



---

# SAMARBEIDSKLIMAET I DAGLIGVAREBRANSJEN

---

Rapport fra undersøkelse blant kjeder og leverandører  
2022



**Dagligvaretilsynet**

## 1 Innholdsfortegnelse

2	<i>Forord</i> .....	4
3	<i>Sammendrag av viktige funn</i> .....	5
4	<i>Metodebeskrivelse</i> .....	6
4.1	<b>Problemdefinisjon og målsetting</b> .....	6
4.2	<b>Populasjon, målgrupper og utvalg</b> .....	6
4.3	<b>Webskjema</b> .....	7
4.4	<b>Rekruttering</b> .....	7
4.5	<b>Gjennomføring og faktiske utvalg</b> .....	8
4.6	<b>Faktisk utvalg</b> .....	9
5	<i>Presentasjon av resultater</i> .....	9
5.1	<b>Forklaring av tabeller</b> .....	9
5.2	<b>Hvilke tabeller er tatt med?</b> .....	9
5.3	<b>Forhandlingsklima og samarbeid</b> .....	10
5.3.1	Samarbeidet er i all hovedsak basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet .....	10
5.3.2	Har samarbeidet med {kjeden} /{leverandører} blitt {verre/bedre/uendret}? .....	11
5.3.3	Har forhandlingsklimaet samlet sett blitt bedre i løpet av de siste 12 månedene? .....	12
5.3.4	{kjeden/leverandøren} legger frem alle relevante opplysninger som er av betydning for oss før signering av avtalen .....	12
5.3.5	{kjeden/leverandøren} har holdt tilbake informasjon under forhandlingene som jeg mener burde vært opplyst.....	14
5.3.6	Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være .....	15
5.3.7	<b>{kjeden/leverandøren}</b> forlanger å få opplysninger som etter min mening ikke er relevante for samarbeidet .....	16
5.3.8	Dersom {vi/leverandøren} har behov for å gjøre endringer i standardavtale, løser dette seg greit .	17
5.3.9	{kjeden/leverandøren} oppfyller de berettigede forventingene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale .....	18
5.3.10	Avtalen er utformet på en slik måte at den er kontrollerbar etter at avtalen er inngått .....	19
5.4	<b>Priser, rabatter og leveringsforpliktelser</b> .....	20
5.4.1	Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen .....	20
5.4.2	Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen.....	21
5.4.3	Dersom vi ikke har klart å oppfylle våre leveringsforpliktelser, gis kompensasjon i henhold til inngått avtale .....	22
5.5	<b>Ytelser og motytelser</b> .....	23
5.5.1	Vi har fått krav om ytelser som leverandør uten at motytelser fra kjeden er spesifiserte .....	23
5.5.2	{kjeden} gjennomfører avtalte motytelser som forventet .....	24
5.5.3	Jeg har opplevd at {kjeden} ensidig har endret kontraktens innhold i ettertid .....	24

<b>5.6</b>	<b>Skriftlige og muntlige avtaler.....</b>	<b>25</b>
5.6.1	Har avtalene med {kjeden}/{leverandørene} vært skriftlige? / Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler? .....	25
<b>5.7</b>	<b>Prisendringer.....</b>	<b>26</b>
5.7.1	Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte.....	26
5.7.2	Dokumentasjon ved prisendringer .....	27
5.7.3	Informasjon ved prisøkninger .....	28
<b>5.8</b>	<b>Joint Marketing (JM) .....</b>	<b>29</b>
5.8.1	Avtalen inneholder en god beskrivelse av hva som er våre {leverandørens}/{kjedens} forpliktelser i JM .....	29
5.8.2	Betaling for JM er i godt samsvar med den avtalte tjenesten .....	30
5.8.3	Avtalte aktiviteter gjennomføres .....	31
5.8.4	Når avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden, blir vi enige om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM .....	32
<b>5.9</b>	<b>Svinn og reklamasjoner .....</b>	<b>33</b>
5.9.1	Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte .....	33
5.9.2	Krav om kompensasjon/kundereklamasjoner .....	34
5.9.3	Dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen.....	35
<b>5.10</b>	<b>Delisting .....</b>	<b>36</b>
5.10.1	Delisting forekommer noen ganger uten en saklig begrunnet forklaring.....	36
5.10.2	Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting .....	36
5.10.3	Delisting skjer sjelden uventet.....	37
5.10.4	Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert .....	38
5.10.5	Begrunnelse/Saklighet ved delisting .....	39
5.10.6	Gir en skriftlig begrunnelse av delisting når de/dere blir bedt om det .....	40
<b>5.11</b>	<b>Andre brudd på lov om god handelsskikk.....</b>	<b>41</b>
5.11.1	Etterlignet og urimelig utnyttet din bedrifts produkt, idé eller design.....	41
5.11.2	{kjeden/leverandøren} har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for deg personlig eller din bedrift .....	41
5.11.3	Har bevisst spredd usann informasjon om deg personlig eller din bedrift .....	43
<b>5.12</b>	<b>Respekt for avtalen .....</b>	<b>44</b>
5.12.1	Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert .....	44
5.12.2	Det oppstår sjelden uenighet om avtalens fortolkning etter at den er signert.....	45
5.12.3	Inngåtte avtaler om betalingsfrist blir overholdt .....	46
5.12.4	Gir tilgang til tilstrekkelig informasjon (som prognoser o.l.) for at vi kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser .....	46
5.12.5	Avtalen har en balansert beskrivelse av ytelser og motytelser .....	47
5.12.6	Kommer med krav om nye leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen .....	48
<b>5.13</b>	<b>Uenighet og tvister.....</b>	<b>49</b>
5.13.1	Dersom det oppstår uenighet blir vi som regel enige i etterkant .....	49
5.13.2	Juridisk bistand i håndtering av tvistesak med #.....	50

<b>5.14</b>	<b>Kunnskap om lov om god handelsskikk, opplæring og tillit til Dagligvaretilsynet .....</b>	<b>51</b>
5.14.1	Kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden.....	51
5.14.2	Opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk.....	51
5.14.3	Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle .....	52

## 2 Forord

Siden etableringen av Dagligvaretilsynet i 2021 har vi vært opptatt av å ha et best mulig faktagrunnlag for vår virksomhet. Vi konstaterte tidlig at meningene om samarbeidsklimaet i dagligvarebransjen var mange, men veldig delte. Det som tidligere har vært gjennomført av undersøkelser, var svært begrenset og lå langt tilbake i tid. Vi gjennomførte derfor en egen kvalitativ dybdeundersøkelse i 2021. Undersøkelsen bestod av 31 dybdeintervjuer, fra både leverandører og kjeder. Undersøkelsen ga mye nyttig informasjon som gjorde oss i stand til å lage en større kvantitativ undersøkelse i 2022.

Metodevalg og utforming av undersøkelsen ble gjort våren 2022. I den forbindelse mottok vi verdifull bistand fra blant andre Dagligvareleverandørenes forening (DLF), Virke og NHO. Etter konkurransetsetting ble undersøkelsen gjennomført av Kantar Public. Feltarbeidet foregikk i perioden juni-september, og resultatene fra undersøkelsen ble presentert i slutten av oktober 2022.

Denne rapporten er en fullstendig gjennomgang over alle resultater, i tabellarisk form med medfølgende kommentarer. I tillegg er det utarbeidet et vedlegg med grafikk av viktige resultater.

I slutten av 2022 og i begynnelsen av 2023 har vi hatt mange henvendelser om nærmere presentasjon og diskusjon av undersøkelsen. Dette er noe vi gjerne stiller opp på. Det er også vårt håp at resultatene diskuteres grundig og bearbeides av aktørene selv, både i den enkelte bedrift og i deres foreninger.

Vi har forsøkt å utforme undersøkelsen slik at den best mulig dekker alle relevante aspekter fra lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden. Resultatene viser klart at enkelte temaer er mer problematiske enn andre. For bransjen selv synes det som om de fleste resultatene ikke er spesielt overraskende, men det er viktig å nå få dokumentert dem. Noen av resultatene som berører mangel på skriftlighet og muntlige tilleggsavtaler, har vært både overraskende og urovekkende.

Denne undersøkelsen berører mange sentrale problemstillinger i relasjon til samarbeidsklimaet i dagligvarehandelen, men går ikke i detalj inn på å forklare hvorfor. Det er vårt håp at påfølgende diskusjoner og bearbeiding av materialet kan bidra til både å grave videre i mulige forklaringer, og ikke minst at aktørene iverksetter tiltak hver for seg og i fellesskap, som kan føre til et bedre samarbeidsklima. Dagligvaretilsynets plan er at denne undersøkelsen skal følges opp av årlige undersøkelser fremover, og en bedre belysning av områder som denne undersøkelsen ikke inkluderer.

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

God lesning!

Tor Erik Engebretsen  
direktør i Dagligvaretilsynet  
Porsgrunn 23.12.2022

### 3 Sammendrag av viktige funn

Undersøkelsen viser klart at samarbeidsklimaet har et stort potensial for å bli bedre, spesielt basert på leverandørenes vurdering av kjedene. Det er relativt få av leverandørene som er helt uenige i at samarbeidet i all hovedsak er basert på forutberegnelighet og lojalitet. Andelen som er ganske eller helt enig i dette, varierer fra 61 % til 80 %. NorgesGruppen kommer klart bedre ut enn REMA og Coop, mens Bunnpris og Oda kommer klart bedre ut enn REMA og NorgesGruppen. Bildet er nokså likt når man ser på hvordan samarbeidet har utviklet seg. Mye av den samme fordelingen finner man igjen på mange av spørsmålene, men det er noen klare avvik. Kjødene er gjennomgående mer positive til samarbeidet med leverandørene enn omvendt, spesielt med de øvrige leverandørene (ikke markedsledende).

På spørsmål om åpenhet i forhandlinger og fremleggelse/tilbakehold av informasjon, har alle kjødene klare behov for forbedring. Kjødene er også her minst fornøyd med ledende leverandører når det gjelder tilbakehold av informasjon.

Undersøkelsen avdekket at NorgesGruppen og Bunnpris kommer best ut i å oppfylle leverandørenes forventninger og kjødens avtalte motytelser.

Et alvorlig problem som ble avdekket i undersøkelsen, er forekomsten av manglende skriftlige avtaler og muntlige tilleggsavtaler, selv om både NorgesGruppen og Bunnpris kommer bedre ut enn de øvrige.

Leverandørene mener at prisendringer bør gjennomføres på en bedre måte, spesielt gjelder dette Coop. For Joint Marketing (JM) mener leverandørene at betalingen til de 3 store kjødene ikke er i samsvar med den tjenesten man får. Leverandørene er spesielt misfornøyd med gjennomføringen av JM i REMA og Oda.

Svært få av leverandørene omtaler behandling av svinn og kundereklamasjoner som et stort problem. Delisting mener leverandørene kan være både uventet og mangle en saklig begrunnet forklaring, selv om kjødene stort sett synes å respektere frister for delisting. NorgesGruppen blir oppfattet som dårligst når det gjelder bruk av delisting som sjikane eller represalie.

Det er dessverre ikke overraskende at nesten 20 % av leverandørene har opplevd at en dagligvarekjede etterligner leverandørens idé eller merkevare. Mer overraskende er det at kjødene mener at 18 % av ledende leverandører gjør det samme.

Leverandører er ganske enige i at kjødene har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt frykt. I hvilken grad dette peker på en fryktkultur, er nærmere belyst i tabell **generelt 1.1** under.

## 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 alle hovedområder knyttet til lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden §§ 3-11. Felles for bestemmelsene er at de regulerer partenes atferd, ikke de kommersielle forhandlingsresultatene. Undersøkelsen berører derfor ikke partenes vurdering av oppnådde resultater av forhandlinger.

Temaene i hver paragraf ble omsatt til tydelige utsagn relatert til lovens bestemmelser osv. 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 Kantar Public AS valgt som leverandør. De hadde også ansvar for at undersøkelsen ble gjennomført i henhold til personvernregler (GDPR), kravet til anonymitet for personer, konfidensialitet osv.

Noen eksempler på avgrensninger:

- Kun forhandlinger på norsk (nordisk). Spørsmålsbatteriet vil kun ha norsk språk.
- Kjedens 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.) inkluderes under øvrige kjeder, men eventuell rapportering for disse kjedene prioriteres ikke. Det samme gjelder for kjeder på KBS-markedet.
- Kjeder som kun har dagligvarer som et supplement, ble ikke inkludert.

### 4.2 Populasjon, målgrupper og utvalg

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

Vi definerte populasjonen til alle leverandører som har solgt dagligvarer til en detaljist/dagligvarekjede, og tilsvarende alle detaljister/kjeder som har kjøpt dagligvarer fra leverandører. Variasjonsbredden er svært stor, spesielt på leverandørsiden - alt fra leverandører med en omsetning fra noen få millioner til flere milliarder. Vi satte ikke en nedre grense, da vi også hadde et håp om å få med mindre leverandører - lokalmatprodusenter o.l. Vi ønsket leverandører som forhandler selv og ikke via et datterselskap, morselskap e.l.

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 ha bare én person som kan forhandle med én eller flere kjeder. Fra leverandører forsøkte vi å nå personer som salgsleder/direktør, Key Account Managers (KAM) osv. Fra kjeder

rekrutterte vi innkjøpsleder/direktør, kategorisjef osv. (Skjema har en 4-delt kategorisering for både leverandør og kjede.)

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 5 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)

Bredsortimentkjeder som Normal, Europris, kiosk og bensin (spesialisert), og øvrige kjeder med hovedvekt på dagligvarer var også velkomne til å delta, men ble ikke prioriterte i rekrutteringsarbeidet.

### 4.3 Webskjema

Webskjema er utarbeidet i samarbeid med Kantar Public, og nøye testet og tilpasset for å kunne passe den store variasjonsbredden i respondenter. Leverandør 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. Det ble gjennomført en enkel testing av skjemaene, slik at kun de utsagnene som skilte best ble benyttet. Det er også med hensikt en viss overlapping for flere av utsagnene.

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 3 kjeder (tilfeldig valgt, men slik at undersøkelsen sikret best mulig representativitet blant de største kjedene).

Personer på kjedesiden har ofte forhandlet 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. Av hensyn til best mulig utvalgskontroll og muligheter for analyser på undergrupper, dersom faktisk utvalg hadde tillatt dette, inneholdt skjema mange ulike bakgrunnsvariabler.

### 4.4 Rekruttering

All rekruttering ble gjennomført med en to-trinns prosess der invitasjon til å melde seg på ble sendt gjennom ulike kanaler. Kvalifikasjonskriterium er at de har deltatt i forhandlinger siste år i den bedriften de nå er ansatt i. De som ønsket å melde seg måtte oppgi bedrift, navn, e-post og telefonnummer (for purring). Kantar Public gjorde en selvstendig kontroll (av at e-postadressen stemte med bedrift osv.), og innen to arbeidsdager sendte de lenke med selve undersøkelsen til den

som meldte seg på. 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 hos bedrift:

- Dagligvareleverandørenes forening (DLF)
- Stiftelsen Norsk Mat (lokalmatleverandører)
- Kjøttbransjen
- Bryggeri og drikkevareforeningen
- Baker- og konditorbransjens Landsforening

De samme foreningene bistod også med rekruttering via sine egne kanaler. Ca. 500 leverandører fikk utsendelse via Kantar, og ca. 250 fikk utsendelse direkte fra Dagligvaretilsynet. I tillegg ble det rekruttert via bruk av media - Dagligvarehandelen, nyhetsbrev, Salgslaget o.l.

Alle kjeder ble kontaktet direkte for rekruttering.

#### 4.5 Gjennomføring og faktiske utvalg

Grunnet utfordringer med å korrigere logiske feil i spørreskjemaet, startet ikke feltarbeidet før i andre halvdel av uke 25. Oppslutningen i sommerukene var ikke uventet noe lav, og feltperioden ble derfor utvidet til ut uke 38, som uansett ansees å være klar av høstens nye forhandlingssyklus. Det burde derfor ikke være noen tvil om at undersøkelsens fokus var på foregående forhandlingsår.

I følge Kantar Public skulle alle som meldte seg på, motta en lenke til undersøkelsen innen to arbeidsdager. Dette fungerte dessverre ikke som lovet, og noen rapporterte at de hadde ventet atskillig lenger. Dette kan ha påvirket det faktiske utvalget negativt. Kantar Public hadde ansvaret for å purre (inntil tre ganger) på at de påmeldte faktisk fullførte. Av GDPR-hensyn kunne ikke Dagligvaretilsynet bistå med dette.

Status etter avsluttet feltperiode var 390 fullførte påmeldinger, som fikk tilsendt lenke til undersøkelsen og purringer om de ikke fullførte. Det var til slutt 308 respondenter som fullførte hovedundersøkelsen, som var en del færre enn vi hadde håpet på. Vi anser likevel at svarresponsen blant de 5 største kjedene og store leverandører (over 400 mill. i omsetning) var tilfredsstillende, uten urovekkende skjevheter. Deltakelsen fra DLF-medlemmene var spesielt god, med 71 % respons.

Utvalgets størrelse begrenser naturligvis muligheter for nedbrytninger på undergrupper. Utvalget av lokalmatleverandører var også lavt. De 3 store kjedene er godt representert i svarene fra leverandørene, mens utvalget for Bunnpris og Oda naturlig nok er lavere. Usikkerheten i rapporteringen vil derfor være større for de to minste, spesielt Oda. Det faktiske utvalget i de ulike kategoriene framkommer i tabellen under.

## 4.6 Faktisk utvalg

	Leverandører	Kjeder	Totalt
Over 1000 mill. kr.	100		
400 – <=1000	64		
>=50 - < 400	44		
< 50	33		
Personer	241	67	308
Bedrifter	132	7	

## 5 Presentasjon av resultater

### 5.1 Forklaring av tabeller

- **<\*>No. of cases** betyr antall respondenter som har besvart spørsmålet for hver nedbrytning. Tallene varierer pga. kvalifikasjonskriterier for å besvare et spørsmål (f.eks. basert på hvor lenge de har arbeidet med forhandlinger og hva de beskriver å ha forhandlet om.
- Tallene er oppgitt i % uten desimaler (med avrundingsregler).
- Alle spørsmål er gjengitt med full tekst. Merk at i noen tilfeller fikk leverandører og kjeder like utsagn, mens for andre utsagn ble teksten tilpasset leverandør og kjede for å unngå misforståelser. I noen tilfeller ble spørsmålet kun stilt til leverandører.
- Ganske og Helt uenig (og Enig) er slått sammen i egen rad og påsatt fargekode, der rødt tall indikerer negative verdier og grønt tall indikerer positive verdier.

### 5.2 Hvilke tabeller er tatt med?

Tabellene inkluderer alle spørsmålene som ble stilt til henholdsvis leverandører og kjeder. Utvalgets størrelse gir dessverre få muligheter for ytterligere nedbrytninger. For konseptkjeden i NorgesGruppen er det stort sett svært liten variasjon i tallene. Disse er derfor kun presentert i form av tabell eller tekst der det er forskjell av betydning mellom konseptkjedene.

## 5.3 Forhandlingsklima og samarbeid

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

#### utsagn1.1

#### Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	3 %	5 %	3 %	0 %	2 %
Ganske uenig	4 %	18 %	15 %	13 %	6 %
Verken enig eller uenig	12 %	14 %	11 %	6 %	11 %
Ganske enig	42 %	33 %	43 %	45 %	37 %
Helt enig	38 %	28 %	25 %	33 %	37 %
Na	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	2 %	2 %	3 %	7 %

Uenig	7 %	23 %	18 %	13 %	7 %
Enig	80 %	61 %	68 %	78 %	74 %

#### utsagn1a1

#### Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	11 %	4 %
Verken enig eller uenig	11 %	7 %
Ganske enig	25 %	20 %
Helt enig	52 %	69 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %

Uenig	11 %	4 %
Enig	77 %	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.

4/5 av produsentene erklærer seg enige i at dette preger samarbeidet med NorgesGruppen. Dette kan sies å være tilfredsstillende, spesielt siden det er en lav andel som hevder at samarbeidet med NorgesGruppen ikke er basert på det samme.

Kun ca. 2/3 mener at samarbeidet med REMA 1000 og Coop er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet. Rundt 20 % mener at dette ikke preger samarbeidet. Dette gir rom for forbedringer.

Samarbeidet med Bunnpris og Oda kommer noe bedre ut. MEN: Alt i alt og med utgangspunkt i loven, har alle kjedene forbedringspotensial.

Omvendt er det kun 3/4 av kjedene som gir uttrykk for at samarbeidet med de markedsledende leverandørene (de to største i sin kategori) er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet. 9 av 10 sier det samme om samarbeidet med øvrige leverandører. Samarbeidet mellom kjedene og de største leverandørene har med andre ord forbedringsbehov.

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

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

#### generelt4

#### Leverandørene om kjeder

Har samarbeidet med # blitt:

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	142	101	120	59	39
Verre	9 %	22 %	19 %	3 %	8 %
Bedre	45 %	39 %	27 %	41 %	36 %
Uendret	45 %	37 %	53 %	56 %	54 %
Na	0 %	0 %	0 %	0 %	3 %
Vet ikke	1 %	3 %	2 %	0 %	0 %
<i>Endringsfaktor*</i>	<b>0,36</b>	<b>0,17</b>	<b>0,08</b>	<b>0,37</b>	<b>0,28</b>

#### generelt4a

#### Kjedene om leverandører

Har samarbeidet med leverandører blitt:

Alle	
<*>No. of cases	63
Verre	3 %
Bedre	48 %
Uendret	44 %
Na	0 %
Vet ikke	5 %
<i>Endringsfaktor*</i>	<b>0,44</b>

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

Leverandørene blir bedt om å vurdere om samarbeidet med de tre kjedegrupperingene NorgesGruppen, REMA 1000 og Coop er blitt bedre, verre eller uendret. Samarbeidet med NorgesGruppen og Bunnpris blir vurdert mest positivt. Leverandørene opplever gjennomgående større utfordringer med REMA 1000 og Coop. Når det gjelder Oda, oppleves utviklingen i samarbeidet som mindre utfordrende.

Kjedene er samlet sett mer positive til at samarbeidet med leverandører har blitt bedre. Den nederste raden i tabellen beskriver endringen fra nullpunktet: «uendret».

### 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.

#### forhandling4

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

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	236	63
Ja	30 %	46 %
Nei	55 %	27 %
Na	0 %	2 %
Vet ikke	15 %	25 %

Respondentene, som alle har vært involvert i forhandlinger i minimum ett år, gir uttrykk for hvordan de selv opplever utviklingen i forhandlingsklimaet siste 12 måneder.

Et flertall (55 %) av leverandørene gir uttrykk for at forhandlingsklimaet (samlet sett) ikke har blitt bedre. Kjedene er også her mer positive, da 46 % av kjedene mener forhandlingsklimaet er blitt bedre.

\*Merk at spørsmålstillingen er noe forskjellig fra spørsmålene generelt4 og generelt4a. «Nei» kan således både bety uforandret eller verre.

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

#### utsagn1.2

#### Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	3 %	6 %	4 %	0 %	2 %
Ganske uenig	10 %	18 %	21 %	13 %	6 %
Verken enig eller uenig	13 %	21 %	16 %	6 %	11 %
Ganske enig	42 %	32 %	37 %	45 %	37 %
Helt enig	29 %	19 %	17 %	33 %	37 %
Na	3 %	2 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	3 %	2 %	3 %	7 %
Uenig	12 %	24 %	25 %	13 %	7 %
Enig	71 %	50 %	54 %	78 %	74 %

## utsagn1a2

## Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	5 %	0 %
Ganske uenig	15 %	7 %
Verken enig eller uenig	13 %	7 %
Ganske enig	31 %	33 %
Helt enig	34 %	49 %
Na	2 %	0 %
Vet ikke	0 %	4 %
Uenig	20 %	7 %
Enig	66 %	82 %

Lovens § 4 sier at hver av partene skal legge frem opplysninger som de kjenner til, og som de har grunn til å tro er av betydning for den annen part. (Unntatt opplysninger som de har grunn til å holde hemmelig.) At bare halvparten av leverandørene mener dette gjelder for REMA 1000 og Coop, er betenkelig. Selv NorgesGruppen, som relativt sett kommer best ut, har betydelig forbedringspotensial. De lave tallene kan også skyldes et gap mellom leverandørenes forventninger til åpenhet og informasjonsdeling, og faktisk opplevelse. Det er også naturlig at leverandører og kjeder ser ulikt på hva de har krav på å få vite fra den andre parten.

Kjedene på sin side uttrykker stor skepsis til de markedsledende leverandørene. Erfaringene med øvrige leverandører er enten vesentlig mer positive, eller det er bedre balanse mellom forventning og opplevelse.

5.3.5 {kjeden/leverandøren} har holdt tilbake informasjon under forhandlingene som jeg mener burde vært opplyst

**utsagn1.3** **Leverandørene om kjeder**

Har holdt tilbake informasjon under forhandlingene som jeg mener burde vært opplyst

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	22 %	19 %	20 %	28 %	39 %
Ganske uenig	29 %	26 %	23 %	39 %	20 %
Verken enig eller uenig	18 %	22 %	18 %	19 %	17 %
Ganske enig	19 %	18 %	22 %	8 %	9 %
Helt enig	3 %	6 %	6 %	0 %	2 %
Na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	7 %	8 %	9 %	6 %	13 %

Uenig	51 %	45 %	43 %	67 %	59 %
Enig	23 %	24 %	29 %	8 %	11 %

**utsagn1a3**

**Kjedene om leverandører**

Leverandører har holdt tilbake informasjon under forhandlingene som jeg mener burde vært opplyst

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	5 %	38 %
Ganske uenig	15 %	31 %
Verken enig eller uenig	13 %	11 %
Ganske enig	31 %	11 %
Helt enig	34 %	2 %
Na	2 %	0 %
Vet ikke	0 %	7 %

Uenig	20 %	69 %
Enig	66 %	13 %

Dette utsagnet er en oppfølging av det forrige. Ca. ¼ av leverandørene mener at kjedene ikke legger frem alle opplysninger som bør kunne forventes. Til tross for at NorgesGruppen kom relativt best ut på foregående utsagn, skårer de her noe mer likt med REMA 1000 og Coop. Bunnpris og Oda kommer bedre ut. Det bør likevel noteres at ca. 1/5 ikke har noen klar oppfatning om dette utsagnet.

Fra kjedenes ståsted er situasjonen langt mer dramatisk når det gjelder ledende leverandører. 2/3 gir uttrykk for at disse holder tilbake informasjon. Bildet er helt motsatt og positivt når det gjelder øvrige leverandører. Det kan tyde på at både kjedene og ledende leverandører burde kunne forbedre forhandlingene dersom det på forhånd hadde vært større gjensidig forståelse av premisene for informasjonsdeling.

### 5.3.6 Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

#### utsagn1.4 Leverandørene om kjeder

Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	8 %	3 %	2 %	2 %
Ganske uenig	14 %	20 %	27 %	11 %	7 %
Verken enig eller uenig	22 %	17 %	19 %	19 %	15 %
Ganske enig	36 %	31 %	34 %	38 %	30 %
Helt enig	25 %	20 %	14 %	27 %	37 %
Na	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	3 %	2 %	5 %	9 %

Uenig	15 %	28 %	30 %	13 %	9 %
Enig	60 %	50 %	48 %	64 %	67 %

#### utsagn1a.4 Kjedene om leverandører

Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	3 %	0 %
Ganske uenig	16 %	7 %
Verken enig eller uenig	7 %	13 %
Ganske enig	33 %	22 %
Helt enig	39 %	58 %
Na	2 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %

Uenig	20 %	7 %
Enig	72 %	80 %

Forventningene til åpne forhandlinger er berettiget. Likevel uttrykker for mange av leverandørene at dette er et savn i møtet med de tre kjedegrupperingene. Spesielt i møte med REMA 1000 og Coop angir nærmere 30 % at forhandlingene ikke er så åpne som de bør være. Bare ca. halvparten sier det samme om NorgesGruppen.

1/5 av kjederepresentantene savner større åpenhet i forhandlingene med ledende leverandører.

Alt i alt peker responsen på utsagnene om åpenhet og informasjonsplikt i forhandlingene på et forbedringspotensial og -behov, både fra leverandørene i møte med de tre store kjedegrupperingene, og fra kjedene i møte med ledende leverandører.

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

#### utsagn1.5 Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	27 %	21 %	17 %	34 %	44 %
Ganske uenig	31 %	31 %	26 %	41 %	24 %
Verken enig eller uenig	18 %	15 %	19 %	14 %	15 %
Ganske enig	12 %	21 %	19 %	6 %	2 %
Helt enig	8 %	8 %	15 %	0 %	4 %
Na	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	3 %	4 %	3 %	5 %	11 %

Uenig	58 %	51 %	43 %	75 %	69 %
Enig	19 %	29 %	34 %	6 %	6 %

#### utsagn1a.5

#### Kjedene om leverandører

##### Leverandører forlanger å få opplysninger som etter min mening ikke er relevante for samarbeidet

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	38 %	56 %
Ganske uenig	28 %	24 %
Verken enig eller uenig	20 %	9 %
Ganske enig	13 %	11 %
Helt enig	2 %	0 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %

  

Uenig	66 %	80 %
Enig	15 %	11 %

I et åpent forhandlingsklima er det forventninger til at kun informasjon som er relevant for samarbeidet, kommer i fokus. En høy andel av leverandørene oppgir likevel at kjedene, spesielt Coop og REMA 1000, forlanger informasjon som *ikke* er relevant.

Bildet er ikke like utpreget i kjedenes bedømmelse av leverandørene, spesielt når det gjelder øvrige leverandører. Vi kan ikke se bort fra at dette er uttrykk for at balanseforholdet i forhandlingene mellom kjede og leverandør oppleves noe ulikt.

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

#### utsagn1.6 Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	5 %	9 %	7 %	0 %	0 %
Ganske uenig	12 %	14 %	23 %	3 %	4 %
Verken enig eller uenig	23 %	21 %	16 %	16 %	19 %
Ganske enig	29 %	29 %	33 %	42 %	33 %
Helt enig	19 %	12 %	8 %	31 %	26 %
Na	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	10 %	14 %	12 %	8 %	19 %

Uenig	17 %	23 %	30 %	3 %	4 %
Enig	49 %	41 %	41 %	73 %	59 %

#### utsagn1a.6

#### Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	3 %	0 %
Ganske uenig	11 %	0 %
Verken enig eller uenig	26 %	18 %
Ganske enig	31 %	33 %
Helt enig	23 %	38 %
Na	0 %	2 %
Vet ikke	5 %	9 %

  

Uenig	15 %	0 %
Enig	54 %	71 %

Nærmere 1/3 av representantene fra leverandørene gir uttrykk for komplikasjoner ved behov for endringer i avtalene med Coop. Bildet er noe mer positivt for REMA 1000, og spesielt positivt for NorgesGruppen. For disse to kjedegrupperingene er bildet også mindre «bastant» ved at andelen som verken er enig eller uenig i utsagnet er noe høyere.

Kjederepresentantene sier «ingen problemer» i forhold til øvrige leverandører. Komplikasjoner oppleves hyppigere med markedsledende leverandører, selv om tallet ikke er alarmerende høyt.

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

utsagn2.1

**Leverandørene om kjeder**

**Oppfyller de berettigede forventingene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale**

**Norgesgr.      REMA      Coop      Bunnpris      Oda**

<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	6 %	5 %	3 %	4 %
Ganske uenig	8 %	16 %	17 %	3 %	11 %
Verken enig eller uenig	10 %	15 %	13 %	13 %	17 %
Ganske enig	53 %	36 %	47 %	45 %	30 %
Helt enig	28 %	22 %	13 %	33 %	24 %
Na	0 %	2 %	1 %	0 %	2 %
Vet ikke	1 %	3 %	4 %	3 %	13 %

Uenig	8 %	23 %	21 %	6 %	15 %
Enig	81 %	58 %	60 %	78 %	54 %

**Leverandørene om NorgesGruppens konseptkjeder**

**Oppfyller de berettigede forventingene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale**

**Meny      Kiwi      Kjøpmannskj.**

<*>No. of cases	115	97	98
Helt uenig	1 %	1 %	0 %
Ganske uenig	6 %	3 %	5 %
Verken enig eller uenig	12 %	8 %	11 %
Ganske enig	51 %	58 %	53 %
Helt enig	29 %	29 %	30 %
Na	0 %	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	1 %	1 %

Uenig	7 %	4 %	5 %
Enig	80 %	87 %	83 %

**utsagn2ab.1****Kjedene om leverandører**

**Leverandører oppfyller de berettigede forventningene du og din bedrift hadde etter inngått avtale**

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	3 %	0 %
Ganske uenig	10 %	0 %
Verken enig eller uenig	8 %	0 %
Ganske enig	41 %	49 %
Helt enig	38 %	51 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %

Uenig	13 %	0 %
Enig	79 %	100 %

NorgesGruppen kommer best ut når det gjelder å innfri forventninger. 80 % hevder at NorgesGruppen oppfyller berettigede forventninger. Forutberegneligheten er vesentlig lavere hos REMA 1000 og Coop. For konseptkjedene i NorgesGruppen er det også interessante forskjeller, ved at Kiwi kommer spesielt godt ut. (For de fleste utsagnene i denne undersøkelsen er det ellers liten forskjell på de samme konseptkjedene.) Det er rimelig å anta at markedsledende leverandører blir møtt med høyere forventninger fra kjedene enn øvrige leverandører. Det kan derfor betegnes som tilfredsstillende at 80 % av kjederepresentantene mener at de største leverandørene oppfyller berettigede forventninger. Kjedene mener også at øvrige leverandører fullt ut oppfyller berettigede forventninger.

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

**utsagn2.2****Leverandørene om kjeder**

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	2 %	3 %	0 %	2 %
Ganske uenig	5 %	14 %	10 %	6 %	2 %
Verken enig eller uenig	15 %	20 %	15 %	5 %	15 %
Ganske enig	43 %	41 %	48 %	47 %	35 %
Helt enig	32 %	20 %	18 %	39 %	30 %
Na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	2 %	4 %	4 %	3 %	17 %

Uenig	6 %	15 %	13 %	6 %	4 %
Enig	75 %	60 %	66 %	86 %	65 %

**utsagn2ab.2**

**Kjedene om leverandører**

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	3 %	0 %
Verken enig eller uenig	2 %	0 %
Ganske enig	23 %	24 %
Helt enig	72 %	73 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	2 %

Uenig	3 %	0 %
Enig	95 %	98 %

Et lignende bilde som i foregående utsagn avtegner seg her: ca. 80 % av leverandørene bedømmer avtalene med NorgesGruppen som kontrollerbare, mens 60 % sier det samme om REMA 1000 og Coop. Når 1/5 av leverandørene opplever at inngåtte avtaler med Rema 1000 og Coop er utformet på en måte som gjør at de ikke er kontrollerbare, så må det tolkes som et signal om forbedringsbehov.

Bare ca. 10 % av kjedene sier det samme om avtalene med ledende leverandører (0 % med øvrige leverandører). Nivåforskjellen mellom kjeder og leverandører kan nok være en indikasjon på at kjedene sitter i førerretet i forhandlingssituasjonen.

## 5.4 Priser, rabatter og leveringsforpliktelser

### 5.4.1 Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

**utsagn2.3**

**Leverandørene om kjeder**

**Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen**

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	1 %	2 %	2 %	2 %
Ganske uenig	3 %	5 %	4 %	3 %	4 %
Verken enig eller uenig	5 %	5 %	3 %	13 %	7 %
Ganske enig	42 %	36 %	38 %	28 %	26 %
Helt enig	46 %	50 %	48 %	50 %	48 %
Na	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	3 %	4 %	5 %	13 %

Uenig	5 %	6 %	6 %	5 %	6 %
Enig	88 %	86 %	86 %	78 %	74 %

**utsagn2ab.3** **Kjedene om leverandører**  
**Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen**

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	2 %	2 %
Ganske uenig	2 %	0 %
Verken enig eller uenig	16 %	11 %
Ganske enig	13 %	18 %
Helt enig	66 %	64 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	2 %	4 %

Uenig	3 %	2 %
Enig	79 %	82 %

Resultatene peker ikke på nevneverdige problemer med klare avtaler om priser og rabatter. Avviket mellom de 3 største kjedene er svært lite. For Bunnpris og Oda er noen flere som er nærmere midtpunktet på skalaen.

**5.4.2 Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen**

**utsagn2.4** **Leverandørene om kjeder**  
**Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen**

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	0 %	0 %	1 %	0 %	4 %
Ganske uenig	2 %	4 %	2 %	3 %	0 %
Verken enig eller uenig	5 %	6 %	4 %	9 %	11 %
Ganske enig	39 %	35 %	37 %	38 %	30 %
Helt enig	52 %	50 %	52 %	44 %	41 %
Na	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	2 %	5 %	4 %	6 %	15 %

Uenig	2 %	4 %	3 %	3 %	4 %
Enig	91 %	85 %	88 %	81 %	70 %

**utsagn2ab.4** **Kjedene om leverandører**  
**Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen**

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	7 %	2 %
Ganske enig	20 %	18 %
Helt enig	70 %	71 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	3 %	9 %

Uenig	0 %	0 %
Enig	90 %	89 %

Vi noterer ingen store problemer med informasjon om leveringsforpliktelser i avtalene for de 3 største kjedene. Tallene for Oda ligger noe lavere, selv om det også for denne kjeden er få som er uenige.

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

**utsagn2.5** **Leverandørene om kjeder**  
**Dersom vi ikke har klart å oppfylle våre leveringsforpliktelser, gis kompensasjon i henhold til inngått avtale**

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	5 %	10 %	8 %	8 %	2 %
Ganske uenig	14 %	9 %	10 %	6 %	4 %
Verken enig eller uenig	32 %	28 %	21 %	31 %	33 %
Ganske enig	12 %	19 %	23 %	20 %	13 %
Helt enig	14 %	13 %	13 %	11 %	19 %
Na	1 %	1 %	2 %	2 %	0 %
Vet ikke	23 %	21 %	23 %	22 %	30 %

Uenig	18 %	19 %	18 %	14 %	6 %
Enig	25 %	32 %	36 %	31 %	31 %

## utsagn2ab.5

## Kjedene om leverandører

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

	ledende	øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	10 %	2 %
Ganske uenig	10 %	13 %
Verken enig eller uenig	36 %	20 %
Ganske enig	11 %	22 %
Helt enig	18 %	22 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	15 %	20 %
Uenig	20 %	16 %
Enig	30 %	44 %

Bildet som tegnes åpner ikke for noen klare tolkninger av situasjonen med kompensasjon. Det viktigste er å erkjenne at halvparten av leverandørene enten sier «verken enig eller uenig» eller «vet ikke». Kjedene uttrykker bedre tall for kompensasjon fra øvrige leverandører. Det ville trolig vært interessant å vurdere ulike problemstillinger relatert til manglende leveringsdyktighet og kompensasjon.

## 5.5 Ytelser og Motytelser

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

## utsagn2.6

## Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	19 %	21 %	17 %	33 %	31 %
Ganske uenig	14 %	24 %	21 %	31 %	26 %
Verken enig eller uenig	12 %	12 %	13 %	13 %	13 %
Ganske enig	27 %	23 %	25 %	13 %	9 %
Helt enig	20 %	14 %	16 %	5 %	4 %
Na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	8 %	5 %	7 %	6 %	17 %
Uenig	34 %	45 %	38 %	64 %	57 %
Enig	47 %	37 %	40 %	17 %	13 %

En betydelig andel av leverandørene mottar krav om ytelser uten samtidig å få spesifiserte motytelser. Dette gjelder i noe større grad for Norgesgruppen enn for REMA 1000 og Coop. Dette

kan skyldes det todelte forhandlingssystemet i NorgesGruppen mellom paraplykjede og konseptkjede. For Bunnpris og Oda mener leverandørene at dette problemet er svært lite.

### 5.5.2 {kjeden} gjennomfører avtalte motytelser som forventet

#### utsagn2.7 Leverandørene om kjeder

##### Gjennomfører avtalte motytelser (kjedens) som forventet

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	5 %	6 %	0 %	2 %
Ganske uenig	8 %	17 %	13 %	6 %	11 %
Verken enig eller uenig	12 %	11 %	15 %	16 %	19 %
Ganske enig	46 %	39 %	46 %	44 %	31 %
Helt enig	27 %	21 %	13 %	31 %	19 %
Na	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	6 %	7 %	7 %	3 %	19 %
Uenig	9 %	22 %	18 %	6 %	13 %
Enig	73 %	59 %	59 %	75 %	50 %

Heller ikke avtalte motytelser blir gjennomført som forventet. Selv om NorgesGruppen kommer relativt bedre ut enn REMA 1000 og Coop, skårer ingen av disse kjedene godt nok. Oda kommer vesentlig dårligere ut enn Bunnpris. Vi antar at det kan skyldes utfordringer med definisjon og eventuelt synliggjøring av motytelser i en nettbutikk.

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

#### utsagn2.8 Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	55 %	41 %	46 %	58 %	57 %
Ganske uenig	27 %	26 %	34 %	30 %	15 %
Verken enig eller uenig	8 %	15 %	6 %	3 %	9 %
Ganske enig	4 %	5 %	6 %	2 %	2 %
Helt enig	3 %	2 %	2 %	2 %	0 %
Na	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Vet ikke	3 %	9 %	6 %	6 %	17 %
Uenig	82 %	68 %	80 %	88 %	72 %
Enig	7 %	7 %	8 %	3 %	2 %

Ensidig endring av kontraktens innhold skal selvsagt ikke forekomme. Svarene gir heller ingen indikasjoner på at dette oppleves som et problem (lave tall for «helt enig» eller «ganske enig»).

## 5.6 Skriftlige og muntlige avtaler

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

#### utsagn2a **Leverandørene om kjeder**

Har avtalene med # vært skriftlige?

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Ja	96 %	91 %	91 %	98 %	87 %
Nei	3 %	7 %	8 %	2 %	13 %
Na	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %

#### utsagn2abc **Kjedene om leverandører**

Har avtalene med # vært skriftlige?

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Ja	100 %	100 %
Nei	0 %	0 %

#### utsagn2aa **Leverandørene om kjeder**

Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	140	101	115	63	18
Ja	18 %	27 %	21 %	11 %	33 %
Nei	82 %	73 %	79 %	89 %	67 %

#### utsagn2abd **Kjedene om leverandører**

Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Ja	10 %	9 %
Nei	90 %	91 %

Lov om god handelsskikk setter som krav at avtaler mellom kjeden og leverandøren skal inngås skriftlig. Selv om kjedene sier at alle avtaler med leverandører er skriftlige, er det åpenbart at leverandørene ikke oppfatter det slik. NorgesGruppen og Bunnpris kommer klart bedre ut enn øvrige kjeder. En forklaring kan være at en skriftlig hovedavtale ikke er undertegnet, selv om vedleggene kan være det. (I så fall er det heller ikke inngått noen skriftlig hovedavtale.)

Mellom 1/4 og 1/5 av leverandørene hevder at det i tillegg blir inngått muntlige avtaler. Det er også ca. 10 % av kjedene som sier at muntlige avtaler forekommer (i tillegg). Det er derfor liten tvil om at

dette er en utbredt og svært uheldig praksis. Det er også sannsynlig at en leverandør og kjede kan ha ulik oppfatning om det som blir sagt muntlig er å regne som en avtale eller ikke. Dette kan også svekke lovens krav om klarhet i avtaler.

Mangel på skriftlighet i avtaler og muntlige tilleggsavtaler er uansett noe Dagligvaretilsynet vil se nærmere på fremover, og vi håper at leverandører og kjeder kan iverksette tiltak for å bedre disse forholdene.

## 5.7 Prisendringer

### 5.7.1 Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

#### pris2.1

#### Leverandørene om kjeder

#### Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	135	105	116	30	24
Helt uenig	6 %	10 %	18 %	0 %	4 %
Ganske uenig	21 %	20 %	16 %	7 %	0 %
Verken enig eller uenig	7 %	6 %	9 %	13 %	17 %
Ganske enig	38 %	33 %	35 %	33 %	33 %
Helt enig	25 %	28 %	18 %	47 %	46 %
Na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	2 %	2 %	0 %	0 %

Uenig	27 %	30 %	34 %	7 %	4 %
Enig	63 %	61 %	53 %	80 %	79 %

#### pris2a.1

#### Kjedene om leverandører

#### Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	39	24
Helt uenig	21 %	4 %
Ganske uenig	31 %	33 %
Verken enig eller uenig	18 %	13 %
Ganske enig	18 %	13 %
Helt enig	13 %	38 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %

Uenig	51 %	38 %
Enig	31 %	50 %

Noe over halvparten av leverandørene anfører at prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte. Opp mot 1/3 hevder at dette ikke er tilfelle. Det er relativt beskjeden forskjell mellom NorgesGruppen, REMA 1000 og Coop.

Av kjedene hevder halvparten at prisendringer ikke gjennomføres objektivt og forutsigbart av de markedsledende leverandørene. Det er derfor et stort potensial for forbedringer i måten prisendringer gjennomføres på.

### 5.7.2 Dokumentasjon ved prisendringer

#### pris2.2

#### Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	135	105	116	30	24
Helt uenig	14 %	13 %	11 %	40 %	33 %
Ganske uenig	33 %	25 %	14 %	30 %	29 %
Verken enig eller uenig	20 %	10 %	17 %	17 %	25 %
Ganske enig	13 %	14 %	18 %	7 %	8 %
Helt enig	18 %	31 %	34 %	7 %	0 %
Na	1 %	4 %	3 %	0 %	4 %
Vet ikke	1 %	2 %	3 %	0 %	0 %
Uenig	47 %	38 %	25 %	70 %	63 %
Enig	30 %	46 %	52 %	13 %	8 %

#### pris2a.2

#### Kjedene om leverandører

Jeg ber kun om dokumentasjon av vesentlige kostnadselementer osv.

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	39	24
Helt uenig	3 %	0 %
Ganske uenig	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	0 %	0 %
Ganske enig	21 %	21 %
Helt enig	77 %	75 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	4 %
Uenig	3 %	0 %
Enig	97 %	96 %

Det er en ganske utbredt oppfatning blant leverandørene at kjedene går altfor langt i å forlange dokumentasjon på detaljer. Knappt 1/3 sier dette om NorgesGruppen, mens ca. halvparten sier dette gjelder for REMA 1000 og Coop.

Dette står i sterk kontrast til det kjedene selv hevder. Så godt som 100 % av kjedene sier at de kun ber om dokumentasjon av vesentlige kostnadselementer, både fra markedsledende leverandører og fra øvrige leverandører.

Selv om det i forhandlinger vil være naturlig med ulike forventninger til hva som skal fremlegges av dokumentasjon, relevans, detaljeringsgrad, beskyttelse av forretningshemmeligheter osv., er det åpenbart gode muligheter for forbedringer.

### 5.7.3 Informasjon ved prisøkninger

#### pris2.3 Leverandørene om kjeder

Jeg har opplevd at informasjon jeg gir ved prisøkninger har blitt misbrukt

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	135	105	116	30	24
Helt uenig	45 %	38 %	36 %	63 %	46 %
Ganske uenig	25 %	23 %	22 %	20 %	46 %
Verken enig eller uenig	12 %	19 %	20 %	7 %	8 %
Ganske enig	5 %	5 %	11 %	0 %	0 %
Helt enig	4 %	3 %	3 %	3 %	0 %
na	1 %	1 %	3 %	3 %	0 %
Vet ikke	8 %	11 %	6 %	3 %	0 %

uenig	70 %	61 %	58 %	83 %	92 %
enig	9 %	8 %	14 %	3 %	0 %

#### utsagn2ab.3

#### Kjedene om leverandører

Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	2 %	2 %
Ganske uenig	2 %	0 %
Verken enig eller uenig	16 %	11 %
Ganske enig	13 %	18 %
Helt enig	66 %	64 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	2 %	4 %

uenig	3 %	2 %
enig	79 %	82 %

Misbruk av informasjonen leverandøren legger frem ved prisøkninger, er heldigvis ikke utbredt blant kjedene. Kun rundt 10 % av leverandørene har opplevd dette hos de 3 store kjedene. For Bunnpris og Oda er forekomsten nærmest ikke-eksisterende.

Tilliten blant kjedene til informasjonen leverandørene legger frem om prisøkninger, er derimot ikke på et høyt nivå. Halvparten av kjedene avviser at de har tillit til det leverandørene legger frem. Dette gjelder generelt for alle leverandørene.

## 5.8 Joint Marketing (JM)

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

#### jm2.1 **Leverandørene om kjeder**

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	102	74	78	54	29
Helt uenig	3 %	4 %	5 %	2 %	3 %
Ganske uenig	6 %	16 %	15 %	2 %	0 %
Verken enig eller uenig	10 %	12 %	5 %	4 %	10 %
Ganske enig	36 %	36 %	46 %	43 %	38 %
Helt enig	44 %	28 %	26 %	50 %	48 %
Na	0 %	1 %	3 %	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %
Uenig	9 %	20 %	21 %	4 %	3 %
Enig	80 %	65 %	72 %	93 %	86 %

#### jm2a.1

#### **Kjedene om leverandører**

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	43	32
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	5 %	0 %
Ganske enig	26 %	19 %
Helt enig	70 %	81 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %
Uenig	0 %	0 %
Enig	95 %	100 %

Forutsetningen for å svare på spørsmål om Joint Marketing (JM) er at respondentene faktisk har forhandlet frem avtaler om slike felles aktiviteter. Dette gjelder for 70 %, både blant leverandørene og blant kjedenes respondenter.

Leverandørene uttrykker størst grad av fornøydhet med NorgesGruppens avtaler om JM. 80 % sier avtalene gir god beskrivelse av forpliktelsene. (Det er også svært sammenfallende resultater mellom konseptkjedene i NorgesGruppen.) REMA 1000 og Coop skårer hhv. 65 % og 72 %, samtidig som

misnøyen hopper fra 9 % (NorgesGruppen) til 20 % og 21% for hhv. REMA 1000 og Coop. Tallene for Bunnpris og Oda er også svært positive.

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

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

#### jm2.2

#### Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	102	74	78	54	29
Helt uenig	14 %	14 %	12 %	2 %	7 %
Ganske uenig	33 %	28 %	26 %	15 %	21 %
Verken enig eller uenig	17 %	20 %	19 %	19 %	17 %
Ganske enig	18 %	19 %	31 %	26 %	28 %
Helt enig	17 %	14 %	8 %	31 %	28 %
na	1 %	4 %	4 %	6 %	0 %
Vet ikke	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %

uenig	47 %	42 %	37 %	17 %	28 %
enig	34 %	32 %	38 %	57 %	55 %

#### jm2a.2

#### Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	43	32
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	5 %	0 %
Verken enig eller uenig	2 %	3 %
Ganske enig	28 %	16 %
Helt enig	65 %	81 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %

uenig	5 %	0 %
enig	93 %	97 %

En høy andel av leverandørene gir uttrykk for et misforhold mellom hva de betaler for JM og den tjenesten de får tilbake. Leverandørene kan synes å være mer fornøyd med Coop av de 3 store, men Bunnpris og Oda kommer langt bedre ut enn de store kjedene.

Bildet står i sterk kontrast til kjedenes bedømmelse. De henviser til full balanse mellom leverandørenes betalinger og den tjenesten kjeden yter leverandørene.

### 5.8.3 Avtalte aktiviteter gjennomføres

#### jm2.3 Leverandørene om kjeder

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte aktiviteter gjennomføres

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	102	74	78	54	29
Helt uenig	1 %	3 %	8 %	2 %	0 %
Ganske uenig	8 %	18 %	12 %	2 %	14 %
Verken enig eller uenig	9 %	11 %	6 %	2 %	14 %
Ganske enig	37 %	36 %	49 %	48 %	45 %
Helt enig	44 %	27 %	23 %	46 %	17 %
na	0 %	3 %	3 %	0 %	3 %
Vet ikke	1 %	3 %	0 %	0 %	7 %
uenig	9 %	20 %	19 %	4 %	14 %
enig	81 %	64 %	72 %	94 %	62 %

#### jm2a.3

#### Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	43	32
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	0 %	0 %
Ganske enig	19 %	22 %
Helt enig	81 %	78 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %
uenig	0 %	0 %
enig	100 %	100 %

Majoriteten av leverandørene opplever at avtalte aktiviteter faktisk blir gjennomført. Det positive bildet er tydeligst for NorgesGruppen. (Kiwi er kun marginalt bedre enn Meny og Kjøpmannskjeden.) REMA 1000 og Coop skårer noe dårligere: ca. 1/5 hevder at avtalte aktiviteter ikke blir gjennomført.

Det hersker ingen tvil blant kjedene: alle opplever at avtalte aktiviteter i all hovedsak blir gjennomført.

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

##### jm2.4 Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	102	74	78	54	29
Helt uenig	1 %	24 %	36 %	19 %	14 %
Ganske uenig	8 %	22 %	21 %	17 %	21 %
Verken enig eller uenig	9 %	18 %	19 %	30 %	24 %
Ganske enig	37 %	7 %	6 %	9 %	14 %
Helt enig	44 %	4 %	5 %	6 %	10 %
Na	0 %	3 %	4 %	2 %	3 %
Vet ikke	1 %	23 %	9 %	19 %	14 %

Uenig	9 %	46 %	56 %	35 %	34 %
Enig	81 %	11 %	12 %	15 %	24 %

##### jm2a.4

##### Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	43	32
Helt uenig	2 %	0 %
Ganske uenig	5 %	6 %
Verken enig eller uenig	35 %	19 %
Ganske enig	26 %	22 %
Helt enig	28 %	44 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	5 %	9 %

Uenig	7 %	6 %
Enig	53 %	66 %

Her er det store sprik i besvarelsene. 4/5 av leverandørene hevder at de blir enige med NorgesGruppen om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM når avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden. (Også her er det sammenfallende tall mellom NorgesGruppens konseptkjeder.) Bare ca. 10 % sier det samme om REMA 1000 og Coop. Ca. halvparten mener at de ikke blir kompensert. Tallene for Bunnpris og Oda er heller ikke gode.

Kjedene er heller ikke like bastante i sine svar på om de kommer til enighet om reduksjon i betalingene. Godt og vel halvparten hevder dette blir gjort, men en relativt høy andel tar ikke stilling til spørsmålet. Ca. 1/3 er «verken enig eller uenig» i forholdet til ledende leverandører. Tilsvarende tall i forholdet til øvrige leverandører er 1/5. Det er uansett skuffende tall og et stort forbedringspotensial på dette området.

## 5.9 Svinn og reklamasjoner

### 5.9.1 Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

#### jm3.1 Leverandørene om kjeder

##### Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	3 %	5 %	6 %	6 %	6 %
Ganske uenig	5 %	6 %	5 %	8 %	4 %
Verken enig eller uenig	24 %	23 %	26 %	33 %	20 %
Ganske enig	29 %	29 %	28 %	17 %	20 %
Helt enig	16 %	15 %	17 %	14 %	20 %
na	3 %	1 %	2 %	5 %	0 %
Vet ikke	18 %	21 %	17 %	17 %	30 %

  

uenig	9 %	11 %	10 %	14 %	9 %
enig	46 %	44 %	44 %	31 %	41 %

#### jm3a.1 Kjedene om leverandører

##### Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	5 %	0 %
Ganske uenig	13 %	7 %
Verken enig eller uenig	20 %	27 %
Ganske enig	18 %	18 %
Helt enig	23 %	22 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	21 %	27 %

  

uenig	18 %	7 %
enig	41 %	40 %

Usikkerhet preger responsen på utsagnet om svinn. Nærmere halvparten sier enten «vet ikke» eller «verken enig eller uenig». Av dem som *har* en klar oppfatning, er det et klart flertall som mener at avtalene regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte.

Responsen fra kjedene er tilnærmet lik. 40-50 % har ingen oppfatning, og av dem som *har* en oppfatning svarer majoriteten at svinn håndteres kontrollerbart.

Det er uansett ikke noe som tyder på at svinn i avtalene synes å være et stort problem.

## 5.9.2 Krav om kompensasjon/kundereklamasjoner

**jm3.2 Leverandørene om kjeder**

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

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	32 %	21 %	26 %	30 %	39 %
Ganske uenig	23 %	30 %	24 %	28 %	11 %
Verken enig eller uenig	22 %	21 %	25 %	23 %	19 %
Ganske enig	10 %	7 %	6 %	5 %	4 %
Helt enig	3 %	4 %	3 %	0 %	0 %
Na	0 %	1 %	2 %	2 %	4 %
Vet ikke	10 %	17 %	13 %	13 %	24 %

Uenig	55 %	50 %	50 %	58 %	50 %
Enig	13 %	11 %	9 %	5 %	4 %

**jm3a.2****Kjedene om leverandører**

**Avtalen regulerer kundereklamasjoner på en objektiv og kontrollerbar måte**

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	3 %	0 %
Ganske uenig	5 %	7 %
Verken enig eller uenig	13 %	11 %
Ganske enig	26 %	22 %
Helt enig	36 %	38 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	16 %	22 %

Uenig	8 %	7 %
Enig	62 %	60 %

Godt over 1/3 av leverandørene har heller ingen klar oppfatning om dette spørsmålet. Av dem som har erfaring med temaet, hevder flertallet at denne type kompensasjonskrav ikke er et problem.

Knappt 1/3 av kjedene har heller ingen oppfatning om hvordan avtalene (med de markedsledende) leverandørene regulerer kundereklamasjoner. De aller fleste av dem som sitter på erfaringen sier at avtalene regulerer reklamasjoner objektivt og kontrollerbart.

## 5.9.3 Dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen

**jm3.3 Leverandørene om kjeder****Vi mottar dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen**

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	4 %	8 %	4 %	3 %	0 %
Ganske uenig	2 %	7 %	6 %	5 %	2 %
Verken enig eller uenig	31 %	28 %	33 %	39 %	30 %
Ganske enig	18 %	19 %	23 %	13 %	13 %
Helt enig	21 %	12 %	13 %	14 %	15 %
na	1 %	1 %	2 %	2 %	4 %
Vet ikke	23 %	25 %	19 %	25 %	37 %
uenig	6 %	15 %	10 %	8 %	2 %
enig	39 %	31 %	36 %	27 %	28 %

**jm3a.3 Kjedene om leverandører****Vi gir dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen**

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	2 %	0 %
Ganske uenig	2 %	2 %
Verken enig eller uenig	21 %	22 %
Ganske enig	13 %	4 %
Helt enig	39 %	44 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	23 %	27 %
uenig	3 %	2 %
enig	52 %	49 %

Lovens § 7 stiller krav om at avtalen skal regulere ansvar for svinn og kunderelasjoner. Da er det naturlig at avtalen også beskriver dokumentasjon av svinn. Av de leverandørene som har en klar oppfatning av eller erfaring med svinnhåndtering i NorgesGruppen, svarer et overveiende flertall at dokumentasjon mottas iht. avtalen. Tilsvarende tall for REMA 1000 og Coop er noe lavere. Det er tilsvarende høyere andel leverandører som referer til at de *ikke* mottar avtalefestet dokumentasjon på svinn fra REMA 1000 og Coop, enn fra NorgesGruppen. For Oda er andelen som mener manglende dokumentasjon er et problem, spesielt lav.

Tilnærmet alle kjedene hevder at de gir dokumentasjon på svinn iht. avtalen.

## 5.10 Delisting

### 5.10.1 Delisting forekommer noen ganger uten en saklig begrunnet forklaring

#### jm3.4 Leverandørene om kjeder

##### Delisting forekommer noen ganger uten en saklig begrunnet forklaring

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	21 %	14 %	15 %	17 %	30 %
Ganske uenig	10 %	23 %	16 %	23 %	24 %
Verken enig eller uenig	21 %	13 %	18 %	30 %	20 %
Ganske enig	28 %	23 %	24 %	14 %	6 %
Helt enig	17 %	18 %	19 %	8 %	0 %
Na	0 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	3 %	8 %	6 %	8 %	20 %

Uenig	31 %	37 %	31 %	41 %	54 %
Enig	45 %	41 %	43 %	22 %	6 %

Lovens § 8 stiller krav rundt delisting og oppsigelse, blant annet kravet til saklig grunn. Over 40 % av leverandørene opplever at delisting forekommer uten at det følger en saklig begrunnet forklaring fra de 3 store kjedene. Det er også relativt liten forskjell i leverandørenes vurdering av disse 3. For Bunnpris og Oda er tallene vesentlig bedre.

Uansett hva som er årsaken til de dårlige tallene, er dette noe som Dagligvaretilsynet vil ha fokus på i sitt videre arbeid.

### 5.10.2 Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting

#### jm3.5 Leverandørene om kjeder

##### Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	2 %	5 %	3 %	5 %	2 %
Ganske uenig	6 %	8 %	5 %	0 %	7 %
Verken enig eller uenig	13 %	16 %	13 %	23 %	17 %
Ganske enig	33 %	32 %	38 %	28 %	26 %
Helt enig	40 %	26 %	32 %	38 %	28 %
Na	0 %	2 %	2 %	0 %	2 %
Vet ikke	5 %	11 %	8 %	6 %	19 %

Uenig	8 %	13 %	8 %	5 %	9 %
Enig	73 %	59 %	70 %	66 %	54 %

**jm3a.4 Kjedene om leverandører****Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting**

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	2 %	0 %
Ganske uenig	3 %	0 %
Verken enig eller uenig	7 %	7 %
Ganske enig	11 %	11 %
Helt enig	70 %	69 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	7 %	13 %

Uenig	5 %	0 %
Enig	82 %	80 %

Frister for delisting er godt beskrevet i avtalene. Det burde da heller ikke være så vanskelig å få til. NorgesGruppen, REMA 1000 og Coop skårer høyt på utsagnet. For Oda er andelen som er enig i utsagnet klart lavere. Dette kan ha sammenheng med at listing/delisting fungerer annerledes i en nettbutikk.

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

**5.10.3 Delisting skjer sjelden uventet****jm3.6 Leverandørene om kjeder****Delisting skjer sjelden uventet**

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	5 %	8 %	7 %	8 %	2 %
Ganske uenig	21 %	27 %	18 %	16 %	9 %
Verken enig eller uenig	21 %	14 %	17 %	25 %	19 %
Ganske enig	25 %	26 %	33 %	23 %	31 %
Helt enig	21 %	15 %	17 %	23 %	24 %
na	0 %	2 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	6 %	8 %	6 %	5 %	15 %

uenig	26 %	35 %	25 %	23 %	11 %
enig	47 %	41 %	50 %	47 %	56 %

Spørsmålet bør sees i sammenheng med **jm3.4** og **jm3.5** over.

Synet på delisting er delt. 40-50 % er enig i at dette forekommer sjelden. Mellom 14 % og 21 % erklærer seg verken enig eller uenig, hvilket kan tolkes som at uventet delisting *skjer*, men kanskje

ikke ofte. Mellom 1/4 (NorgesGruppen, Coop) og 1/3 (REMA 1000) er uenige i påstanden. Dette er med andre ord uttrykk for at det ikke er uvanlig at delisting skjer uventet, spesielt i REMA 1000.

#### 5.10.4 Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert

##### jm3.7 Leverandørene om kjeder

##### Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	7 %	2 %	3 %	4 %
Ganske uenig	4 %	8 %	6 %	2 %	2 %
Verken enig eller uenig	17 %	15 %	15 %	19 %	15 %
Ganske enig	32 %	29 %	33 %	25 %	24 %
Helt enig	32 %	27 %	33 %	47 %	35 %
Na	0 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	14 %	13 %	10 %	5 %	20 %

Uenig	5 %	15 %	7 %	5 %	6 %
Enig	64 %	56 %	67 %	72 %	59 %

##### jm3a.5

##### Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	5 %	7 %
Ganske enig	13 %	11 %
Helt enig	79 %	78 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	3 %	4 %

Uenig	0 %	0 %
Enig	92 %	89 %

Det er en relativt høy andel av leverandørene som ikke tar tydelig stilling til dette spørsmålet (22 % for hhv. NorgesGruppen og Coop, 30 % for REMA 1000). Dette kan skyldes manglende erfaring med fenomenet, manglende kunnskap om oppsigelsesfristen i avtalen eller at det er variasjoner.

Av dem som tar tydelig stilling, svarer mellom 8 av 10 (REMA 1000) og 9 av 10 (NorgesGruppen, Coop) at avtalefestede frister for delisting blir respektert.

Alle kjederepresentantene som har kunnskap om forholdet, hevder at avtalefestede frister blir respektert.

## 5.10.5 Begrunnelse/Saklighet ved delisting

**jm3.8 Leverandørene om kjeder****Delisting er i noen tilfeller å anse som ren sjikane eller represalie**

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	28 %	32 %	25 %	42 %	48 %
Ganske uenig	16 %	15 %	15 %	8 %	15 %
Verken enig eller uenig	13 %	22 %	23 %	28 %	11 %
Ganske enig	25 %	13 %	15 %	8 %	6 %
Helt enig	12 %	7 %	13 %	6 %	0 %
Na	0 %	2 %	2 %	0 %	4 %
Vet ikke	6 %	10 %	8 %	8 %	17 %
Uenig	44 %	47 %	40 %	50 %	63 %
Enig	37 %	20 %	28 %	14 %	6 %

**jm3a.6 Kjedene om leverandører****Vår kjede begrunner en delisting på en saklig og objektiv måte**

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	5 %	9 %
Ganske enig	18 %	13 %
Helt enig	74 %	73 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	3 %	4 %
Uenig	0 %	0 %
Enig	92 %	87 %

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

Mellom 20 % (REMA 1000), 28 % (Coop) og 37 % (NorgesGruppen) av leverandørene hevder at delisting i respektive kjede er å anse som ren sjikane eller represalie. Det er interessant at dette er et område der NorgesGruppen kommer dårligst ut, mens REMA 1000 er best av de 3 store. Tallene for Oda er neppe like relevante, tatt i betraktning av de som nettbutikk ikke har de samme utfordringene som hylleplass osv. Bunnpris kommer klart bedre ut enn de 3 store. Det er vanskelig å vite om leverandørenes negative vurdering skyldes et bevisst ønske fra kjeden om sjikane eller represalie eller ikke. Dette er uansett svært negative tall som må følges opp fremover.

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

**jm3.9 Leverandørene om kjeder****Gir en skriftlig begrunnelse av delisting når de blir bedt om det**

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	5 %	7 %	10 %	3 %	4 %
Ganske uenig	9 %	16 %	15 %	9 %	0 %
Verken enig eller uenig	32 %	23 %	29 %	31 %	20 %
Ganske enig	16 %	12 %	13 %	17 %	17 %
Helt enig	11 %	14 %	5 %	17 %	17 %
Na	0 %	1 %	2 %	0 %	2 %
Vet ikke	27 %	28 %	27 %	22 %	41 %
Uenig	14 %	23 %	25 %	13 %	4 %
Enig	27 %	25 %	17 %	34 %	33 %

**jm3b****Kjedene om leverandører****Gir dere # en skriftlig begrunnelse av delisting når dere blir bedt om det?**

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Ja	93 %	93 %
Nei	3 %	4 %
Na	3 %	2 %

Ifølge lovens § 8, skal delisting begrunnes skriftlig når en avtalepart krever det. Kun ca. 40 % av respondentene gir klart svar på utsagnet om skriftlig begrunnelse for delisting. Vi skal derfor være forsiktige med å tolke enig/uenig-påstandene, grunnet lave baser av respondenter. Undersøkelsen forteller heller ikke hvor ofte leverandører faktisk ber om en skriftlig begrunnelse.

Kun som en indikasjon, kan vi peke på NorgesGruppen kommer best ut med et klart flertall av leverandørene som hevder at de får en skriftlig begrunnelse når de ber om det.

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

## 5.11 Andre brudd på lov om god handelsskikk

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

emv1

#### Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Ja	21 %	16 %	24 %	0 %	0 %
Nei	79 %	84 %	76 %	100 %	100 %

emv1a

#### Kjedene om leverandører

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Ja	18 %	7 %
Nei	82 %	93 %

Det er ikke spesielt overraskende at ingen leverandører sier at de har opplevd dette fra Bunnpris eller Oda. Resultatene viser et 20/80-forhold: ca. 20 % av leverandørene har opplevd at kjeden har etterlignet og utnyttet bedriftens merkevare på en måte som skaper forvekslingsfare. Coop kommer dårligst ut, mens REMA 1000 er best. Tallene er høye, men dessverre ikke spesielt overraskende.

Det er interessant at 18 % av respondentene fra kjedesiden mener at ledende leverandører har kopiert kjeden. Dagligvaretilsynet kjenner ikke til noen slik konkrete eksempler, så dette hadde det vært interessant å vite mer om.

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

generelt1.1

#### Leverandørene om kjeder

Har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for deg personlig eller din bedrift

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	40 %	50 %	40 %	73 %	76 %
Ganske uenig	25 %	19 %	17 %	20 %	7 %
Verken enig eller uenig	12 %	12 %	12 %	0 %	7 %
Ganske enig	14 %	9 %	17 %	0 %	0 %
Helt enig	5 %	5 %	8 %	3 %	0 %
Na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	2 %	5 %	5 %	3 %	9 %

Uenig	65 %	69 %	57 %	94 %	83 %
Enig	20 %	14 %	25 %	3 %	0 %

## generelt1a.1

## Kjedene om leverandører

Leverandører har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for deg personlig eller din bedrift

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	82 %	87 %
Ganske uenig	10 %	9 %
Verken enig eller uenig	3 %	0 %
Ganske enig	3 %	2 %
Helt enig	0 %	0 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	2 %	2 %
uenig	92 %	96 %
enig	3 %	2 %

Resultatene kan tyde på at «vektstangprinsippet» gjelder i forhandlingene. Ingen av kjedene har opplevd at en leverandør har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt i kjeden. Blant leverandørene er derimot ikke fenomenet helt ukjent. 14 % (REMA 1000), 20 % (NorgesGruppen) og 25 % (Coop) har opplevd dette med respektive kjede. For Bunnpris og Oda er det ikke overraskende at dette ikke forekommer.

Det er uansett utfordrende å tolke dette spørsmålet alene. Dersom leverandørens frykt skyldes konsekvensene av en legitim handling (for eksempel en uomtvistelig saklig begrunnet delisting) som resulterer i stor og kostnadskreven omstilling som stenging av en produksjonslinje, oppsigelse av ansatte osv. er reaksjonen forståelig, men ikke lovstridig. Mer alvorlig er det hvis frykten skyldes for eksempel trusler eller handlinger som rammes av straffelovens bestemmelser. Det er derfor viktig å forsøke å finne mer ut av de bakenforliggende faktorene. Den opplevde frykten leverandøren føler, blir uansett forsterket som følge av konsentrasjonen på kjedesiden.

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

**generelt1.2 Leverandørene om kjeder**

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

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	66 %	67 %	62 %	78 %	78 %
Ganske uenig	18 %	12 %	16 %	14 %	6 %
Verken enig eller uenig	4 %	5 %	6 %	0 %	6 %
Ganske enig	3 %	3 %	6 %	2 %	2 %
Helt enig	1 %	3 %	1 %	0 %	0 %
Na	1 %	1 %	2 %	0 %	2 %
Vet ikke	7 %	10 %	8 %	6 %	7 %

uenig	84 %	78 %	78 %	92 %	83 %
enig	4 %	5 %	6 %	2 %	2 %

**generelt1a.2**

**Kjedene om leverandører**

**Leverandører har bevisst spredd usann informasjon om deg personlig eller din bedrift**

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	67 %	73 %
Ganske uenig	5 %	9 %
Verken enig eller uenig	5 %	0 %
Ganske enig	3 %	2 %
Helt enig	0 %	0 %
Na	2 %	2 %
Vet ikke	18 %	13 %

Uenig	72 %	82 %
Enig	2 %	2 %

Den korte oppsummeringen er heldigvis at spredning av usann informasjon blant partene ikke oppleves som et problem, selv om noen få leverandører mener den forekommer. Bunnpris kommer spesielt godt ut.

## 5.12 Respekt for avtalen

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

#### generelt1.3 Leverandørene om kjeder

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	2 %	0 %	2 %	0 %
Ganske uenig	1 %	6 %	6 %	2 %	0 %
Verken enig eller uenig	2 %	7 %	10 %	3 %	2 %
Ganske enig	38 %	37 %	43 %	39 %	28 %
Helt enig	55 %	42 %	37 %	53 %	54 %
na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	3 %	5 %	3 %	2 %	17 %

uenig	1 %	8 %	6 %	3 %	0 %
enig	93 %	79 %	80 %	92 %	81 %

#### generelt1a.3

#### Kjedene om leverandører

##### Leverandører respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	5 %	0 %
Verken enig eller uenig	3 %	2 %
Ganske enig	34 %	20 %
Helt enig	57 %	78 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %

uenig	5 %	0 %
enig	92 %	98 %

Det skal selvsagt kunne forventes at innholdet i signerte avtaler blir respektert. Svært få leverandører mener at kjedene ikke etterlever dette. Likevel er det forskjeller mellom kjedegrupperingene. REMA 1000 og Coop skårer ca. 10 % lavere enn NorgesGruppen, og Bunnpris skårer klart bedre enn Oda.

Fra kjedenes ståsted er ikke dette et problem. Leverandørene skårer over 90 % i kjedenes bedømmelse.

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

**generelt1.4 Leverandørene om kjeder**

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	4 %	2 %	2 %	0 %
Ganske uenig	3 %	7 %	6 %	5 %	2 %
Verken enig eller uenig	7 %	13 %	13 %	3 %	7 %
Ganske enig	31 %	39 %	35 %	41 %	28 %
Helt enig	53 %	31 %	39 %	48 %	46 %
Na	1 %	2 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	4 %	5 %	5 %	2 %	17 %
Uenig	4 %	11 %	7 %	6 %	2 %
Enig	84 %	69 %	74 %	89 %	74 %

**generelt1a.4**

**Kjedene om leverandører**

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

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	2 %	0 %
Ganske uenig	8 %	0 %
Verken enig eller uenig	7 %	2 %
Ganske enig	31 %	29 %
Helt enig	51 %	69 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	2 %	0 %
uenig	10 %	0 %
enig	82 %	98 %

Heller ikke her synes det å være et stort problem. Med andre ord går fortolkningen stort sett greit. NorgesGruppen og Bunnpris kommer klart best ut.

## 5.12.3 Inngåtte avtaler om betalingsfrist blir overholdt

generelt1.5 **Leverandørene om kjeder**

## Inngåtte avtaler om betalingsfrist blir overholdt

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Ganske uenig	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	1 %	2 %	1 %	5 %	4 %
Ganske enig	21 %	29 %	25 %	25 %	22 %
Helt enig	72 %	61 %	66 %	66 %	59 %
na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	4 %	6 %	5 %	5 %	15 %
uenig	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
enig	92 %	90 %	91 %	91 %	81 %

I motsetning til EU-direktivet om *Unfair Trading Practices*, inneholder den norske loven ikke krav til betalingsfrister o.l. Dette resultatet er oppløftende, og tyder på at manglende overholdelse av betalingsfrister ikke er problem. Selv om Oda scorer litt lavere har de også en høyere andel «vet ikke», så man skal være varsom med å legge for mye i dette.

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

generelt1.6 **Leverandørene om kjeder**

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	5 %	11 %	3 %	2 %	7 %
Ganske uenig	12 %	16 %	17 %	17 %	7 %
Verken enig eller uenig	16 %	20 %	15 %	19 %	26 %
Ganske enig	36 %	23 %	34 %	39 %	22 %
Helt enig	26 %	23 %	22 %	22 %	28 %
na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	5 %	5 %	6 %	2 %	9 %
uenig	17 %	27 %	21 %	19 %	15 %
enig	62 %	47 %	56 %	61 %	50 %

generelt1a.6

**Kjedene om leverandører**

Leverandører gis tilgang til tilstrekkelig informasjon (som prognoser ol) for at de kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	3 %	4 %
Ganske enig	39 %	24 %
Helt enig	49 %	64 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	8 %	7 %
uenig	0 %	0 %
enig	89 %	89 %

Alle kjedene har et forbedringspotensial her. NorgesGruppen kommer best ut, og REMA 1000 dårligst. Kjedene mener på sin side at dette ikke er noe problem.

5.12.5 Avtalen har en balansert beskrivelse av ytelser og motytelser

generelt1.7

**Leverandørene om kjeder**

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	5 %	5 %	4 %	0 %	4 %
Ganske uenig	17 %	16 %	19 %	13 %	4 %
Verken enig eller uenig	16 %	20 %	19 %	9 %	11 %
Ganske enig	32 %	32 %	37 %	44 %	35 %
Helt enig	23 %	21 %	13 %	33 %	31 %
na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	5 %	5 %	6 %	2 %	15 %
uenig	23 %	21 %	23 %	13 %	7 %
enig	55 %	53 %	50 %	77 %	67 %

**generelt1a.7**

**Kjedene om leverandører**

**Avtalen har en balansert beskrivelse av våre (kjedens) ytelser og (leverandørers) motytelser**

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	3 %	0 %
Verken enig eller uenig	2 %	0 %
Ganske enig	20 %	16 %
Helt enig	74 %	80 %
na	0 %	2 %
Vet ikke	2 %	2 %
uenig	3 %	0 %
enig	93 %	96 %

Inntrykket til leverandørene viser klart at avtalene ikke beskriver ytelser og motytelser på en balansert måte. Det er minimal forskjell på de 3 store kjedene, og forholdet må følges opp videre. Bunnpris og Oda kommer klart bedre ut.

Kjedene på sin side mener beskrivelsen av ytelser og motytelser er balansert.

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

**generelt1.8**

**Leverandørene om kjeder**

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

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	34 %	19 %	25 %	47 %	43 %
Ganske uenig	33 %	36 %	40 %	34 %	30 %
Verken enig eller uenig	17 %	23 %	16 %	11 %	7 %
Ganske enig	6 %	13 %	10 %	5 %	4 %
Helt enig	1 %	3 %	1 %	0 %	2 %
na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	5 %	6 %	7 %	3 %	15 %
uenig	67 %	55 %	65 %	81 %	72 %
enig	8 %	15 %	10 %	5 %	6 %

Krav om nye leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen synes heldigvis ikke å være et stort problem.

## 5.13 Uenighet og Tvister

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

#### generelt1.9 Leverandørene om kjeder

Dersom det oppstår uenighet blir vi som regel enige i etterkant

	Norgesgr.	REMA	Coop	Bunnpris	Oda
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Helt uenig	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Ganske uenig	2 %	4 %	7 %	0 %	0 %
Verken enig eller uenig	14 %	14 %	13 %	6 %	13 %
Ganske enig	43 %	44 %	48 %	48 %	28 %
Helt enig	31 %	25 %	19 %	41 %	35 %
na	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Vet ikke	8 %	12 %	10 %	5 %	24 %
uenig	3 %	5 %	8 %	0 %	0 %
enig	74 %	69 %	67 %	89 %	63 %

#### generelt1a.8 Kjedene om leverandører

Dersom det oppstår uenighet blir vi som regel enige i etterkant

	Ledende	Øvrige
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	3 %	0 %
Verken enig eller uenig	5 %	2 %
Ganske enig	33 %	18 %
Helt enig	59 %	80 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	0 %	0 %
uenig	3 %	0 %
enig	92 %	98 %

Langvarige konflikter som ikke finner en løsning, er svært skadelige for samarbeidet. Selv om det er noe forskjell på de 3 store kjedene, synes ikke dette å være et stort problem.

Kjedene ser heller ikke dette som et problem.

5.13.2 Juridisk bistand i håndtering av tvistesak med #

**bistand1**

**Leverandørene om kjeder**

Har du hatt behov for juridisk bistand i håndtering av tvistesak med #

	<b>Norgesgr.</b>	<b>REMA</b>	<b>Coop</b>	<b>Bunnpris</b>	<b>Oda</b>
<*>No. of cases	146	111	126	64	54
Ja	5 %	14 %	7 %	0 %	0 %
Nei	95 %	86 %	93 %	100 %	100 %

**generelt1a.9**

**Kjedene om leverandører**

Jeg har fått juridisk bistand i håndtering av tvistesak med leverandører

	<b>Ledende</b>	<b>Øvrige</b>
<*>No. of cases	61	45
Helt uenig	46 %	60 %
Ganske uenig	3 %	9 %
Verken enig eller uenig	10 %	7 %
Ganske enig	15 %	7 %
Helt enig	21 %	9 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	5 %	9 %
uenig	49 %	69 %
enig	36 %	16 %

Leverandørene klarer seg heldigvis som regel uten juridisk bistand, men behovet for bistand i tvistesaker er høyere for REMA 1000 enn for NorgesGruppen og Coop.

## 5.14 Kunnskap om lov om god handelsskikk, opplæring og tillit til Dagligvaretilsynet

### 5.14.1 Kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

#### generelt 2.1 og generelt 2a.1

Jeg har god kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	242	66
Helt uenig	0 %	0 %
Ganske uenig	3 %	0 %
Verken enig eller uenig	8 %	0 %
Ganske enig	56 %	23 %
Helt enig	33 %	76 %
Na	0 %	2 %
Vet ikke	0 %	0 %
Uenig	3 %	0 %
Enig	88 %	98 %

### 5.14.2 Opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk

#### generelt 2.2 og generelt 2a.2

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

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	242	66
Helt uenig	4 %	2 %
Ganske uenig	7 %	0 %
Verken enig eller uenig	9 %	2 %
Ganske enig	41 %	11 %
Helt enig	38 %	86 %
Na	1 %	0 %
Vet ikke	1 %	0 %
Uenig	10 %	2 %
Enig	79 %	97 %

Kunnskapsnivået synes høyt når det gjelder lov om god handelsskikk, men klart høyere for kjedene enn for leverandørene. Dette kan tyde på at kjedene har gjennomført mer opplæring enn leverandørene har gjort.

## 5.14.3 Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle

## generelt2.3 og genrelt2a.3

## Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	242	66
Helt uenig	1 %	5 %
Ganske uenig	12 %	2 %
Verken enig eller uenig	23 %	11 %
Ganske enig	42 %	20 %
Helt enig	22 %	62 %
Na	0 %	0 %
Vet ikke	1 %	2 %

Uenig	12 %	6 %
Enig	64 %	82 %

## generelt2.4 og generelt2a.4

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

	Alle	
	Leverandører	Kjeder
<*>No. of cases	242	66
Helt uenig	3 %	8 %
Ganske uenig	9 %	6 %
Verken enig eller uenig	26 %	11 %
Ganske enig	31 %	18 %
Helt enig	26 %	55 %
na	0 %	0 %
Vet ikke	5 %	3 %

uenig	12 %	14 %
enig	57 %	73 %

Kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle er lav, men bedre for kjedene enn leverandørene. Tilliten til hvordan Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk, er også lav. Dagligvaretilsynet vil derfor fremover jobbe både med å bedre kunnskapsnivået og å gjøre seg fortjent til høyere tillit.