

REDOVISNING AV
REGLERINGSBREVSUPPDRAG

Regeringskansliet
Socialdepartementet
103 33 Stockholm

2011-05-19

Dnr 100-2011/1486

Redovisning av uppdrag i regleringsbrev angående utvärdering av Marknads- och konkurrensrådet

1 Regleringsbrevsuppdraget

I regleringsbrevet för budgetåret 2011 fick Lantmäteriet följande uppdrag:

Utvärdering av Marknads- och konkurrensrådet

Lantmäteriet ska utifrån Marknads- och konkurrensrådets funktion och mål utvärdera vad rådet har uppnått. Redovisningen ska ske senast den 27 maj 2011.

2 Bakgrund

Förslag om att inrätta ett Marknads- och konkurrensråd vid Lantmäteriet framfördes i Lantmäteriutredningens betänkande "Lantmäteriet - nya vägar för ökad samhällsnytta (SOU 2003:111)". Utredningen såg ett behov av att skapa ett forum för att förstärka dialogen mellan Lantmäteriet och den privata sektorn i frågor som rör konkurrens-, marknads-, och andra frågor av särskilt intresse för privata aktörer. Vidare ansåg utredningen att Lantmäteriet bör utarbeta en marknads- och konkurrenspolicy som på ett samlat sätt behandlar frågor som rör verkets roll och agerande i förhållande till angränsande marknader.

I regeringens proposition 2005/06:5 Lantmäteriverksamheten formulerades regeringens bedömning på följande sätt:

Regeringens bedömning: Ett marknads- och konkurrensråd bör inrättas vid Lantmäteriverket och fungera som ett forum för dialog mellan verket och den privata sektorn. Lantmäteriverket bör utarbeta en samlad marknads- och konkurrenspolicy som tydliggör verkets roll och uppgifter inom uppdragsområdet

Regeringen ansåg att rådet bör bestå av företrädare för konkurrerande eller potentiellt konkurrerande företag som berörs av Lantmäteriets uppdragsverksamhet eller som kan ha synpunkter på användningsanpassning av grundläggande information. För att bl.a. tillgodose behovet av insyn i rådets verksamhet bör även användarintressen vara representerade i rådet. Marknads- och konkurrensrådet ska ha en extern ordförande som utses av regeringen. En extern ordförande bedöms ha bättre förutsättningar att fungera som moderator och styra rådets arbete i konstruktiva banor.

Ytterligare skäl för regeringens bedömning som framfördes vara att Lantmäteriet genom rådet kan informera om sitt arbete för att utveckla konkurrensneutraliteten och om den framtida inriktningen för de verksamheter som kan vara känsliga från konkurrens-synpunkt. De privata företagen får möjlighet att framföra sin syn på vilka krav som bör ställas på Lantmäteriet ur ett konkurrens-perspektiv och på hur myndigheten kan utveckla sin marknads-främjande roll. Rådets synpunkter får dock hela tiden vägas av mot användarnas syn på marknads- och konkurrensförhållanden och på Lantmäteriets roll och uppgifter i övrigt. Även prissättningen av grunddataprojekter och villkor för återförsäljarna m.m. kan vara av intresse för rådet. I arbetet med att utarbeta en offentlig marknads- och konkurrenspolicy bör marknads- och konkurrensrådet medverka.

Den 1 augusti 2006 trädde instruktionsändringen rörande Marknads- och konkurrensrådet i kraft. Ordförande och ledamöter skulle utses av regeringen.

3 Marknads- och konkurrensrådet

I mars 2007 utsåg regeringen 11 personer att vara ledamöter i Lantmäteriets marknads- och konkurrensråd för perioden 15 mars 2007 – 28 februari 2010. Utöver ordförande Lars Eric Ericsson bestod rådet av fem företrädare för privata sektorn, fyra representanter för viktiga kundgrupper samt en representant för Lantmäteriet.

Med anledning av betänkandet "Metria – förutsättningar för att ombilda division Metria vid Lantmäteriet till ett statligt ägt bolag" och i avvaktan på beredningen av detta ärende, som också hade betydelse för Marknads- och konkurrensrådet, beslutade regeringen att förordna ledamöterna ytterligare en period, från 1 mars fram till 31 december 2010. Utöver ordförande tackade sju ledamöter ja till

detta erbjudande. De som tackade nej, med hänvisning till tidsbrist, var tre företrädare för Lantmäteriets kundgrupper.

Under perioden 2007 - 2010 har rådet haft 16 sammanträden, varav två delvis har varit gemensamma med Lantmäteriets geodataråd.

4 Rådets samlade arbete

Marknads- och konkurrensrådets verkade under en relativt kort tid men det var under en period då sektorn genomgick en hel del förändringar. Vad dessa förändringar på sikt kommer att innebära för utvecklare, produkt- och tjänsteleverantörer och kunder är svårt att uttala sig om idag men tydliga trender är ökad tillgänglighet, standardisering, interoperabilitet och kvalitetssäkring, vilket bör ge goda förutsättningar för en ökad och breddad användning av geodata inom många samhällssektorer. Det gäller såväl nationella som internationella geodata.

Den för marknads- och konkurrensrådet viktigaste förändringen är bolagiseringen av huvuddelen av Lantmäteriets uppdragsdivision Metria, som trädde i kraft i maj 2011. Det var ju just uppdragsverksamheten inom Lantmäteriet som medförde att rådet bildades.

Exempel på andra förändringar är införandet av EU-direktiven PSI och Inspire samt den nationella geodatastrategin, geodatasamverkan och geodataportalen. Allt detta och mycket därtill har varit uppe till diskussion inom rådet.

Under rådets första två år ägnades en stor del av arbetet åt att beskriva marknaden - dess storlek och aktörer - och specifikt Metrias andel av denna marknad samt att medverka till en reviderad marknads- och konkurrenspolicy för Lantmäteriet. Rådet präglades under denna tid av ledamöternas olika utgångspunkter inför dessa frågeställningar, inklusive frågan om myndigheters tillämpning av myndighetssamverkan. Det ledde bland annat till att rådet inte kunde utarbeta en marknads- och konkurrenspolicy som fullt ut accepterades av alla medlemmar i rådet.

För 2007 uppskattades Metrias andel av den totala marknaden, uppdelad på ett tiotal delområden, till ca 9 %. Under 2008 lämnade dock Metria vissa marknadssegment i och med att verksamheterna vid Kartförlaget, Kartcentrum och Kartbutiken övergick till Nordstedts förlag AB. Under 2008 blev det också klart att Lantmäteriets återförsäljarmodell, som hade införts några år tidigare

med ett 20-tal återförsäljare av geodata vid sidan av Metria, måste ändras med anledning av PSI- och Inspire-direktiven.

I december 2008 utkom Förvaltningsutredningens slutbetänkande "Styra och ställa - förslag till en effektivare statsförvaltning". I och med att Lantmäteriet i sitt remissvar, som lämnades i april 2009, inte argumenterade för att behålla Metrias uppdragsverksamhet, kom rådets fortsatta arbete under 2009-2010 att fokusera på andra frågeställningar än Metria. Mötesklimatet förbättrades avsevärt och rådets diskussioner fördes i konstruktiv anda och ofta tillsammans med företrädare för Lantmäteriets ledning och andra inbjudna deltagare.

Diskussionen inom rådet och dialogen med inbjudna deltagare har varit uttalat positiv för alla parter och det är tydligt att Lantmäteriet i flera viktiga marknads- och konkurrensfrågor har fått ökad förståelse för synpunkter från näringslivet. Ibland har det handlat om frågeställningar som inte alls varit aktuella inom Lantmäteriets interna organisation men som tagits emot mycket positivt när rådet har tagit upp dem.

Viktiga frågor som varit uppe till diskussion inom rådet under 2009-2010 har varit:

- Geodatastrategin inklusive Inspire/PSI och dess påverkan på Lantmäteriets återförsäljarmodell mm.
- Affärsmodell för geodatasamverkan.
- Bolagiseringsarbetet vid Metria.
- Gränsdragningen för det offentliga åtagandet på informationsförsörjningsområdet och vikten av tydlighet och god framförhållning i denna fråga så att marknadsaktörerna har möjlighet att framföra sina synpunkter och på ett tidigt stadium vet vad som kommer att gälla.
- Vikten av att inte bara diskutera gränsdragningsfrågor utan även vad Lantmäteriet aktivt kan göra för att medverka till att skapa nya affärsmöjligheter och företagande inom geodataområdet.
- Möjligheten för Lantmäteriet att i ökad utsträckning engagera näringslivet i interna utvecklingsprojekt.

Rådets uppfattning var att många av de marknads- och konkurrensfrågor som har varit uppe till diskussion saknat andra forum och att det därför varit viktigt att rådet fick en förlängd

mandatperiod för att fortsätta sin dialog med Lantmäteriet även under 2010.

5 Sammanfattande synpunkter

Ställs Marknads- och konkurrensrådets verksamhet och vad det uppnått mot rådets funktion och mål, som redovisas i avsnitt två ovan, kan det konstateras att rådet lyckats väl i detta avseende. Det gäller bl.a. följande punkter:

- I februari 2009 beslutade Lantmäteriets styrelse om en offentlig marknads- och konkurrenspolicy, som i mycket stora delar bygger på förslag som tagits fram av Marknads- och konkurrensrådet.
- Lantmäteriet har, via olika företrädare från de olika divisionerna, informerat om pågående och kommande förändringar och utvecklingsarbete, vilket möjliggjort för rådets ledamöter att framföra sin syn på detta.
- Förestående förändringar av Lantmäteriets återförsäljarkoncept med anledning av EU-direktiv har diskuterats.
- Affärsmodell för geodatasamverkan och då särskilt villkoren för marknadsaktörer när det gäller produkt- och tjänsteutveckling har varit uppe till diskussion.
- Diskussion om spelregler för Lantmäteriets utbud av produkter och tjänster och vikten av tydlighet och god framförhållning kring detta.

Sammanfattningsvis kan slutsatsen dras att rådet lyckats bidra till en fördjupad dialog mellan Lantmäteriet och den privata sektorn, som ju var ett av skälen till att det inrättades.

6 Slutkommentar

Lantmäterikutredningen, som lade fram sitt betänkande i november 2003, gjorde bedömningen att det inte bör genomföras någon bolagisering av Metria. Förslag framfördes om att inrätta ett Marknads- och konkurrensråd och att en marknads- och konkurrenspolicy skulle utarbetas för Lantmäteriet. Utredningen såg Lantmäteriets framtida roll som marknadsfrämjare och att det fanns ett behov av att förstärka dialogen med den privata sektorn.

Lantmäteriet anser att rådet fyllde en viktig funktion under den tid som Metria fortfarande var en del av myndigheten, men att det finns andra former för kontakt och dialog med externa intressenter för en mer renodlad myndighet som Lantmäteriet är idag efter det att Metria har bolagiserats.

Under senare år har Lantmäteriet, på egen hand eller i samarbete med andra myndigheter inom Geodatarådet, utökat och formaliserat samarbetet med marknadsaktörer och användare. Exempel på detta är:


- Regelbundna möten, ca tre gånger per år, med partners och vidareförädlare av Lantmäteriets geodata.
- Möten inom användargrupper, som Lantmäteriet har bildat inom olika sektorer. Dessa är idag fyra stycken som har 3-4 möten årligen.
- Öppna geodataseminarier med deltagande från marknadsaktörer och användare, som genomförs två gånger per år tillsammans med Geodatarådet.

Därutöver har Geodatarådet, baserat på diskussioner på det gemensamma mötet mellan råden i oktober 2010, beslutat att stärka dialogen med marknadsaktörerna. Ett första möte med dessa planeras till hösten 2011.

Det är Lantmäteriets uppfattning att ovanstående exempel på ökad dialog med marknaden är till stort gagn för samtliga parter.

För Lantmäteriet


Lars Jansson


Stigbjörn Olovsson