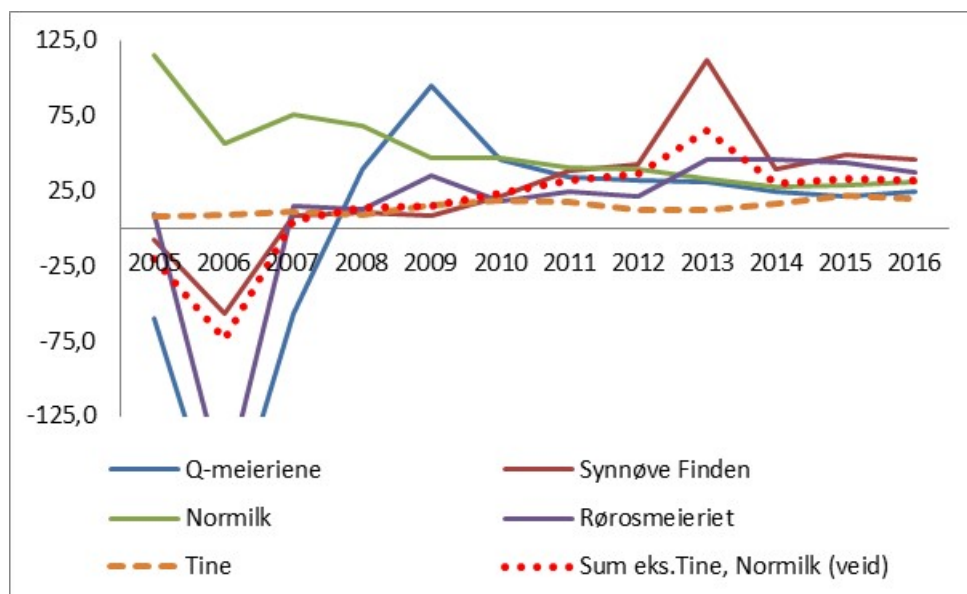
<sup>44</sup> Kilde: NILFs rapporter Mat og industri 2009-2012

Synnøve Finden har hatt varierende egenkapitalrentabilitet i perioden 2012–2016, men den har vært økende i forhold til perioden fra 2007–2011. I 2016 var Synnøve Findens egenkapitalrentabilitet på 46,2 prosent. For Synnøve Findens meieridrifttall, se Tabell 38.

Normilks egenkapitalrentabilitet var svært høy i perioden 2007–2011, med et snitt på 55,7 prosent, noe som vurderes høyt ettersom selskapet har en egenkapitalandel som er høyere enn for de andre meieriselskapene. I perioden 2012–2016 er egenkapitalrentabiliteten til Normilk imidlertid gradvis redusert til et snitt på 32,1 prosent.

Rørosmeieriet har hatt en positiv utvikling i egenkapitalrentabilitet i perioden 2012–2016 sammenlignet med perioden 2007–2011. I snitt har rentabiliteten økt fra 21,0 prosent til 39,0 prosent. Selskapets egenkapitalrentabilitet ligger over både Tine og Normilks i perioden 2012–2016. Egenkapitalrentabiliteten til Rørosmeieriet vurderes som god i perioden 2012–2016 med en tilhørende tilfredsstillende egenkapitalandel.

Figuren nedenfor viser utvikling i egenkapitalrentabilitet for alle meieriselskapene.



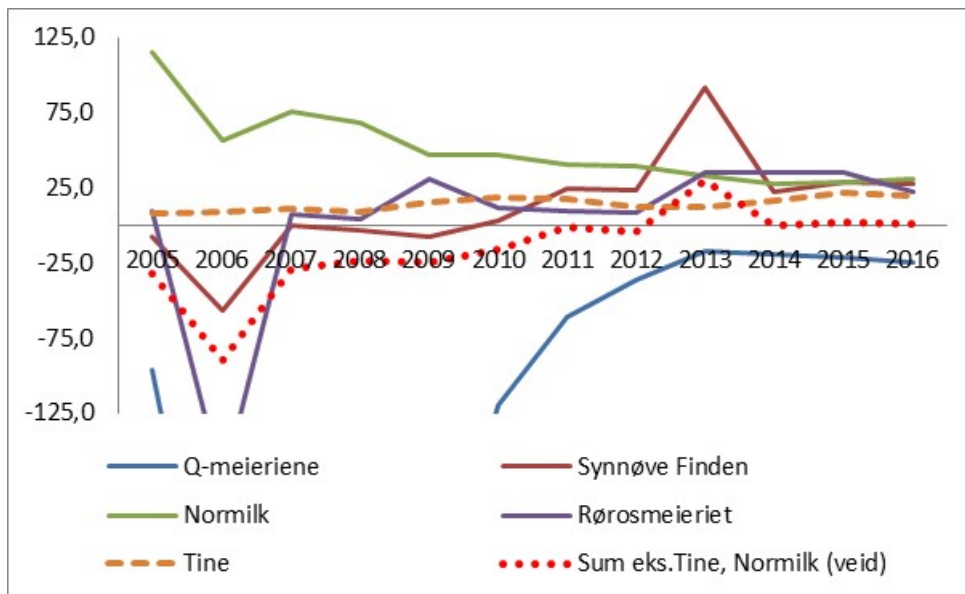
Figur 38: Egenkapitalrentabilitet, prosent

Landbruksdirektoratet vurderer det slik at det har vært en forbedring av egenkapitalrentabiliteten i norsk meieriindustri i perioden 2012–2016 sammenlignet med perioden 2007–2011 (unntaket er Normilk og Q-meieriene). Alle selskapers egenkapitalrentabilitet er over gjennomsnittet for norsk matindustri i 2014 (for 2011 har vi ikke sammenlignbare tall). For de tilskuddsberettigede selskapene ser vi en større positiv endring enn for Tine.

#### Egenkapitalrentabilitet korrigert for konkurransefremmende tiltak

Landbruksdirektoratet har for hvert år beregnet justerte egenkapitalrentabiliteter ved å korrigere for konkurransefremmende tiltak for de berørte meieriselskapene i prisutjevningsordningen.

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



Figur 39: Egenkapitalrentabilitet korrigert for konkurransefremmende tiltak, prosent

Korrigert for konkurransefremmende tiltak er gjennomsnittlig veid egenkapitalrentabilitet samlet for alle meieriselskapene som har mottatt tilskudd 16,2 prosent, mens den med tilskuddene er på 18,1 prosent i perioden 2012–2016. Alle selskaper med unntak av Q-meieriene ville hatt en egenkapitalrentabilitet uten tilskudd som er høyere enn Tines. Q-meieriene ville imidlertid hatt negativ egenkapitalrentabilitet uten konkurransefremmende tilskudd.

### 3.4.3 Lavt likviditetsbehov

I norsk matindustri var gjennomsnittlig likviditetsgrad 1 i årene 2010–2014 på henholdsvis 1,2, 1,1, 1,0 1,0 og 1,0<sup>45</sup>. De fleste meieriselskapene ligger om lag på dette nivået, med unntak av Normilk og Rørosmeieriet som har en bedre likviditet. De fleste meieriselskapene har likviditetsgrader som ligger litt under 2,0, med unntak av Normilk.

Normilk har en god likviditet og styrker denne år for år. Rørosmeieriet har også styrket sin likviditet vesentlig de siste årene. De øvrige meieriselskapene har svakere likviditet.

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 Landbruksdirektoratets 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.

<sup>45</sup> Kilde: Nibio: [www.matogindustri.no](http://www.matogindustri.no).

### 3.4.4 Varierende egenkapitalandeler

For dette nøkkeltallet ser vi at gjennomsnittlig (veid) egenkapitalandel for hele meieriindustrien har vært noe lavere i perioden 2012–2016 enn perioden 2007–2011. De selskapene som mottar tilskudd har imidlertid i sum økt egenkapitalen i perioden sammenlignet med foregående periode, fra 30,6 prosent til 32,6 prosent.

Tabellen nedenfor viser egenkapitalandelen per selskap, samt i veid gjennomsnitt for alle meieriselskapene per år og for periodene 2007–2011 og 2012–2016. I tillegg er det lagt til en rad der Tine og Normilk er trukket fra, for å se utviklingen blant de aktørene som mottar konkurransefremmende tilskudd.

Tabell 51: Egenkapitalandel, prosent

	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016	snitt 07–11	snitt 12–16*
Tine	49,4	41,3	40,8	41,3	41,9	44,0	45,5	45,6	42,7
Q-meieriene	2,6	30,5	38,6	46,5	46,5	44,5	30,6	14,2	41,4
Synnøve Finden	43,3	31,0	12,7	36,3	26,6	27,7	27,3	38,3	26,1
Normilk	52,9	66,7	69,4	70,5	69,9	74,5	87,2	60,8	74,3
Rørosmeieriet	19,9	48,9	43,6	59,7	62,7	56,6	60,9	39,6	56,7
Urtehaven				-2,3	-15,7	54,4	64,1		20,1
SUM (veid)	47,4	40,5	39,6	41,4	41,4	43,6	44,7	44,3	42,1
Sum eks. Tine, Normilk (veid)	29,5	29,7	22,5	39,9	33,5	35,8	31,5	30,6	32,6

\*For Urtehaven er snitt 12-16 beregnet for 2013-2015

Ser vi på enkeltelskaper er det Tine og Synnøve Finden som i gjennomsnitt har lavere egenkapitalandel i perioden etter 2011, mens de andre selskapene har økt sin gjennomsnittlige egenkapital sammenlignet med perioden 2007–2011. I perioden etter 2011 er gjennomsnittet i meieriindustrien (veid) en egenkapitalandel på 42,1 prosent, som er noe lavere enn nivå i norsk matindustri som var på 46,1 prosent i 2010, 42,7 prosent i 2011, 43,3 prosent i 2012, 45,2 prosent i 2013 og 49,4 prosent i 2014.<sup>46</sup> Gjennom hele perioden fra 2007 til 2016, har det vært noe varierende egenkapitalandeler, også i perioden etter 2011.

Tines egenkapitalandel har gjennom hele perioden 2007–2016 vært på et relativt stabilt og høyt nivå; mellom 40 og 50 prosent. Egenkapitalandelen har imidlertid blitt redusert noe den siste perioden sammenlignet med perioden 2007–2011. Tine leverer overskudd på driften og totalkapitalen øker.

Normilk har høyest egenkapitalandel av meieriselskapene i perioden 2007–2011 og i perioden 2012–2016. Fra 2009 har Normilk over 60 prosent egenkapitalandel, og i 2016 var egenkapitalandelen til selskapet 87,2 prosent. Normilk skiller seg dermed ut i forhold til de andre selskapene.

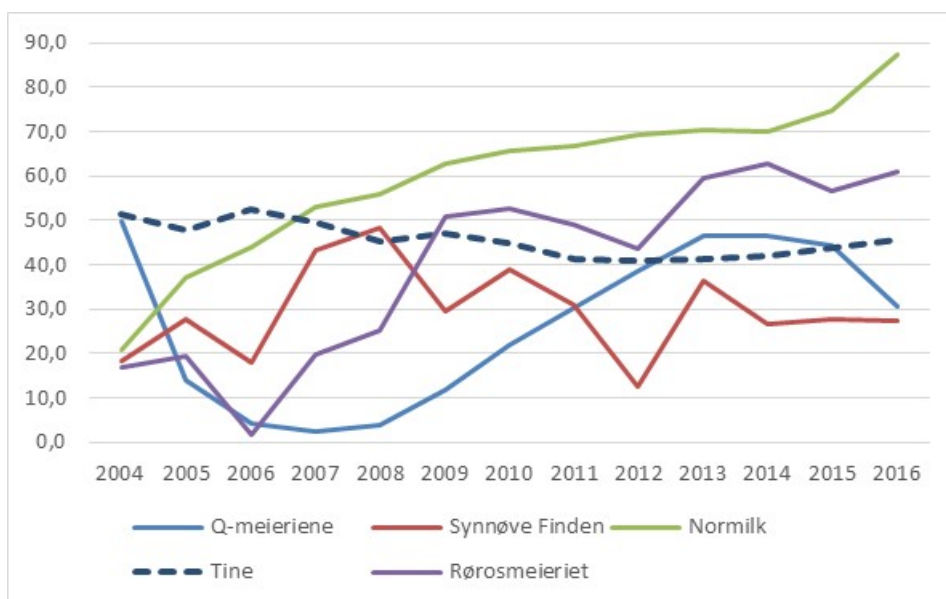
<sup>46</sup> Kilde: Nibio, [www.matogindustri.no](http://www.matogindustri.no)

For Q-meieriene økte egenkapitalandelen i perioden 2012–2016, sammenlignet med perioden 2007–2011. I den siste perioden er egenkapitalandelen på 41,4 prosent, som er noe lavere enn norsk matindustri og Tine.

Synnøve Finden har hatt varierende soliditet både i perioden 2007–2011 og i perioden 2012–2016. Egenkapitalandelen har variert fra 13 prosent til 36 prosent. De siste to-tre årene har egenkapitalandelen stabilisert seg på i underkant av 30 prosent. For Synnøve Findens meieridriftstall, se Tabell 38.

Rørosmeieriet har i perioden 2012–2016, hatt en gjennomsnittlig veid egenkapitalandel på nesten 57 prosent av totalkapitalen. Dette er høyere enn både Tine og norsk matindustri. Selskapet har styrket sin egenkapitalandel betydelig etter 2009.

Figuren nedenfor viser utviklingen i egenkapitalandelen for alle meieriselskapene.



Figur 40: Egenkapitalandel, prosent

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

### 3.4.5 Positive kontantstrømmer

Vi har vurdert kontantstrømmen til de fire største meieriselskapene; Tine, Q-meieriene, Synnøve Finden og Normilk. 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 2012–2016.

## Tine

Tallene i Tines kontantstrøm er vist i Tabell 33. Tines netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter er positiv alle årene, og har hatt en positiv utvikling i perioden 2012–2016. 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 er ujevn i perioden 2012–2016 sammenlignet med perioden 2007–2011 hvor investeringene økte jevnt. Dette er hovedsakelig knyttet til investeringer i varige driftsmidler. Tines netto kontantstrøm til/fra finansieringsaktiviteter i perioden 2012–2016 har med unntak for 2012 vært utbetaling i hele perioden.

## Q-meieriene

Tallene i Q-meierienes kontantstrøm er vist i Tabell 35. Q-meierienes netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter har utviklet seg positivt fra 2012 til 2016. I denne perioden har den vært høyere enn årsresultatet, noe som må anses som positivt.

## Synnøve Finden

Tallene i Synnøve Findens kontantstrøm er vist i Tabell 39, mens kontantstrøm for meieridriften er vist i Tabell 40. Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter er relativt stabil i perioden 2012–2016 for Synnøve Finden AS, men varierer mer for meieridriften. Den er høyere enn årsresultatet i denne perioden, både for meieridriften og for Synnøve Finden AS.

## Normilk

Tallene i Normilks kontantstrøm er vist i Tabell 42. Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter har vært positiv i perioden 2012–2016, og har dekket investeringsaktiviteter.

### **3.4.6 Bedret økonomisk situasjon i meieriindustrien**

Etter Landbruksdirektoratets vurdering viser de økonomiske nøkkeltallene at det jevnt over har vært en positiv utvikling i den økonomiske situasjonen i norsk meieriindustri siden 2011. Variasjonen mellom selskapenes driftsmargin og egenkapitalrentabilitet er redusert. Dette indikerer en mer stabil utvikling etter innføring av konkurransefremmende tiltak i 2007.

For flere av nøkkeltallene er det et markant skille mellom perioden 2007–2011 og perioden fra 2012 og frem til 2016. Ved å korrigere for de konkurransefremmende tilskuddene vurderer Landbruksdirektoratet tallmaterialet slik at utviklingen ikke ville ha vært på samme nivå. Q-meieriene vurderes å ha vært avhengig av tilskuddene for å få positive resultater. Vi ser imidlertid at Q-meieriene har hatt høyere nivå på investeringer i anlegg og kostnader til FOU og merkevarebygging målt i forhold til omsetning, enn flere andre selskaper i PU i perioden 2011–2016. Urtehaven ser også ut til å være avhengig av tilskudd. Resultatene viser at Urtehaven, som er i etableringsfasen, har hatt en vanskelig økonomisk situasjon.

Synnøve Finden har bedret sin økonomiske situasjon i perioden 2012–2016, sammenlignet med perioden 2007–2011 og har i perioden 2012–2015 en driftsmargin over 6 prosent, uten tilskudd. Dersom en korrigerer for annen virksomhet har imidlertid Synnøve Finden en driftsmargin på mellom



3,1 prosent og 4,8 prosent fra 2014 til 2016. Meierivirksomheten hos Synnøve Finden har således hatt en svakere utvikling i den siste delen av perioden.

Rørosmeieriet har også hatt en positiv økonomisk utvikling i perioden 2012–2016. Selskapet har bedret både lønnsomhet, likviditet og soliditet betydelig. De leverer høyere driftsmargin, uten tilskudd, enn Tine fra 2013–2015.

Tine og Normilk har ikke mottatt konkurransefremmende tilskudd. Tine leverer gode økonomiske resultater og har forbedret lønnsomheten i perioden 2012–2016. Forklaringer på dette kan være bedret drift, etter omfattende investeringer og effektivisering av driften. Normilk skiller seg ut i forhold til de andre utfordrerselskapene med gode økonomiske resultater gjennom hele perioden, selv om lønnsomheten har variert noe.

For de fleste nøkkeltallene ligger meieriindustrien over norsk matindustri i perioden. I tillegg var gjennomsnittlig veid driftsmargin i meieriindustrien høyere enn snittet for de fem europeiske meieriselskapene vi har sett på (2011–2015).

### **3.5 Vurdering av effekter av de konkurransefremmende tiltakene senere i verdikjeden**

Landbruksdirektoratet skal i henhold til mandatet gjøre en vurdering av om de konkurransefremmende tiltakene utelukkende har bidratt til å fremme konkurranse i meierisektoren, eller om andre aktører som er plassert senere i verdikjeden har hentet ut noe av dette. Direktoratet oppfatter at det her siktes til om de konkurransefremmende tiltakene har bidratt til å styrke økonomien i de selskapene som mottar tilskuddene, eller om de har «delt» tilskuddene med aktører som er plassert senere i verdikjeden. En slik «deling» av tilskudd kan for eksempel gi utsalg i redusert salgspris for produktene for meieriselskaper som mottar tilskudd, med begrunnelse i at bedriften mottar tilskudd. Salgspriser og betingelser er sensitiv informasjon som er lite tilgjengelig og det er derfor vanskelig å foreta en slik vurdering. Direktoratet har imidlertid bedt om innspill fra de selskapene som mottar konkurransefremmende tilskudd når det gjelder denne vurderingen. Tilbakemeldingene fra Synnøve Finden og Q-meieriene er samstemte. De mener tilskuddene utelukkende har kommet selskapene til gode. Disse selskapene skriver at de ikke er møtt med argumentasjon fra aktører senere i verdikjeden om at de skulle ha krav på noen av disse tilskuddene.

Rørosmeieriet opplyser at distribusjonstilskuddet i sin helhet har gått til å forbedre logistikk-påslaget i produktkalkylene, dvs. at det har senket prisen på produkter ut mot forbruker. Økologisk melk er en produktkategori hvor det har vært stort prisfokus, og hvor det er mange prisdrivere slik at det er vanskelig å analysere prisen. Rørosmeieriet antar at distribusjonstilskuddet kommer dem til gode gjennom økt salg, og at det kommer forbrukeren til gode gjennom en lavere pris og økt tilgjengelighet til produktene.

Landbruksdirektoratet mener dette indikerer at tilskuddene har kommet de meieriselskapene som mottar tilskuddene til gode. Distribusjonstilskuddet til Rørosmeieriet har gjort selskapet i stand til å senke prisen på sine produkter til aktører senere i verdikjeden, noe som kan ha bidratt til økt salg. Vi har imidlertid ikke foretatt en logistikk- eller kalkylestudie hos selskapene og vi har heller ikke tilstrekkelig kunnskap om eventuelle rabatter på engrosprisene, til å gjøre en fullgod analyse av disse forholdene. Direktoratet vil peke på at dette kan utredes nærmere, dersom det er ønskelig med ytterligere analyse av disse forholdene.

### 3.6 Vurdering av spesiell kapitalgodtgjørelse

Landbruksdirektoratet viser til at det er to forhold en bør se nærmere på ved vurdering av spesiell kapitalgodtgjørelse, når en ser bort fra økonomi. Dette er endringer i:

- Råvaremarkedet
- Markedsordningen for melk

#### Råvaremarkedet – andelene til Q-meieriene øker noe

Melkeprodusentene har i dag mulighet til å levere melk til to av aktørene i PU, Tine og Q-meieriene.



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 avstander 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 av melkeleveransene har økt fra 4,9 prosent i 2011 til 5,6 prosent i 2016.

Synnøve Finden påpeker i sitt innspill at det vil være svært krevende å hente melk fra egne produsenter i andre områder enn der Q-meieriene allerede er etablert. De mener derfor det er nødvendig å vurdere endringer i forsyningspliktbestemmelsene, jf. kapittel 2.6.3.3.

Landbruksdirektoratet viser til at forsyningspliktregelverket er utenfor mandatet for denne evalueringen, men vil likevel peke på at det også er andre fylker med stor melkeproduksjon enn Rogaland og Oppland, jf. kapittel 3.1.

#### Markedsordningen for melk – status quo

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 meierienes muligheter til å produsere konsummelk, jf. kapittel 2.2.

Kvoteordningen for melk innebærer fortsatt begrensninger når det gjelder flytting av kvote mellom de ulike regionene. Dette er således fortsatt et forhold som gjør det vanskeligere for nye aktører å knytte til seg nye melkeprodusenter. Det er imidlertid foreslått en endring til færre kvoteregioner, noe som vil kunne bidra til større fleksibilitet.

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. Rørosmeieriet påpeker at dette kan bli et fremtidig problem for dette selskapet. Rørosmeieriet kjøper imidlertid økologisk melk, som det ikke er forsyningsplikt på etter markedsreguleringsforskriften.

I 2016 mottok Q-meieriene 78,6 mill. liter melk fra egne produsenter og brukte 85,4 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 85,4 mill. liter melk til produksjon av flytende melkeprodukter ha behov for ca. 18 mill. liter melk fra egne melkeprodusenter, samt at Tine som markedsregulator forsyner denne aktøren med ca. 67 mill. liter melk. Q-meieriene har valgt å satse på melk fra egne produsenter utover de kravene som ligger i gjeldende regelverk.

### **3.6.1 Vurdering av effekten av spesiell kapitalgodtgjørelse etter 2011**

Forhold knyttet til mål og forutsetninger for den spesielle kapitalgodtgjørelsen er nærmere beskrevet i kapittel 2.3.1. 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 hatt egne produsenter og mottatt dette tilskuddet.

Etter forrige evaluering av de konkurransefremmende tiltakene i PU har det vært små endringer i konkurransesituasjonen for uavhengige meierier med egne leverandører. Det har ikke kommet nye aktører og fordelingen av totalt melkevolum mellom Q-meieriene og Tine viser en økning i favør av Q-meieriene.

Landbruks- og matdepartementet sendte i januar i år forslag til endringer i kapitalgodtgjørelsen på høring med bakgrunn i at de mente at formålet med spesiell kapitalgodtgjørelse ikke ble oppfylt godt nok med dagens modell. I høringen var det flere som var kritiske til de foreslåtte endringene i kapitalgodtgjørelsen. En av de som var kritiske til endret modell for kapitalgodtgjørelse var Synnøve Finden, og dette selskapet har også kommet med argumentasjon mot de foreslåtte endringene i innspill til denne evalueringen, jf. kapittel 2.6.3.3. Vi går ikke inn på disse innspillene her, siden departementet i brev av 3. april i år har bestemt at spesiell kapitalgodtgjørelse skal endres slik at satsen skal beregnes som et gjennomsnitt av Tine Industrias utbetaling de tre foregående år, med et tillegg på 5 øre per liter. Departementet viser i brevet av 3. april til at denne endringen vil oppfylle Stortingets mål om konkurranse i melkesektoren gjennom å sørge for nødvendige konkurransefremmende tiltak.

Landbruksdirektoratet legger dermed til grunn denne endringen i evalueringen.

### **3.6.2 Vurdering av effektene av ny modell fra 2017**

Den nye modellen for beregning av satsen for spesiell kapitalgodtgjørelse er utformet som en kompensasjon basert på utbetalingene fra Tine Industri over tre år. Departementet valgte i tillegg å legge inn et skjønnsmessig tillegg på 5 øre per liter for å sikre tilstrekkelig insentiv til å skifte meieri for melkeprodusentene.

Endring i beregningsmodellen for spesiell kapitalgodtgjørelse vil innebære en forenkling av de administrative prosessene bak beregningen av satser. Endringen vil medføre økte kostnader i PU på i underkant av 25 mill. kroner, gitt dagens nivå på Tine Industri sin etterbetaling.

Med den nye modellen øker satsen for kapitalgodtgjørelse fra 31 øre per liter til 61 øre per liter fra 1. juli 2017. Det innebærer en styrking av tiltaket med 30 øre per liter. Gitt endret sats, og uendrede forutsetninger for øvrig, ville Q-meierienes driftsmargin økt med 1,7 prosent til 5,7 prosent i 2016. Selskapet ville likevel hatt en driftsmargin i 2016 som var om lag 2 prosentpoeng lavere enn Tines.

Q-meieriene har i sin prisstrategi overfor egne produsenter valgt å følge Tines utvikling i produsentpriser, inkludert kvalitetssystem og etterbetaling fra Tines industrivirksomhet. Endringene i modell for spesiell kapitalgodtgjørelse vil således redusere Q-meierienes risiko. Dette vil gi Q-

meieriene økt forutsigbarhet og kan gjøre det lettere for Q-meieriene å rekruttere flere egne melkeprodusenter.

Denne styrkingen av kapitalgodtgjørelsen vil også kunne gjøre det lettere for andre aktører å knytte til seg egne melkeprodusenter.

De siste årene har Tine Industri hatt økende utbetalinger til produsentene som følge av overskudd i industrivirksomheten. I en situasjon hvor Tines utbetalinger går gradvis ned, vil Q-meieriene oppleve å få et høyere tilskudd enn Tines utbetalinger, det enkelte år. Dette vil kunne frigi midler til andre tiltak i selskapet. I motsatt tilfelle, i en situasjon hvor Tines utbetalinger til produsent går gradvis opp, vil tilskuddet være lavere enn Tines utbetalinger. Direktoratet forutsetter at meieriselskap med egne produsenter tar høyde for slike årlige svingninger.

### 3.7 Vurdering av tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd (27 øre per liter)

#### 3.7.1 Vurdering av effekten av 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. kapittel 2.3.2.



I perioden fra 2012 til 2016 har omsetningen av meieriprodukter økt både i volum og verdi. Importen har imidlertid tatt økte andeler på ost og yoghurt. Det er en økning i anvendelse av norsk melk til produksjon av meieriprodukter fra 1 489,2 mill. liter i 2011 til 1 543,6 mill. liter i 2016. Anvendelsen har imidlertid variert noe i løpet av perioden. Når det gjelder samlet melkeanvendelse i PU er situasjonen relativt stabil, hvor utfordrerne til Tine øker sine andeler i hovedmelkeanvendelsen fra 19,4 i 2011 til 20,1 i 2016, dvs. med 0,7 prosentpoeng. Det er en tilsvarende situasjon for biproduktanvendelsen hvor Tines utfordrere har hatt en svak økning i andeler fra 8,7 i 2011 til 9,5 i 2016. Når det gjelder forbruk og omsetning innenfor enkeltsegmenter, dvs. inkludert import, er Tine fortsatt en stor aktør innenfor både drikkemelk, yoghurt og ost, selv om de har tapt andeler særlig innenfor drikkemelk og yoghurt.

HHI-indeksene viser at det er høy konsentrasjon innenfor alle produktsegmentene vi har vurdert. Innenfor segmentene ost og tørrmelk har konsentrasjonen vært relativt stabil i perioden 2011-2016, men konsentrasjonen er redusert innenfor drikkemelk og yoghurt. Tine er fortsatt en stor aktør innenfor alle segmenter.

De økonomiske nøkkeltallene viser at økonomien hos de uavhengige selskapene som mottar tilskudd har utviklet seg positivt siden 2011, jf. kapittel 3.4, med unntak for Urtehaven som startet opp i 2013. Alle selskapene har i perioden etter 2007 forbedret sin økonomiske situasjon, og i perioden etter 2011 har de stabilisert økonomien på et markant høyere nivå enn i 2007. Vurderingen av selskapene konkluderer med at Q-meieriene har vært avhengig av de konkurransefremmende tilskuddene for å oppnå positive resultater og styrking av sin posisjon som utfordrer til Tine. Også Urtehaven har vært avhengig av tilskuddene. Synnøve Finden og Rørosmeieriet har ikke vært avhengig av tilskuddene for å oppnå positive resultater i perioden 2012–2016, men tilskuddene har bidratt til å bedre selskapenes økonomiske resultater. Tilskuddene har bidratt til at selskapene har kunnet stabilisere seg i markedet og de fleste har vokst. I dag har de fleste meieriselskapene høyere lønnsomhet enn matindustrien i Norge for øvrig. De norske meieriselskapene har også høyere driftsmargin enn gjennomsnittet for

europiske meieriselskaper som vi har vurdert i denne utredningen. Det er likevel grunn til å peke på den negative utviklingen som har vært i driftsmargin for to av utfordrerne til Tine i årene etter 2013.

En ser også at selskapene har hatt god evne til å investere etter 2011. Flere av selskapene har investert mer i anlegg enn Tine i perioden 2014-2016, målt i andel av driftsinntekter. Når det gjelder midler til produktutvikling/innovasjon har flere selskaper brukt mer midler enn Tine i perioden 2012-2016, målt i andel av driftsinntekter. Et av selskapene har brukt mer midler til merkevarebygging, målt i andeler av driftsinntekter, enn Tine i perioden 2012-2016.

Landbruksdirektoratet har beregnet hva driftsmarginen ville ha vært for meieriselskapene i PU-ordningen dersom en trekker ut differensierte avgifter/tilskudd (27-øringen). Selskaper som er omfattet av disse tiltakene ville hatt en høyere gjennomsnittlig driftsmargin for perioden 2012-2016 sammenlignet med perioden 2007-2011, selv om differensierte avgifter/tilskudd er trukket ut. Q-meieriene ville hatt en gjennomsnittlig driftsmargin, korrigert for differensierte avgifter/tilskudd, på 3,1 prosent i perioden 2012-2016, mens tilsvarende gjennomsnittlig driftsmargin for Synnøve Finden og Rørosmeieriet ville vært henholdsvis 6,5 og 7,7 prosent, noe som er høyere enn for norsk matindustri for øvrig og på nivå med Tines driftsmargin i perioden 2012-2016. Det viser at disse selskapene ville ha oppnådd en positiv driftsmargin også uten differensierte avgifter/tilskudd. Driftsmarginen korrigert for differensierte avgifter/tilskudd er imidlertid lav for Q-meieriene, vesentlig under norsk matindustri for øvrig og lavere enn Tine.

Dersom en tar hensyn til endringen i kapitalgodtgjørelsen fra 1. juli 2017, forventes imidlertid Q-meieriene å få bedre økonomiske resultater. Ved å legge inn effekten av dette tiltaket for 2016, ville deres driftsmargin vært på 3,9 prosent (ekskl. differensierte avgifter/tilskudd), dvs. fortsatt lavere enn Tine i 2016. For Synnøve Finden ville driftsmargin for meieridriften vært på 3,1 prosent i 2016 dersom en trekker ut tiltaket med 27 øre per liter, dvs. lavere enn Q-meieriene med ny modell for kapitalgodtgjørelse og lavere enn Tine i 2016.

Landbruksdirektoratet mener tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd har bidratt til konkurranse ved at de norske utfordrerne til Tine har forbedret sine økonomiske resultater i perioden. Likevel ser en at det fortsatt er høy konsentrasjon i de fleste segmenter, selv om utfordrerne har styrket seg i drikkemelk- og yoghurtsegmentene. Både Tine og de norske utfordrerne har noe reduserte andeler i ostesegmentet (OFM-tall). Vi mener likevel at tiltaket med differensierte avgifter og tilskudd har bidratt til en utvikling i ønsket retning i forhold til intensjonene med innføringen av tiltaket, siden utfordrerne til Tine har styrket og stabilisert sin økonomiske situasjon.

Landbruksdirektoratet mener analysene viser at det fortsatt vil være behov for differensierte avgifter/tilskudd for Q-meieriene og Urtehaven. Selv om Synnøve Finden og Rørosmeieriet ikke har vært avhengig av tiltaket for å oppnå driftsoverskudd, mener Landbruksdirektoratet likevel det kan være grunnlag for å videreføre tiltaket for disse virksomhetene. Begrunnelsen for dette er at Tine fortsatt er en stor aktør i de segmentene Synnøve Finden og Rørosmeieriet opererer i. En fortsatt positiv økonomisk utvikling vil kunne ha betydning for deres evne til å ta andeler i fremtiden. I tillegg vil selskapenes forretningsstrategi og drift kunne ha betydning. Et annet moment gjelder meieridrift-relatert driftsmargin. Synnøve Finden har for de fleste årene i perioden lavere driftsmargin for meieridrift enn for selskapet som helhet. Fra 2014 har selskapet hatt lavere driftsmargin, korrigert for tilskuddet, enn norsk matindustri.

De aktørene som ikke mottar tilskudd, Tine SA og Normilk, har også klart seg bra i perioden fra 2012 til 2016. Begge selskaper kan vise til gode økonomiske resultater.

Landbruksdirektoratet vurderer det derfor til at tiltaket har virket etter forutsetningene, fordi det har bidratt til stabile og høyere økonomiske resultater for utfordrerne til Tine enn i perioden 2007-2011.

Tine har fortsatt en høy andel av samlet melkeanvendelse i perioden 2012–2016, selv om Tines andeler særlig i drikkemelk- og yoghurtsegmentene er redusert.

### 3.7.2 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 har også en bedre økonomisk stilling i 2016 enn 2011 og leverer positive resultater uten tilskudd. Det ser ut til at økonomien i selskapene har stabilisert seg på et vesentlig høyere nivå enn i 2007, selv om driftsmarginen viser negativ utvikling for to av selskapene siden 2013.

Med dagens nivå på tiltaket kan tre av selskapene vise til driftsmarginer i perioden 2012-2016 for sin meieridrift som er høyere enn Tines, høyere enn matindustrien i Norge generelt, og høyere enn utvalgte europeiske meieriselskapers. Dette kan etter Landbruksdirektoratets vurdering tale for at tiltaket gradvis kan reduseres for eksempel i takt med at utfordrerselskapene tar ytterligere andeler i de ulike segmentene og/eller at de økonomiske resultatene for disse selskapene blir ytterligere forbedret. En annen indikator på redusert behov for konkurransefremmende tiltak er økt import. Økningen i import tilsier økt konkurranse for norskproduserte meieriprodukter. En tredje indikator er forskyvningen av andeler i segmentene fra Tine til både import og andre norske aktører.

Stortinget har påpekt at konkurransen i meierisektoren er svak og må videreutvikles<sup>47</sup>. Stortinget har også påpekt at norsk melk må være konkurransedyktig i forhold til importerte produkter, jf. Innst. 251 S til Stortinget fra næringskomiteen bl.a. punkt 13.4.

Selv om utfordrerne har vunnet andeler fra Tine i delsegmenter har Tine fortsatt en sterk stilling i meierisektoren. Dette kan tilsi at en bør opprettholde tilskuddet. Under har Landbruksdirektoratet sett på noen alternative nivåer på tilskuddet.

Landbruksdirektoratet har foretatt en sensitivitetsanalyse og sett på effektene av å redusere tiltaket fra 27 øre per liter til 20 øre per liter. I analysen forutsetter vi endring av kapitalgodtgjørelsen i tråd med brev fra Landbruks- og matdepartementet 3. april i år, og vi har derfor lagt inn en positiv effekt på 30 øre per liter for dette tiltaket. Gitt uendrede forutsetninger for øvrig ville et nivå på 20 øre per liter, innebære en driftsmargin i 2016 på 5,3 prosent for Q-meieriene og 5,6 prosent for Synnøve Findens meieridrift. For Rørosmeieriet har vi i tillegg forutsatt at distribusjonstilskuddet ble gitt hele kalenderåret. Gitt disse forutsetningene ville driftsmarginen til Rørosmeieriet vært 12,7 prosent i 2016 dersom generell korreksjon ble redusert til 20 øre per liter. Rørosmeieriet ville i så fall hatt høyere driftsmargin enn Tine i 2016. Effekten av å redusere nivået på tiltaket til 20 øre 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.

Dersom en forutsetter at dimensjoneringen av tiltaket skal ha samme verdi i 2017 som det hadde ved forrige evaluering, kan det innebære en justering knyttet til en indeks for kostnadsutvikling eller inflasjon. Landbruksdirektoratet la ved forrige evaluering til grunn konsumprisindeksen. Dersom en legger konsumprisutviklingen til grunn, har den siden desember 2011 økt med 11,8 prosent. Dette tilsvarer en økning i tiltaket på 3 øre per liter. Det innebærer en økning av tiltaket til 30 øre per liter.

---

<sup>47</sup> Behandling av Meld. St. 11 (2015-2017) Endring og utvikling. En fremtidsrettet jordbruksproduksjon

Landbruksdirektoratet har foretatt beregninger på effekten av en økning av satsen med 3 øre per liter med utgangspunkt i anvendt volum i 2016. Beregningene viser at en økt sats på 3 øre per liter ville medført en økt utbetaling til dette tiltaket på 7,3 mill. kroner i 2016, total utbetaling med en sats på 30 øre per liter ville vært 72,9 mill. kroner i 2016.

En indeksjustering av tiltaket kan medføre økte kostnader i PU, noe som kan få konsekvenser for konkurransesituasjonen mellom aktørene og konkurransekraften for norsk melk.

Landbruksdirektoratet har også foretatt en sensitivitetsanalyse oppover og sett på effektene av å styrke tiltaket med 8 øre per liter til 35 øre per liter. Vi har da lagt til grunn at kapitalgodtgjørelsen øker med 30 øre per liter. Gitt uendrede forutsetninger for øvrig ville et nivå på 35 øre per liter innebære en driftsmargin i 2016 på 6,3 prosent for Q-meieriene, 13,8 prosent for Rørosmeieriet<sup>48</sup> og 7,5 prosent for Synnøve Findens meieridrift. En slik styrking av tiltaket ville medført at ett av selskapene ville hatt lavere og ett selskap ville hatt driftsmargin på nivå med Tine i 2016. En slik styrking av tiltaket vil likevel innebære en ytterligere styrking av økonomien til utfordrerne. Dette kan gi grunnlag for økte investeringer, økte midler til innovasjon og merkevarebygging og/eller økte driftsmarginer, avhengig av hvilken strategi selskapene velger. Dette kan gi selskapene økte muligheter for ekspansjon og styrking av sin posisjon i markedet. Det er imidlertid opp til styret i selskapene å bestemme hvordan overskuddet i virksomhetene skal disponeres. Hvor stor andel av overskuddet som skal tilbakeføres til eierne og hvor stor andel som skal brukes til å styrke selskapet. Økte driftsmarginer medfører økte overskudd, noe som også kan 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.

Gitt at en økning av tiltaket generell korreksjon med 8 øre per liter benyttes til markedsrettet arbeid i meieriselskapene, kan en forvente at utfordrerne til Tine vil kunne få en raskere utvikling i andeler enn det vi har sett i perioden fra 2012 til 2016. Utbetalingene til tiltaket vil dermed kunne øke betydelig både som følge av økt volum og som følge av økt sats. Dersom målet er betydelig økte andeler til utfordrerne til Tine, er det likevel spørsmål om tiltak innenfor PU er de rette virkemidlene. Endringer i andre landbrukspolitiske tiltak kan da være vel så effektive virkemidler.

Landbruksdirektoratet anbefaler ut fra en helhetsvurdering at tilskuddet videreføres. På hvilket nivå er avhengig av hvilke mål en har for konkurransen og lønnsomheten i meierisektoren. Ønsker man å videreføre eller styrke utviklingen som var i meierisektoren i perioden 2011–2016, kan man opprettholde eller øke satsen for differensierte avgifter og tilskudd. Mener man at utviklingen i meierisektoren var tilfredsstillende i perioden 2011–2016, kan man videreføre eller redusere satsen. Vi vil også peke på at selv om Tine fortsatt har en stor andel i yoghurtsegmentet, er konsentrasjonen redusert. Utviklingen i enkeltsegmenter bør følges med på, slik at en kan vurdere om det fortsatt er grunnlag for dette tiltaket. I henhold til Prop. 164 S (2012–2013) side 100-101, er det ikke grunnlag for slike konkurransefremmende ordninger når Tine ikke lenger er dominerende aktør.

#### *Behov for andre endringer i tiltaket?*

Lønnsomheten for utfordrerselskapene er bedret og stabilisert i perioden 2012–2016 og variasjonen mellom dem er redusert, sammenlignet med perioden 2007–2011. Dette kan bety økt fokus på utvikling i markedsandeler fremover.

---

<sup>48</sup> Forutsetter at Rørosmeieriet fikk distribusjonstilskudd for hele kalenderåret 2016

I henhold til mandatet skal en i evalueringen vurdere behov for endringer i tiltaket med henblikk på å styrke og videreutvikle konkurransen i meierisektoren til beste for forbrukerne. Landbruksdirektoratet forstår dette slik at hensikten er økt konkurranse mellom meieriselskaper i PU, noe som i praksis vil bety økt produktutvalg og/eller økte andeler for utfordrerne til Tine. Ut fra dette mener Landbruksdirektoratet en bør vurdere å sikre at det konkurransefremmende tiltaket brukes til dette formålet.

Gitt at en ønsker å bidra til at økt lønnsomhet i selskapene blir brukt til styrke selskapenes evner til å ta andeler, kan et virkemiddel være å knytte betingelser til oppnådd lønnsomhet og stille vilkår for eventuelle overføringer til eierne for selskaper som mottar dette tilskuddet. Et vilkår kan for eksempel være at selskapene skal bruke en viss andel av tilskuddet til innovasjoner. Analysen viser at de ulike selskapene har valgt ulik strategi når det gjelder investeringer i anlegg og bruk av midler til produktutvikling. Det samme er synlig når det gjelder bruk av midler til merkevarebygging. Direktoratet viser i den forbindelse til mediesektoren hvor det for virksomheter som mottar pressestøtte er knyttet betingelser til overskudd og driftsmargin, samt vilkår for utbytte og konsernbidrag<sup>49</sup>. Et slikt virkemiddel vil imidlertid kunne føre til økt ressursbruk i forvaltningen.

Et annet alternativ kan være å styrke segmenter der konkurransen er svakest, for eksempel drikkemelk, ved å differensiere satsen mellom ulike anvendelser, for å styrke innovasjonsgraden i disse segmentene. Vi gjør oppmerksom på at dette forslaget ikke er drøftet med referansegruppen.

### **3.8 Vurdering av særskilt distribusjon (50 øre per liter)**

#### **3.8.1 Vurdering av effekten av 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 melkeprodukter i prisgruppe 2 og biproduktgruppe 1 i Nord-Norge og for produksjon og distribusjon av melkeprodukter i prisgruppe 2 til barnehager, barne- og ungdomsskoler og videregående skoler, foruten det særskilte distribusjonstilskuddet som på visse vilkår kan gis til Tines utfordrere for distribusjon av melkeprodukter i prisgruppe 2 og biproduktgruppe 1, med unntak for varer omfattet av protokoll 3 til EØS-avtalen.

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 var derfor forbeholdt Q-meieriene i starten. 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. Fra 1. juli 2016 ble dette tiltaket gjort selskapsnøytralt.

Et annet viktig prinsipp for dette tiltaket er at det fra 2016 kun gjelder for distribusjon av flytende melkeprodukter i prisgruppe 2 og biproduktgruppe 1, mot tidligere for alle flytende produkter. Tine har ikke ubegrenset forsyningsplikt av melk til flytende melkeprodukter. Dette innebærer at meieriselskaper som produserer flytende melkeprodukter i et visst omfang er avhengig av egne

---

<sup>49</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2014-03-25-332?q=produksjonstilskudd%20til%20dagsaviser>



produsenter, og har dermed en lokalisering som muliggjør dette. Det er dermed mest gunstig for uavhengige aktører, som ønsker å ha egne melkeprodusenter, å etablere seg i områder med stor melkeproduksjon, i stedet for nær markedet, dvs. de største byene i Norge. Lokaliseringen til f. eks. Q-meieriene medfører dermed en mellomtransport til distribusjonslagrene til grossistene som medfører vesentlig høyere kostnader enn Tine.

I tillegg er det forskjellig krav til hyppighet på levering av flytende og faste melkeprodukter, på grunn av kortere holdbarhet for fersk melk og fløte enn for eksempel ost. Et annet viktig poeng er at distribusjonskostnadene utgjør en større andel av varekostnaden for flytende melkeprodukter enn for faste, jf. kapittel 2.9. Landbruksdirektoratet ser derfor ikke at det er grunnlag for å foreslå endringer i dette prinsippet.

Historisk sett ble tiltaket med særskilt distribusjonstilskudd innført til Q-meieriene, og en av hovedgrunnene til at deres kostnader var vesentlig høyere enn Tines kostnader, var knyttet til at Tine hadde sine konsummelkmeierier i nærheten av de store byene i Norge. Tine fikk således mindre mellomtransport på melken. Q-meieriene har fortsatt samme geografiske plassering som da tilskuddet ble innført, og dermed også en ulempe knyttet til lokalisering. Fra 2016 har også Rørosmeieriet fått tilskuddet. Heller ikke Rørosmeieriet er etablert i nærheten av de største markedene. Det er argumenter for å videreføre det særskilte distribusjonstilskuddet.

Landbruksdirektoratet har beregnet hva driftsmarginen ville ha vært for Q-meieriene dersom en trekker ut særskilt distribusjonstilskudd. Q-meieriene ville hatt en driftsmargin i 2016 på 2,9 prosent, gitt uendret differensierte avgifter/tilskudd og ny modell for kapitalgodtgjørelse. Det viser at dette selskapet ville ha oppnådd en positiv driftsmargin også uten særskilt distribusjonstilskudd. Driftsmarginen korrigert for særskilt distribusjonstilskudd vil i så fall være lavere enn Tines driftsmargin og lavere enn gjennomsnittlig driftsmargin for norsk matindustri for øvrig.

I den grad det særskilte distribusjonstilskuddet kommer andre aktører lenger ut i verdikjeden til gode, på bekostning av de meieriselskapene tilskuddet utbetales til, vil dette kunne være et argument for å vurdere størrelsen på distribusjonstilskuddet. Vi viser til kapittel 3.5 og anbefaling om at dette er forhold en kan vurdere å utrede nærmere.

### **3.8.2 Vurdering av behov for endringer i tiltaket**

*På hvilket nivå bør tilskuddet være?*

Innsamling av opplysninger om distribusjonskostnader for flytende melkeprodukter hos Tine, Q-meieriene og Rørosmeieriet viser at Tine fortsatt har vesentlig lavere distribusjonskostnader per liter for flytende melkeprodukter enn de andre. Kostnadene er ikke helt sammenlignbare siden Q-meieriene og Rørosmeieriet 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. Q-meieriene har også en lavere gjennomsnittlig sats for overføringstransport enn Tine, men dette er ikke hensyntatt i sammenligningene.

Distribusjonskostnader for økologisk melk er vesentlig høyere enn for konvensjonelle produkter hos Tine, siden de er avhengig av mer mellomtransport på flytende økologiske melkeprodukter. Tallmaterialet Landbruksdirektoratet har fått tilgang til viser at Rørosmeieriet, som bl. a. produserer flytende økologiske melkeprodukter, har vesentlig høyere distribusjonskostnader per liter melk enn Tine på økologiske produkter.

I perioden fra 2012 til 2016 har Q-meieriene sine distribusjonskostnader økt med 11,8 prosent, mens kostnadene til Tine har økt med 9,2 prosent. Isolert sett tilsier dette at nivået på tilskuddet ikke bør reduseres.

Departementet la til grunn beregninger av distribusjonskostnader foretatt av NILF, da tilskuddet ble etablert i 2004. Det ble gjort en skjønnsmessig 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. Landbruksdirektoratet forutsetter at denne føringen fortsatt skal legges til grunn.

Q-meieriene argumenterer med at de er avhengig av mellomtransport for sine flytende melkeprodukter til grossistlagrene og at denne mellomtransporten, som har sammenheng med ugunstig lokalisering, medfører vesentlig høyere distribusjonskostnader i forhold til Tine. Q-meieriene mener at det særskilte distribusjonstilskuddet derfor må opprettholdes. De mener også at tilskuddet bør økes, siden tilskuddet ikke dekker merkostnadene til mellomtransport. De viser til at tilskuddet var på 60 øre per liter fra 2007, og at en generell økning i transportkostnadene skulle tilsi at tilskuddet burde økt til 75 øre per liter i 2013.

Landbruksdirektoratet viser til at det har skjedd enkelte endringer i forutsetningene etter 2007, siden Q-meieriene har økt sitt totale volum med om lag 25 prosent siden 2007. Volumøkningen siden 2007 kan gi grunnlag for mer effektiv mellomtransport. I perioden etter 2011 har imidlertid volumet til Q-meieriene vært relativt stabilt, noe som tilsier at satsen for det særskilte distribusjonstilskuddet ikke bør reduseres.

Dersom satsen for det særskilte distribusjonstilskuddet holdes på dagens nivå (50 øre per liter), og en forutsetter stabile volumer for Q-meieriene og Rørosmeieriet, vil utbetalingen til særskilt distribusjonstilskudd totalt bli på om lag 44 mill. kroner årlig.

Hovedprinsippet i PU har vært en utvikling hvor en går bort fra tilskudd til distribusjon. Selv om vi mener det er grunnlag for å opprettholde det særskilte distribusjonstilskuddet i PU, kan en vurdere størrelsen eller nivået på tilskuddet. Dersom tilskuddet overføres til senere ledd i verdikjeden, i stedet for å komme utfordrerne til Tine til gode, kan det være et argument for å redusere tilskuddet. Et annet argument er at distribusjonstillegget gis til omsatt ferdigvare, men generelt gis tilskudd i PU på basis av anvendelse av rå melk. Dersom en reduserer tilskuddet for eksempel til 40 øre per liter, vil utbetalingen av tilskuddet reduseres tilsvarende til 35 mill. kroner årlig gitt dagens volumer. En slik reduksjon i tilskuddet vil, gitt at alle andre forutsetninger er uendrede, medføre en reduksjon i disse selskapenes driftsmarginer på i størrelsesorden 0,6–0,7 prosent.

Landbruksdirektoratet viser for øvrig til at LMD i 2016 innførte en begrensning i ordningen på 57,5 mill. kroner. De siste årene har volumene til utfordrerne til Tine økt. Ved å øke satsen vil en raskere nå taket i ordningen.

Landbruksdirektoratet mener etter en helhetsvurdering av momentene over at det er grunnlag for å videreføre det særskilte distribusjonstilskuddet i PU på dagens nivå.

*Behov for andre endringer i tiltaket?*

Landbruksdirektoratet ser ikke behov for andre endringer i dette tiltaket.

### 3.9 Konsekvenser av endringsforslagene

#### Scenario med 2016-volum og satsendring på spesiell kapitalgodtgjørelse

Tabellen nedenfor viser et basisalternativ med 2016-volum og gjeldende satser samt et alternativ med 2016-volum og satsendring på spesiell kapitalgodtgjørelse (som bestemt av LMD).

Tabell 52: Virkning av endringer i spesiell kapitalgodtgjørelse i gjeldende ordning, mill. kroner

	Beløp dagens sats, mill. kr	Beløp ny sats, mill. kr	Diff. ny - dagens, mill. kr
Spesiell kapitalgodtgjørelse	24,4	47,9	23,6
Differensierte avgifter/tilskudd	65,6	65,6	0,0
Særskilt distribusjonstilskudd	43,7	43,7	0,0
Sum	133,7	157,2	23,6
Økning i forhold til utbetalt 2016	3,2	26,8	

Med utgangspunkt i 2016-volum ville kostnadene til spesiell kapitalgodtgjørelse ha økt med 23,6 mill. kroner fra 24,4 mill. kroner til 47,9 mill. kroner (97 prosent), gitt ny beregningsmodell som bestemt av LMD. Kostnadene til det særskilte distribusjonstilskuddet var på 41,2 mill. kroner i 2016 og er basert på Q-meierienes distribusjonsvolum i 2016 samt volum fra Rørosmeieriet fra 1. august 2016. I beregningen av kostnader for endringsforslaget har vi inkludert årsvolum for produkter omfattet av distribusjonstilskuddet for Rørosmeieriet. Gitt gjeldende tilskuddssats, vil beløpet øke siden Rørosmeieriets volum er medregnet for hele året. Beregningen viser at utbetalingen til distribusjonstilskuddet ville ha vært på 43,7 mill. kroner med 2016-volum.

I scenarioet med dagens satser og 2016-volum ville konkurransefremmende tilskudd utgjort 133,7 mill. kroner, noe som ville ha utgjort 8,7 øre per liter fordelt på all anvendt melk i PU. Med satsendring for spesiell kapitalgodtgjørelse, ville totalt beløp økt til 157,2 mill. kroner og 9,8 øre per liter melk.

Økt sats for spesiell kapitalgodtgjørelse vil medføre økte kostnader i PU og dermed økte avgifter/reduerte tilskudd i prisgruppene i ordningen.

Det er sannsynlig at importen av meieriprodukter vil fortsette å øke i årene fremover, blant annet som følge av ny Artikkel 19-avtale. Virkningene av dette er ikke lagt inn i scenarioet.

#### Scenario med 2016-volum og økt sats for differensierte avgifter/tilskudd

Tabellen nedenfor viser et basisalternativ med 2016-volum og gjeldende satser samt et alternativ med 2016-volum, satsendring på spesiell kapitalgodtgjørelse (som bestemt av LMD) og eventuell satsendring på differensierte avgifter/tilskudd.

Tabell 53: Virkning av endringer i konkurransefremmende tiltak i gjeldende ordning, mill. kroner

	Beløp dagens sats, mill. kr	Beløp ny sats, mill. kr	Diff. ny dagens, mill. kr
Spesiell kapitalgodtgjørelse	24,4	47,9	23,6
Differensierte avgifter/tilskudd	65,6	72,9	7,3
Særskilt distribusjonstilskudd	43,7	43,7	0,0
Sum	133,7	164,6	30,9
Økning i forhold til utbetalt 2016	3,2	34,1	

Med utgangspunkt i 2016-volum og en satsøkning på 3 øre per liter ville kostnadene til differensierte avgifter/tilskudd ha økt fra 65,6 mill. kroner til 72,9 mill. kroner. Dette er en økning på 7,3 mill. kroner, tilsvarende 11,1 prosent. Kostnadene til spesiell kapitalgodtgjørelse ville ha økt med 23,6 mill. kroner fra 24,4 mill. kroner til 47,9 mill. kroner (97 prosent), gitt ny beregningsmodell som bestemt av LMD. Kostnadene til det særskilte distribusjonstilskuddet var på 41,2 mill. kroner i 2016 og er basert på Q-meierienes distribusjonsvolum i 2016 samt volum fra Rørosmeieriet fra 1. august 2016. I beregningen av kostnader for endringsforslaget har vi inkludert årsvolum for produkter omfattet av distribusjonstilskuddet for Rørosmeieriet. Gitt gjeldende tilskuddssats, vil beløpet øke siden Rørosmeieriets volum er medregnet for hele året. Beregningen viser at utbetalingen til distribusjonstilskuddet ville ha vært på 43,7 mill. kroner med 2016-volum.

I scenarioet med dagens satser og 2016-volum ville konkurransefremmende tilskudd utgjort 133,7 mill. kroner, noe som ville ha utgjort 8,7 øre per liter fordelt på all anvendt melk i PU. Med satsendring på 3 øre per liter for tiltaket med differensierte avgifter og tilskudd og ny beregningsmodell for spesiell kapitalgodtgjørelse ville totalt beløp økt til 164,6 mill. kroner og 10,7 øre per liter anvendt melk.

Økt sats for differensierte avgifter/tilskudd medfører økte kostnader i PU og dermed økte avgifter/reduerte tilskudd i prisgruppene i ordningen.

Det er sannsynlig at importen av meieriprodukter vil fortsette å øke i årene fremover, blant annet som følge av ny Artikkel 19-avtale. Virkningene av dette er ikke lagt inn i scenarioet.

#### Scenario med 2016-volum og redusert nivå på særskilt distribusjonstilskudd

Tabellen nedenfor viser et basisalternativ med 2016-volum og gjeldende satser samt et alternativ med 2016-volum, satsendring på spesiell kapitalgodtgjørelse (som bestemt av LMD) og eventuell redusert sats for særskilt distribusjonstilskudd.

**Tabell 54: Virkning av endringer i konkurransefremmende tiltak i gjeldende ordning, herunder redusert særskilt distribusjonstilskudd, mill. kroner**

	<b>Beløp dagens sats, mill. kr</b>	<b>Beløp ny sats, Diff. ny - dagens, mill. kr</b>	<b>Diff. ny - dagens, mill. kr</b>
Spesiell kapitalgodtgjørelse	24,4	47,9	23,5
Differensierte avgifter/tilskudd	65,6	65,6	0,0
Særskilt distribusjonstilskudd	43,7	35,0	-8,7
Sum	133,7	148,5	14,8
Økning i forhold til utbetalt 2016	3,2	18,0	

Med utgangspunkt i 2016-volum, samt en satsreduksjon på 10 øre per liter ville kostnadene til særskilt distribusjonstilskudd blitt redusert med 8,7 mill. kroner til 35,0 mill. kroner. Kostnadene til spesiell kapitalgodtgjørelse ville ha økt med 23,6 mill. kroner fra 24,4 mill. kroner til 47,9 mill. kroner (97 prosent). Kostnadene til det særskilte distribusjonstilskuddet var på 41,2 mill. kroner i 2016 og er basert på Q-meierienes distribusjonsvolum i 2016 samt volum fra Rørosmeieriet fra 1. august 2016. I beregningen av kostnader for endringsforslaget har vi inkludert årsvolum for produkter omfattet av distribusjonstilskuddet for Rørosmeieriet.

I scenarioet med dagens satser og 2016-volum ville konkurransefremmende tilskudd utgjort 133,7 mill. kroner, noe som ville ha utgjort 8,7 øre per liter fordelt på all anvendt melk i PU. Med satsreduksjon på 10 øre per liter for særskilt distribusjonstilskudd og ny beregningsmodell for spesiell kapitalgodtgjørelse ville totalt beløp økt til 148,5 mill. kroner og 9,6 øre per liter anvendt melk.

Det er sannsynlig at importen av meieriprodukter vil fortsette å øke i årene fremover, blant annet som følge av ny Artikkel 19-avtale. Virkningene av dette er ikke lagt inn i scenarioet.

#### Scenario med 2021-volum

Landbruksdirektoratet har beregnet konsekvenser for et scenario hvor vi har prognosert utviklingen i de konkurransefremmende tiltakene i prisutjevningsordningen fem år frem i tid, gitt at samlet volum følger samme utvikling som i perioden 2011–2016 med de samme aktørene som er med i ordningen i dag. Tabellen nedenfor viser de prognoserte kostnadene i 2021 for et basisalternativ med uendrede satser og de prognoserte kostnadene med endret sats for spesiell kapitalgodtgjørelse (som bestemt av LMD), uendret sats for differensierte avgifter og tilskudd og uendret sats for særskilt distribusjonstilskudd.

Tabell 55: Prognosert virkning i konkurranserettede tiltak i 2021, prognosert volum, mill. kroner

	Beløp dagens sats, mill. kr	Beløp ny sats, Diff. ny - dagens, mill. kr	Diff. ny - dagens, mill. kr
Spesiell kapitalgodtgjørelse	28,1	55,3	27,2
Differensierte avgifter/tilskudd	72,1	72,1	0,0
Særskilt distribusjonstilskudd	56,7	56,7	0,0
Sum	156,9	184,1	27,2
Økning i forhold til utbetalt 2016	26,4	53,6	

Med utgangspunkt i et prognosert volum for 2021 har Landbruksdirektoratet beregnet at de totale kostnadene til konkurransefremmende tiltak der satsene er uendret vil være 156,9 mill. kroner, noe som tilsvarer 10,2 øre per liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i PU. Med utgangspunkt i et prognosert volum for 2021 og satsendringer for spesiell kapitalgodtgjørelse blir kostnadene i 2021 totalt 184,1 mill. kroner, noe som tilsvarer 11,9 øre per liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i PU. Prognosene for 2021 viser dermed at kostnadene til konkurransefremmende tiltak blir 27,2 mill. kroner høyere med endrede satser.

Satsen for spesiell kapitalgodtgjørelse prognoseres til 61 øre per liter i 2021, uendret i forhold til 2. halvår 2017, da dette er en sats som varierer gitt endringer i Tines etterbetalinger til produsent. Med dette utgangspunkt prognoseres kostnadene til spesiell kapitalgodtgjørelse å være 55,3 mill. kroner i 2021, noe som utgjør 3,6 øre per liter melk. Satsen for særskilt distribusjonstilskudd forutsettes her uendret på 50 øre per liter. Basert på Q-meierienes utvikling i perioden 2011–2016 og et beregnet volum for Rørosmeieriet i samme periode vil dette gi en kostnad på 56,7 mill. kroner i 2021, tilsvarende 3,7 øre per liter melk. Ettersom det i henhold til gjeldende regelverk maksimalt kan utbetales inntil 57,5 mill. kroner til særskilt distribusjonstilskudd, vil tiltaket ikke kunne øke særlig utover det prognoserte nivået for 2021.

De totale kostnadene på 184,1 mill. kroner er en økning på 27,2 mill. kroner sammenlignet med 2016-volum og nye satser. Dette tilsvarer en økning på vel 17 prosent. Økningen vil bli på 53,6 mill. kroner sammenlignet med utbetalingene i 2016. Når kostnadene til konkurransefremmende tiltak øker, vil det føre til økte avgifter eller reduserte tilskudd for pris- og biproduktgruppene i PU. Etter 2020 bortfaller eksportstøtten til ost, noe som vil kunne påvirke melkevolumet i PU. Dette innebærer usikkerhet med hensyn til nivået for avgifter og tilskudd i PU. I tillegg vil importen av ost sannsynligvis øke sterkere i tiden fremover, ettersom ostekvotene til EU er økt med 1 200 tonn i de siste Artikkel 19-forhandlingene. Virkningene av dette er ikke lagt inn i scenarioet.

#### Behov for forutsigbarhet i PU

Det kan være vanskelig å prognosere fremtidig volum. Ved store volumendringer kan kostnadene til de konkurransefremmende tiltakene øke betydelig, noe som vil medføre økte avgifter og reduserte tilskudd i prisgruppene i PU. Kostnadene knyttet til tiltakene vil øke fra 8,7 øre per liter melk fordelt på all anvendt melk i PU i 2016 til 11,9 øre per liter i 2021 med satsendring for spesiell kapitalgodtgjørelse, gitt at volum i PU følger samme utvikling i perioden frem til 2021 som i perioden 2011–2016. Som nevnt over, vil bortfall av eksportstøtten til ost innebære en usikkerhet med hensyn

til volumutviklingen i PU og dermed nivået for avgifter og tilskudd i prisgruppene. Dette vil også kunne ha effekter for konkurransekraften til meieriprodukter basert på norsk melk.

For å skape større forutsigbarhet for alle aktører, mener Landbruksdirektoratet at det kan være hensiktsmessig å lage en handlingsregel som setter et øvre tak for utbetalingene. Et annet tiltak kan være å evaluere de konkurransefremmende tiltakene på nytt om en viss tid, f. eks. om fem år.

### **3.10 Behov for eventuelt andre konkurransefremmende tiltak i PU**

Landbruksdirektoratet viser til mandatet for denne evalueringen og har ut i fra dette innhentet materiale for å kartlegge bl.a. utviklingen i meieriselskapenes andeler og meieriselskapenes økonomiske resultat. Landbruksdirektoratet viser til at Tine fortsatt har store andeler i drikkemelk-, yoghurt- og ostesegmentene i perioden 2011–2016. Likevel har utfordrerne til Tine i perioden 2012–2016 økt sine andeler i drikkemelk- og yoghurtsegmentene, til tross for økt importkonkurranse på yoghurt. Vi viser også til at økonomien for disse selskapene har blitt styrket. Landbruksdirektoratet registrerer videre økt produktmangfold, både som følge av flere lokalmatprodusenter, økt import og meieriselskapenes produktutvikling.

Landbruksdirektoratet mener at de evaluerte konkurransefremmende tiltakene har fungert etter forutsetningene, og anbefaler at tiltakene videreføres med noen justeringer, jf. kapittel 3.7.2. Landbruksdirektoratet ser ikke at det er behov for å foreslå ytterligere konkurransefremmende tiltak innenfor prisutjevningsordningen for melk.

### **3.11 Administrative konsekvenser**

Tiltakene slik de foreligger i dag er enkle å administrere.

Dersom det blir aktuelt å knytte betingelser til tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd, vil dette medføre økte administrative ressurser i forvaltningen.

## 4 Landbruksdirektoratets anbefalinger

I dette kapitlet fremgår Landbruksdirektoratet anbefalinger basert på vurderinger i kapittel 3. I tråd med mandatet har vi ikke vurdert eller kommet med anbefalinger om ny modell for spesiell kapitalgodtgjørelse.

### 4.1 Differensierte avgifter/tilskudd

Landbruksdirektoratet anbefaler ut fra en helhetsvurdering at tiltaket med differensierte avgifter og tilskudd videreføres.

På hvilket nivå tilskuddet bør være, er avhengig av hvilke mål en har for konkurransen og lønnsomheten i meierisektoren. Ønsker man å videreføre eller styrke utviklingen som var i meierisektoren i perioden 2011–2016, kan man opprettholde eller øke satsen for differensierte avgifter og tilskudd. Mener man at utviklingen i meierisektoren var tilfredsstillende i perioden 2011–2016, kan man videreføre eller redusere satsen.

Landbruksdirektoratet anbefaler videre at en bør vurdere å innføre vilkår for å motta tiltaket. Et vilkår kan for eksempel være at selskapene skal bruke en viss andel av tilskuddet til innovasjoner. Vilkårene skal sikre at selskapenes økte lønnsomhet bidrar til å styrke selskapenes evner til å ta andeler.

Et annet alternativ kan være å styrke segmenter der konkurransen er svakest, for eksempel drikkemelk, ved å differensiere satsen mellom ulike anvendelser, for å styrke innovasjonsgraden i disse segmentene.

Landbruksdirektoratet vil også peke på at en bør følge med på utviklingen i enkeltsegmenter av meieriprodukter, slik at en kan vurdere om det fortsatt er grunnlag for dette tiltaket, jf. Prop. 164 S (2012–2013) side 100–101.

### 4.2 Særskilt distribusjonstilskudd

Landbruksdirektoratet mener det er grunnlag for å videreføre det særskilte distribusjonstilskuddet i PU på dagens nivå.

### 4.3 Andre forslag

Landbruksdirektoratet ser ikke at det er behov for å foreslå ytterligere konkurransefremmende tiltak innenfor prisutjevningsordningen for melk.



## Vedlegg 1: Økonomiske nøkkeltall

- **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 2014 var den på 3,9 prosent<sup>50</sup> (Nibio). 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 2014 var den på 14,1 prosent (Nibio). Egenkapitalrentabilitet beregnes ut fra følgende formel:  $\text{Årsresultat}/((\text{Sum egenkapital} + \text{Sum egenkapital året før})/2) * 100$ .

- **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 1,0 i 2014 (Nibio).

- **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. Egenkapitalandel beregnes ved at sum egenkapital deles på sum eiendeler. Norsk matindustri hadde en egenkapitalandel på 49,4 prosent i 2014 (Nibio).

---

<sup>50</sup> *matogindustri.no*

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.



**LANDBRUKSDIREKTORATET OSLO**

POSTADRESSE:  
Postboks 8140 Dep, 0033 Oslo

BESØKSADRESSE:  
Stortingsgt. 28, 0161 Oslo

TELEFON: 78 60 60 00

E-POST: [postmottak@landbruksdirektoratet.no](mailto:postmottak@landbruksdirektoratet.no)

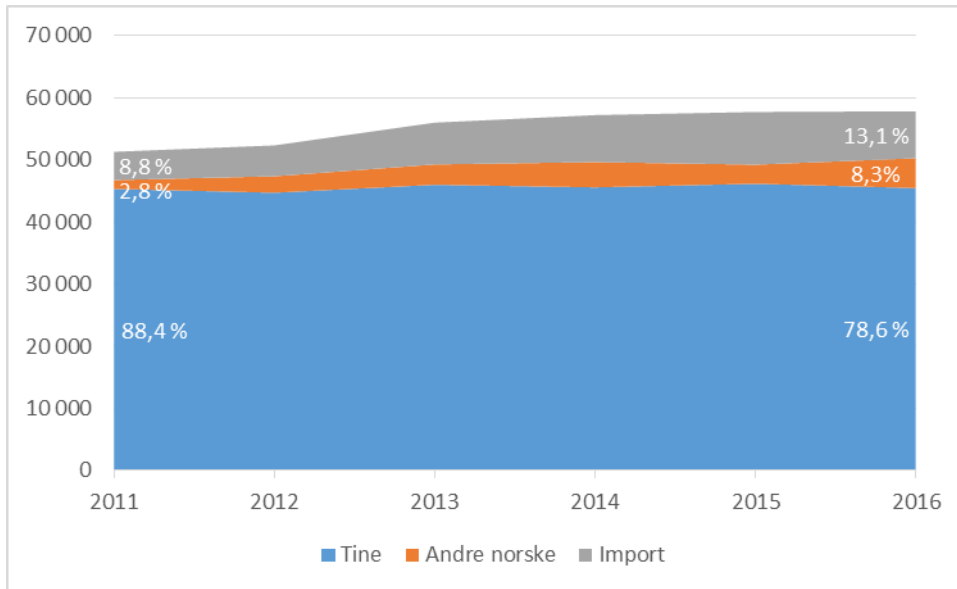
**LANDBRUKSDIREKTORATET ALTA**

BESØKSADRESSE:  
Løkkeveien 111, 9510 Alta

[www.landbruksdirektoratet.no](http://www.landbruksdirektoratet.no)

**Innstikk til rapport nr. 23/2017 Evaluering av konkurransefremmende tiltak i prisutjevningsordningen for melk**

Nye innrapporterte tall for 2014–2016 gjør at figur 32 på side 92 i rapporten blir slik:



*Figur 32: Yoghurt (inkl. Skyr) omsatt i dagligvaremarkedet, i 1000 liter, 2011–2016*

Tine har redusert sin andel av yoghurtsegmentet med 9,8 prosentpoeng i perioden 2011–2016, andre norske aktører har økt sine andeler med 5,5 prosentpoeng, og importandelen har økt med 4,3 prosentpoeng.