



SAMARBEIDSKLIMAET I DAGLIGVAREBRANSJEN

Rapport fra undersøkelse blant kjeder og leverandører
2023



Dagligvaretilsynet

1 Innholdsfortegnelse

2	<i>Forord</i>	4
3	<i>Sammendrag av viktige funn</i>	5
4	<i>Metodebeskrivelse</i>	6
4.1	Problemdefinisjon og målsetting	6
4.2	Populasjon, målgrupper og utvalg	6
4.3	Populasjonens heterogenitet	7
4.4	Webskjema	7
4.5	Rekruttering	8
4.6	Utvalgskontroll	9
4.7	Gjennomføring og faktiske utvalg	9
4.8	Faktisk utvalg	10
5	<i>Presentasjon av resultater</i>	11
5.1	Forklaring av tabeller	11
5.2	Om tabeller	11
5.3	Forhandlingsklima og samarbeid	11
5.3.1	Samarbeidet er i all hovedsak basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet	11
5.3.2	Har samarbeidet med {kjeden} /{leverandører} blitt {verre/bedre/uendret}?	13
5.3.3	Har forhandlingsklimaet samlet sett blitt bedre i løpet av de siste 12 månedene?	14
5.3.4	{kjeden/leverandøren} legger frem alle relevante opplysninger som er av betydning for oss før signering av avtalen	15
5.3.5	Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være	16
5.3.6	{kjeden/leverandøren} forlanger å få opplysninger som etter min mening ikke er relevante for samarbeidet.....	17
5.3.7	Dersom {vi/leverandøren} har behov for å gjøre endringer i standardavtale, løser dette seg greit 19	
5.3.8	{kjeden/leverandøren} oppfylder de berettigede forventingene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale	20
5.3.9	Avtalen er utformet på en slik måte at den er kontrollerbar etter at avtalen er inngått	21
5.4	Priser, rabatter og leveringsforpliktelser	22
5.4.1	Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen.....	22
5.4.2	Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen.....	24
5.4.3	Dersom vi ikke har klart å oppfylle våre leveringsforpliktelser, gis kompensasjon i henhold til inngått avtale	25
5.5	Ytelser og Motytelser	26
5.5.1	Vi har fått krav om ytelser som leverandør uten at motytelser fra kjeden er spesifiserte	26

5.5.2	Jeg har opplevd at {kjeden} ensidig har endret kontraktens innhold i ettertid	27
5.6	Skriftlige og muntlige avtaler	27
5.6.1	Har avtalene med {kjeden}/{leverandørene} vært skriftlige? / Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?	27
5.7	Prisendringer	29
5.7.1	Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte	29
5.7.2	Dokumentasjon ved prisendringer	30
5.7.3	Informasjon ved prisøkninger	31
5.8	Joint Marketing (JM)	32
5.8.1	Avtalen inneholder en god beskrivelse av hva som er våre {leverandørens}/{kjedens} forpliktelser i JM	32
5.8.2	Betaling for JM er i godt samsvar med den avtalte tjenesten	33
5.8.3	Avtalte aktiviteter gjennomføres	34
5.8.4	Avtalt sortiment gjennomføres	35
5.8.5	Avtalt distribusjon gjennomføres	36
5.8.6	Avtalte plassering gjennomføres	37
5.8.7	Når avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden, blir vi enige om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM	38
5.8.8	Svekker kjeden avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer (EMV)?	40
5.9	Svinn og reklamasjoner	41
5.9.1	Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte	41
5.9.2	Krav om kompensasjon/kunderklamasjoner	42
5.9.3	Dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen	43
5.10	Delisting	44
5.10.1	Delisting forekommer noen ganger uten en saklig begrunnet forklaring	44
5.10.2	Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting	45
5.10.3	Delisting skjer sjelden uventet	47
5.10.4	Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert	47
5.10.5	Begrunnelse/Saklighet ved delisting	48
5.10.6	Gir en skriftlig begrunnelse av delisting når de/dere blir bedt om det	50
5.11	Andre brudd på lov om god handelsskikk	51
5.11.1	Etterlignet og urimelig utnyttet din bedrifts produkt, idé eller design	51
5.11.2	{kjeden/leverandøren} har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for deg personlig eller din bedrift	52
5.11.3	Frykt vs markedsrett	54
5.11.4	Tiltak mot person eller bedrift som ikke vedrører saken og subtile handlinger	55
5.11.5	Har bevisst spredd usann informasjon om deg personlig eller din bedrift	57
5.12	Respekt for avtalen	58
5.12.1	Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert	58
5.12.2	Det oppstår sjelden uenighet om avtalens fortolkning etter at den er signert	59
5.12.3	Inngåtte avtaler om betalingsfrist blir overholdt	60

Dagligvaretilsynets rapport om samarbeidsklimaet 2023

5.12.4	Gir tilgang til tilstrekkelig informasjon (som prognoser o.l.) for at vi kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser	61
5.12.5	Avtalen har en balansert beskrivelse av ytelser og motytelser	62
5.12.6	Kommer med krav om nye leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen	64
5.13	Uenighet og Tvister	64
5.13.1	Dersom det oppstår uenighet blir vi som regel enige i etterkant	64
5.14	Fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen (uavhengig av samarbeidsklimaet)	65
5.15	Kunnskap om lov om god handelsskikk, opplæring og tillit til Dagligvaretilsynet	67
5.15.1	Kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden.....	67
5.15.2	Opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk	68
5.15.3	Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle	69

2 Forord

Undersøkelsen om samarbeidsklimaet i dagligvarebransjen gjennomføres nå for andre år på rad. Dagligvaretilsynet har siden etableringen i 2021 vært opptatt av å ha et best mulig faktagrunnlag for å kunne oppfylle samfunnsoppdraget vårt best mulig. Denne undersøkelsen er en viktig kilde til å få slik kunnskap. Vi mottar fortsatt relativt få henvendelser fra aktørene. En intensivert oppsøkende virksomhet fra vår side i 2023 viser at det trolig finnes noen flere saker enn de vi får høre om. En anonym undersøkelse som dette er derfor svært nyttig.

Rapporten bør ikke betraktes som en sannhet om kompliserte tema, men heller som et utgangspunkt for samtaler omkring relevante tema rundt samarbeidsklimaet i dagligvarebransjen. Undersøkelsen for 2023 bygger i store trekk på den vi utførte i 2022. En rekke spørsmål er fjernet, og noen få nye er lagt til, blant annet for å få bedre kunnskap om tema som Joint Marketing (JM) og frykt. Vi fikk mange nyttige tilbakemeldinger på 2022-undersøkelsen, som vi har hensyntatt i årets undersøkelse. Vi ser likevel at det fortsatt rom for forbedringer i måten en slik undersøkelse kan gjennomføres på.

Vi hadde en målsetting om et vesentlig bedre og større faktisk utvalg i 2023 enn i 2022. På tross av en rekke tiltak for å oppnå dette, lyktes vi ikke så godt som forventet. Utvalget er likevel litt bedre enn i 2022. En gledelig nyhet er at Europris kan rapporteres, men på grunn av et lite utvalg må resultatene for denne kjeden tolkes med varsomhet.

Det var Norstat som hadde ansvaret for gjennomføring av undersøkelsen i 2023. Feltarbeidet foregikk i perioden august-oktober, og ble avsluttet før oppstart av nye årsforhandlinger. De viktigste resultatene fra undersøkelsen ble presentert i slutten av oktober 2023. Presentasjonen kan hentes på vår hjemmeside. Denne rapporten er en fullstendig gjennomgang av alle resultater i tabellarisk form med kommentarer.

Vi hadde oppfølgingsmøter med aktører og organisasjoner i kjølvannet av 2022-undersøkelsen, og planlegger for det samme i år. Vi er derfor glade for henvendelser om presentasjon og diskusjon av undersøkelsen. Det er også vårt håp at resultatene diskuteres grundig og bearbeides av aktørene selv, både i den enkelte bedrift og i deres organisasjoner.

Dersom du skulle ha spørsmål til undersøkelsen, ris eller ros, forslag til hvordan undersøkelsen kan bli enda bedre osv., vil vi gjerne høre fra deg.

God lesning!

Tor Erik Engebretsen
direktør Dagligvaretilsynet

3 Sammendrag av viktige funn

Samarbeidsklimaet i dagligvarebransjen har fortsatt et potensial for å bli bedre, særlig sett i lys av leverandørenes vurdering av kjedene.

For de tre store kjedene er det generelt små endringer fra 2022. Norgesgruppen kommer fortsatt best ut, og 78 prosent av leverandørene mener at samarbeidet med denne kjeden i all hovedsak er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet. For Rema og Coop er tallene henholdsvis 62 og 68 prosent. Bunnpris og Oda vurderes på nivå med Norgesgruppen, mens Europris kommer dårligst ut av kjedene som er rapportert i undersøkelsen.

På spørsmål om hvordan samarbeidet har utviklet seg i løpet av det siste året, svarer majoriteten blant både leverandører og kjeder at samarbeidet er uendret. Kjedene er gjennomgående mer positive til samarbeidet med leverandørene enn omvendt.

Et viktig prinsipp for effektive forhandlinger er at avtalene er kontrollerbare. Her har alle de tre store kjedene et forbedringspotensial. Særlig gjelder dette Coop, som skårer svakest blant leverandørene, og svakere sammenlignet med 2022.

Mangel på skriftlige avtaler ble fremhevet som en utfordring i fjorårets undersøkelse. Rema har forbedret seg mest på dette området siden 2022, og kommer i år best ut av alle kjedene. Norgesgruppen og Coop viser også en positiv utvikling. Samtidig indikerer tallene fra leverandørene at det fortsatt er for mye som avtales muntlig. Det er derfor fortsatt rom for forbedring når det gjelder skriftlighet.

Det er lav tillit blant kjedene til informasjonen ledende leverandører legger frem om prisøkninger. Over halvparten av respondentene fra kjedene sier at de ikke har tillit til det leverandørene legger frem, og det er en økning fra 2022. Ettersom gjensidig tillit er viktig for effektive forhandlinger, er det klart at det fortsatt er rom for forbedring på dette området.

Vi har i årets undersøkelse inkludert flere spørsmål om Joint Marketing (JM), som har vist noen interessante funn. Det gjelder blant annet manglende oppfølging av avtalte JM-aktiviteter, manglende kompensasjon når avtalte aktiviteter fra kjedene ikke gjennomføres, og en opplevelse av at kjedene svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer.

Leverandørene synes fortsatt at etterligning primært er et problem hos de tre største kjedene. Nesten en tredjedel av respondentene fra leverandørene svarer at de har opplevd dette, og det er varierende erfaringer med kjedenes respons når leverandørene tar opp dette med den aktuelle kjeden. Det er et gap mellom andel leverandører som opplever å ha blitt utsatt for etterligninger, og henvendelser til Dagligvaretilsynet om slike problemstillinger. Det kan være flere årsaker til dette.

Det er positivt at flertallet av leverandørene uttrykker at kjedene ikke har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for vedkommende personlig eller bedriften man jobber i. I årets undersøkelse har vi i større grad forsøkt å avdekke årsakene til eventuell opplevd frykt. Det er få som svarer at de har opplevd alvorlig frykt. Resultatene må derfor tolkes med stor varsomhet.

Det er hovedsakelig de markedsmessige forholdene, herunder markedsandel og/eller markedsrett, som er årsaken til opplevd frykt.

Oppsummert bekrefter årets undersøkelse i all hovedsak hovedfunnene fra 2022. Vi registrerer flere eksempler på positiv utvikling, men det er fortsatt rom for forbedring på flere områder.

4 Metodebeskrivelse.

4.1 Problemdefinisjon og målsetting

Formålet med undersøkelsen var en kvantitativ kartlegging av samarbeidsklima i dagligvarebransjen mellom leverandør og kjede (detaljist). I undersøkelsen ønsket vi å besvare hovedområder knyttet til lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden §§ 3-11. Felles for bestemmelsene er at de regulerer partenes atferd, ikke de kommersielle forhandlingsresultatene. Spørsmålene er hovedsakelig sentrert rundt opplevd atferd.

Temaene i hver paragraf ble omsatt til tydelige utsagn, som hovedsakelig er relatert til lovens bestemmelser, og ønsket om mest mulig effektive forhandlinger. Respondentene ble ikke bedt om å svare på vegne av bedriften de arbeider for, men på vegne av sin personlige erfaring i bedriften de arbeider i (og har forhandlet på vegne av). Undersøkelsen er derfor individuell og personlig. Etter konkurranseutsetting ble Norstat AS (heretter «Norstat») valgt som leverandør. De hadde også ansvar for at undersøkelsen ble gjennomført i henhold til personvernregler (GDPR), kravet til anonymitet for personer, konfidensialitet mv.

Noen eksempler på avgrensninger i undersøkelsen:

- Kun forhandlinger på norsk (nordisk). Spørsmålsbatteriet var kun utarbeidet med norsk språk.
- Kjedes eget merkevarerhus er interessant som innkjøper fra andre leverandører (ikke som leverandør til egen kjede).
- Forhandlinger som gjelder aktører som kun opererer innen storhusholdning, ble holdt utenfor.
- Kjeder som selger dagligvarer, men som normalt ikke regnes som en typisk dagligvareaktør (Europris, Normal m. fl.) er også inkludert, men eventuell rapportering for disse kjedene gjøres kun hvis det faktiske utvalget tillater det. Det samme gjelder for kjeder på KBS-markedet.

4.2 Populasjon, målgrupper og utvalg

Målgruppen var dagligvareleverandører som hadde vært involvert i forhandlinger om salg med en dagligvarekjede (eventuelt en geografisk region i en kjede eller enkeltbutikker). Tilsvarende skulle undersøkelsen speile kjedesiden, dvs. dagligvarekjeder som hadde vært involvert i forhandlinger om innkjøp med en dagligvareleverandør.

Vi definerte populasjonen til alle leverandører som hadde solgt dagligvarer til en detaljist/dagligvarekjede, og tilsvarende alle detaljister/kjeder som hadde kjøpt dagligvarer fra

leverandører. Variasjonsbredden er svært stor, spesielt på leverandørsiden – alt fra leverandører med en omsetning på noen få millioner kroner, til en leverandør med en omsetning på flere milliarder kroner. Vi satte ikke en nedre grense, da vi også hadde et håp om å få med mindre leverandører, for eksempel lokalmatprodusenter.

Leverandører utgjør naturlig nok den største delen av undersøkelsen. En stor andel av leverandørene har normalt mange ulike personer som er involvert i salg og forhandlinger, mens en liten leverandør kan tenkes å kun ha én person som kan forhandle med én eller flere kjeder. For leverandører forsøkte vi å nå personer som salgsleder/direktør, Key Account Managers (KAM) o.l. Fra kjeder rekrutterte vi blant annet innkjøpsleder/direktør og kategorisjef.

I mangel av en populasjonsoversikt på individnivå, ble det ikke foretatt et utvalg av bedrifter, men en åpen invitasjon for kvalifiserte bedrifter. Vi prioriterte å få et godt utvalg fra de største leverandørene og de fem største kjedene.

- Leverandører: Alle dagligvareleverandører
 - o KAM - salgsdirektør, salgsansvarlig
- Kjeder: Alle kjeder med hovedfokus på dagligvarer
 - o personer i kategori og innkjøp som er direkte involvert i forhandlinger med leverandører, inkludert kjedens egne merkevarer (EMV-innkjøpsansvarlige)

4.3 Populasjonens heterogenitet

I tillegg til at det ikke finnes en komplett oversikt over populasjonen på individnivå, er også heterogeniteten i populasjonen utfordrende.

Noen eksempler:

- Personer som er involvert i forhandlinger på leverandørsiden, representerer bedrifter med stor variasjon i omsetning fra noen få millioner til over 20 milliarder kroner.
- Bedriftene slike personer er ansatt i, kan også ha betydelig omsetning utenfor dagligvarekanalen.
- Det er ofte store variasjoner i distribusjon mellom ulike kjeder, samt sortiment innen hver kjede.
- Jo høyere lederstilling, jo flere forhandlinger vil man være involvert i.
- En liten bedrift med høy distribusjon i alle kjeder vil være representert i forhandlinger med alle.
- En KAM (Key Account Manager) vil selv i en leverandørbedrift med en omsetning på flere hundre millioner kroner kunne ha ansvar for en eller flere konkurrerende kjeder.

4.4 Webskjema

Webskjema er utarbeidet i samarbeid med Norstat, og nøye testet og tilpasset for å kunne passe med den store variasjonsbredden blant respondentene. Leverandører og kjeder fikk så langt mulig utsagn med lik formulering. For andre utsagn ble teksten tilpasset henholdsvis leverandør og kjede, for å unngå misforståelser. I noen tilfeller ble spørsmålet kun stilt til leverandører. Utsagn ble utformet både positivt og negativt, for å motvirke forekomsten av ensidig utfylling. Skjemaet er nokså likt det som ble benyttet i 2022. En rekke spørsmål er fjernet, og noen få nye er lagt til.

For å begrense maksimaltid for utfyllingen (og redusere sannsynligheten for at noen ikke fullførte utfyllingen), fikk respondenter fra leverandørene kun spørsmål relatert til de kjeder/detaljister som de oppga å ha forhandlet med. De som oppga å ha forhandlet med mange ulike kjeder, ble kun presentert for inntil tre kjeder. Disse ble plukket ut ved at man først valgte inntil tre kjeder på *nivå 1*: Norgesgruppen, Coop, Rema, Bunnpris, Europris, Normal og øvrige. Dersom Norgesgruppen ble valgt, ble det i tillegg spurt om hvilke profilhus vedkommende eventuelt hadde forhandlet med, og deretter ble det valgt ut ett av disse. Man kan derfor i noen tilfeller ikke skille ut svarene om profilhus fra Norgesgruppen sentralt. I tillegg ble det for de fem største kjedene stilt spørsmål om forhandlingen gjaldt kjeden sentralt, regionalt eller enkeltbutikk. Nesten alle svarene relateres til kjeden sentralt, og det er derfor ikke gjort forsøk på å utelukke de svært få som kun hadde forhandlet regionalt.

Som det fremkommer av tabellene under, er det en overrepresentasjon av dem som har blitt trukket ut til å svare om Norgesgruppen. Det skyldes dels at det er flest respondenter i populasjonen som har forhandlet med Norgesgruppen. Det kan også tyde på at selektering av kjedene i webskjemaet ikke har blitt gjort nøyaktig på den foreskrevne måten. Dette gjør at tallene for Norgesgruppen er sikrere enn for Rema og Coop, dog ikke vesentlig forskjellig fra 2022-undersøkelsen.

Antall respondenter som har svart om Europris, er som forventet lavt. Resultatene for denne kjeden er derfor mer usikre enn for de andre kjedene. Tallene for Europris må derfor tolkes med stor varsomhet. Merk også at det er kun leverandører av dagligvarer som er tatt med i utvalget (fra leverandørsiden).

Personer på kjedesiden forhandler ofte med svært mange ulike leverandører. Vi fant det mest fornuftig å gruppere dem i to. Respondenter fra kjedesiden ble derfor presentert for to kategorier av leverandører: markedsledende (de to største i sin kategori) og øvrige leverandører. Resultatene i tabellene under viser et ganske sammenfallende mønster i besvarelsene for disse to grupperingene.

Skjemaet inneholdt videre en rekke ulike bakgrunnsvariabler. Årsaken til dette var at vi ønsket å få best mulig utvalgskontroll, og eventuelle muligheter for analyser på undergrupper.

4.5 Rekruttering

All rekruttering ble gjennomført med en to-trinns prosess der invitasjon til å melde seg på undersøkelsen ble sendt gjennom ulike kanaler. Kvalifikasjonskriterium var at personer fra den aktuelle bedriften hadde deltatt i forhandlinger siste år. De som ønsket å melde seg på undersøkelsen, måtte oppgi bedrift, e-post og telefonnummer (for purring). Norstat gjorde en selvstendig kontroll (blant annet med at e-postadressen stemte med bedrift), og innen to arbeidsdager sendte de en lenke til undersøkelsen til den påmeldte. Alle persondata ble behandlet i henhold til GDPR og annet personvernregelverk, og var derfor ikke synlig for Dagligvaretilsynet.

Åpne kilder for rekruttering (på bedriftsnivå), med e-postkontakter per bedrift, fikk vi blant annet fra:

- Norgesgruppen
- Coop
- Rema
- Dagligvareleverandørenes forening (DLF)
- Stiftelsen Norsk Mat (oversikt over lokalmatleverandører)
- Kjøttbransjen
- Bryggeri og drikkevareforeningen
- Baker- og konditorbransjens Landsforening

De samme foreningene bistod også med rekruttering via sine egne kanaler. Det ble totalt utsendt om lag 2400 invitasjoner til å delta i undersøkelsen. I tillegg ble det rekruttert via bruk av media, blant annet Dagligvarehandelen, nyhetsbrev og Dagligvaretilsynets nettside. Alle kjeder ble kontaktet direkte for rekruttering.

Det var om lag 440 personer som svarte positivt til å motta spørreskjema på e-post, og det var godt over antall som ble rekruttert til undersøkelsen i 2022.

4.6 Utvalgskontroll

Dagligvaretilsynet har lagt stor vekt på utvalgskontroll med følgende modell:

- Alle som meldte seg på via lenke fra Norstat, måtte oppgi e-postadresse og telefonnummer. Det var kun Norstat som hadde tilgang til denne informasjonen. I tillegg måtte de påmeldte bekrefte at de hadde vært involvert i forhandlinger, enten på leverandør- eller kjedesiden, de siste tolv måneder.
- Alle som meldte seg på, skulle få tilsendt lenke til undersøkelsen. På den måten kunne det bekreftes at den som meldte seg på, faktisk hadde den e-postadressen man hadde oppgitt.
- Til slutt skulle Norstat gjøre en kontroll med at domenet i e-postadressen faktisk tilhørte en aktør etter liste oppgitt av Dagligvaretilsynet. Der en automatisk match ikke kunne gjøres, skulle Norstat gjøre en manuell sjekk etter angitte retningslinjer.

Utvalgskontrollen kan oppleves omstendelig, med fare for en lavere deltakelse, men alternativet med en åpen lenke, hadde etter vår vurdering vært dårligere. Vårt ønske var at påmelding og lenke til undersøkelsen skulle foregå i en sømløs prosess i sanntid. Dette klarte imidlertid ikke operatøren å levere. Dette har trolig påvirket størrelsen på det faktiske utvalget negativt.

4.7 Gjennomføring og faktiske utvalg

Det ble gjort store anstrengelser i å øke det faktiske utvalget sammenlignet med 2022, både gjennom et bedre rekrutteringsgrunnlag og bedre purrerutiner. Innsatsen ga dessverre ikke den uttellingen som vi håpet på.

Norstat hadde dessverre også noen problemer med utsendelse av lenke til spørreskjema, som gjorde at enkelte påmeldte rapporterte at de ikke fikk deltatt i undersøkelsen. Vi fikk få slike tilbakemeldinger, men det faktiske antallet er ukjent. Som i 2022-undersøkelsen, var det forventet at flere av de påmeldte ikke fullførte utfyllingen. Vi har derfor ingen grunn til å tro at det var mange som ikke fikk deltatt, men det er uansett beklagelig at dette skjer. Det endelige utvalget ble derfor kun marginalt bedre enn i 2022. Utvalget representerte likevel flere leverandørbedrifter sammenlignet med 2022.

Tatt i betraktning det totale antall svar, og fordelingen av disse på ulike kjeder og leverandører (type, størrelse osv.), mener vi at det ovennevnte ikke hadde en vesentlig innvirkning på resultatene mht. validitet og reliabilitet.

Norstat hadde ansvaret for å purre (inntil tre ganger) på at de påmeldte faktisk fullførte undersøkelsen. Av GDPR-hensyn kunne ikke Dagligvaretilsynet bistå med dette.

Det var til slutt 315 respondenter som fullførte hovedundersøkelsen, som var en del færre enn vi hadde håpet på. Vi anser likevel at svarresponsen blant de fem største kjedene og store leverandører (over 400 millioner kroner i omsetning) var tilfredsstillende, uten åpenbare skjevheter. Utvalget fra kjedesidene sammenfaller godt med 2022-undersøkelsen. På leverandørsiden er det marginalt flere respondenter og flere bedrifter som er representert i årets undersøkelse, sammenlignet med undersøkelsen i 2022.

Utvalgets størrelse begrenser naturligvis muligheter for nedbrytninger på undergrupper. Utvalget av lokalmatleverandører var også svært lavt. De tre store kjedene er godt representert i svarene fra leverandørene, mens utvalget for de mindre kjedene er naturlig nok mye lavere. Tatt i betraktning at det er få som faktisk forhandler i de mindre kjedene, er dette akseptabelt. Usikkerheten i rapporteringen vil dermed være større for de minste kjedene, spesielt Europris. Det faktiske utvalget i de ulike kategoriene framkommer i tabellen under.

4.8 Faktisk utvalg

	Bedrifter	Respondenter
KJEDER	6	66
LEVERANDØRER	155	249
Over 1000 MNOK		100
400 – 1000 MNOK		65
50 – under 400 MNOK		36
Under 50 MNOK		48
TOTALT	161	315

5 Presentasjon av resultater

5.1 Forklaring av tabeller

- Alle tabeller er presentert med spørsmålsnummer i webskjema (for eksempel Q14.1), og teksten for spørsmålet. Spørsmålsteksten er lagt frem slik den ble presentert i skjemaet. Spørsmålsteksten til leverandør- og kjedesiden er i noen tilfeller forskjellig fordi den er tilpasset henholdsvis leverandør og kjede. Dette for å unngå misforståelser. I noen tilfeller ble spørsmålet kun stilt til leverandører.
- **<*>No. of cases** betyr antall respondenter som har besvart spørsmålet for hver nedbrytning. Tallene varierer pga. kvalifikasjonskriterier for å besvare et spørsmål (for eksempel basert på hvor lenge vedkommende har arbeidet med forhandlinger, og hva vedkommende beskriver å ha forhandlet om).
- Tallene er oppgitt i prosent uten desimaler (vanlige avrundingsregler).
- Svaralternativene «Helt enig» og «Ganske enig», samt «Ganske uenig» og «Helt uenig», er slått sammen til henholdsvis «Enig» og «Uenig i egen rad. Det er videre påsatt en fargekode, der rødt tall indikerer negative verdier og grønt tall indikerer positive verdier.

5.2 Om tabeller

Tabellene inkluderer alle spørsmålene som ble stilt til henholdsvis leverandører og kjeder. Utvalgets størrelse og heterogenitet gir få muligheter for ytterligere nedbrytninger. For konseptkjedene (profilhusene) i Norgesgruppen er det ofte svært liten variasjon i tallene. Der det er forskjeller av betydning mellom profilhusene, er disse tatt med. Tallene for Europris må som beskrevet over tolkes med varsomhet på grunn av lite utvalg. Ingen andre kjeder eller øvrige grupper er tatt med av samme årsak.

Når man skal sammenligne tallene mellom ulike kjeder, er det viktig å ta i betraktning at det er mye som skiller de mindre kjedene, Bunnpris, Oda og Europris, fra de tre store. De små er også svært forskjellige seg imellom hva gjelder forretningsmodell, innkjøpsamarbeid osv.

5.3 Forhandlingsklima og samarbeid

5.3.1 Samarbeidet er i all hovedsak basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet

Q14.1 **Leverandørene om kjeder 2023** Samarbeidet er i all hovedsak basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	3%	7%	4%			9%
Ganske uenig	8%	21%	19%	4%	5%	15%
Verken enig eller uenig	10%	10%	9%	11%	11%	15%
Ganske enig	40%	39%	44%	37%	39%	38%
Helt enig	38%	23%	24%	37%	38%	19%
Vet ikke	1%	1%		12%	7%	4%

uenig	11 %	27 %	24 %	4 %	5 %	23 %
Enig	78 %	62 %	68 %	73 %	77 %	57 %

Q32.1

Kjedene om leverandører 2023

Samarbeidet er i all hovedsak basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	5%	2%
Verken enig eller uenig	7%	6%
Ganske enig	33%	32%
Helt enig	55%	57%
Vet ikke		2%
uenig	5 %	2 %
enig	88 %	89 %

Det sentrale elementet i lov om god handelsskikk er at samarbeidet skal basere seg på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet. Dette fremkommer av generalklausulen i § 3. Spørsmålet over kan sees på som et uttrykk for hvordan aktørørene på generelt grunnlag ser på samarbeidet sett opp mot lov om god handelsskikk.

Norgesgruppen kommer best ut ved at 78 prosent av leverandørene erklærer seg enige i at redelighet, forutberegnelighet og lojalitet preger samarbeidet med denne kjeden. Det er også positivt at det er en lav andel (11 prosent) som hevder at samarbeidet med Norgesgruppen ikke er basert på det samme.

68 prosent av leverandørene mener at samarbeidet med Coop er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet, mens 62 prosent sier det samme om Rema. Andel som er uenige i utsagnet om disse to kjedene, er henholdsvis 24 prosent og 27 prosent. Dette gir rom for forbedringer.

Leverandørene vurderer samarbeidet med Bunnpris og Oda positivt. Andelen som mener at samarbeidet med disse to kjedene er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet, er henholdsvis 73 prosent og 77 prosent, og det er få som er uenige i dette.

Europris kommer dårligst ut av alle kjedene som er rapportert i undersøkelsen.

Kjedene mener gjennomgående at samarbeidet med leverandører er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet.

Samlet sett har det ikke skjedd vesentlige endringer siden 2022. Leverandørenes vurdering av de tre største kjedene er på nivå med 2022. Bunnpris og Oda skårer imidlertid noe lavere sammenlignet med 2022, til tross for at leverandørene fortsatt er positive til samarbeidet med disse kjedene. Alle kjeder har fortsatt rom for forbedringer.

Kjedenes vurdering av samarbeidet med de markedsledene leverandørene har blitt mer positiv sammenlignet med 2022, og er nå på nivå med øvrige leverandører.

5.3.2 Har samarbeidet med {kjeden} /{leverandører} blitt {verre/bedre/uendret}?

Spørsmålet ble kun stilt til dem som oppgir å ha jobbet med forhandlinger i mer enn ett år.

Q29

Leverandørene om kjeder 2023

Har samarbeidet med # siste 12 måneder blitt: (filter samarbeidet >= 1 år)

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europpris
<*>No. of cases	162	85	86	64	50	38
Verre	14%	24%	28%	5%		13%
bedre	22%	38%	23%	30%	26%	24%
Uendret	64%	38%	48%	63%	70%	61%
Vet ikke	1%	1%	1%	3%	4%	3%

Endringsfaktor	0,08	0,14	-0,05	0,25	0,26	0,11
----------------	------	------	-------	------	------	------

*Endringsfaktor er endring fra «nullpunktet» (bedre er et positivt tall, uendret er lik 0, og verre er et negativt tall)

Majoriteten av leverandørene mener at samarbeidet er uendret. Samarbeidet med de tre store kjedene har endret seg minst, mens samarbeidet med Bunnpris og Oda oppfattes å ha blitt bedre det siste året. Med unntak av Coop viser alle kjedene en positiv utvikling.

Sammenlignet med 2022 har leverandørenes vurdering av samarbeidet med Coop endret seg i negativ retning, og det er en høyere andel som mener at samarbeidet med denne kjeden har blitt verre, enn andelen som mener at samarbeidet har blitt bedre. Det er også færre leverandører som mener at samarbeidet med de øvrige kjedene har blitt bedre. Det er likevel flere som er positive, enn de som svarer at samarbeidet er blitt verre.

5.3.3 Har forhandlingsklimaet samlet sett blitt bedre i løpet av de siste 12 månedene?

Spørsmålet ble kun stilt til de som oppgir å ha jobbet med forhandlinger i mer enn ett år.

Ordlyden i dette spørsmålet er blitt endret siden undersøkelsen i 2022, men meningen er den samme.

Q4

2023

Hvordan har forhandlingsklimaet samlet sett utviklet seg i løpet av de siste 12 måneder?

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	244	63
Verre	23 %	8 %
Bedre	20 %	43 %
Uendret	56 %	46 %
Vet ikke	1 %	4 %

Respondentene gir uttrykk for hvordan de selv opplever utviklingen i forhandlingsklimaet de siste tolv måneder.

Et flertall (56 prosent) av leverandørene gir uttrykk for at forhandlingsklimaet samlet sett er uendret. 20 prosent av leverandørene mener at forhandlingsklimaet er blitt bedre, mens omtrent like stor andel (23 prosent) mener det motsatte.

Kjedene er mer positive enn leverandørene. 43 prosent av kjedene mener at forhandlingsklimaet er blitt bedre, og kun 8 prosent mener det motsatte. Flertallet (46 prosent) mener imidlertid at forhandlingsklimaet samlet sett er uendret.

Sammenlignet med 2022 har andel leverandører som mener at forhandlingsklimaet er blitt bedre, gått ned med 7 prosentpoeng. For kjedene er resultatene på nivå med 2022. Det generelle forhandlingsklimaet har fortsatt rom for forbedringer.

5.3.4 {kjeden/leverandøren} legger frem alle relevante opplysninger som er av betydning for oss før signering av avtalen

Q14.2

Leverandørene om kjeder 2023

Legger frem alle relevante opplysninger som er av betydning for oss før signering av avtalen

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	3%	5%	4%		2%	11%
Ganske uenig	7%	17%	24%	5%	4%	23%
Verken enig eller uenig	18%	14%	14%	16%	14%	26%
Ganske enig	41%	42%	37%	41%	43%	23%
Helt enig	26%	16%	19%	26%	30%	11%
Vet ikke	4%	4%	2%	12%	7%	6%
Uenig	10 %	23 %	28 %	5 %	5 %	34 %
Enig	68 %	59 %	56 %	66 %	73 %	34 %

Q32.2

Kjedene om leverandører 2023

Legger frem alle relevante opplysninger som er av betydning for oss før signering av avtalen

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	3%	2%
Ganske uenig	9%	4%
Verken enig eller uenig	9%	9%
Ganske enig	38%	28%
Helt enig	38%	53%
Vet ikke	3%	4%
Uenig	12 %	6 %
Enig	76 %	81 %

Lovens § 4 stiller krav til at partene skal legge frem opplysninger som de kjenner til, og som de har grunn til å tro er av betydning for den annen part. Kravet gjelder ikke opplysninger som partene har grunn til å holde hemmelig.

Det er bekymringsfullt at kun litt over halvparten av leverandørene mener at Rema og Coop legger frem relevante opplysninger. Norgesgruppen kommer best ut, men også denne kjeden har et forbedringspotensial. Europris kommer dårligst ut, hvor det er like stor andel mellom enige og uenige i at kjeden legger frem tilstrekkelige opplysninger.

De lave tallene kan skyldes et gap mellom leverandørenes forventninger til åpenhet og informasjonsdeling, og faktisk opplevelse. Det er også naturlig at leverandører og kjeder ser ulikt på hvilke opplysninger de har krav på fra den andre parten.

Kjedene uttrykker fortsatt skepsis til de markedsledende leverandørene, men det er en positiv utvikling fra 2022, og forskjellen i kjedenes vurdering av leverandørgrupperingene er blitt mindre.

5.3.5 Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

Q14.3 Leverandørene om kjeder 2023

Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	3%	8%	9%	1%	4%	4%
Ganske uenig	15%	19%	18%	3%	5%	28%
Verken enig eller uenig	21%	25%	15%	16%	14%	19%
Ganske enig	36%	29%	40%	39%	30%	28%
Helt enig	23%	17%	17%	28%	39%	17%
Vet ikke	2%	2%	1%	12%	7%	4%

Uenig	18 %	26 %	27 %	4 %	9 %	32 %
Enig	59 %	47 %	57 %	68 %	70 %	45 %

Kjedene om leverandører 2023

Q32.3

Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	3%	
Ganske uenig	3%	4%
Verken enig eller uenig	16%	6%
Ganske enig	31%	30%
Helt enig	47%	57%
Vet ikke		2%

Uenig	7 %	4 %
Enig	78 %	87 %

En relativt høy andel leverandører uttrykker at forhandlingene med de tre store kjedene ikke er så åpne som de kan og bør være. Dette gjelder særlig Rema og Coop. Nærmere 30 prosent av

leverandørene mener at forhandlingene med disse to kjedene ikke er så åpne som de bør være. Nærmere 20 prosent sier det samme om Norgesgruppen.

Kun 7 prosent av kjederepresentantene mener at forhandlingene med ledende leverandører ikke er så åpne som de kan og bør være. Forhandlingene med øvrige leverandører oppleves også som tilstrekkelig åpne.

Sammenlignet med 2022 har leverandørenes vurdering av Coop blitt mer positiv, mens det har ikke skjedd endringer av betydning i leverandørenes vurdering av de øvrige kjedene. Det har også skjedd en positiv utvikling i kjedenes vurdering av forhandlingene med ledende leverandører. Forskjellen mellom leverandørgrupperingene er dermed blitt mindre.

Alt i alt peker tallene på at det fortsatt er et forbedringsbehov for åpenhet og informasjonsplikt i forhandlingene mellom leverandørene og de tre store kjedegrupperingene.

5.3.6 {kjeden/leverandøren} forlanger å få opplysninger som etter min mening ikke er relevante for samarbeidet

Q14.4 **Leverandørene om kjeder 2023** Forlanger å få opplysninger som etter min mening ikke er relevante for samarbeidet

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	22%	15%	18%	30%	36%	19%
Ganske uenig	31%	24%	33%	30%	25%	32%
Verken enig eller uenig	22%	22%	18%	19%	18%	21%
Ganske enig	13%	27%	16%	5%	4%	13%
Helt enig	8%	8%	12%	4%	9%	9%
Vet ikke	4%	4%	2%	12%	9%	6%
uenig	53 %	39 %	52 %	59 %	61 %	51 %
enig	22 %	35 %	28 %	10 %	13 %	21 %

Q32.4

Kjedene om leverandører 2023

Forlanger å få opplysninger som etter min mening ikke er relevante for samarbeidet

	ledende	Øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	40%	45%
Ganske uenig	35%	30%
Verken enig eller uenig	19%	11%
Ganske enig	3%	4%
Helt enig	3%	9%
Vet ikke		2%
Uenig	74 %	75 %
Enig	7 %	13 %

En relativt høy andel av leverandørene oppgir at kjedene, særlig Rema, forlanger informasjon som ikke er relevant for samarbeidet.

De fleste av kjedenes representanter mener på sin side at leverandørene *ikke* forlanger irrelevante opplysninger. En slik oppfatning kan være et uttrykk for at balanseforholdet i forhandlingene mellom kjede og leverandør oppleves noe ulikt.

Leverandørenes vurdering av kjedene har ikke bedret seg siden 2022. Det har imidlertid skjedd en positiv utvikling i kjedenes vurdering av ledende leverandører, og forskjellen mellom leverandørgrupperingene er blitt mindre.

5.3.7 Dersom {vi/leverandøren} har behov for å gjøre endringer i standardavtale, løser dette seg greit

Q14.5 Leverandørene om kjeder 2023

Dersom vi har behov for å gjøre endringer i standardavtale, løser dette seg greit

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	7%	8%	3%	1%	2%	2%
Ganske uenig	18%	23%	22%	3%	2%	9%
Verken enig eller uenig	22%	22%	22%	23%	20%	32%
Ganske enig	29%	25%	32%	32%	32%	30%
Helt enig	12%	10%	9%	24%	29%	9%
Vet ikke	12%	13%	13%	16%	16%	19%

Uenig	25 %	30 %	25 %	4 %	4 %	11 %
Enig	41 %	35 %	41 %	57 %	61 %	38 %

Q32.5

Kjedene om leverandører 2023

Dersom leverandøren har behov for å gjøre endringer i vår kjedes standardavtaler, løser dette seg greit

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	10%	
Verken enig eller uenig	22%	15%
Ganske enig	40%	47%
Helt enig	24%	32%
Vet ikke	3%	6%

Uenig	10 %	0 %
Enig	64 %	79 %

Omtrent en av tre leverandører gir uttrykk for komplikasjoner ved behov for endringer i avtalene med Rema. Coop og Norgesgruppen vurderes noe mer positivt.

Kjederepresentantene opplever ikke utfordringer med øvrige leverandører på dette området. Komplikasjoner opplevs noe hyppigere med markedsledende leverandører.

Sammenlignet med 2022 har leverandørenes vurdering av Rema og Norgesgruppen blitt noe mer negativ, mens leverandørenes oppfatning av Coop har blitt mer positiv. Kjedene har blitt mer positive til øvrige leverandører.

5.3.8 {kjeden/leverandøren} oppfyller de berettigede forventningene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale

Q15.1 **Leverandørene om kjeder 2023**
Oppfyller de berettigede forventningene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	2%	8%	4%		2%	2%
Ganske uenig	8%	20%	15%	4%	9%	11%
Verken enig eller uenig	13%	10%	15%	12%	13%	13%
Ganske enig	45%	44%	44%	38%	41%	51%
Helt enig	31%	17%	20%	32%	27%	13%
Vet ikke	2%	2%	1%	14%	9%	11%

uenig	10 %	27 %	19 %	4 %	11 %	13 %
enig	75 %	61 %	65 %	70 %	68 %	64 %

Q33.1 **Kjedene om leverandører 2023**
Oppfyller de berettigede forventningene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	2%	
Verken enig eller uenig	5%	11%
Ganske enig	45%	40%
Helt enig	47%	47%
Vet ikke	2%	2%

uenig	2 %	0 %
enig	91 %	87 %

Leverandørene mener at Norgesgruppen er best på å innfri deres forventninger. 75 prosent hevder at Norgesgruppen oppfyller de berettigede forventningene etter inngått avtale. Rema og Coop skårer noe lavere, men forskjellen mellom de tre store kjedene er liten.

Det er rimelig å anta at markedsledende leverandører blir møtt med høyere forventninger fra kjedene enn øvrige leverandører. Det er derfor positivt at 91 prosent av kjederepresentantene mener at de største leverandørene oppfyller berettigede forventninger.

Sammenlignet med 2022 har leverandørene blitt noe mer positive til Rema og Coop, og noe mindre positive til Norgesgruppen. Forskjellen i leverandørenes vurdering av de tre store kjedene har dermed blitt mindre. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes vurdering av leverandørene.

5.3.9 *Avtalen er utformet på en slik måte at den er kontrollerbar etter at avtalen er inngått*

Q15.2 Leverandørene om kjeder 2023

Avtalen er utformet på en slik måte at den er kontrollerbar etter at avtalen er inngått

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	1%	1%	1%			2%
Ganske uenig	6%	8%	18%	1%	4%	15%
Verken enig eller uenig	10%	16%	15%	12%	14%	19%
Ganske enig	44%	44%	38%	37%	38%	32%
Helt enig	36%	29%	24%	37%	32%	17%
Vet ikke	4%	2%	4%	14%	13%	15%
Uenig	7 %	9 %	19 %	1 %	4 %	17 %
Enig	80 %	73 %	61 %	73 %	70 %	49 %

Q33.2

Kjedene om leverandører 2023

Avtalen er utformet på en slik måte at den er kontrollerbar etter at avtalen er inngått

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	2%	
Verken enig eller uenig	3%	4%
Ganske enig	22%	23%
Helt enig	69%	70%
Vet ikke	3%	2%
Uenig	2 %	0 %
Enig	91 %	94 %

Leverandørene er mest positive til avtalen med Norgesgruppen. 80 prosent av leverandørene mener at avtalen med Norgesgruppen er kontrollerbar. Andelen som mener det samme om Rema og Coop, er henholdsvis 73 prosent og 61 prosent.

En relativt høy andel av leverandørene (19 prosent) opplever at inngåtte avtaler med Coop *ikke* er kontrollerbare. Kjeden har derfor et forbedringspotensial på dette området.

Kjedene mener at avtalen med både ledende og øvrige leverandører er kontrollerbar. Forskjellen mellom leverandørenes og kjedenes oppfatning av hvorvidt avtalen er kontrollerbar, er en indikasjon på at kjedene er den sterkeste part i forhandlingene.

Sammenlignet med 2022 har leverandørenes vurdering av avtalen med Norgesgruppen og Rema blitt mer positiv, mens det motsatte gjelder for avtalen med Coop. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar.

5.4 Priser, rabatter og leveringsforpliktelser

5.4.1 Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

Q15.3 **Leverandørene om kjeder 2023** Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	2%	1%			4%	4%
Ganske uenig	5%	5%	8%	7%	4%	2%
Verken enig eller uenig	9%	11%	9%	10%	18%	6%
Ganske enig	31%	37%	34%	26%	32%	36%
Helt enig	51%	42%	48%	45%	36%	38%
Vet ikke	2%	3%	1%	14%	7%	13%
Uenig	7 %	7 %	8 %	7 %	7 %	6 %
Enig	82 %	79 %	83 %	70 %	68 %	75 %

Q33.3

Kjedene om leverandører
2023

Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	2%	4%
Verken enig eller uenig	2%	9%
Ganske enig	19%	9%
Helt enig	72%	72%
Vet ikke	5%	6%

Uenig	2 %	4 %
Enig	91 %	81 %

Tallene fra leverandørene peker ikke på nevneverdige utfordringer knyttet til informasjon om priser og rabatter i avtalen med kjedene. Forskjellen mellom de tre store kjedene er svært liten, og de vurderes mer positivt enn Bunnpris og Oda.

Kjedene virker heller ikke å oppleve problemer med informasjon om priser og rabatter i avtalen med leverandørene.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i verken leverandørenes eller kjedenes svar på dette spørsmålet siden 2022.

5.4.2 Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen

Q15.4 Leverandørene om kjeder 2023

Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	1%	1%				2%
Ganske uenig	3%	2%	2%	1%	2%	4%
Verken enig eller uenig	8%	3%	12%	11%	16%	6%
Ganske enig	34%	44%	32%	32%	30%	38%
Helt enig	53%	47%	52%	41%	39%	36%
Vet ikke	2%	3%	2%	15%	13%	13%

Uenig	4 %	3 %	2 %	1 %	2 %	6 %
Enig	86 %	90 %	84 %	73 %	70 %	75 %

Q33.4 Kjedenes om leverandører 2023

Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	2%	9%
Ganske enig	9%	11%
Helt enig	83%	77%
Vet ikke	7%	4%

Uenig	0 %	0 %
Enig	91 %	87 %

Leverandørene ser ikke ut til å oppleve problemer knyttet til informasjon om leveringsforpliktelser med de tre største kjedene. Tallene for Bunnpris og Oda er noe svakere. Det er imidlertid få leverandører som mener at avtalen med sistnevnte kjeder *ikke* definerer informasjon om leveringsforpliktelser tilstrekkelig klart.

Kjedene hevder at informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen med leverandørene.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i verken leverandørenes eller kjedenes svar på dette spørsmålet siden 2022.

5.4.3 *Dersom vi ikke har klart å oppfylle våre leveringsforpliktelser, gis kompensasjon i henhold til inngått avtale*

Q15.5 Leverandørene om kjeder 2023

Dersom vi ikke har klart å oppfylle våre leveringsforpliktelser, gis kompensasjon i henhold til inngått avtale

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	11%	7%	7%	11%	7%	9%
Ganske uenig	13%	11%	14%	7%	9%	17%
Verken enig eller uenig	27%	35%	36%	28%	34%	26%
Ganske enig	16%	20%	10%	12%	18%	15%
Helt enig	12%	13%	18%	7%	11%	4%
Vet ikke	20%	15%	16%	35%	21%	30%

Uenig	25 %	17 %	21 %	18 %	16 %	26 %
Enig	28 %	33 %	28 %	19 %	29 %	19 %

Q33.5

Kjedene om leverandører 2023

Dersom leverandøren ikke har klart å oppfylle sine leveringsforpliktelser, blir vi kompensert i henhold til inngått avtale

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	7%	
Ganske uenig	14%	19%
Verken enig eller uenig	35%	38%
Ganske enig	17%	23%
Helt enig	12%	9%
Vet ikke	16%	11%

Uenig	21 %	19 %
Enig	29 %	32 %

En høy andel leverandører tar ikke stilling til dette spørsmålet. Omtrent halvparten svarer enten «Verken enig eller uenig» eller «Vet ikke». De fleste av kjedenes representanter tar heller ikke stilling til dette spørsmålet. Det er dermed utfordrende å tolke resultatene.

Sammenlignet med 2022 har leverandørenes vurdering av Rema blitt noe mer positiv, mens Norgesgruppen og Coop faller noe tilbake. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar.

5.5 Ytelser og Motytelser

5.5.1 Vi har fått krav om ytelser som leverandør uten at motytelser fra kjeden er spesifiserte

Q15.6 Leverandørene om kjeder 2023

Vi har fått krav om ytelser som leverandør uten at motytelser fra kjeden er spesifiserte

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	18%	19%	22%	32%	30%	21%
Ganske uenig	26%	23%	22%	22%	25%	30%
Verken enig eller uenig	16%	17%	22%	16%	23%	26%
Ganske enig	18%	23%	19%	11%	7%	9%
Helt enig	16%	15%	14%	5%	4%	
Vet ikke	6%	3%	2%	14%	11%	15%

uenig	44 %	41 %	43 %	54 %	55 %	51 %
enig	34 %	38 %	33 %	16 %	11 %	9 %

En betydelig andel av leverandørene mener at de mottar krav om ytelser fra de tre store kjedene, uten at motytelser fra den respektive kjeden er spesifiserte. Leverandørene opplever imidlertid at slike krav i liten grad stilles fra de øvrige kjedene.

Leverandørenes vurdering av Norgesgruppen og Coop har blitt noe mer positiv siden 2022, mens det har ikke skjedd endringer av betydning i leverandørenes svar om de øvrige kjedene.

5.5.2 Jeg har opplevd at {kjeden} ensidig har endret kontraktens innhold i ettertid

Q15.7 Leverandørene om kjeder 2023

Jeg har opplevd at # ensidig har endret kontraktens innhold i ettertid

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Helt uenig	59%	47%	56%	62%	54%	36%
Ganske uenig	21%	24%	26%	18%	14%	28%
Verken enig eller uenig	10%	12%	8%	5%	14%	17%
Ganske enig	5%	4%	4%		2%	
Helt enig	2%	8%	1%		4%	2%
Vet ikke	5%	5%	5%	15%	13%	17%

Uenig	79 %	71 %	82 %	80 %	68 %	64 %
Enig	6 %	12 %	5 %	0 %	5 %	2 %

Tallene fra leverandørene indikerer at ensidig endring av kontraktens innhold stort sett ikke forekommer. Rema skiller seg noe mer negativt ut ved at 12 prosent av leverandørene mener at Rema ensidig har endret kontraktens forhold i etterkant av signert avtale.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i leverandørenes svar på dette spørsmålet siden 2022.

5.6 Skriftlige og muntlige avtaler

5.6.1 Har avtalene med {kjeden}/{leverandørene} vært skriftlige? / Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?

Q16 Leverandørene om kjeder 2023

Har avtalene med # vært skriftlige?

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	179	92	93	74	56	47
Ja	92%	98%	93%	85%	89%	79%
Nei	8%	2%	8%	15%	11%	21%

Kjedene om leverandører 2023

Q34

Har avtalene med # vært skriftlige?

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Ja	100 %	98%
Nei		2%

Q17 Leverandørene om kjeder 2023

Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	164	90	86	63	50	37
Ja	20%	19%	19%	14%	10%	14%
Nei	81%	81%	81%	86%	90%	87%

Q35 Kjedene om leverandører 2023

Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	46
Ja	7%	7%
Nei	93%	94%

Lov om god handelsskikk stiller krav til skriftlige avtaler mellom en kjede og en leverandør. Til tross for at kjedene hovedsakelig hevder at avtaler med leverandører er utelukkende skriftlige, oppfatter leverandørene ikke det slik. Rema kommer best ut av alle kjedene på dette området.

Rundt 20 prosent av leverandørene hevder at det, i tillegg til en skriftlig avtale, inngås muntlige avtaler med de tre store kjedene. Andelen som mener det samme om de øvrige kjedene, er mindre (14 prosent for henholdsvis Bunnpris og Europri, og 10 prosent for Oda). Fra kjedesiden er det 7 prosent som svarer at det inngås muntlige tilleggsavtaler med både ledende og øvrige leverandører. Det er derfor rom for forbedringer på dette området.

Det er sannsynlig at leverandører og kjeder har ulik oppfatning av hvorvidt det som blir sagt muntlig, er å regne som en avtale eller ikke. Dette kan svekke lovens krav om klarhet i avtaler.

Rema har forbedret seg mest på dette området siden 2022. Andel leverandører som svarer at avtalen med Rema er skriftlig, har økt med 7 prosentpoeng, mens andelen som svarer at det inngås muntlige tilleggsavtaler, har gått ned med 8 prosentpoeng. Leverandørenes vurdering av avtalene med Coop har ikke endret seg betydelig, selv om det er en noe høyere andel som mener at avtalene med Coop er utelukkende skriftlige. Andel leverandører som svarer at det inngås skriftlige avtaler med Norgesgruppen, har imidlertid gått ned med 4 prosentpoeng, mens andelen som svarer at det inngås muntlige tilleggsavtaler er tilnærmet uendret (1 prosentpoeng ned fra 2022).

Mangel på skriftlighet i avtaler og muntlige tilleggsavtaler er fortsatt et fokusområde i Dagligvaretilsynets arbeid, og noe tilsynet vil følge opp i sitt videre arbeid. Vi håper også at aktørene fortsatt legger vekt på å bedre disse forholdene.

5.7 Prisendringer

5.7.1 Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

Filter: deltatt i prisendringer

Q19.1

Leverandørene om kjeder 2023

Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	148	77	85	4%	29	32
Helt uenig	6%	8%	7%	4%		13%
Ganske uenig	20%	17%	13%	4%	10%	22%
Verken enig eller uenig	14%	9%	17%	40%	3%	19%
Ganske enig	37%	43%	44%	48%	38%	25%
Helt enig	23%	23%	20%		48%	19%
Vet ikke	1 %					3%

Uenig	26 %	25 %	20 %	8 %	10 %	34 %
Enig	60 %	66 %	64 %	48 %	86 %	44 %

Filter: deltatt i prisendringer

Q37.1

Kjedene om leverandører 2023

Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	42	32
Helt uenig	10%	3%
Ganske uenig	19%	19%
Verken enig eller uenig	21%	6%
Ganske enig	12%	41%
Helt enig	36%	28%
Vet ikke	2%	3%

Uenig	29 %	22 %
Enig	48 %	69 %

Godt over halvparten av leverandørene anfører at prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte i de tre største kjedene. Mellom 20 prosent (for Coop) og 26 prosent (for Norgesgruppen) hevder det motsatte. Forskjellen i leverandørenes vurdering av Norgesgruppen, Rema og Coop er liten. Europris skiller seg negativt ut. Under halvparten av leverandørene mener at prisendringer i Europris gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte, mens over en tredjedel mener det motsatte.

Tallene for Bunnpris og Oda er i mindre grad sammenlignbare med de øvrige kjedene, ettersom disse kjedene har innkjøpssamarbeid med henholdsvis Norgesgruppen og Rema. Prisendringer til Bunnpris og Oda skjer i hovedsak i de respektive innkjøpskjedene.

Nær 30 prosent av kjedenes representanter hevder at prisendringer fra de markedsledende leverandørene *ikke* gjennomføres objektivt og forutsigbart.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i leverandørenes svar på dette spørsmålet siden 2022. Kjedenes vurdering av ledende leverandører har blitt noe mer positiv. Likevel viser tallene at det fortsatt er rom for forbedringer på dette området.

5.7.2 Dokumentasjon ved prisendringer

Q19.2 **Leverandørene om kjeder 2023**

Går alt for langt i å forlange dokumentasjon på detaljer, informasjon om mindre kostnadselementer osv.

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	148	77	85	25	29	32
Helt uenig	14%	17%	14%	48%	35%	19%
Ganske uenig	27%	9%	15%	24%	28%	34%
Verken enig eller uenig	16%	20%	22%	16%	31%	19%
Ganske enig	21%	20%	25%	8%	3%	13%
Helt enig	19%	35%	22%		3%	13%
Vet ikke	3 %		1%	4%		3%
Uenig	41 %	26 %	29 %	72 %	62 %	53 %
Enig	40 %	55 %	47 %	8 %	7 %	25 %

Kjedene om leverandører 2023

Q37.2

Jeg ber kun om dokumentasjon av vesentlige kostnadselementer

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	42	32
Helt uenig		
Ganske uenig		3%
Verken enig eller uenig	10%	3%
Ganske enig	12%	19%
Helt enig	79%	75%
Vet ikke		
Uenig	0 %	3 %
Enig	91 %	94 %

En høy andel leverandører mener at de tre største kjedene forlanger dokumentasjon på detaljer. 55 prosent hevder at dette er tilfellet i Rema, mens andelen som hevder det samme om Norgesgruppen og Coop, er henholdsvis 40 prosent og 47 prosent. Som nevnt over har Bunnpris og Oda innkjøpssamarbeid med henholdsvis Norgesgruppen og Rema. Tallene for disse kjedene bør dermed ikke tillegges stor vekt.

Leverandørenes vurdering står i sterk kontrast til det kjedene hevder. Over 90 prosent av kjedene svarer at de kun ber om dokumentasjon av vesentlige kostnadselementer fra både markedsledende og øvrige leverandører.

Sammenlignet med 2022 har leverandørenes vurdering av Norgesgruppen og Rema blitt noe mer negativ, mens inntrykket av de øvrige kjedene har ikke endret seg nevneverdig. Kjedene har ikke endret sin oppfatning av temaet siden 2022.

Det er naturlig at partene i forhandlinger har ulike forventninger til hva som skal fremlegges av dokumentasjon. Likevel viser tallene fra leverandørene at det fortsatt er rom for forbedringer på dette området.

5.7.3 Informasjon ved prisøkninger

Q37.3

Kjedene om leverandører 2023

Vi har stor tillit til den informasjonen om prisøkninger som leverandøren gir oss

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	42	32
Helt uenig	17%	9%
Ganske uenig	43%	28%
Verken enig eller uenig	10%	19%
Ganske enig	26%	34%
Helt enig	5%	9%
Vet ikke		

Uenig	60 %	38 %
Enig	31 %	44 %

Kjedene har relativt lav tillitt til informasjonen om prisøkninger fra leverandørene. Tillitten til informasjon om prisøkninger fra ledende leverandører er særlig lav. Dette var også tilfellet i 2022.

5.8 Joint Marketing (JM)

5.8.1 Avtalen inneholder en god beskrivelse av hva som er våre {leverandørens}/{kjedens} forpliktelser i JM

Q21.1 **Leverandørene om kjeder 2023**

Avtalen inneholder en god beskrivelse av hva som er våre forpliktelser som leverandør i JM

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig	1%		4%	2%		
Ganske uenig	6%	16%	17%	2%		7%
Verken enig eller uenig	8%	7%	13%	4%	11%	20%
Ganske enig	44%	40%	38%	46%	51%	40%
Helt enig	41%	36%	28%	46%	37%	33%
Vet ikke	1%					
uenig	7 %	16 %	21 %	4 %	0 %	7 %
enig	85 %	76 %	66 %	92 %	89 %	73 %

Q39.1 **Kjedene om leverandører 2023**

Avtalen inneholder en god beskrivelse av hva som er våre (kjedens) forpliktelser i JM

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	37	26
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	5%	4%
Ganske enig	24%	23%
Helt enig	70%	69%
Vet ikke		4%
uenig	0 %	0 %
enig	95 %	92 %

Forutsetningen for å svare på spørsmål om Joint Marketing (JM) er at respondentene faktisk har forhandlet frem avtaler om slike felles aktiviteter.

Leverandørene uttrykker størst grad av fornøydhet med Norgesgruppens avtaler om JM. 85 prosent av leverandørene sier at avtalene med denne kjeden gir en god beskrivelse av forpliktelsene. Rema og Coop skårer henholdsvis 76 prosent og 66 prosent. Tallene for Bunnpris og Oda er også svært positive, mens Europris skårer på nivå med Rema.

Kjedenes svar på utsagnet er nok et uttrykk for egen kontroll over slike avtaler.

Sammenlignet med 2022 er leverandørene fortsatt mest fornøyde med JM-avtalen de har med Norgesgruppen. Det har imidlertid skjedd en endring i leverandørenes fornøydhet med Rema og Coop. Leverandørene var mer fornøyde med Coop enn Rema i 2022, mens det er Rema som kommer best ut av de to i 2023. Andel leverandører som uttrykker *misnøye* med Coop, har imidlertid ikke økt siden 2022. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar.

5.8.2 Betaling for JM er i godt samsvar med den avtalte tjenesten

Q21.2 Leverandørene om kjeder 2023

Det vi betaler for JM er i godt samsvar med den avtalte tjenesten vi får tilbake

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig	13%	16%	17%	2%	6%	
Ganske uenig	28%	31%	36%	21%	20%	13%
Verken enig eller uenig	17%	18%	19%	6%	14%	27%
Ganske enig	29%	24%	19%	40%	43%	33%
Helt enig	11%	11%	9%	31%	17%	27%
Vet ikke	1%					

uenig	42 %	47 %	53 %	23 %	26 %	13 %
enig	41 %	35 %	28 %	71 %	60 %	60 %

Q39.2 Kjedene om leverandører 2023

Det leverandøren betaler for JM er i godt samsvar med den avtalte tjenesten vi yter leverandøren

	ledende	øvrig
<*>No. of cases	37	26
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	3%	
Ganske enig	24%	15%
Helt enig	73%	81%
Vet ikke		4%

uenig	0 %	0 %
enig	97 %	96 %

En høy andel leverandører gir uttrykk for et misforhold mellom hva de betaler for JM og den tjenesten de får tilbake fra de tre store kjedene. Bunnpris skiller seg positivt ut ved at 71 prosent av leverandørene mener de får tilbake den avtalte tjenesten de betaler for. Av de tre største kjedene

kommer Norgesgruppen best ut, mens Oda og Europris kommer langt bedre ut enn de store kjedene.

Kjedenes vurdering står i sterk kontrast til leverandørene. Kjeden henviser til full balanse mellom leverandørens betalinger og den tjenesten kjeden yter leverandørene.

I 2022 syntes leverandørene å være mer fornøyde med Coop enn de to andre store kjedene, mens i 2023 er det Norgesgruppen som vurderes å være best, samtidig som Coop faller noe tilbake (fra 38 prosent i 2022 til 28 prosent i 2023). Kjedenes syn på dette temaet har ikke endret seg siden 2022.

5.8.3 Avtalte aktiviteter gjennomføres

Q21.3 Leverandørene om kjeder 2023

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte aktiviteter gjennomføres

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig		4%	6%		9%	
Ganske uenig	9%	22%	19%	4%	17%	
Verken enig eller uenig	7%	18%	11%	8%	9%	13%
Ganske enig	48%	31%	38%	40%	37%	60%
Helt enig	35%	24%	23%	48%	29%	27%
Vet ikke	2%	2%	2%			

Uenig	9 %	25 %	26 %	4 %	26 %	0 %
Enig	83 %	55 %	62 %	89 %	66 %	87 %

Q39.3 Kjedenes om leverandører 2023

Jeg opplever at vi (vår kjede) i all hovedsak gjennomfører de aktivitetene som er avtalt

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	37	26
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig		4%
Ganske enig	24%	27%
Helt enig	76%	65%
Vet ikke		4%

Uenig	0 %	0 %
Enig	100 %	92 %

Leverandørene er mest fornøyde med Bunnpris – 89 prosent av leverandørene mener at avtalte aktiviteter gjennomføres i denne kjeden. Majoriteten av leverandørene opplever at avtalte aktiviteter

også blir gjennomført i Norgesgruppen. Rema og Coop skårer betydelig lavere. Andelen som hevder at avtalte aktiviteter *ikke* blir gjennomført i disse kjedene er henholdsvis 25 prosent og 26 prosent.

Kjedene hevder på sin side at de i all hovedsak gjennomfører avtalte aktiviteter.

I 2022 hevdet omtrent 20 prosent av leverandørene at avtalte aktiviteter *ikke* ble gjennomført i Rema og Coop. Leverandørenes inntrykk av disse to kjedene har dermed forverret seg ytterligere siden 2022. Det har ikke skjedd betydelige endringer i leverandørenes vurdering av de øvrige kjedene. Kjedenes syn på dette temaet har ikke endret seg siden 2022.

5.8.4 Avtalt sortiment gjennomføres

Q21.4 Leverandørene om kjeder 2023

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte sortiment gjennomføres

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig		6%	2%		3%	
Ganske uenig	3%	13%	6%	6%	3%	13%
Verken enig eller uenig	2%	7%	2%	15%	9%	20%
Ganske enig	41%	40%	47%	39%	40%	33%
Helt enig	53%	35%	43%	40%	46%	33%
Vet ikke	2%					

Uenig	3 %	18 %	9 %	6 %	6 %	13 %
Enig	93 %	75 %	89 %	79 %	86 %	67 %

Q39.4 Kjedenes om leverandører 2023

Jeg opplever at vi (vår kjede) i all hovedsak gjennomfører avtalte sortiment

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	37	26
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig		
Ganske enig	16%	19%
Helt enig	81%	73%
Vet ikke	3%	8%

Uenig	0 %	0 %
Enig	97 %	92 %

Majoriteten av leverandørene opplever at kjedenes avtalte sortiment i hovedsak blir gjennomført. Norgesgruppen kommer best ut, etterfulgt av Coop. Rema kommer noe dårligere ut – om lag en av fem leverandører mener at avtalte sortiment *ikke* blir gjennomført i Rema.

Kjedene hevder på sin side at de i all hovedsak gjennomfører avtalte sortiment.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.8.5 Avtalt distribusjon gjennomføres

Q21.5 Leverandørene om kjeder 2023

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte distribusjon gjennomføres

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig		4%	2%		3%	
Ganske uenig	2%	13%	15%	8%	3%	7%
Verken enig eller uenig	6%	6%	11%	17%	9%	13%
Ganske enig	43%	44%	40%	39%	43%	47%
Helt enig	45%	35%	32%	33%	43%	33%
Vet ikke	4%			4%		

Uenig	2 %	16 %	17 %	8 %	6 %	7 %
Enig	89 %	78 %	72 %	71 %	86 %	80 %

Q39.5

Kjedene om leverandører 2023

Jeg opplever at vi (vår kjede) i all hovedsak gjennomfører avtalte distribusjon

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	37	26
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig		
Ganske enig	22%	27%
Helt enig	76%	69%
Vet ikke	3%	4%

Uenig	0 %	0 %
Enig	98 %	96 %

Majoriteten av leverandørene opplever at kjedenes avtalte distribusjon i hovedsak blir gjennomført. Norgesgruppen kommer best ut, mens Rema og Coop skårer svakere.

Kjedene hevder at de i all hovedsak gjennomfører avtalte distribusjon.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.8.6 Avtalte plassering gjennomføres

Q21.6 Leverandørene om kjeder 2023

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte plassering gjennomføres

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europriis
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig		4%				
Ganske uenig	10%	20%	11%	6%	6%	
Verken enig eller uenig	15%	11%	15%	23%	29%	47%
Ganske enig	43%	38%	49%	40%	37%	47%
Helt enig	27%	22%	26%	23%	29%	7%
Vet ikke	5%	6%		8%		
Uenig	10 %	24 %	11 %	6 %	6 %	0 %
Enig	70 %	60 %	74 %	64 %	66 %	53 %

Q 21.6

Jeg opplever at kjedens avtalte plassering gjennomføres

	KIWI	MENY	Kjøpmannshuset
<*>No. of cases	37	31	34
Helt uenig			
Ganske uenig	16 %	16 %	
Verken enig eller uenig	22 %	7 %	18 %
Ganske enig	32 %	42 %	59 %
Helt enig	27 %	29 %	21 %
Vet ikke	3 %	7 %	3 %
Uenig	16 %	16 %	0 %
Enig	59 %	71 %	80 %

Q39.6 Kjedene om leverandører 2023

Jeg opplever at vi (vår kjede) i all hovedsak gjennomfører avtalte plassering

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	37	26
Helt uenig		4%
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	11%	12%
Ganske enig	27%	19%
Helt enig	51%	50%
Vet ikke	11%	15%
Uenig	0 %	4 %
Enig	78 %	69 %

Leverandørene opplever at Coop og Norgesgruppen i større grad gjennomfører kjedenes avtalte plassering enn Rema. 24 prosent av leverandørene mener at avtalte plassering *ikke* blir gjennomført i Rema.

Av Norgesgruppens profilhus skiller Kjøpmannshuset seg klart ut. 80 prosent av leverandørene mener at avtalte plassering blir gjennomført i Kjøpmannshuset, og ingen av leverandørene mener at avtalte plassering *ikke* blir gjennomført. For KIWI-kjeden er andel leverandører som mener at kjedens avtalte plassering gjennomføres, på nivå med Rema.

Kjedene hevder at de i all hovedsak gjennomfører avtalte plassering, men dette gjelder i noe større grad for markedsledende leverandører enn de øvrige.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.8.7 Når avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden, blir vi enige om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM

Q21.7 Leverandørene om kjeder 2023

Når avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden, blir vi enige om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig	24%	29%	47%	10%	14%	13%
Ganske uenig	20%	18%	23%	14%	23%	20%
Verken enig eller uenig	23%	16%	4%	27%	29%	33%
Ganske enig	6%	11%	9%	12%	3%	7%
Helt enig	4%	4%	2%	6%	11%	
Vet ikke	25%	22%	15%	33%	20%	27%
Uenig	43 %	47 %	70 %	23 %	37 %	33 %
Enig	10 %	15 %	11 %	17 %	14 %	7 %

Q39.7

Kjedene om leverandører 2023

Når kjedens avtalte aktiviteter ikke gjennomføres, blir vi enige om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	37	26
Helt uenig		4%
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	41%	27%
Ganske enig	22%	35%
Helt enig	27%	27%
Vet ikke	11%	8%
Uenig	0 %	4 %
Enig	49 %	62 %

Svært liten andel leverandører mener at de blir enige med kjedene om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM når avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden. Andelen som mener at de får kompensasjon fra Norgesgruppen, Rema og Coop, er henholdsvis 10 prosent, 15 prosent og 11 prosent. Omtrent halvparten mener at de *ikke* blir kompensert av Rema, og 70 prosent mener det samme om Coop. Tallene for Bunnpris, Oda og Europris er også svake.

Kjedene er heller ikke bastante i sine svar på om de kommer til enighet med leverandørene om reduksjon i betalingene. 41 prosent av kjedenes representanter svarer «Verken enig eller uenig» i forholdet til ledende leverandører, mens 27 prosent er «Verken enig eller uenig» i forholdet til øvrige leverandører. Av dem med klar oppfatning, svarer rundt halvparten av respondentene at de blir enige med ledende leverandører, mens 65 prosent svarer det samme om øvrige leverandører.

Tall fra leverandørene har ikke bedret seg siden 2022. Det har heller ikke skjedd betydelige endringer i kjedenes svar på dette spørsmålet. Andelen av kjedenes representanter som ikke tar stilling til spørsmålet, har imidlertid økt. Det er dermed fortsatt et stort forbedringspotensial på dette området.

5.8.8 Svekker kjeden avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer (EMV)?

Q21.8 Leverandørene om kjeder 2023

Jeg opplever at kjeden svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer (EMV)

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	106	55	47	52	35	15
Helt uenig	19%	24%	11%	33%	51%	20%
Ganske uenig	18%	4%	9%	27%	26%	27%
Verken enig eller uenig	26%	27%	23%	21%	20%	20%
Ganske enig	20%	16%	19%	12%		13%
Helt enig	11%	27%	26%	2%		20%
Vet ikke	6%	2%	13%	6%	3%	

Uenig	37 %	27 %	19 %	60 %	77 %	47 %
Enig	31 %	44 %	45 %	13 %	0 %	33 %

Q 21.8

Jeg opplever at kjeden svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer (EMV)

	KIWI	MENY	Kjøpmannshuset
<*>No. of cases	37	31	34
Helt uenig	14 %	10 %	35 %
Ganske uenig	14 %	19 %	24 %
Verken enig eller uenig	16 %	45 %	18 %
Ganske enig	35 %	13 %	9 %
Helt enig	14 %	10 %	12 %
Vet ikke	8 %	3 %	3 %

Uenig	28 %	29 %	59 %
Enig	49 %	23 %	21 %

Over 40 prosent av leverandørene mener at Rema og Coop svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer (EMV). Norgesgruppen kommer klart bedre ut – andelen som mener at kjeden svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på EMV, er 31 prosent.

Det er KIWI-kjeden leverandørene vurderer mest negativt i Norgesgruppen. Nær halvparten av leverandørene mener at KIWI svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på EMV. Kjeden skårer lavest både blant konseptkjedene i Norgesgruppen, og blant de tre største paraplykjedene.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.9 Svinn og reklamasjoner

5.9.1 Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

Q22.1 **Leverandørene om kjeder 2023** Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europpris
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	3%	4%	1%	1%	2%	2%
Ganske uenig	10%	7%	9%	1%		2%
Verken enig eller uenig	23%	14%	24%	27%	32%	30%
Ganske enig	25%	38%	30%	21%	16%	24%
Helt enig	18%	11%	19%	16%	29%	11%
Vet ikke	22%	26%	17%	33%	21%	30%

Uenig	13 %	11 %	10 %	3 %	2 %	4 %
Enig	42 %	49 %	49 %	37 %	45 %	35 %

Kjedene om leverandører 2023

Q40.1 Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	2%	
Ganske uenig	17%	9%
Verken enig eller uenig	26%	21%
Ganske enig	19%	23%
Helt enig	16%	23%
Vet ikke	21%	23%

Uenig	19 %	9 %
Enig	35 %	47 %

Omtrent halvparten av leverandørene mener at avtalen med henholdsvis Rema og Coop regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte. Andelen som mener det samme om Norgesgruppen, er 42 prosent. Det er imidlertid en nokså høy andel som svarer enten «Verken enig eller uenig» eller «Vet ikke». Av dem som har en klar oppfatning, er det et klart flertall som mener at avtalene regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte.

En relativt høy andel av kjedene har heller ikke en klar oppfatning av temaet. Godt over 40 prosent av respondentene svarer enten «Verken enig eller uenig» eller «Vet ikke». Av dem som har en oppfatning, svarer majoriteten at svinn håndteres kontrollerbart, selv om ledende leverandører skårer svakere enn øvrige.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i verken leverandørenes eller kjedenes svar på dette spørsmålet siden 2022.

5.9.2 Krav om kompensasjon/kundereklamasjoner

Q22.2 Leverandørene om kjeder 2023

Kommer med krav om kompensasjon som etter min mening skyldes forhold de selv har ansvaret for (for eksempel feil lagring) -

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europpris
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	25%	17%	23%	32%	29%	11%
Ganske uenig	27%	27%	21%	21%	23%	28%
Verken enig eller uenig	15%	17%	26%	21%	27%	24%
Ganske enig	15%	4%	10%	3%	4%	9%
Helt enig	5%	10%	5%			2%
Vet ikke	14%	26%	15%	25%	18%	26%
Uenig	52 %	43 %	44 %	52 %	52 %	39 %
Enig	20 %	14 %	15 %	3 %	4 %	11 %

Q40.2

Kjedene om leverandører 2023

Avtalen regulerer kundereklamasjoner på en objektiv og kontrollerbar måte

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	2%	
Ganske uenig	10%	11%
Verken enig eller uenig	17%	19%
Ganske enig	31%	26%
Helt enig	28%	30%
Vet ikke	12%	15%
Uenig	12 %	11 %
Enig	59 %	55 %

Det er en nokså høy andel av leverandørene som ikke har en klar oppfatning av dette spørsmålet. Omtrent to av fem svarer enten «Verken enig eller uenig» eller «Vet ikke». Av dem som har erfaring med temaet, hevder flertallet at denne type kompensasjonskrav ikke er et problem.

Rundt en tredjedel av kjedenes representanter har heller ikke oppfatning om hvordan avtalene med leverandørene regulerer kundereklamasjoner. De aller fleste av dem som sitter på erfaringen, sier imidlertid at avtalene regulerer reklamasjoner objektivt og kontrollerbart.

Sammenlignet med 2022 synes usikkerheten blant leverandørene på dette området å ha økt noe, mens det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar.

5.9.3 Dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen

Q22.3 Leverandørene om kjeder 2023

Vi mottar dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	4%	3%	2%	3%	7%	9%
Ganske uenig	7%	7%	7%	1%	4%	9%
Verken enig eller uenig	29%	28%	29%	34%	39%	35%
Ganske enig	19%	20%	24%	12%	18%	9%
Helt enig	13%	10%	15%	14%	9%	4%
Vet ikke	28%	32%	23%	36%	23%	35%

Uenig	11 %	10 %	9 %	4 %	11 %	17 %
Enig	32 %	30 %	39 %	26 %	27 %	13 %

Kjedene om leverandører 2023

Q40.3

Vi gir dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig		4%
Verken enig eller uenig	26%	19%
Ganske enig	14%	11%
Helt enig	33%	38%
Vet ikke	28%	28%

Uenig	0 %	4 %
Enig	47 %	49 %

Lovens § 7 stiller krav om at avtalen skal regulere ansvar for svinn og kunderelasjoner. Over halvparten av leverandørene tar ikke stilling til hvorvidt kjedene gir dokumentasjon om svinn i henhold til avtalen. Av dem som har en klar oppfatning, svarer en tredjedel at de mottar en slik dokumentasjon fra Norgesgruppen og Rema, mens 39 prosent svarer det samme om Coop. Andel leverandører som referer til at de *ikke* mottar avtalefestet dokumentasjon om svinn fra de tre store kjedene, er lav. For Bunnpris er andelen som mener manglende dokumentasjon er et problem, spesielt lav. Tallene for Europris er neppe like relevante ettersom kjeden har færre varer som er

utsatt for svinn, og som det er vanlig å kompensere for (for eksempel matvarer med kort holdbarhet).

Kjedene har heller ikke en klar oppfatning av dette spørsmålet. Nær halvparten av respondentene svarer enten «Verken enig eller uenig» eller «Vet ikke». Av dem med klar oppfatning, er det likevel et klart flertall som mener dokumentasjon om svinn gis i henhold til avtalen.

Siden 2022 har leverandørens inntrykk av Rema, og særlig Coop, på dette området blitt noe mer positivt, mens det motsatte gjelder for Norgesgruppen. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar.

5.10 Delisting

5.10.1 Delisting forekommer noen ganger uten en saklig begrunnet forklaring

Q22.4 **Leverandørene om kjeder 2023** Delisting kan forekomme uten en saklig begrunnet forklaring

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	16%	12%	8%	22%	27%	9%
Ganske uenig	21%	29%	27%	21%	27%	13%
Verken enig eller uenig	19%	12%	21%	18%	25%	20%
Ganske enig	21%	22%	17%	21%	7%	30%
Helt enig	16%	20%	19%	3%		9%
Vet ikke	7%	4%	9%	16%	14%	20%
Uenig	37 %	41 %	35 %	42 %	54 %	22 %
Enig	37 %	42 %	36 %	23 %	7 %	39 %

Lovens § 8 stiller krav knyttet til delisting og oppsigelse, blant annet kravet til saklig grunn. Andel leverandører som opplever at delisting forekommer uten en saklig begrunnet forklaring fra de tre store kjedene, varierer mellom 36 prosent (Coop) og 42 prosent (Rema). Rema kommer dårligst ut, men det er relativt liten forskjell i leverandørens vurdering av de tre store kjedene. Europris skårer på nivå med de tre store kjedene, mens for Bunnpris og Oda er tallene vesentlig bedre.

Leverandørens inntrykk av kjedene har ikke bedret seg siden 2022, og Dagligvaretilsynet vil fortsatt ha fokus på dette området i sitt videre arbeid.

5.10.2 Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting

Q22.6 Leverandørene om kjeder 2023

Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	6%	7%	3%	1%	2%	13%
Ganske uenig	5%	6%	2%	3%	9%	22%
Verken enig eller uenig	19%	14%	12%	21%	38%	17%
Ganske enig	29%	39%	38%	26%	13%	15%
Helt enig	32%	24%	33%	26%	21%	7%
Vet ikke	10%	10%	12%	23%	18%	26%

uenig	10 %	12 %	6 %	4 %	11 %	35 %
enig	61 %	63 %	71 %	52 %	34 %	22 %

Q 22.6

Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting

	KIWI	MENY	Kjøpmannshuset
<*>No. of cases	43	45	44
Helt uenig	2 %	7 %	2 %
Ganske uenig	7 %	2 %	7 %
Verken enig eller uenig	12 %	22 %	16 %
Ganske enig	35 %	20 %	34 %
Helt enig	40 %	36 %	32 %
Vet ikke	5 %	13 %	9 %

uenig	9 %	9 %	9 %
enig	75 %	56 %	66 %

Q40.4 **Kjedene om leverandører 2023**
Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig		4%
Verken enig eller uenig	7%	9%
Ganske enig	7%	11%
Helt enig	79%	70%
Vet ikke	7%	6%
uenig	0 %	4 %
enig	86 %	81 %

Frister for delisting er godt beskrevet i avtalene til de tre store kjedene, og Bunnpris. I Norgesgruppen er det særlig KIWI-kjeden som skårer høyt på dette området. 75 prosent av leverandørene mener at avtalen med KIWI gir en god beskrivelse av fristene for delisting.

Tallene for Oda er mindre relevante. Oda er en nettaktør, og listing/delisting fungerer annerledes i en nettbutikk enn i fysiske butikker.

Europris skårer spesielt lavt på dette spørsmålet. Kun 22 prosent av leverandørene mener at avtalen med Europris gir en god beskrivelse av fristene for delisting. Over en tredjedel mener at avtalen *ikke* gir en god beskrivelse av delisting. De lave tallene kan ha sammenheng med at Europris har en annen forretningsmodell enn de øvrige kjedene.

Kjedene hevder at avtalene med både ledende og øvrige leverandører gir en god beskrivelse av frister.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i leverandørenes svar siden 2022. Kjedenes vurdering av hvorvidt avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting, har heller ikke endret seg siden 2022.

5.10.3 Delisting skjer sjelden uventet

Q22.5 Leverandørene om kjeder 2023**Delisting skjer sjelden uventet**

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	6%	10%	11%	8%	9%	11%
Ganske uenig	21%	19%	25%	12%	16%	15%
Verken enig eller uenig	21%	22%	16%	22%	25%	28%
Ganske enig	26%	30%	29%	23%	14%	17%
Helt enig	17%	14%	12%	16%	21%	7%
Vet ikke	9%	4%	7%	18%	14%	22%

Uenig	27 %	29 %	36 %	21 %	25 %	26 %
Enig	43 %	44 %	41 %	40 %	36 %	24 %

Dette spørsmålet bør sees i sammenheng med de to foregående spørsmålene over.

Over 40 prosent av leverandørene er enige i at delisting forekommer sjelden i de tre store kjedene. 40 prosent mener det samme om Bunnpris. Rundt 30 prosent av leverandørene mener delisting *skjer* uventet i de tre store kjedene, mens 21 prosent mener det samme om Bunnpris. Europri skårer vesentlig lavere enn de andre kjedene også på dette spørsmålet. Som nevnt over kan dette ha sammenheng med at Europri har en annen forretningsmodell enn de øvrige kjedene.

Coop skårer noe dårligere sammenlignet med 2022. Andel enige i utsagnet om Coop har gått ned med 9 prosentpoeng, mens andel uenige har gått opp med 11 prosentpoeng. Bunnpris skårer også noe dårligere sammenlignet med 2022, men her har ikke andel uenige økt betydelig.

Totalt sett tyder tallene på at uventet delisting fortsatt forekommer. Dagligvaretilsynet vil følge dette opp i sitt videre arbeid.

5.10.4 Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert

Q22.7 Leverandørene om kjeder 2023**Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert**

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	3%	3%	1%			7%
Ganske uenig	4%	11%			4%	15%
Verken enig eller uenig	21%	16%	19%	21%	38%	26%
Ganske enig	29%	36%	33%	26%	20%	11%
Helt enig	30%	22%	34%	30%	23%	7%
Vet ikke	13%	12%	14%	23%	16%	35%

uenig	7 %	14 %	1 %	0 %	4 %	22 %
enig	59 %	58 %	66 %	56 %	43 %	17 %

Q40.5 Kjedene om leverandører 2023

Vår kjede respekterer fristen for oppsigelse (delisting) som er angitt i avtalen

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	5%	9%
Ganske enig	7%	6%
Helt enig	85%	79%
Vet ikke	3%	6%

uenig	0 %	0 %
enig	91 %	85 %

Det er en relativt høy andel av leverandørene som ikke tar tydelig stilling til dette spørsmålet. Av dem som tar tydelig stilling, svarer flesteparten at avtalefestede frister for delisting blir respektert i de tre store kjedene. Leverandørenes vurdering av Coop er særlig positiv. 66 prosent av leverandørene mener at kjeden respekterer oppsigelsesfristen for delisting.

Samtlige kjederepresentanter som har kunnskap om forholdet, hevder at avtalefestede frister blir respektert.

Det har ikke skjedd vesentlige endringer i verken leverandørenes eller kjedenes vurdering av dette temaet siden 2022.

5.10.5 Begrunnelse/Saklighet ved delisting

Q22.8 Leverandørene om kjeder 2023

Delisting er i noen tilfeller å anse som ren sjikane eller represalie

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europpris
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	25%	33%	33%	36%	41%	20%
Ganske uenig	11%	12%	15%	19%	23%	22%
Verken enig eller uenig	17%	16%	15%	19%	23%	22%
Ganske enig	22%	19%	16%	4%		4%
Helt enig	13%	8%	11%	4%	2%	9%
Vet ikke	12%	12%	10%	18%	11%	24%

uenig	36 %	46 %	48 %	55 %	64 %	41 %
enig	35 %	27 %	27 %	8 %	2 %	13 %

Q 22.8

Delisting er i noen tilfeller å anse som ren sjikane eller represalie

	KIWI	MENY	Kjøpmannshuset
<*>No. of cases	43	45	44
Helt uenig	23 %	20 %	30 %
Ganske uenig	7 %	13 %	14 %
Verken enig eller uenig	14 %	18 %	18 %
Ganske enig	33 %	20 %	16 %
Helt enig	16 %	9 %	16 %
Vet ikke	7 %	20 %	7 %

uenig	30 %	33 %	44 %
enig	49 %	29 %	32 %

**Kjedene om leverandører
2023**

Q40.6

Vår kjede begrunner delisting på en saklig og objektiv måte

	ledende	øvrig
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	5%	9%
Ganske enig	14%	15%
Helt enig	76%	66%
Vet ikke	5%	11%

uenig	0 %	0 %
enig	90 %	81 %

Det er store sprik i leverandørenes og kjedenes vurdering av delisting. Kjedene hevder at delisting blir begrunnet saklig og objektivt.

Mellom 27 prosent (Rema og Coop) og 35 prosent (Norgesgruppen) av leverandørene hevder at delisting i respektive kjede er å anse som ren sjikane eller represalie. Norgesgruppen kommer dårligst ut, og det er KIWI-kjeden leverandørene vurderer mest negativt. Bunnpris kommer klart bedre ut enn de tre store. Tallene for Oda er neppe like relevante, tatt i betraktning at de som nettaktør ikke har begrenset hylleplass i butikk.

Norgesgruppen kom dårligst ut på dette området også i 2022, mens Rema, som var best av de tre store i 2022, skårer nå på linje med Coop. Bunnpris kommer noe bedre ut sammenlignet med 2022. Kjedenes syn på temaet har ikke endret seg siden 2022.

Ettersom det ikke har skjedd en positiv endring i tallene fra leverandørene siden 2022, er det fortsatt et område Dagligvaretilsynet vil følge opp videre.

5.10.6 Gir en skriftlig begrunnelse av delisting når de/dere blir bedt om det

Q22.9 Leverandørene om kjeder 2023

Gir en skriftlig begrunnelse for delisting når de blir bedt om det

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	175	90	92	73	56	46
Helt uenig	10%	10%	13%	4%		11%
Ganske uenig	14%	11%	16%	4%	2%	11%
Verken enig eller uenig	29%	26%	24%	29%	48%	35%
Ganske enig	13%	13%	11%	10%	7%	9%
Helt enig	7%	8%	9%	8%	16%	
Vet ikke	27%	32%	27%	45%	27%	35%

uenig	24 %	21 %	29 %	8 %	2 %	22 %
enig	20 %	21 %	20 %	18 %	23 %	9 %

Kjedene om leverandører 2023

Q41

Gir en skriftlig begrunnelse for delisting når de blir bedt om det

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Ja	100%	98%
Nei		2%

Ifølge lovens § 8, skal delisting begrunnes skriftlig når en avtalepart krever det. Det er en relativt liten andel av leverandørene som har en klar oppfatning av utsagnet om skriftlig begrunnelse for delisting. Resultatene må derfor tolkes varsomt. Undersøkelsen forteller heller ikke hvor ofte leverandører faktisk ber om en skriftlig begrunnelse.

Av leverandørene som har en klar oppfatning, svarer omtrent 20 prosent av leverandørene at kjedene (utenom Europris) gir en skriftlig begrunnelse når de bes om det.

Kjedene på sin side hevder at skriftlig begrunnelse blir gitt når det blir etterspurt.

Leverandørenes vurdering av de tre store kjedene er stort sett på linje med 2022, selv om Norgesgruppen kommer noe dårligere ut i 2023. Leverandørenes oppfatning av Bunnpris ser imidlertid ut til å ha endret seg i negativ retning. Kun 18 prosent av leverandørene mener at kjeden gir en skriftlig begrunnelse for delisting, mot 34 prosent som mente det samme i 2022. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar.

5.11 Andre brudd på lov om god handelsskikk

5.11.1 Etterlignet og urimelig utnyttet din bedrifts produkt, idé eller design

Q23 **Leverandørene om kjeder 2023**

Har du opplevd at # har etterlignet din bedrifts produkt, idé eller design på en slik måte at det utgjør forvekslingsfare, eller på en annen måte urimelig utnyttet din bedrifts innsats eller resultater?

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	174	90	92	73	56	46
Ja	25%	31%	27%			15%
Nei	75%	69%	73%	100%	100%	85%

Leverandørene om kjeder 2023

Q24

Har din bedrift tatt dette opp med # ?

	Norgesgr	Rema	Coop
<*>No. of cases	44	28	25
Ja	57%	57%	68%
Nei	43%	43%	32%

Q25 **Leverandørene om kjeder 2023**

Reagerte # positivt på bedriftens henvendelse, slik at saken fikk en løsning?

	Norgesgr	Rema	Coop
<*>No. of cases	25	16	17
Ja	28%	13%	12%
Nei	60%	63%	71%
Vet ikke	12%	25%	18%

Q42

Kjedene om leverandører 2023

Har du opplevd at # har etterlignet din bedrifts produkt, idé eller design på en slik måte at det utgjør forvekslingsfare, eller på en annen måte urimelig utnyttet din bedrifts innsats eller resultater?

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Ja	16%	2%
Nei	85%	98%

Leverandørene opplever at etterligninger primært er et problem hos de tre største kjedene. Rema kommer dårligst ut ved at 31 prosent av leverandørene mener at denne kjeden har etterlignet deres produkt. Norgesgruppen og Coop kommer heller ikke positivt ut. Andelen som hevder at de har opplevd etterligning hos disse kjedene er henholdsvis 25 prosent og 27 prosent.

Ingen leverandører svarer at de har opplevd etterligning hos Bunnpris og Oda. Dette har sannsynligvis sammenheng med at Bunnpris og Oda har en vesentlig lavere andel egne merkevarer (som de selv eier) enn de tre store. Det er også en relativ lav andel av leverandørene (15 prosent) som mener at de har opplevd etterligning hos Europris.

Nærmere halvparten av leverandørene svarer at de ikke har henvendt seg til Norgesgruppen og Rema etter å ha observert en etterligning hos den respektive kjeden. Rundt en tredjedel har ikke tatt dette opp med Coop. Av dem som har kontaktet kjedene om dette, svarer flestparten at den respektive kjeden *ikke* reagerte positivt på henvendelsen, og at saken dermed ikke fikk en løsning. På grunn av utvalgsstørrelsen bør tallene imidlertid tolkes varsomt.

Dagligvaretilsynet får for få henvendelser knyttet til etterligninger. Tallene fra leverandørene indikerer at leverandørene også vegrer seg for å kontakte kjedene om dette. All den tid vi ikke kjenner til konkrete saker som tallene over eventuelt reflekterer, er det utfordrende å kommentere de ovennevnte resultatene.

Det er få på kjedesiden som har opplevd etterligning fra leverandørene. Likevel er det en relativ høy andel av kjedenes representanter (15 prosent) som svarer at de har opplevd etterligning fra ledene leverandører. Andelen har økt sammenlignet med 2022.

5.1.1.2 {kjeden/leverandøren} har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for deg personlig eller din bedrift

Q26

Leverandørene om kjeder 2023

Har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for meg personlig eller min bedrift

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	173	90	92	73	56	46
Helt uenig	46%	47%	57%	64%	71%	44%
Ganske uenig	19%	24%	14%	16%	11%	26%
Verken enig eller uenig	13%	12%	13%	8%	9%	13%
Ganske enig	14%	12%	11%	3%		4%
Helt enig	7%	2%	5%			2%
Vet ikke	2%	2%		8%	9%	11%
Uenig	64 %	71 %	71 %	81 %	82 %	70 %
Enig	21 %	14 %	16 %	3 %	0 %	7 %

Q45.1

Kjedene om leverandører 2023

Har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for meg personlig eller min bedrift

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	86%	83%
Ganske uenig	7%	6%
Verken enig eller uenig	2%	4%
Ganske enig	2%	
Helt enig	2%	
Vet ikke	2%	6%
Uenig	93 %	89 %
Enig	3 %	0 %

Lov om god handelsskikk § 10 omhandler trusler. Bestemmelsen lyder som følger:

Næringsdrivende i dagligvarebransjen må ikke benytte ord og handlinger som er egnet til å fremkalle alvorlig frykt, for eksempel trusler om utilbørlige represalier eller spredning av usann informasjon.

Frykt skyldes ikke nødvendigvis en ulovlig handling, heller ikke «alvorlig» frykt. Frykt er noe man føler, og hva som er årsaken til en slik følelse, er som regel utfordrende å avdekke. Det er derfor en grunn til at tilsynet ønsker å belyse frykt i undersøkelsen, selv om det er vanskelig å måle. Årets undersøkelse inneholder derfor enkelte tillegsspørsmål for å belyse dette temaet ytterligere.

Det er positivt at flertallet av leverandørene uttrykker at kjeden ikke har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for dem personlig eller deres bedrift. Andelen som svarer at Norgesgruppen har fremsatt slike ord eller utført slike handlinger, er 21 prosent. Andelen som svarer det samme om Rema og Coop, er henholdsvis 14 prosent og 16 prosent. Ingen av leverandørene har opplevd frykt i møte med Oda. Tallene for Bunnpris og Europris indikerer heller ingen problemstillinger knyttet til frykt.

Nesten ingen av kjedene har opplevd at en leverandør har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt i kjeden.

Leverandørenes vurdering av Norgesgruppen og Rema har ikke endret seg siden 2022.

Leverandørenes vurdering av Coop har imidlertid blitt mer positiv. Andelen som svarer at Coop har fremkalt alvorlig frykt for vedkommende eller dens bedrift, har gått ned fra 25 prosent til 16 prosent. Det er fortsatt høyest andel av leverandørene som svarer at de har opplevd alvorlig frykt i møte med Norgesgruppen. Det har ikke skjedd endringer av betydning kjedenes svar om leverandørene, selv om andelen som mener å ha opplevd frykt, har gått marginalt opp (3 prosentpoeng) siden 2022.

Som beskrevet under, er det hovedsakelig de markedsmessige forholdene, herunder markedsandel og/eller markedsrett, som er årsaken til opplevd frykt. Det er derfor viktig å ta dette i betraktning når en studerer de ovennevnte resultatene.

5.11.3 Frykt vs markedsrett

Q27.1 **Leverandørene om kjeder 2023**
Frykt er hovedsakelig et resultat av stor markedsrett og ikke ulovlig handling

	Norgesgr	Rema	Coop
<*>No. of cases	36	13	15
Helt uenig	3%		
Ganske uenig	3%		20%
Verken enig eller uenig	6%	15%	7%
Ganske enig	36%	62%	53%
Helt enig	47%	15%	20%
Vet ikke	6%	8%	
Uenig	6 %	0 %	20 %
Enig	83 %	77 %	73 %

Dette spørsmålet ble kun stilt til dem som rapporterte at å ha opplevd alvorlig frykt. I det følgende kommenteres det kun tall for de tre store kjedene. Utvalget er svært lite og må tolkes med varsomhet.

Det er markedsrett, og ikke ulovlig handling, som trer frem som den viktigste forklaringen til opplevd frykt. Det er en naturlig konsekvens av å delta i forhandlinger. En tapt forhandling med for eksempel påfølgende delisting, kan likevel være svært negativt for både virksomhet og person.

Uansett årsak er det viktig at kjedene er bevisste på at de, som den oftest sterkeste part i en forhandling, tar på alvor at noen leverandører opplever alvorlig frykt.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.11.4 Tiltak mot person eller bedrift som ikke vedrører saken og subtile handlinger

Q27.2

Leverandørene om kjeder 2023

Har direkte eller indirekte truet med tiltak som vedrører et annet produkt eller tema enn det saken gjelder

	Norgesgr	Rema	Coop
<*>No. of cases	36	13	15
Helt uenig	14%		
Ganske uenig	8%	15%	13%
Verken enig eller uenig	14%	23%	13%
Ganske enig	25%	31%	47%
Helt enig	31%	31%	27%
Vet ikke	8%		
Uenig	22 %	15 %	13 %
Enig	56 %	62 %	73 %

Dette spørsmålet ble kun stilt til dem som rapporterte at å ha opplevd alvorlig frykt. I det følgende kommenteres det kun tall for de tre store kjedene. Utvalget er svært lite og må tolkes med varsomhet.

Over halvparten av leverandørene rapporterer at Norgesgruppen har truet med tiltak som vedrører et annet produkt eller tema enn det saken gjelder. Andelen som rapporterer det samme om Rema og Coop, er henholdsvis 62 prosent og 73 prosent.

Det er sannsynligvis ulike oppfatninger mellom leverandørene og kjedene av hva som faktisk ble sagt eller ment fra kjedesiden, men tallene indikerer at det er noen som opplever slike trusler fra kjedene. En slik praksis fremmer ikke effektive forhandlinger.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

Q27.3**Leverandørene om kjeder 2023**

Ord eller handlinger fremstilles subtilt ved at konsekvenser antydes og ikke spesifiseres

	Norgesgr	Rema	Coop
<*>No. of cases	36	13	15
Helt uenig	3%		
Ganske uenig	3%	8%	
Verken enig eller uenig	8%	15%	27%
Ganske enig	47%	62%	33%
Helt enig	33%	15%	40%
Vet ikke	6%		
Uenig	6 %	8 %	0 %
Enig	81 %	77 %	73 %

Dette spørsmålet ble kun stilt til dem som rapporterte at å ha opplevd alvorlig frykt. I det følgende kommenteres det kun tall for de tre store kjedene. Utvalget er svært lite og må tolkes med varsomhet.

Tallene indikerer at det er noen leverandører som opplever subtile ord eller handlinger fra de store kjedene. Dette kan være en måte å forhandle på, men en slik praksis fremmer ikke gjensidig tillitt i forhandlingene.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

Q27.4**Leverandørene om kjeder 2023**

Handlinger som fremkaller frykt, er primært rettet mot min bedrift og ikke mot meg personlig

	Norgesgr	Rema	Coop
<*>No. of cases	36	13	15
Helt uenig	3%		7%
Ganske uenig			
Verken enig eller uenig	8%	8%	13%
Ganske enig	22%	23%	27%
Helt enig	67%	69%	53%
Vet ikke			
Uenig	3 %	0 %	7 %
Enig	89 %	92 %	80 %

Dette spørsmålet ble kun stilt til dem som rapporterte at å ha opplevd alvorlig frykt. I det følgende kommenteres det kun tall for de tre store kjedene. Utvalget er svært lite og må tolkes med varsomhet.

Det er positivt at flesteparten av leverandørene svarer at handlinger fra de store kjedene, som fremkaller frykt, er primært rettet mot bedriften man er ansatt i, og ikke vedkommende personlig.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.11.5 Har bevisst spredd usann informasjon om deg personlig eller din bedrift

Q28.1 Leverandørene om kjeder 2023

Har bevisst spredd usann informasjon om meg personlig eller min bedrift

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Euopris
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	77%	70%	72%	74%	68%	62%
Ganske uenig	14%	9%	16%	11%	5%	18%
Verken enig eller uenig	2%	12%	4%	3%	7%	7%
Ganske enig	2%	3%	1%		4%	2%
Helt enig		1%	2%			
Vet ikke	5%	4%	4%	13%	16%	11%

Uenig	90 %	79 %	88 %	85 %	73 %	80 %
Enig	2 %	4 %	3 %	0 %	4 %	2 %

Q47.1 Kjedene om leverandører 2023

Har bevisst spredd usann informasjon om meg personlig eller min bedrift

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig	83%	77%
Ganske uenig	5%	9%
Verken enig eller uenig	2%	4%
Ganske enig	3%	
Helt enig		2%
Vet ikke	7%	9%

Uenig	88 %	85 %
Enig	3 %	2 %

Leverandørene ser ikke ut til å ha opplevd at kjeden bevisst har spredd usann informasjon om vedkommende personlig eller bedriften man er ansatt i. Det er heller nesten ingen fra kjedene som mener at leverandører har spredd usann informasjon. Det er ingen vesentlig i endring i tallene fra 2022.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.12 Respekt for avtalen

5.12.1 Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert

Q28.2

Leverandørene om kjeder 2023

Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europriis
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	1%	3%	1%		2%	
Ganske uenig	1%	8%	7%	1%		4%
Verken enig eller uenig	5%	10%	9%	10%	14%	13%
Ganske enig	33%	42%	41%	26%	25%	42%
Helt enig	57%	33%	40%	51%	48%	27%
Vet ikke	4%	3%	2%	11%	11%	13%

Uenig	2 %	11 %	8 %	1 %	2 %	4 %
Enig	90 %	76 %	82 %	78 %	73 %	69 %

Kjedene om leverandører 2023

Q47.2

Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	2%	2%
Verken enig eller uenig	2%	2%
Ganske enig	22%	17%
Helt enig	72%	77%
Vet ikke	2%	2%

Uenig	2%	2%
Enig	95%	94%

En svært liten andel leverandører mener at kjedene ikke respekterer avtalens innhold etter at den er signert. Likevel er det forskjeller mellom kjedegrupperingene. Norgesgruppen kommer klart best ut,

mens Rema og Coop skårer henholdsvis 14 prosentpoeng og 8 prosentpoeng lavere enn Norgesgruppen.

Kjedene hevder at avtalens innhold i all hovedsak blir respektert. Leverandørene skårer over 90 prosent i kjedenes bedømmelse.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i verken leverandørenes eller kjedenes svar siden 2022.

5.12.2 Det oppstår sjelden uenighet om avtalens fortolkning etter at den er signert

Q28.3 Leverandørene om kjeder 2023

Det oppstår sjelden uenighet om avtalens fortolkning etter at den er signert

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	1%	6%				2%
Ganske uenig	2%	11%	13%	1%	5%	7%
Verken enig eller uenig	6%	14%	13%	11%	13%	13%
Ganske enig	37%	39%	35%	29%	21%	38%
Helt enig	49%	27%	35%	47%	50%	24%
Vet ikke	4%	3%	4%	11%	11%	16%

Uenig	3 %	17 %	13 %	1 %	5 %	9 %
Enig	87 %	66 %	70 %	76 %	71 %	62 %

Q47.3 Kjedene om leverandører 2023

Det oppstår sjelden uenighet om avtalens fortolkning etter at den er signert

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	2%	2%
Verken enig eller uenig	3%	
Ganske enig	36%	32%
Helt enig	57%	64%
Vet ikke	2%	2%

Uenig	2%	2%
Enig	93 %	96 %

Heller ikke fortolkning av avtalen synes å være et stort problem. Det er imidlertid klare forskjeller mellom de store kjedene. Norgesgruppen kommer klart best ut, mens Coop, og særlig Rema, skårer svakere. Bunnpris skårer også svakere enn Norgesgruppen, men bedre enn Rema og Coop.

Kjedene vurderer at avtalefortolkning er uproblematisk.

Leverandørenes syn på kjedene er stort sett uendret siden 2022. Bunnpris skårer imidlertid 13 prosentpoeng lavere sammenlignet med 2022. Det er likevel viktig å ha med seg at andel leverandører som er uenige i utsagnet om Bunnpris, er tilnærmet null. Dette kan tolkes som at en større andel av leverandørene ikke tar tydelig stilling til Bunnpris på dette spørsmålet, heller enn at deres syn på kjeden har endret seg i negativ retning. Kjedenes vurdering av spørsmålet har ikke endret seg siden 2022.

5.12.3 Inngåtte avtaler om betalingsfrist blir overholdt

Q28.4 Leverandørene om kjeder 2023

Inngåtte avtaler om betalingsvilkår blir overholdt

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	1%		1%			2%
Ganske uenig	1%	2%				2%
Verken enig eller uenig	1%	1%	3%	4%	9%	7%
Ganske enig	18%	29%	32%	24%	20%	33%
Helt enig	77%	64%	63%	63%	61%	40%
Vet ikke	3%	3%	1%	10%	11%	16%

Uenig	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %	4 %
Enig	95 %	93 %	95 %	86 %	80 %	73 %

Kjedene om leverandører 2023

Q47.4

Inngåtte avtaler om betalingsvilkår blir overholdt

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	2%	2%
Verken enig eller uenig		
Ganske enig	21%	21%
Helt enig	74%	75%
Vet ikke	3%	2%

Uenig	2 %	2 %
Enig	95 %	96 %

I motsetning til EU-direktivet om *Unfair Trading Practices*, inneholder den norske loven ikke krav til betalingsfrister. Både leverandørenes og kjedenes svar på dette spørsmålet tyder på at manglende overholdelse av betalingsfrister ikke er et problem. Dette synet har ikke endret seg siden 2022.

5.12.4 Gir tilgang til tilstrekkelig informasjon (som prognoser o.l.) for at vi kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser

Q28.5

Leverandørene om kjeder 2023

Gir tilgang til tilstrekkelig informasjon (som prognoser o.l.) for at vi kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	5%	16%	5%	3%	4%	2%
Ganske uenig	17%	21%	10%	10%	14%	22%
Verken enig eller uenig	20%	13%	17%	31%	25%	27%
Ganske enig	28%	28%	38%	25%	20%	20%
Helt enig	20%	13%	24%	19%	23%	13%
Vet ikke	10%	9%	5%	13%	14%	16%
uenig	22 %	37 %	15 %	13 %	18 %	24 %
enig	48 %	41 %	62 %	44 %	43 %	33 %

Q47.5

Kjedene om leverandører 2023

Gis tilgang til tilstrekkelig informasjon (som prognoser o.l.) slik at de kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig	3%	6%
Verken enig eller uenig	7%	15%
Ganske enig	45%	36%
Helt enig	41%	38%
Vet ikke	3%	4%
uenig	3 %	6 %
enig	86 %	75 %

62 prosent av leverandørene mener at Coop gir tilgang til tilstrekkelig informasjon, og rundt halvparten mener det samme om Norgesgruppen. Rema skårer lavest av de tre store.

Kjedene mener på sin side at de gir tilstrekkelig informasjon for at leverandørene kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser.

Sammenlignet med 2022 har leverandørene blitt mer positive til Coop, og mindre positive til Norgesgruppen. Leverandørenes syn på Rema er imidlertid uendret. Kjedenes syn på leverandørene har ikke endret seg betydelig siden 2022, selv om usikkerheten knyttet til hvorvidt det gis tilstrekkelig informasjon til øvrige leverandører, har økt noe.

5.12.5 Avtalen har en balansert beskrivelse av ytelser og motytelser

Q28.6 Leverandørene om kjeder 2023

Avtalen har en balansert beskrivelse av (leverandørens) ytelser og (kjedens) motytelser

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europri
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	8%	6%	4%	3%	2%	2%
Ganske uenig	15%	21%	26%	11%		18%
Verken enig eller uenig	21%	20%	24%	15%	21%	29%
Ganske enig	36%	31%	30%	31%	32%	29%
Helt enig	15%	20%	13%	29%	34%	9%
Vet ikke	5%	2%	2%	11%	11%	13%

uenig	23 %	27 %	30 %	14 %	2 %	20 %
enig	52 %	51 %	43 %	60 %	66 %	38 %

Q 28.6

Avtalen har en balansert beskrivelse av (leverandørens) ytelser og (kjedens) motytelser

	KIWI	MENY	Kjøpmannshuset
<*>No. of cases	43	43	44
Helt uenig	21 %	7 %	
Ganske uenig	21 %	19 %	11 %
Verken enig eller uenig	12 %	37 %	9 %
Ganske enig	33 %	23 %	48 %
Helt enig	12 %	9 %	23 %
Vet ikke	2 %	5 %	9 %

uenig	42 %	26 %	11 %
enig	45 %	32 %	71 %

Q47.6

**Kjedene om
leverandører 2023****ledende øvrige**

<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	5%	6%
Ganske enig	29%	26%
Helt enig	64%	66%
Vet ikke	2%	2%

uenig	0 %	0 %
enig	93 %	92 %

Inntrykket til leverandørene tyder på at det eksisterer utfordringer knyttet til avtalenes beskrivelse av ytelser og motytelser. Norgesgruppen kommer noe bedre ut enn Rema og Coop, noe som skyldes leverandørenes positive inntrykk av Kjøpmannshuset. Forskjellene mellom de tre store kjedene er imidlertid relativt små. Bunnpris, og særlig Oda, kommer klart bedre ut.

Kjedene mener at beskrivelsen av ytelser og motytelser er balansert i avtalene.

Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar på dette spørsmålet siden 2022. Leverandørenes inntrykk av Coop har forverret seg noe siden 2022, mens det har ikke skjedd endringer av betydning i tallene for de resterende kjedene. Tallene fra leverandørene er imidlertid fortsatt relativt svake for alle de tre store kjedene. Dagligvaretilsynet vil derfor fortsette å følge dette opp videre.

5.12.6 Kommer med krav om nye leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen

Q28.7

Leverandørene om kjeder 2023

Kommer med krav om nye leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	35%	22%	25%	43%	41%	24%
Ganske uenig	33%	29%	48%	29%	29%	27%
Verken enig eller uenig	16%	21%	14%	11%	16%	22%
Ganske enig	8%	14%	9%	3%	4%	9%
Helt enig	3%	7%	2%	1%		
Vet ikke	5%	7%	2%	13%	11%	18%

Uenig	68%	51%	73%	72%	70%	51%
Enig	11 %	21 %	11 %	4 %	4 %	9 %

Leverandørene har hovedsakelig et positivt inntrykk av kjedene på dette området, og det er små forskjeller mellom de fleste kjedene.

Leverandørenes vurdering av Rema er imidlertid noe mer negativ sammenlignet med de andre kjedene, og dette inntrykket har forverret seg noe siden 2022. Det er 21 prosent av leverandørene som svarer at kjeden kommer med krav om leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen, mot 15 prosent i 2022.

5.13 Uenighet og Tvister

5.13.1 Dersom det oppstår uenighet blir vi som regel enige i etterkant

Q28.8

Leverandørene om kjeder 2023

Dersom det oppstår uenighet, blir vi som regel enige i etterkant

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	1%		1%			
Ganske uenig	5%	13%	8%		2%	9%
Verken enig eller uenig	14%	20%	23%	21%	14%	13%
Ganske enig	46%	38%	42%	31%	34%	42%
Helt enig	26%	20%	22%	33%	36%	13%
Vet ikke	9%	9%	4%	15%	14%	22%

Uenig	6 %	13 %	9 %	0 %	2 %	9 %
Enig	72 %	58 %	64 %	64 %	70 %	56 %

Q47.7

Dersom det oppstår uenighet, blir vi som regel enige i etterkant

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	58	47
Helt uenig		
Ganske uenig		
Verken enig eller uenig	5%	6%
Ganske enig	28%	23%
Helt enig	64%	68%
Vet ikke	3%	2%

Uenig	0 %	0 %
Enig	91 %	92 %

Leverandørene synes stort sett å komme til enighet med alle kjedene ved eventuell uenighet. Norgesgruppen kommer klart best ut av de tre store kjedene, mens Rema skårer svakest.

Kjedene mener at de kommer til enighet med leverandørene ved eventuell uenighet.

Leverandørenes vurdering av Rema ser ut til å ha blitt noe mer negativ siden 2022, mens det har ikke skjedd endringer av betydning i leverandørenes vurdering av de resterende kjedene. Kjedenes syn på temaet har ikke endret seg siden 2022.

5.14 Fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen (uavhengig av samarbeidsklimaet)

Q28.9**Leverandørene om kjeder 2023**

Jeg er godt fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen (uavhengig av samarbeidsklimaet)

	Norgesgr	Rema	Coop	Bunnpris	Oda	Europris
<*>No. of cases	171	90	92	72	56	45
Helt uenig	2%	2%	1%		2%	
Ganske uenig	13%	14%	25%	10%	4%	4%
Verken enig eller uenig	21%	19%	15%	18%	21%	38%
Ganske enig	35%	43%	42%	39%	29%	36%
Helt enig	26%	17%	15%	24%	34%	9%
Vet ikke	3%	4%	1%	10%	11%	13%

Uenig	15 %	17 %	26 %	10 %	5 %	4 %
Enig	61 %	60 %	58 %	63 %	63 %	45 %

Q 28.9

Jeg er godt fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen (uavhengig av samarbeidsklimaet)

	KIWI	MENY	Kjøpmannshuset
<*>No. of cases	43	43	44
Helt uenig	2 %	2 %	
Ganske uenig	28 %	14 %	2 %
Verken enig eller uenig	14 %	23 %	18 %
Ganske enig	37 %	42 %	36 %
Helt enig	19 %	14 %	39 %
Vet ikke		5 %	5 %
uenig	30 %	16 %	2 %
enig	56 %	56 %	75 %

Q47.8

Jeg er godt fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen (uavhengig av samarbeidsklimaet)

	ledende	øvrige
<*>No. of cases		58
Helt uenig		
Ganske uenig		7%
Verken enig eller uenig		16%
Ganske enig		43%
Helt enig		33%
Vet ikke		2%
uenig		7 %
enig		76 %

Det er ikke nødvendigvis en sammenheng mellom det kommersielle resultatet og samarbeidsklima, men det kan være interessant å se disse spørsmålene i sammenheng.

Rundt 60 prosent av leverandørene svarer at de er godt fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen med de fleste kjedene, uavhengig av samarbeidsklima. Forskjellene mellom de tre store kjedene er små. Europris kommer noe dårligere ut, men det skyldes i hovedsak usikkerhet blant leverandørene.

I Norgesgruppen er leverandørene mest fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen med Kjøpmannshuset. En tredjedel av leverandørene er imidlertid *ikke* fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen med KIWI.

Kjedene vurderer det kommersielle resultatet av avtalen med både ledende og øvrige leverandører positivt.

Dette spørsmålet ble ikke stilt i undersøkelsen i 2022.

5.15 Kunnskap om lov om god handelsskikk, opplæring og tillit til Dagligvaretilsynet

5.15.1 Kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

Q48r1

2023

Jeg har god kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	234	66
Helt uenig	1%	
Ganske uenig	4%	2%
Verken enig eller uenig	9%	5%
Ganske enig	54%	14%
Helt enig	30%	79%
Vet ikke	2%	2%
Uenig	6%	2%
Enig	83 %	92 %

Både leverandører og kjeder mener de har god kunnskap om lov om god handelsskikk. Kunnskapsnivået blant kjedene er imidlertid klart høyere enn for leverandørene.

Sammenlignet med 2022 har andelen som svarer at de har god kunnskap om lov om god handelsskikk, gått ned med omtrent 5 prosentpoeng for begge grupper. Det er uklart hva dette skyldes. Det kan enten være at aktørene har blitt mer opplyst, slik at de forstår hvilken kunnskap de mangler, eller det kan skyldes tilfeldige avvik.

5.15.2 Opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk

Q48r2

2023

I min bedrift har jeg mottatt god opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	234	66
Helt uenig	6%	
Ganske uenig	8%	3%
Verken enig eller uenig	14%	3%
Ganske enig	40%	14%
Helt enig	31%	77%
Vet ikke	2%	3%
Uenig	13%	3%
Enig	71 %	91 %

Flesteparten av kjederepresentantene svarer at de har mottatt god opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk. Andel leverandører som svarer det samme, er lavere (71 prosent). Tallene indikerer at kjedene har gjennomført bedre opplæring enn hva leverandørene har gjort.

Sammenlignet med 2022 har andel leverandører som svarer at de har mottatt god opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk, gått ned med 8 prosentpoeng, mens andel kjeder som svarer det samme, har gått ned med 6 prosentpoeng. En mulig forklaring til en slik nedgang er at det var mer fokus på opplæringen når loven var ny, enn det har vært etterpå.

5.15.3 Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle

Q48r3

2023

Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	234	66
Helt uenig	3%	
Ganske uenig	10%	3%
Verken enig eller uenig	17%	9%
Ganske enig	44%	23%
Helt enig	24%	64%
Vet ikke	2%	2%
Uenig	13%	3%
Enig	68 %	86 %

Kjedene har bedre kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle enn leverandørene. Det stemmer overens med tallene i tabellene over, og det faktum at de store kjedene trolig har hatt mer kontakt med Dagligvaretilsynet enn mange av leverandørene.

Sammenlignet med 2022 har andelen som mener å ha god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle, økt med omtrent 4 prosentpoeng for begge grupper.

Q48r4

2023

Jeg har tillit til at Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden på en god måte

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	234	66
Helt uenig	2%	5%
Ganske uenig	11%	9%
Verken enig eller uenig	26%	15%
Ganske enig	35%	21%
Helt enig	24%	47%
Vet ikke	2%	3%
Uenig	13%	14%
Enig	59 %	68 %

Tilliten til hvordan Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk, er lavere enn ønsket. Dette spørsmålet må også sees i relasjon til kunnskapsnivået beskrevet over.

Sammenlignet med 2022 har andel leverandører som har tillitt til at Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk på en god måte, økt marginalt med 2 prosentpoeng. Andelen av kjedenes representanter som svarer det samme, har imidlertid gått ned med 5 prosentpoeng.

Dagligvaretilsynet vil fortsatt jobbe med å bedre kunnskapsnivået blant aktørene, og med å gjøre seg fortjent til høyere tillit.