



**PRISJAKT:** Anita Losnegård Fosse er ansatt i Rema 1000, men besøker hver dag konkurrentenes butikker der jobben er å sjekke prisene. – Særlig i julesesongen er det viktig å holde oppsyn med

**NY APP //** Her oppsøker Rema konkurrenten på jakt etter priser. En ny app skal gi deg samme informasjon. Det vil svekke konkurransen, tror ekspert.

# Mener prisportal rammer kundene

**TOR ARNE FANGHOL**  
tor.fanghol@bt.no  
foto **RUNE SÆVIG**

Hos Kiwi på Fjøsanger går prisjeger Anita Losnegård Fosse fra konkurrenten Rema 1000 rundt med en maskin som leser Kiwi-prisene rett inn i Rema-systemet.

– Jeg overvåker konkurrentene hver dag. Så er det opp til kjedeleidelsen hva de gjør med prisene. For oss er dette viktig informasjon, ikke minst når julesesongen nå starter. Da følger vi ekstra godt med, forteller prisjegeren.

Om et drøyt år vil prisinformasjonen være langt mer tilgjengelig. Forbrukerrådet fikk i forslaget til statsbudsjett 5,5 millioner kroner til å utvikle den såkalte dagligvareportalen.

I portalen skal du som kunde med noen tastetrykk kunne sjekke hvor den billigste kyllingen eller hvitosten finnes i rimelig nærhet. Der skal du finne sanntidspriser på omtrent alt som finnes av dagligvarer her til lands. Meningen er at forbrukerne i større grad skal velge den

butikken som har de billigste varene, og på den måten tvinge frem lavere matpriser.

## Setter ikke prisen ned

– Problemet er at matvarekjedene vil ha tilgang til den samme informasjonen. Dermed kan alle konkurrentene på et blunk kunne sette ned sine priser på de samme varene. Resultatet av dette er at det vil være mindre å tjene på å sette ned prisen, og dermed vil kjedene ikke bli så interesserte i å drive priskonkurranse, sier økonomiprofessor Tommy Staahl Gabrielsen ved Universitetet i Bergen. Han mener det er paradoks at forbrukermyndighetene står bak innføringen av en slik dagligvareportal.

– De har fått flere advarsler, men det virker ikke som disse blir registrert. Årsaken kan være at det på forhånd ikke finnes noe svar med to streker under. Men jeg frykter at en slik portal blir negativ med tanke på priskonkurranse i det norske matvaremarkedet.

Alle matkjedene driver i

dag med prisovervåking og konserndirektør Per Roskifte i Norgesgruppen bekrefter at denne informasjonen er verdifull.

– Vi samler informasjon om konkurrentenes priser i dag, og er ikke nødvendigvis uenige i de innsigelsene som Konkurransetilsynet har kommet med når det gjelder våre muligheter til å respondere på konkurrentenes priser. Men det er for tidlig å si noe om effekten, det avhenger av hvordan portalen blir utformet.

## – Merkelig pengebruk

Professor Tommy Staahl Gabrielsen mener det er sannsynlig at kjedene vil drive mindre konkurranse.

– Da får kjedene tallene rett inn på pulten. Det blir langt lettere for dem å følge med. Med en slik detaljinformasjon i sanntid er sannsynligheten svært stor for at matvarekjedene vil se seg mindre tjent med å sette ned prisene for å trekke kunder til butikken, sier professoren.

Han mener at en dagligvare-