



NEYTENDASTOFA

# **Framkvæmdaáætlun um gerð rafrænna verðkannanna.**

**Rafrænar verðkannanir á matvörumarkaði til opinberrar birtingar**

**Skýrsla til Viðskiptaráðherra  
10. júní 2008**



## Efnisyfirlit

<b>I. Rafrænar verðkannanir á matvörum - Niðurstaða .....</b>	<b>1</b>
<b>II. Staðan í dag.....</b>	<b>2</b>
Rafræn vöruskráning.....	2
Verðkannanir .....	3
<b>III. Rafrænar verðkannanir Neytendastofu .....</b>	<b>4</b>
<b>IV. Löggjöf, verklagsreglur, o.fl. ....</b>	<b>6</b>
Flokkun verslana – raunhæfur kostur?.....	7
Próun verðkannanna fyrir aðrar vörur en matvæli .....	7
<b>V. Lokaorð .....</b>	<b>8</b>
<b>Listi yfir fylgiskjöl.....</b>	<b>10</b>



## I. Rafrænar verðkannanir á matvörum - Niðurstaða

Viðskiptaráðherra óskaði eftir því með bréfi, dags. 17. ágúst 2007, að Neytendastofa ynni að framkvæmdaáætlun um gerð rafræna verðkannanna. Þess var óskað að haft yrði samráð við þá aðila sem málið varðar og skýrsla vegna áætlunarinnar kynnt fyrir ráðuneytinu.

Eftir samráð Neytendastofu við aðila málsins er það mat stofnunarinnar að rafrænar verðkannanir hjá matvöruverslunum séu tæknilega framkvæmanlegar, sbr. nánari framkvæmdalýsingu í fylgiskjali nr. 1. Í einfaldri mynd þá myndi sú lausn sem þar er lögð til vera sú að undir umsjón Neytendastofu væri afrit af verðupplýsingum úr afgreiðslukassa sérhverrar verslunar geymt í gagnagrunni undir umsjón stofnunarinnar og það afrit yrði uppfært samtímis uppfærslum innan verslunarinnar sjálfrar. Neytendastofa hefði þannig ávallt raunupplýsingar um verðstöðu á kassa á hverjum tíma. Á grundvelli framangreindra upplýsinga myndi Neytendastofa setja saman vörukörfur frá þeim verslunum sem væru í grunninum og birta niðurstöður í því skyni að upplýsa neytendur og efla verðskyn þeirra.

Neytendastofa hefur við gerð þessarar framkvæmdaáætlunar haft ítarlegt samráð við ýmsa hagsmunaaðila. Haldin var hringborðsumræða með samtökum neytenda, launþega og kaupmanna. Neytendastofa skipulagði einnig í samstarfi við ráðgjafafyrirtæki könnun með notkun rýnihópa sem skipaðir voru neytendum eða „innkaupastjórum heimilanna“ á aldrinum 25-45 ára. Í þeirri könnun kom skýrt fram að neytendur telja mikilvægt aðhald felast í því að gerðar séu reglubundnar verðkannanir og birtar neytendum á aðgengilegan hátt. Sömu eða svipuð sjónarmið hafa einnig komið fram af hálfu samtaka neytenda og launþega. Niðurstaða þess samráðs er hins vegar að fulltrúar helstu verslunarkeðja sem hér starfa telja að skýr stefnumörkun verði að liggja fyrir af hálfu viðskiptaráðherra og löggjafans hvort opinberir aðilar, s.s. Neytendastofa, eigi að standa að gerð verðkannanna þar sem nafngreindar eru verslanir og gerður verðsamanburður með þeim hætti sem gert er hér á landi.

Fulltrúar verslunarkeðja á matvælamarkaði benda á að matvara er aðeins 11-12% af meðalútgjöldum heimila og marka þurfi stefnu hvort stjórnvöld ætli að gæta jafnræðis og skipuleggja verðkannanir á öðrum mörkuðum en matvörumarkaðnum. Í því sambandi vill Neytendastofa auk þess minna á kafla 1.7 í skýrslu Hagfræðistofnunar sem unnin var fyrir viðskiptaráðherra svo og kafla 8.1.3.2, undirlið nr. 3 í skýrslu Lagastofnunar sem unnin var fyrir ráðherra við sama tækifæri.



*Neytendastofa telur að ekkert sé því til fyrirstöðu að gerðar verði rafrænar verðkannanir hjá matvöruverslunum sbr. nánari framkvæmdalýsingu í fylgiskjali nr. 1. Fulltrúar helstu verslunarkeðja á matvælamarkaði hafa hins vegar hafnað beiðni Neytendastofu um samstarf á grundvelli framangreindrar framkvæmdalýsingar fyrir en nánari stefnumörkun stjórnvalda liggja fyrir.*

Skýr stefnumörkun af hálfu viðskiptaráðherra er nauðsynleg áður en slík framkvæmd hefst að mati verslunarinnar. Þá verður að huga að því hvort skorti skýrar reglur eða lög um framkvæmd verðkannana og önnur atriði sem máli skipta varðandi framkvæmd þeirra, sbr. og niðurstöður í skýrslu Lagastofnunar Háskóla Íslands sem kynnt var 14. maí 2008.

Neytendastofa leggur því til að viðskiptaráðherra hlutist til um að gerð verði stefnuáætlun um framkvæmd rafrænna verðkannanna í þágu neytenda, drög að reglum um gerð slíkra kannanna og kostnaðargreining á framkvæmd þeirra. Að lokinni slíkri stefnumörkun væri gerð endanleg framkvæmdaáætlun um gerð rafrænna verðkannanna á matvælaverði til opinberrar birtingar.

## **II. Staðan í dag**

### **Rafræn vöruskráning**

Á Íslandi nota um eða yfir 95% vöruseljenda svonefnd strikamerkjakerfi og PLU-númerakerfi<sup>1</sup> og eru þau grundvöllur rafrænnar auðkenningar og skráningar á matvörum.

Vörustjórnunarkerfi verslana eru öll byggð á framangreindum rafrænum auðkenningum á vörum og koma þar fram ýmsar viðbótarupplýsingar, s.s. verð vörunnar og vörulýsing, sbr. útprentanir sem birtast á kassakvittun neytenda. Þessar upplýsingar hlaðast upp í tölvum og gagnagrunnum verslunarinnar.

Fyrirtækið Capacent ehf. hefur í umboði fyrirtækisins ACNielsen útbúið hugbúnað og afhent verslunum til þess að unnt sé á einfaldan og öflugan hátt að gera markaðskannanir á grundvelli þeirra rafrænu upplýsinga sem liggja fyrir hjá verslunum. Ljóst er því að skýrt fordæmi er fyrir því að verslanir veiti áfram upplýsingum úr sölukerfum sínum inn í miðlægan gagnagrunn vegna eigin hagsmuna til þess að fá greinargóðar upplýsingar um markaðinn.

---

<sup>1</sup> Sjá nánari samantekt í fylgiskjali 4



## Verðkannanir

Í nágrannaríkjum okkar s.s. Bretlandi, Norðurlöndum og víðar er ekki vitað til þess að gerðar séu verðkannanir af hálfu stjórnvalda. Hins vegar framkvæma ýmsir einkaaðilar og hagsmunasamtök slíkar verðkannanir, t.d. fjölmiðlar, verslanir o.fl. Í Svíþjóð veitir ríkisvaldið þó styrki til gerð verðkannanna en umsjón og úthlutun annast sænska neytendastofan.

Á Íslandi hefur um áratuga skeið tíðkast að gerðar séu verðkannanir á verði matvæla af hálfu opinberra aðila, má þar nefna t.d. Verðlagsstofnun og síðar Samkeppnisstofnun. Þeirri framkvæmd var þó hætt er Þjóðhagsstofnun var lögð niður árið 2001 og í tengslum við þá skipulagsbreytingu var ákveðið að fela ASÍ að gera verðkannanir á matvælamarkaðnum. Samtímis hætti Samkeppnisstofnun gerð verðkannanna á þessu sviði markaðarins og hefur Neytendaréttarsvið Neytendastofu ekki staðið að gerð slíkra kannana á matvælamarkaði enn sem komið er.

Verðkannanir í matvöruverslunum fara nú fram á vegum ASÍ en mikil umræða hefur verið um framkvæmd þeirra. Engar sambærilegar verðkannanir eru nú gerðar af opinberum aðila en samkvæmt 19. gr. laga nr. 57/2005, er það hlutverk Neytendastofu að framkvæma opinberar verðkannanir. Hagstofan vinnur á öðrum grundvelli að mælingum á verðlagi.

Á árinu 2007 kom fram nokkur óánægja meðal verslana með framkvæmd verðkannanna af hálfu ASÍ. Í kjölfarið varð öflug umræða um það með hvaða hætti unnt væri að bæta upplýsingar um verð á matvöru til neytenda. Í því sambandi kviknaði einnig hugmynd um að gerðar væru rafrænar verðkannanir á verði matvöru undir umsjón Neytendastofu. Í ljósi þeirra umræðna fól viðskiptaráðherra Neytendastofu að gera skýrslu og framkvæmdaáætlun um gerð rafrænna verðkannanna sem hér er nú lögð fram.

Framkvæmdaáætlun fyrir Neytendastofu um rafrænar verðkannanir á matvælamarkaði til opinberrar birtingar væri byggð á því mati stjórnvalda að gerðar séu verðkannanir hjá verslunum í þágu opinberra hagsmuna og þjónustu við almenning, sbr. 19. gr. laga nr. 57/2005. Notuð verði tölvutæknin til þess að auðvelda þá framkvæmd, gera hana kostnaðarminni og um leið nákvæmari en áður hefur þekkt.

Eins og áður hefur komið fram gerði Neytendastofa könnun, með aðstoð ráðgjafafyrirtækis, á viðhorfi neytenda til verðkannanna. Fengnir voru tveir 10 manna rýnihópar fólks á aldrinum 25-45 ára og lagðar fram ýmsar spurningar um gerð verðkannanna. Það var niðurstaða rýnihópanna að almennt óska neytendur eftir því að



ábyrgur aðili geri verðkannanir enda séu þær til þess fallnar að veita gott aðhald að markaðnum. Hins vegar kom einnig fram að slíkar kannanir hafa ekki úrslitaáhrif á val neytenda á verslun hverju sinni heldur notfæra þeir sér þær til leiðbeiningar og upplýsingar almennt. Draga má þá ályktun að þeir líta meira á verðkannanir sem eðlilega upplýsingaþjónustu til neytenda sem veitir þeim aðstoð við að átta sig á verðmyndun og öðrum viðskiptakjörum hjá verslunum sem starfa á þessum markaði.

### III. Rafrænar verðkannanir Neytendastofu

Neytendastofa telur að hægt sé að byggja rafrænar verðkannanir á þeim hugmynda-grunni sem fram kemur í niðurstöðu kafla fremst í þessari skýrslu, sbr. einnig framkvæmdalýsingu fyrir matvöruverslanir sem er að finna í fylgiskjali nr. 1 og yfirlitsmynd í fylgiskjali nr. 3. Gert er ráð fyrir því þar að Neytendastofa fái afrit af vörumaster verslunar sem flutt væru í gagnagrunn Neytendastofu í samræmi við nánari reglur sem um það giltu, m.a. um öryggi og geymslu gagna, aðgengi, o.fl. Samtímis væri unnin vefþjónusta hjá viðkomandi verslun (s.n. “biðlari”) sem kallar á vefþjónustu Neytendastofu og sendir upplýsingar til hennar um allar uppfærslur á verðupplýsingum líkt og um væri að ræða afgreiðslukassa í viðkomandi verslun eða verslunarkerfju. Eðlilegt er að gerð vefþjónustunnar væri á kostnað hins opinbera en áætlað er að hann gæti numið, eftir aðstæðum og tegund tölvukerfa í hverju tilviki fyrir sig um 0,5 – 1 milljónir kr. fyrir hvert viðskiptakerfi verslunar eða verslunarkerfja.<sup>2</sup> Á vegum Neytendastofu þyrfti að vinna að gerð umsjónarkerfis fyrir verðkönnunarkerfið, viðmót fyrir neytendur og starfsmenn sem ætlað væri að vinna við kerfið. Kostnaður vegna þess þáttar er áætlaður að gæti verið alls um 3-4 mannmánuðir.

Kostir við gerð rafrænna verðkannana eru ýmsir. Byggt væri á verðupplýsingum beint úr afgreiðslukerfum verslana. Í gagnagrunninum væru verðupplýsingar um allar vörur. Það gæfi margvíslega möguleika til að gera verðkannanir með ýmsu sniði og framsetningu sem ekki er unnt að gera í dag þegar notaðar eru hefðbundnar aðferðir með vali á nokkrum vörutegundum í vörukörfu. Það er mat Neytendastofu að aukið aðgengi fyrir neytendur að slíkum upplýsingum væri að sjálfsögðu mikilvægt og í því sambandi rétt að minna á þau sjónarmið sem koma fram í skýrslu Hagfræðistofnunar, þ.e. kafla 1.7 „*Kostnaður neytenda við upplýsingaöflun.*“ Þar er reyndar bent á að auk þess að fela opinberum aðilum að gera verðkannanir þá séu ýmsar aðrar leiðir færar, t.d. að bjóða út skilgreinda þjónustuþætti á þessu sviði, o.s.frv.

---

<sup>2</sup> Þess má geta að hver verslunarkerfja hefur aðeins eitt viðskiptakerfi og sendir þaðan verðupplýsingar til allra afgreiðslukassa verslunarinnar og starfsstöðva hennar.



Unnt er að hugsa sér að rafrænar verðkannanir Neytendastofu yrðu a.m.k. tvenns konar, jafnvel þrenns konar.

Í fyrsta lagi rafræn verðkönnun **á tilteknum vörutegundum í ákveðnum verslunum** sem væri varpað út á heimasíðu Neytendastofu. Neytendur sem eru skráðir notendur og hafa stofnað rafræna neytendagátt gætu fengið skilaboð með tölvupósti um að ný könnun hefði verið gerð og birt. Um leið væri því komið til móts við skýrar óskir frá neytendum um gott aðgengi og upplýsingaflæði til þeirra. Fyrirmynd að nokkru má sjá á eftirfarandi vefslóð: <http://www.tesco.com/todayattesco/pricecheck.shtml>. Þessa fyrirmynd þarf þó að bæta og útfæra nánar í þeim tilgangi sem er hér til umræðu.

Í öðru lagi væri unnt að gera verðkönnun er á tilteknum **vöruflokkum**, t.d. gosdrykkir, kartöflur, sultur, pasta o.fl. þar sem væri að finna hæsta verð, lægsta verð og meðalverð á einingu í hlutaðeigandi vöruflokki. Þannig **vísitölur** eða línurit um verðþróun ákveðinna vöruflokka (s.s. pasta, sultur, o.s.frv.) yrði svo hægt að nálgast á heimasíðu Neytendastofu. Í síðarnefndu könnuninni er betra tillit tekið til vöru sem annars vegar ber ákveðið og þekkt vörumerki – og hins vegar staðgönguvöru sem er framleidd undir merki verslunarkeðju eða þess háttar enda væri ekki upptalning á vörumerkjum í slíkum könnunum. Slíkar kannanir geta eftir verðskyn neytenda á ýmsum vöruflokkum en þekkt er að verðskyn er einkum gott hjá neytendum varðandi ákveðna vöruflokka t.d. verð á einum lítra af bensíni o.þ.h. en minna þegar kemur að ýmsum algengum vöruflokkum, t.d. matvælum.

Í þriðja lagi væri unnt að útbúa verðupplýsingar þannig á vefsíðu Neytendastofu að **neytendur gætu valið í eigin körfu** þær vörur sem þeim líst á úr vöruskrá verslana sem taka þátt í rafrænni verðkönnun Neytendastofu. Í verðkönnun Neytendastofu sem birt væri á töflugrunni væri unnt að bæta inn ákveðnu haki þar sem að neytendur velja þá verslun og vöru sem um ræðir í sína eigin körfu. Með því að setja saman sína eigin körfu með framangreindum hætti geta þeir fundið út hvar sé hagstæðast að kaupa inn í það skiptið að teknu tilliti til allra þátta sem ákvarða hans eigin kaup. Ljóst er að neytandinn velur ekki ávallt og skilyrðislaust lægsta verð heldur vill hann stundum setja í sína körfu ákveðin vörumerki en um leið er honum sama um aðrar vörur og velur þá t.d. ódýrari staðgönguvörur sem flestar verslanir hafa einnig á boðstólum. Kerfið mun því aðstoða neytandann við að taka **upplýsta ákvörðun** um hvar ætla megi að hagkvæmast sé að kaupa inn körfuna miðað við það val sem hann hefur **ákveðið sjálfur**. Þetta mun því leiða almennt til betri viðskiptahátta og styðja við upplýst val neytenda og jafnframt til þess fallið að verslanir og neytendur taki ákvarðanir á grundvelli góðrar yfirsýnar um verð og gæði vöru sem til sölu er hverju sinni á innlendum markaði. Neytendur sem ákveða að setja saman sínar körfur samkvæmt framansögðu geta svo vistað þær í sinni persónulegu



vefgátt hjá Neytendastofu sem tekin var upp með rafrænni Neytendastofu í ársbyrjun 2007. Neytendum stæði til boða að sækja uppfærslu á verði körfunnar þegar nýjar verðupplýsingar liggja fyrir. Þetta mun efla verðskyn neytenda og aðstoða heimilin við upplýst val og skoðanamyndun á verðlagi, þjónustu, vöruúrvali, o.fl. atriðum hjá ólíkum verslunum sem eru að keppa á matvörumarkaðnum. Síðast en ekki síst myndi þetta jafnframt stuðla að virkari samkeppni á matvörumarkaði varðandi vöruverð og þjónustu sem væri samfélaginu öllu til hagsbóta.

#### IV. Löggjöf, verklagsreglur, o.fl.

Eftir ítarlegt samráð við helstu aðila innan verslunarinnar er ljóst að þeir telja sér ekki fært án frekari stefnumörkunar eða lagasetningar af hálfu stjórnvalda, að taka þátt í uppbyggingu og framkvæmd rafrænna verðkannana á matvörumarkaði sem fram færi á vegum hins opinbera. Neytendastofa telur því að skýr vilji stjórnvalda verði að liggja fyrir til þess að frekar verði haldið áfram með undirbúning og framkvæmd rafrænna verðkannana. Einnig verður að skoða betur hvort núverandi lagagrundvöllur er fullnægjandi eða hvort styrkja skuli ákvæði laga í þeim tilgangi að unnt sé að setja nánari reglur um framkvæmd rafrænna verðkannana. Í slíkum lögum væri til að mynda unnt að skylda verslanir eða verslunarkeðjur sem njóta ákveðinnar markaðshlutdeildar á markaði að taka þátt í slíkum könnunum.<sup>3</sup>

Neytendastofa getur á grundvelli 19. gr. laga nr. 57/2005, ákveðið að gera verðkannanir á matvörumarkaði með þeim hætti sem áður tíðkaðist hjá Samkeppnisstofnun en voru sem fyrr segir lagðar af á árið 2001. Til þess að svo megi verða þarf að mati Neytendastofu að taka slíkar stefnumarkandi ákvarðanir að nýju af hálfu viðskiptaráðherra og ráðuneytis hans og jafnframt fylgja þeim eftir með viðhlítandi kostnaðargreiningum og ákvörðun á umfangi slíkra kannanna svo og fjárveitingu til Neytendastofu. Einnig kemur til greina að hið opinbera haldi áfram að styrkja ASÍ og eftir atvikum Neytendasamtökin til þess að annast gerð verðkannana svo sem verið hefur varðandi dagvörur. Verði Neytendastofu þá falið að þróa aðferðir og gerð verðkannana á öðrum mörkuðum, s.s. dýrum heimilistækjum, þjónustu, o.fl.

Á grundvelli skýrrar stefnumörkunar af hálfu stjórnvalda og frágenginna verklagsreglna fyrir Neytendastofu væru gerðir **samningar** um tæknileg framkvæmdaratriði við allar matvöruverslanir sem nota rafræn vörustjórnunarkerfi áður en rafrænar kannanir væru gangsettar ef þess þarf með.

---

<sup>3</sup> Fyrstu drög að slíkum nánari reglum er að finna í fylgiskjali nr. 2 en ítrekað skal að um er að ræða drög sem þarfnast nánari skoðunar en eru sett fram til þess að unnt sé að gera betur grein fyrir því hvernig reglunar gætu litið út.





## Flokkun verslana – raunhæfur kostur?

Í núverandi leiðbeinandi reglum um gerð verðkannanna frá Samkeppnisstofnun er að finna ákvæði í 11. gr. þar sem segir að flokka eigi verslanir „í samstæða hópa verslana, eftir stærð, vörubili og þjónustustigi, nema sérstök tilgreind ástæða sé til annars“. Í nýjum reglum Neytendastofu<sup>4</sup> um gerð rafrænna verðkannanna er hægt að skoða nánar hvort og hvernig megi skilgreina fyrirfram ákveðna flokka verslana. Það er hins vegar ekki gert í framangreindum reglum Samkeppnisstofnunar. Í nýjum og breyttum reglum kæmi til greina að miða við fermetrastærð, t.d. ÍSAT 95 flokkun um 400 fm og minni verslanir eða sbr. lög um helgidagfrið þar sem miðað er við 600 fm. Til hliðsjónar er einnig flokkun í ársskýrslu verslunarinnar 2007 sem Rannsóknasetur verslunarinnar hefur tekið saman. Neytendastofa telur þó ljóst að flokkun samkvæmt framansögðu viðmiði getur verið umdeilanleg og er ekki einhlít. Neytendastofa telur að á þessu stigi málsins ætti ekki að reikna með því að inn í nýjar reglur um gerð rafrænna verðkannanna myndu koma ákvæði með flokkun verslana með framangreindum hætti en þetta atriði þarf nánari skoðunar og umræðu.

## Þróun verðkannanna fyrir aðrar vörur en matvæli

Við nánari stefnumörkun hvert hlutverk ríkisins eigi að vera við gerð verðkannanna hér á landi fyrir matvörur þyrfti einnig að taka afstöðu til þess með hvaða hætti hið opinbera skuli standa að gerð verðsamanburðar fyrir aðrar vörutegundir eða þjónustu. Af hálfu þeirra sem selja matvörur hefur verið á það bent að matvörur standa aðeins fyrir um 12% meðalútgjalda heimilanna. Sömu aðilar hafa bent á að ef stjórnvöld ætla að stunda verðkannanir með virkum hætti á matvörumarkaði þá verði að gæta jafnræðis og kanna fleiri markaði, s.s. sérvörumarkaðina, t.d. byggingarvörur, heimilistæki, fjarskipta-markaðinn, o.fl. markaði sem ekki eru gagnsærir fyrir neytendur. Verði það niðurstaða slíkrar stefnumörkunar að virkja skuli ákvæði í VI. kafla laga nr. 57/2005, með síðari breytingum, einkum 19. gr. og fela þar með *hlutlausum* aðila á vegum hins opinbera t.d. Neytendastofu að gera verðkannanir hér á landi þá verði slík ákvörðun að ná til sem flestra markaða. Enn á ný má hér minna á tillögur í skýrslu Hagfræðistofnunar til viðskiptaráðherra þar sem lagt er til að hið opinbera vinni að frekari stefnumörkun um gerð samanburðarreiknivéla fyrir neytendur, t.d. á sviði fjarskipta, fjármálaþjónustu, o.fl.

Rétt þykir að geta þess hér að framkvæmdastjórn Evrópusambandsins hefur ákveðið í tengslum við gerð á *skorkorti fyrir neytendamarkaði*<sup>5</sup> sem í fyrsta sinn var kynnt í janúar

<sup>4</sup> Sjá fylgiskjal nr. 2

<sup>5</sup> e. Consumer market scoreboard



2008, sbr. skjalið COM (2008) 31 final, 29.01.2008, að gera árlega slíkt skorarkort til að kanna stöðuna á innri markaðnum í Evrópu frá sjónarhóli og hagsmunum neytenda. Stefnt er að því að verðkönnun fari fram á öllu EES-svæðinu samkvæmt þessari áætlun á 500 sérvörum. Neytendastofa telur nauðsynlegt að hún taki þátt í slíku samstarfi og mun gera ráð fyrir slíku samstarfi framvegis við fjárlagagerð fyrir stofnunina.

## V. Lokaorð

Að öllu framangreindu athuguðu þá er ljóst að tæknilega er ekki aðeins unnt heldur einnig mjög vel framkvæmanlegt að gera rafrænar verðkannanir á matvörumarkaði. Hins vegar verða þar til bær stjórnvöld, þ.e. viðskiptaráðuneytið og eftir atvikum Alþingi að taka ákvarðanir um næstu skref að þessu leyti. Neytendastofa er að sjálfsgöðu reiðubúin til þess að taka þátt í slíkri stefnumótunavinnu verði eftir því leitað. Nauðsynlegt er að skoða hvort styrkja þurfi lagagrunn 19. gr. laga nr. 57/2005, með síðari breytingum, þannig að unnt væri að setja nánari reglur á grundvelli laganna um skyldu verslana til þátttöku í gerð rafrænna verðkannanna verði það niðurstaðan að hið opinbera skuli standa að gerð slíkra kannanna. Í fylgiskjali nr. 2 er að finna hugmynd eða fyrstu drög að reglum sem hægt væri að setja um framkvæmd rafrænna verðkannana á matvörumarkaði. Hins vegar má ætla að ef í reglum eigi að vera skylda fyrir verslanir eða verslunarkeðjur af ákveðinni stærð eða markaðshlutdeild að afhenda Neytendastofu verðupplýsingar úr viðskiptakerfum sem sendar eru til afgreiðslukassa sé nauðsynlegt að bæta slíku ákvæði inn í VI. kafla laga nr. 57/2005, með síðari breytingum.

Í lokin getur verið rétt að skilgreina hver helstu skref í framkvæmdaáætlun um rafrænar verðkannanir á matvælamarkaði til opinberrar birtingar gætu verið:

1. Stefnumótun viðskiptaráðherra og stjórnvalda.
2. Ákvörðun tekin um gerð rafrænna verðkannana.
3. Lagagrundvöllur skýrður.
4. Hugbúnaðargerð – vefþjónustur og viðmót í kerfi Neytendastofu.
5. Reglur Neytendastofu samþykktar og birtar.
6. Afhending vörumaster – uppsetning á vefþjónustu og viðmóti.
7. Rafrænar verðkannanir – framkvæmd hefst.

Ofangreind atriði telur Neytendastofa ekki í verkahring stofnunarinnar að tímasetja eða ákveða nánar um framvindu. Í erindisbréfi til stofnunarinnar var óskað eftir því að könnun væri gerð á fýsileika þess að taka upp rafrænar verðkannanir og leggja fram tillögur sínar um framkvæmdaáætlun um gerð slíkra kannanna. Með skýrslu þessari telur því Neytendastofa að hún hafi lokið því verkefni sem henni var falið með bréfi



viðskiptaráðherra, 17. ágúst 2007. Taki stjórnvöld nánari ákvarðanir á grundvelli þessarar skýrslu er Neytendastofa tilbúin til þess að vinna áfram að framgangi málsins óski stjórnvöld eftir því.



## Listi yfir fylgiskjöl

- |                   |   |
|-------------------|---|
| Fylgiskjal nr. 1  | Rafrænar verðkannanir – framkvæmdalýsing fyrir matvöruverslanir                                 |
| Fylgiskjal nr. 2. | Drög að reglum um rafrænar verðkannanir Neytendastofu á matvælamarkaði til opinberrar birtingar |
| Fylgiskjal nr. 3. | Myndræn lýsing á rafrænum verðkönnunum  |
| Fylgiskjal nr. 4. | Ítarupplýsingar og fróðleiksmolar um strikamerki – PLU númer, o.fl.                             |



27.05.2008

Tryggvi Axelsson.

## Rafrænar verðkannanir

### Framkvæmdalýsing fyrir matvöruverslanir

#### I. Inngangur

Viðskiptaráðherra hefur falið Neytendastofu að gera framkvæmdaáætlun að gerð rafrænna verðkannana hjá matvöruverslunum. Neytendastofa hefur unnið að slíkri áætlun sem stefnt er að verði kynnt ráðherra 1. júní 2008. Á fundi með fulltrúum nokkurra matvöruverslana sem fram fóru í nóvember 2007 og maí 2008 hefur áætlun Neytendastofu verið kynnt nánar. Hönnun og þróun á grunnatriðum í fyrirspurnarkerfi liggur nú fyrir. Hér er að finna nánari lýsingu á tilhögun og framkvæmd rafrænna verðkannana sem Neytendastofa leggur til að verði gerðar hjá matvöruverslunum.

#### II. Vefþjónusta frá matvöruverslun til gagnagrunns Neytendastofu – verðupplýsingar sendar samtímis til kassa og Neytendastofu

##### *Vörumaster - yfirfærsla*

Verslunin afhendir í gagnagrunn Neytendastofu vörumaster í samræmi við færslulýsingu Neytendastofu.

##### *Vefþjónusta*

Verslunin útfærir vefþjónustu þ.e. „client“ eða „biðlara“ sem kallar á vefþjónustu Neytendastofu með uppfærslum á upplýsingum um verð, afslætti og niðurfellingu á vörum um leið og sambærileg uppfærsla fer fram á kössum verslunarinnar eða verslunarkeðjunnar.

### Gagnasamskiptin - færslulýsingin

Verðupplýsingar sem aflað er hverju sinni skulu vera verð á vörum og aðrar grunnupplýsingar, sbr. neðangreinda færslulýsingu Neytendastofu vegna rafræns innlesturs á gögnum til gerð rafrænna verðkannanna:

### Færslulýsing vegna rafræns innlesturs á gögnum (d.19.maí 2008)

Nafn verslunar	Strikamerki EAN	Vigtarst. GS1	Auðk. PLU	Vöru- lýsing	Verð vöru Stk./kg.	Nafn Birgja	Vara seld á tímabilinu	Afsláttur í %	Tíma bil afsláttar: FRÁ	Tíma bil afsláttar: TIL	Vara hætt	Lage rstað a	Vöru núme r
	I eða mörg						Y/N	0- 100	DD- MM- YYYY HH: MM: SS	DD- MM- YYYY HH: MM: SS	Y/N		Ykka r innra vöru núme r.

Masterskrá og uppfærsluskrá (ef vefþjónusta er ekki notuð) skal vera semíkommu skrá (csv) s.s. “;” á milli gilda og engin tóm gildi eru leyfð. Tóm gildi skulu vera sett sem textinn “NOVALUE”.

#### Dálkarnir eru þessir:

1. Nafn verslunar.
2. Strikamerki (EAN –GS1) á völdum þurrvörum (fleiri en eitt ef þarf með bili á milli gilda)
3. Vigtarstrikamerki GS1 sem til eru (egg, hangikjöt, harðfiskur o.s.frv.)
4. Auðkennisnúmer (PLU) völdum á ferskvörum, sjá meðf. lista.<sup>6</sup>
5. Vörlýsing
6. Verð vöru (stk, kg.)
7. Nafn birgja á sérvöldum ferskvörum (t.d. kjötvöru).
8. Vara seld á tímabilinu merking (mánuður til að byrja með): ‘Y’ eða ‘N’
9. Afsláttur í % (0 í tilfelli masterskrár eða engin breyting): heiltala án “%” merkis.
10. Byrjun tímabils afsláttar á sql timestamp formi (tíminn er optional): *DD-MM-YYYY HH:MM:SS*
11. Lok tímabils afsláttar á sql timestamp formi (tíminn er optional): *DD-MM-YYYY HH:MM:SS*

---

Vefþjónustur munu nota sama format nema að þær taka við gögnum á XML formi. Það má generata webservice client út frá wsdl skrá sem þjónustuaðili NEST útvegar.

12. Vara hætt merking: “Y” eða “N”. Default “N” í masterskrá eða ef engin breyting á sér stað.
13. Lagerstaða, notað til að ákvarða hvort nægilegt magn sé í boði af vörunni.
14. Vörunúmer. Innra vörunúmer vörunnar í birgðakerfi uppá framtíðarleitarmöguleika og einkenni vöru.

### **III. Kerfið, tæknileg samskipti, varðveisla gagna, reglur, o.fl.**

Öryggi vefþjónustunnar, geymsla gagna, aðgengi o.fl. verður skilgreind í samræmi við það öryggisstig sem við á í hverju tilviki fyrir sig.

### **IV. Verkáætlun, kostnaður o.fl.**

Neytendastofa vill hér með óska eftir aðgangi og samstarfi við þann aðila sem annast hugbúnað fyrir kassakerfi verslunarinnar. Í framhaldinu geri hugbúnaðarhúsið verk- og kostnaðaráætlun vegna útfærslu á gagnaflutningi frá viðskiptakerfi verslunarinnar í gagnagrunn Neytendastofu samkvæmt þessari framkvæmdalýsingu. Á þessu stigi máls er gert ráð fyrir að kostnaður vegna flutnings á vörumaster svo og vegna „client“ vefþjónustu sem sett er upp hjá verslun eða verslunarkeðju verði greiddur af Neytendastofu. Eftir að lausnin er komin og uppsetningu lokið þá er enginn eða lítill aukakostnaður af kerfinu fyrir verslanir.

## Fylgiskjal nr. 2

# Gildandi lagagrundvöllur í dag fyrir gerð á rafrænum verðkönnunum með afhendingu rafrænna gagna frá verslunum til gagnagrunns Neytendastofu:

### III. kafli. Eftirlit með gagnsæi markaðarins.

■**17. gr.** Fyrirtæki, sem selur vörur eða þjónustu til neytenda, skal merkja vöru sína og þjónustu með verði eða sýna það á svo áberandi hátt á sölustaðnum að auðvelt sé fyrir neytendur að sjá það. Neytendastofa getur sett nánari ákvæði um verðmerkingar með opinberri tilkynningu.<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Rgl. 383/2007 og rgl. 385/2007.

■**18. gr.** Neytendastofa getur gefið fyrirtækjum sérstök fyrirmæli um að gera ráðstafanir til að auðvelda viðskiptavinum að meta verð og gæði. Fyrirmælin geta falist í skyldu til að tilgreina verð, viðskiptakjör, gæði og aðra eiginleika og hvernig vara skal mæld, vegin og flokkuð. Neytendastofa getur gefið slík fyrirmæli með opinberri tilkynningu.<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Rgl. 380/2007, rgl. 381/2007, rgl. 382/2007, rgl. 383/2007, rgl. 384/2007, rgl. 385/2007 og rgl. 408/2007.

■**19. gr.** Í því skyni að upplýsa neytendur og efla verðskyn þeirra aflar Neytendastofa upplýsinga um verð, verðmyndun og önnur viðskiptakjör og birtir niðurstöður eftir því sem ástæða þykir til. Neytendastofa skal setja verklagsreglur um öflun slíkra upplýsinga, meðferð þeirra og birtingu.

Á ofangreindum lagagrundvelli gæti Neytendastofa sett nánari reglur um framkvæmdina. Hugmynd að slíkum reglum er sett fram hér en það skal tekið fram að um innanhúss frumdrög er að ræða.

## REGLUR UM RAFRÆNAR VERÐKANNANIR Á NEYTENDASTOFU Á MATVÆLAVERÐI TIL OPINBERRAR BIRTINGAR Innanhúss frumdrög

### I. KAFLI.

#### Gildissvið, o.fl.

##### 1. gr.

##### Gildissvið.

Reglur þessar gilda um einstaklinga, verslanir og önnur fyrirtæki sem nota rafræn strikamerki og rafræn viðskiptakerfi við sölu á matvörum til neytenda, hér eftir nefnd verslanir.



*Rafræn strikamerki* samkvæmt þessum reglum merkir allar rafrænar merkingar sem notaðar eru til að auðkenna matvörur í viðskiptakerfum verslana þar sem lýsing á seldri vöru og upphæð kemur fram með sama hætti og sýnt er á kassakvittun sem afhent er neytendum við sölu á vörunni.

2. gr.

Reglum þessum er ætlað að tryggja að gerð verðkannana sé í samræmi við sanngjarna viðskiptahætti og koma í veg fyrir að upplýsingar í þeim séu rangar, ófullnægjandi eða villandi, sbr. ákvæði laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með síðari breytingum.

## II. KAFLI

### Um framkvæmd verðkannana, afhendingu gagna, o.fl.

3. gr.

*Umfang verðkannana.*

Verðkannanir skulu vera eins víðtækar og nauðsynlegt er svo þær gefi sem heildstæðasta mynd af matvörumarkaðnum hverju sinni. Í verðkönnunum þar sem samanburður er gerður á milli verslana skal bera saman verð á sömu vöru eða eftir atvikum, þegar ekki er kostur á öðru, verð á vöru sem að öllu leyti er sambærileg að gæðum og notagildi. Verð vöru samkvæmt verðskráningu í kassa og sem jafnframt er birt neytendum skal ávallt vera í samræmi við [reglur um verðmerkingar nr. 580/1998.]<sup>7</sup>

Neytendastofa tekur ákvörðun um efni og umfang verðkönnunar hverju sinni og birtir niðurstöður sínar opinberlega á heimasíðu stofnunarinnar.

Allar verslanir sem nota rafræn afgreiðslukerfi og hafa meira en .....%<sup>8</sup> markaðshlutdeild á matvörumarkaði er skylt að afhenda Neytendastofu vöruskrá sína í þeim tilgangi að gerðar séu rafrænar verðkannanir. Jafnframt skulu þær setja upp vefþjónustu ("biðlara" kerfi) með þeim hætti sem Neytendastofa mælir fyrir um.

4. gr.

*Tengiliður verslunar.*

Fyrirtæki er skylt að tilnefna tengilið sem ber ábyrgð á rafrænni verðskráningu innan verslunarinnar. Tengiliður ber ábyrgð á framkvæmd á samningi Neytendastofu og hlutaðeigandi verslunar um gerð rafrænna verðkannana í samræmi við reglur þessar. Tengiliður hefur umsjón með og ber ábyrgð á því að framkvæmd rafrænnar keyrslu úr viðskiptakerfi verslunarinnar til gagnagrunns Neytendastofu fari fram án vandkvæða.

<sup>7</sup> Athugið: Þessar reglur eru nú í lokadrögum hjá Neytendastofu og stefnt að birtingu þeirra í júní 2008.

<sup>8</sup> Ein leið er að miða við markaðshlutdeild en skoða verður önnur viðmið einnig.

5. gr.

*Afhending rafrænna gagna í gagnagrunn Neytendastofu.*

Verslun sem er aðili að rafrænum verðkönnunum Neytendastofu og fellur undir ákvæði þessara reglna skal senda Neytendastofu í gegnum lokaða og örugga vefþjónustu allar rafrænar verðupplýsingar frá viðskiptakerfi verslunarinnar í gagnagrunn Neytendastofu og uppfærslur þegar þær fara fram. Keyrslan eða sending gagna skal framkvæmd með hugbúnaði og vefþjónustu sem Neytendastofa leggur fram í því skyni að unnt sé að gera rafræna verðkönnun úr gagnagrunnum verslunarinnar á grundvelli nákvæmra og uppfærðra verðupplýsinga sem verslunin sendir til afgreiðslukassa. Verðkannanir Neytendastofu skulu ekki miðast við upplýsingar sem gefnar eru í fréttum, auglýsingum eða á annan sambærilegan hátt. Rafræn skrá sem send er til Neytendastofu um verðupplýsingar á afgreiðslukassa skal á hverjum tíma vera sú sama og notuð er í afgreiðslukassakerfi hlutaðeigandi verslunar.

Aðgangsstýringar og staðfesting á afhendingu gagna skulu fylgja nánari reglum í tæknilegum viðaukum við samning Neytendastofu við verslun eða verslunardeju, eftir því sem við getur átt.

6. gr.

*Úrvinnsla gagna.*

Neytendastofa skal vinna upplýsingar úr gagnagrunni um verðupplýsingar verslana á skipulegan hátt og að öðru leyti í samræmi við ákvæði þessara reglna og birtir niðurstöður sínar á aðgengilegan hátt fyrir neytendur á heimasíðu stofnunarinnar.

Um framkvæmd verðkannanna fer að öðru leyti eftir leiðbeinandi reglum Neytendastofu um gerð verðkannanna. Auk þess er Neytendastofu heimilt að birta verðvísitölur til að veita upplýsingum til neytenda um verðþróun á markaði.

7. gr.

*Áreiðanleiki verðkannana.*

Verðkannanir Neytendastofu skulu taka sem skemmstan tíma og niðurstöður þeirra birtast eins fljótt og auðið er á heimasíðu Neytendastofu og eigi síðar en sólarhring eftir að úrvinnsla gagna hefst á þeim verðupplýsingum sem eru sóttar í gagnagrunna verslana samkvæmt fyrirspurn Neytendastofu í hinn miðlæga gagnagrunn stofnunarinnar. Úrvinnsla gagna hefst þegar í stað eftir keyrslu eða fyrirspurn til gagnagrunns lýkur.

### III. KAFLI

#### Meðferð gagna, o.fl.

8. gr.

##### *Hlutleysi og jafnræði.*

Við öflun upplýsinga, úrvinnslu og birtingu verðkannana skal fyllsta hlutleysi gætt. Allar verslanir sem falla undir ákvæði þessara reglna eiga rétt til þátttöku í verðkönnunum Neytendastofu á grundvelli samnings sem gerður er á milli þeirra og Neytendastofu í samræmi við reglur þessar og önnur skilyrði sem aðilar setja vegna upplýsingaskipta, öryggismál o.fl. í samningi um gerð verðkönnunar til opinberrar birtingar. Öllum verslunum er heimil þátttaka í gerð rafrænna verðkannanna í samræmi við reglur þessar.

Neytendastofa tekur ákvörðun til hvaða verslana hún sækir verðupplýsingar hverju sinni, umfang þeirra, sbr. 3. gr. og öll önnur atriði sem varða framkvæmd verðkönnunar hverju sinni.

9. gr.

##### *Öryggi gagna og varðveisla.*

Rafræn gögn sem send eru til gagnagrunns Neytendastofu samkvæmt reglum þessum skalaafhenda í gegnum lokaða og örugga vefþjónustu Neytendastofu.

Gagnagrunnur skal varðveittur hjá aðila sem hefur fengið vottun samkvæmt ÍST EN ISO17799 og ÍST EN ISO 27001.

Tölfræðilegrar nákvæmni skal gætt við úrvinnslu gagna, enda er birtingaraðili ábyrgur fyrir niðurstöðum sínum.

Starfsmenn Neytendastofu eru bundnir þagnarskyldu í samræmi við ákvæði laga um opinbera starfsmenn.

10. gr.

##### *Fyrirvarar og birting verðkannana*

Við birtingu verðkannana skal, á skilmerkilegan og auðskilinn hátt, birta nauðsynlega fyrirvara og athugasemdir við verðkannanir.

11. gr.

##### *Ályktanir.*

Almennt skal Neytendastofa setja fram verðkannanir á almennan og hlutlausan hátt. Sérstaklega skal þess gætt að ályktanir séu í fullu samræmi við niðurstöður kannana. Einnig skal þess gætt að umfang könnunar réttlæti þær ályktanir sem af henni eru dregnar.

12. gr.

*Tilkynningar um lok verðkönnunar og birtingu.*

Við birtingu verðkannana skal senda öllum þátttakendum tilkynningu um niðurstöður könnunarinnar.

Skráðum notendum á rafrænni Neytendastofu skal boðin áskrift að tilkynningum um verðkannanir.

13. gr.

*Gildistaka*

Reglur þessar eru settar með stoð í VI. kafla laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu og öðlast þegar gildi.

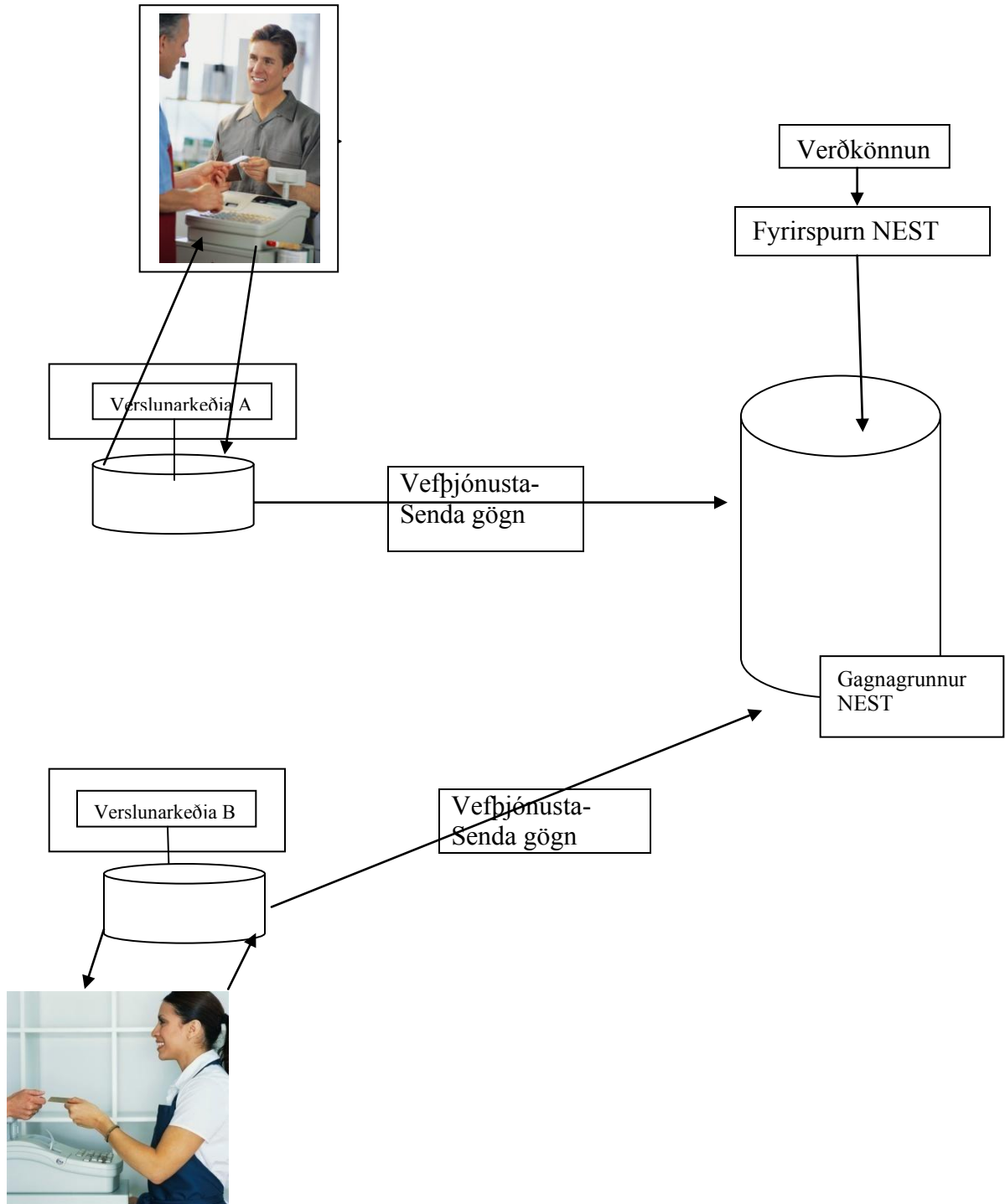
Neytendastofa ..... dags.....

Tryggvi Axelsson, forstjóri.

# Fylgiskjal nr. 3



NEYTENDASTOFA



## Fylgiskjal nr. 4

### Ítarupplýsingar og fróðleiksmolar um strikamerki – PLU númer, o.fl.

#### **EAN - strikamerkjakerfið**

Á Íslandi nota um eða yfir 95% vöruseljenda s.n strikamerkjanúmerakerfi (sjá handbók á slóðinni:

[http://www.ean.is/bindata/documents/HandbokEAN1.1\\_00023.pdf](http://www.ean.is/bindata/documents/HandbokEAN1.1_00023.pdf)).

Kerfið byggir á því að allar vörur fá númer sem er sett saman úr landsnúmeri, fyrirtækjanúmeri og vörunúmeri. Kerfið er grundvöllur að *einkvæmri auðkenningu* á vörum og þjónustu og er meginreglan sú að merkið er sett á vöruna strax við framleiðslu. Umsjón með EAN –kerfinu hefur í dag GS1 á Ísland ([www.gs1.is](http://www.gs1.is)).

**Vigtarvörunúmer** er einnig í umsjón GS1 og úthlutað af þeim og tengist því stöðlunarstarfi sem EAN hefur unnið að. Í vigtarvörunúmerkerfinu er ákveðnu landsnúmeri úthlutað og kerfið bundið því sem leiðir til þess að ekki er heimilt að flytja vörur sem merktar eru með því milli landa og nota þetta númer sem auðkenningu á vörunni (dæmi: egg, harðfiskur).

Þetta kerfi veitir því möguleika á stöðlun vörunúmera innanlands en gildir ekki í viðskiptum með vöruna milli landa enda gildir númerið sem fyrr segir aðeins í því landi sem því er úthlutað í. Á Íslandi hafa á árinu 2008 um það bil 200 framleiðendur fengið útgefin slík vigtarvörunúmer. Dæmi um slíka vöruflokka eru egg, harðfiskur, hangikjötsálegg, skinka, o.fl., o.fl.

**Databar-kerfið** er nýtt kerfi sem kemur sem viðbót við EAN-strikamerkjakerfið og áætlað að komist í notkun árið 2010. Þetta nýja strikamerki mun auk þeirra upplýsinga sem EAN-merkið ber með sér í dag veita möguleika á viðbótarupplýsingum þ.e. að þar komi fram m.a. upplýsingar um *vigt, verð og fyrningardag* vörunnar. Þetta verður einnig *alþjóðlegt* númerakerfi og ekki bundið með landsnúmerum eins og núverandi vigtarvörunúmer eru.

Það er því framtíðin að þetta kerfi nái verulegri útbreiðslu jafnt í þurrvöru sem og ferskvörum sem í dag eru annað hvort með vigtarvörunúmer (sem er bastarður að því leyti að það er ekki alþjóðlegt), plu-númer eða engin númer.

Mikið hagræði er í því fyrir verslunina að tekin verði upp almenn og alþjóðlega viðurkennd vörunúmer. Samkvæmt upplýsingum GS1 á Íslandi er talið að það leiði til

sparnaðar sem nemi a.m.k. 0,2% af veltu verslunarinnar þannig ef velta hennar er um 200 milljarðar þá er hér til mikils að vinna því eftir að samkomulag hefur náðst um samræmt strikamerki fyrir vörutegundina þá er kostnaður við rekstur gagnagrunnsins sem heldur utan um kerfið í mesta lagi 15 – 20 milljónir árlega.

### **PLU-númerakerfið (Price Look Up)**

Auk framangreinds númerakerfis styðjast verslanir við annars konar númerakerfi þ.e. svo nefnt PLU-númerakerfi, sjá nánar á slóðinni: <http://www.plucodes.com>.

Þessi númer eru einkum notuð á grænmeti og ávexti og aðrar ferskar vörur en til eru um 1300 alþjóðlega stöðluð númer. Ef ekki er til staðall þá geta verslanir fengið heimild til þess að ákvarða sitt eigið númer samkvæmt sérstöku samkomulagi við framleiðendur (e. retailer assigned codes). Í reynd getur því staðan verið sú að PLU-númer á vínberjum eða íslenskum tómötum hjá vörukeðjunni A sé annað en hjá vörukeðjunni B. Hins vegar er ljóst að samhangandi við framangreint númer eru ávallt aðrar og nánari upplýsingar sem birtast á strimli sem neytandi fær afrit af þegar hann gerir vörukaup í verslun, þ.e. kassinn þekkir PLU-númerið og setur frá sér vörulýsinguna og verðið sem allt prentast út á strimlinum. Dæmi um texta af þessu tagi á búðarstrimli: Lýsing: Vínber græn, 0,725x499kr/kg Upphæð:247 C.

### **Rafrænar sendingar frá sölukerfum matvöruverslana til Capacent ehf.**

Fyrirtækið Capacent hefur í umboði fyrirtækisins ACNielsen (sjá vefslóðina <http://www2.acnielsen.com/site/index.shtml>) útbúið *hugbúnað* sem það hefur afhent verslunum til þess að unnt sé á einfaldan og öflugan hátt að gera **markaðskannanir** á grundvelli þeirra rafrænna upplýsinga sem liggja fyrir hjá verslunum að því er varðar vörur sem tengdar eru við strikamerkjanúmerkerfið en nær ekki til PLU-kerfisins. Hugbúnaðurinn byggir á því að verslunin keyrir einu sinni í viku keyrslu í gagnagrunn sinn og sækir með hliðsjón af EAN númerum (strikamerkjum) upplýsingar um selt *heildarmagn vöru* í viðkomandi viku og *heildarsöluverðmæti* þess á viðkomandi tímabili (þ.e. vikulega). Á grundvelli samnings milli Capacent og hlutaðeigandi verslunar vinnur Capacent markaðsgreiningar upp úr þessum upplýsingum sem fyrirtækin hafa sent samkvæmt framansögðu inn í gagnagrunn Capacent. Auk þess býður Capacent upp á nánari virðisaukandi þjónustu við úrvinnslu upplýsinganna og hefur þannig fellt saman strikamerkin í ákveðna vöruflokka, t.d. gosdrykkir, pasta o.fl. Á grundvelli innsendra upplýsinga er svo hægt að panta greiningar á markaðshlutdeild viðkomandi vöru til að mynda innan síns flokks. Jafnframt getur Capacent reiknað út *meðalverð* vörunnar á viðkomandi tímabili. Það er gert þannig að heildarfjöldi seldra eininga er deilt í heildarverðmæti sölunnar. Rétt er að athuga hér að þó svo að verð vörunnar standi í stað

Þá viku sem mæling er gerð en salan eykst mjög verulega í lágvöruverslun, (þ.e. fleiri eintök seld á lágu verði) þá lækkar meðalverð vörunnar þá vikuna.