



SAMARBEIDSKLIMAET I DAGLIGVAREBRANSJEN

Rapport fra undersøkelse blant kjeder og leverandører
2024



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 | 7 |
| 4.3 | Populasjonens heterogenitet | 7 |
| 4.4 | Webskjema | 8 |
| 4.5 | Utvalg og rekruttering | 9 |
| 4.6 | Utvalgskontroll og utfordringer med e-post | 10 |
| 4.7 | Faktisk utvalg | 10 |
| 4.8 | Faktisk utvalg | 11 |
| 4.8.1 | Andre opplysninger om respondentene på leverandørsiden | 11 |
| 5 | <i>Presentasjon av resultater</i> | 11 |
| 5.1 | Forklaring av tabeller | 11 |
| 5.2 | Om tabeller | 12 |
| 5.3 | Forhandlingsklima og samarbeid | 13 |
| 5.3.1 | Samarbeidet er i all hovedsak basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet | 13 |
| 5.3.2 | Har samarbeidet med {kjeden} /{leverandører} blitt {verre/bedre/uendret}? | 14 |
| 5.3.3 | Har forhandlingsklimaet samlet sett blitt bedre i løpet av de siste 12 månedene? | 15 |
| 5.3.4 | {kjeden/leverandøren} legger frem alle relevante opplysninger som er av betydning for oss før signering av avtalen | 16 |
| 5.3.5 | Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være | 17 |
| 5.3.6 | {kjeden/leverandøren} forlanger å få opplysninger som etter min mening ikke er relevante for samarbeidet | 18 |
| 5.3.7 | Dersom {vi/leverandøren} har behov for å gjøre endringer i standardavtale, løser dette seg greit 19 | |
| 5.3.8 | {kjeden/leverandøren} oppfyller 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 | 23 |
| 5.4.3 | Dersom vi ikke har klart å oppfylle våre leveringsforpliktelser, gis kompensasjon i henhold til inngått avtale | 24 |
| 5.5 | Ytelser og Motytelser | 25 |

Dagligvaretilsynets rapport om samarbeidsklimaet 2024

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 5.5.1 | Vi har fått krav om ytelser som leverandør uten at motytelser fra kjeden er spesifiserte | 25 |
| 5.5.2 | Jeg har opplevd at {kjeden} ensidig har endret kontraktens innhold i ettertid | 25 |
| 5.5.3 | Fast plassering i butikk..... | 26 |
| 5.6 | Skriftlige og muntlige avtaler..... | 28 |
| 5.6.1 | Har avtalene med {kjeden}/{leverandørene} vært skriftlige? / Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler? | 28 |
| 5.7 | Prisendringer..... | 30 |
| 5.7.1 | Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte | 30 |
| 5.7.2 | Dokumentasjon ved prisendringer | 31 |
| 5.7.3 | Informasjon ved prisøkninger | 32 |
| 5.8 | Joint Marketing (JM) | 33 |
| 5.8.1 | Avtalen inneholder en god beskrivelse av hva som er våre {leverandørens}/{kjedens} forpliktelser i JM | 33 |
| 5.8.2 | Betaling for JM er i godt samsvar med den avtalte tjenesten..... | 34 |
| 5.8.3 | Avtalte aktiviteter gjennomføres..... | 35 |
| 5.8.4 | Avtalt kampanjesortiment gjennomføres | 36 |
| 5.8.5 | Evaluerer av JM-aktiviteten..... | 37 |
| 5.8.6 | Avtalt kampanjeplassering | 38 |
| 5.8.7 | Når avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden, blir vi enige om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM..... | 39 |
| 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/kundereklamasjoner..... | 42 |
| 5.9.3 | Dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen | 43 |
| 5.10 | Delisting | 44 |
| 5.10.1 | Delisting kan forekomme uten en saklig begrunnet forklaring..... | 44 |
| 5.10.2 | Delisting skjer sjelden uventet..... | 45 |
| 5.10.3 | Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting | 46 |
| 5.10.4 | Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert | 46 |
| 5.10.5 | Begrunnelse/Saklighet ved delisting | 47 |
| 5.10.6 | Gir en skriftlig begrunnelse av delisting når de/dere blir bedt om det | 48 |
| 5.11 | Andre brudd på lov om god handelsskikk | 49 |
| 5.11.1 | Etterlignet og urimelig utnyttet din bedrifts produkt, idé eller design..... | 49 |
| 5.11.2 | {kjeden/leverandøren} har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt for deg personlig eller din bedrift | 50 |
| 5.11.3 | Frykt vs. markedsrett..... | 51 |
| 5.12 | Respekt for avtalen | 52 |
| 5.12.1 | Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert | 52 |
| 5.12.2 | Det oppstår sjelden uenighet om avtalens fortolkning etter at den er signert..... | 53 |
| 5.12.3 | Inngåtte avtaler om betalingsfrist blir overholdt | 54 |

Dagligvaretilsynets rapport om samarbeidsklimaet 2024

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 5.12.4 | Gir tilgang til tilstrekkelig informasjon (som prognoser o.l.) for at vi kan oppfylle avtalte leveringsforpliktelser | 55 |
| 5.12.5 | Avtalen har en balansert beskrivelse av ytelser og motytelser | 56 |
| 5.12.6 | Kommer med krav om nye leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen | 57 |
| 5.13 | Uenighet og Tvister | 58 |
| 5.13.1 | Dersom det oppstår uenighet blir vi som regel enige i etterkant | 58 |
| 5.14 | Fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen (uavhengig av samarbeidsklimaet) | 59 |
| 5.15 | Markedsdata fra kjeden..... | 60 |
| 5.15.1 | Tilgang til relevante markedsdata fra kjeden..... | 60 |
| 5.15.2 | Kost & Nytte av kjeden markedsdata..... | 61 |
| 5.16 | Åpne kommentarer | 61 |
| 5.16.1 | Er det noen kommentarer du vil legge til? | 61 |
| 5.17 | Kunnskap om lov om god handelsskikk, opplæring og tillit til Dagligvaretilsynet | 62 |
| 5.17.1 | Kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden..... | 62 |
| 5.17.2 | Opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk..... | 63 |
| 5.17.3 | Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle | 64 |

2 Forord

Dagligvaretilsynet har siden etableringen i 2021 vært opptatt av å ha et best mulig faktagrunnlag for vårt arbeid. Denne undersøkelsen er en viktig kilde til å få slik kunnskap. Undersøkelsen om samarbeidsklimaet i dagligvarebransjen er nå gjennomført for tredje år på rad.

Årets undersøkelse viser at det er positiv utvikling på en rekke områder, men ikke alle. Det er derfor fortsatt rom for forbedring både i relasjon til lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden og målsettingen om å få til mer effektive forhandlinger. Vi mottar fortsatt få konkrete henvendelser med påstander om brudd på loven fra aktørene. Noen kan være engstelige for å informere Dagligvaretilsynet. En anonym undersøkelse som dette er derfor en god anledning til å gi uttrykk for sin mening.

Rapporten bør ikke betraktes som en sannhet om kompliserte tema, men heller som et utgangspunkt for diskusjon om relevante tema relatert til samarbeidsklimaet. I den forbindelse er det viktig å vurdere resultatene opp mot tidligere år, enten utviklingen er positiv eller negativ. I tillegg er det viktig å ta hensyn til de ulike kjedenes egenart.

Undersøkelsen for 2024 bygger i store trekk på den vi utførte i 2022 og 2023. Noen spørsmål er fjernet, og noen få nye er lagt til. Vi fikk mange nyttige tilbakemeldinger på undersøkelsen fra 2023, som vi har hensyntatt i årets undersøkelse så langt det var mulig. Vi ser likevel at det fortsatt er rom for forbedringer i måten en slik undersøkelse gjennomføres på. Den største utfordringen i årets undersøkelse var at e-poster ikke alltid kom frem til mottaker, og at avsender vanskelig kunne kontrollere dette. Årsaken synes å være at noen leverandører av IT- eller e-posttjenester var vel ivrige med å blokkere hva systemet trodde kunne være spam. Resultatet var at noen respondenter først fikk link til undersøkelsen rett før fristen, og for noen få kom den muligens aldri frem. På tross av disse utfordringene oppnådde vi et rekordstort utvalg på 372 respondenter som fullførte hele undersøkelsen.

Norstat stod for den praktiske gjennomføringen og hadde ansvaret for gjennomføring av undersøkelsen. På tross av utfordringer med e-post var vi meget fornøyd med Norstats oppfølging og prosjektledelse. Datainnsamlingen foregikk i perioden 12. september til 4. oktober. Resultater og rapport ble fremlagt 17. oktober. Som tidligere år planlegger vi påfølgende oppfølgingsmøter med kjeder og organisasjoner, slik at vi kan gå grundigere inn i de belyste problemstillingene. Det er 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

Deltakelsen i årets undersøkelse, både med hensyn til antall personer og bedrifter, har vært høyere enn de to tidligere årene. Dette kan indikere at bransjeaktørene mener det er viktig å følge og måle utviklingen i samarbeidsklimaet i bransjen gjennom en anonym undersøkelse.

Det er vesentlig flere respondenter hos både leverandører og kjeder som mener at samarbeids- og forhandlingsklimaet har blitt bedre i løpet av det siste året, enn de som mener det motsatte. Generelt er det positiv utvikling på flere viktige spørsmål, noe som kan tyde på en overordnet positiv utvikling av samarbeidsklimaet i dagligvarebransjen.

Av de tre største kjedene er det fortsatt Norgesgruppen som gjennomgående blir evaluert mest positivt av leverandørene. Rema er den kjeden som totalt sett viser størst fremgang fra 2023. Coop viser positiv utvikling på flere områder, men henger noe etter på en del andre. Når det gjelder hvorvidt samarbeidet i all hovedsak er basert på redelighet, forutsigbarhet og lojalitet, opprettholder Norgesgruppen sin posisjon som den beste av de tre store kjedene. Avstanden til Rema og Coop har imidlertid blitt mindre de siste tre årene.

Blant de minste kjedene har Bunnpris størst fremgang fra 2023. Denne kjeden får også best evaluering av leverandørene på en rekke spørsmål. Resultatene til Bunnpris kan være en inspirasjon for flere.

Et viktig prinsipp for effektive forhandlinger er at avtalene er kontrollerbare. Her har alle kjedene (unntatt Bunnpris) fortsatt et forbedringspotensial.

Rundt en tredjedel av leverandørene mener at de mottar krav om ytelser fra de tre store kjedene, uten at motytelser fra den respektive kjeden er spesifiserte. Det bidrar ikke positivt til god handelsskikk.

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 utelukkende er skriftlige, oppfatter noen av leverandørene det ikke slik. Rundt 15 prosent av leverandørene hevder at det, i tillegg til en skriftlig avtale, inngås muntlige avtaler med de tre store kjedene.

Joint Marketing (JM) er fortsatt et av de områdene hvor det virker å være uenighet mellom kjeder og leverandører. Det gjelder særlig manglende kompensasjon når avtalte aktiviteter fra kjedene ikke gjennomføres, og en opplevelse av at kjedene svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer.

Lovens § 8 stiller krav knyttet til delisting og oppsigelse, blant annet kravet til saklig grunn. Det er fortsatt relativt høy andel leverandører som opplever at delisting forekommer uten en saklig

begrunnet forklaring i de tre store kjedene. Dagligvaretilsynet vil fortsette å ha fokus på forhold knyttet til delisting.

Rundt en fjerdedel av leverandørene har opplevd at de tre store dagligvarekjedene har etterlignet deres bedrifts produkt, ide eller design. Selv om andelen kan virke høy, må det bemerkes at leverandørene ikke ble spurt spesifikt om «nye etterligninger» siste 12 måneder. Det er derfor krevende, basert på kun dette spørsmålet, å si noe om hvordan et opplevd problem med etterligning har utviklet seg fra tidligere år.

Tilliten blant aktørene til hvordan Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk er noe høyere enn i 2023. Dagligvaretilsynet vil fortsatt jobbe med å gjøre seg fortjent til høy tillit blant aktørene.

4 Metodebeskrivelse

4.1 Problemdefinisjon og målsetting

Formålet med undersøkelsen er en kvantitativ kartlegging av samarbeidsklima i dagligvarebransjen mellom leverandør og kjede (detaljist). I undersøkelsen ønsker vi å besvare hovedområder knyttet til lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden §§ 3-11, i tillegg til faktorer som er relevant for effektive forhandlinger og avtaler.

Felles for bestemmelsene i loven er at de regulerer partenes atferd, ikke de kommersielle forhandlingsresultatene. Spørsmålene er derfor hovedsakelig relatert til opplevd atferd.

Temaene i hver paragraf i loven 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. Norstat AS (heretter «Norstat») ble 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.
- Kjedens eget merkevarerhus er interessant som innkjøper fra andre leverandører, ikke som leverandør til egen kjede.
- Forhandlinger mellom aktører som kun opererer innen storhusholdning og KBS (kiosk, bensin og service), ble holdt utenfor.
- I årets undersøkelse ble også avtaler som kun gjelder regioner, for eksempel en avtale med et enkelt samvirkelag, holdt utenfor. Det vil si, kun leverandører som forhandlet med kjeden sentralt ble inkludert.

- Kjeder som selger dagligvarer, men som normalt ikke regnes som en typisk dagligvareaktør (Europris, Normal m. fl.) ble også inkludert, men eventuell rapportering for disse kjedene gjøres kun hvis det faktiske utvalget tillater det.

4.2 Populasjon, målgrupper og utvalg

Målgruppen er dagligvareleverandører som har vært involvert i forhandlinger om salg med en dagligvarekjede sentralt. Tilsvarende skal undersøkelsen speile kjedesiden, det vil si 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. I de få tilfellene der en aktør mente å representere begge sider (både kjøper og selger), måtte man velge en side. Variasjonsbredden ble 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, men noen mindre lokale leverandører, som kun forhandlet med en region eller enkeltbutikker, falt automatisk utenfor. Dagligvaretilsynet vil senere vurdere å gjennomføre egne undersøkelser for markedssegmenter som ikke inngår i denne undersøkelsen.

Leverandører utgjør naturlig nok den største delen av utvalget. Store leverandører har normalt mange ulike personer som er involvert i salg og forhandlinger, mens små leverandører kan tenkes å kun ha én person som kan forhandle med en 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 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 bygger i stor grad på det som ble anvendt i Dagligvaretilsynets tidligere undersøkelser i 2022 og 2023. Spørsmålene som tidligere viste seg å ha liten verdi, ble fjernet. For enkelte spørsmål ble formuleringen gjort mer presis (for eksempel forskjellen mellom kampanje- og fast plassering). Det ble også lagt til noen få nye spørsmål, blant annet om leverandørens tilgang til kjedenes egne markedsdata.

Dagligvaretilsynet har i forkant av årets undersøkelse etterlyst flere tema som handler om hvordan kjedene ser på samarbeidet med spesielt de største leverandørene, men det har vært liten respons på dette. Det er derfor ikke gjort vesentlige endringer fra undersøkelsen i 2023 på dette området.

Enkelte aktører har uttrykt et ønske om at undersøkelsen kunne rapportere resultater på noen av de største leverandørene. Det er ikke mulig å gjøre dette i en utvalgsundersøkelse som dette. Det finnes andre kommersielle undersøkelser som belyser én til én relasjoner. Vår undersøkelse har derfor som tidligere størst fokus på å belyse leverandørenes oppfatning av de største kjedene.

I årets undersøkelse ble det gjort enklere for respondentene å hoppe over spørsmål som man følte ikke var relevant eller som man ikke ønsket å besvare. Siden ansvarsområdet til respondentene kan variere mye, er det utfordrende å lage et skjema som passer alle like godt. Der det var naturlig, ble spørsmålene kun stilt til dem som hadde vært involvert i temaet (for eksempel prisendringer).

Leverandører og kjeder fikk så langt som mulig utsagn med lik formulering. I tilfeller der dette ikke var mulig, ble teksten tilpasset henholdsvis leverandør og kjede for å unngå misforståelser. I noen tilfeller ble det aktuelle spørsmålet kun stilt til leverandører, mens i andre tilfeller ble det kun stilt til kjeder.

For å begrense maksimaltid for utfyllingen, og redusere sannsynligheten for at man ikke fullførte undersøkelsen, fikk respondenter fra leverandørene spørsmål om et begrenset antall kjeder. 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 av følgende kjeder: Norgesgruppen, Coop, Rema, Bunnpris, Oda, Europris, Normal og øvrige. Dersom Norgesgruppen ble valgt, ble respondenten i tillegg spurt om hvilke av Norgesgruppens profilhus vedkommende eventuelt hadde forhandlet med, og deretter ble det tilfeldig valgt ut ett av disse. Tallene for Norgesgruppen samlet inneholder derfor svar fra leverandørene som kun har forhandlet med Norgesgruppen sentralt, og eventuelt ett av profilhusene i tillegg.

Som det fremkommer av tabellene under, er utvalget for de tre største kjedene spesielt godt, og bedre sammenlignet med tidligere år. For Bunnpris og Oda er utvalget som forventet vesentlig lavere, og disse tallene vil derfor være forbundet med større usikkerhet.

Antall respondenter som har svart på spørsmål om Europris, er også som forventet svært lavt. Resultatene for denne kjeden er derfor enda mer usikre enn for de andre kjedene, og må tolkes med stor varsomhet. Merk også at det kun er leverandører av dagligvarer som ble tatt med i utvalget.

Personer på kjedesiden forhandler ofte med svært mange ulike leverandører. Vi vurderte ulike måter å gruppere leverandørene på, men vi besluttet å benytte de to samme leverandørkategoriene som i tidligere undersøkelser: markedsledende (de to største i sin kategori) og øvrige leverandører. Årsaken til at vi valgte samme kategorisering som tidligere, er at andre nedbrytninger ville gitt små leverandørgrupper og usikre tall. Resultatene i tabellene i kapittel 5 viser et nokså sammenfallende mønster i besvarelsene for de to rapporterte grupperingene.

Undersøkesskjemaet inneholdt ulike bakgrunnsvariabler, slik at vi kunne kontrollere for utvalgets sammensetning, og vurdere eventuelle muligheter for analyser på undergrupper.

Til spørsmål om muntlige avtaler og frykt kunne respondentene legge inn en utfyllende kommentar for å belyse temaet ytterligere. Videre fikk respondentene mulighet til å legge inn en generell kommentar avslutningsvis i undersøkelsen.

4.5 Utvalg og rekruttering

Utvalget ble gjort med en målsetting om få et størst mulig representativt utvalg, med en fornuftig grad av utvalgskontroll. I motsetning til tidligere år, der all rekruttering ble gjort i en to-trinns påmelding, ble det denne gangen sendt direkte invitasjoner etter lister som vi mottok fra de største dagligvarekjedene, organisasjonene som tillot å dele slike data, i tillegg til åpne kilder. Invitasjonene omfattet både personer på kjede- og leverandørsiden. Det ble sendt ut ca. 1850 direkte invitasjoner gjennom Norstat.

For dem som ikke mottok direkte invitasjon, var det mulig å melde seg på via Dagligvaretilsynets nettside. Informasjonen om denne muligheten ble gitt gjennom en rekke ulike organisasjoner og annonsering i media. De som meldte seg på, fikk tilsendt en unik link til undersøkelsen en til to arbeidsdager etterpå. Det ble mottatt ca. 200 direkte påmeldinger via våre nettsider.

Kvalifikasjonskriterium var at personer fra den aktuelle bedriften hadde deltatt i forhandlinger siste 12 måneder for den bedriften de var ansatt i på det tidspunktet undersøkelsen ble besvart. De som meldte seg på undersøkelsen, måtte oppgi e-postadresse. Norstat gjorde en kontroll for eventuelle duplikater. Påmeldinger fra domener som ikke kunne bli identifisert til en aktuell aktør, gikk igjennom en nærmere kontroll før Norstat sendte ut link.

Kilder for rekruttering til e-postadresser var blant annet:

- Norgesgruppen
- Coop
- Rema
- Bunnpris
- Oda
- Stiftelsen Norsk Mat (oversikt over lokalmatleverandører)
- Kjøttbransjen
- Bryggeri og drikkevareforeningen
- Baker- og konditorbransjens Landsforening

I tillegg ble det formidlet kontaktinformasjon via Dagligvareleverandørenes forening (DLF) og de største leverandørene.

4.6 Utvalgskontroll og utfordringer med e-post

Alle invitasjoner/unike linker og purringer ble sendt ut via Norstat. E-poster til leverandører som kom i retur med feilmelding, forsøkte vi å følge opp ved å kontakte den aktuelle leverandøren direkte. I tillegg sendte vi ut egne oppfordringer og purringer. I løpet av feltperioden ble vi oppmerksomme på at ikke alle e-poster kom frem slik de burde. Det var svært utfordrende å finne et mønster i dette, og årsakene var nok sammensatte. For en stor del skyldes dette at bedriftene har svært følsomme kontrollsystemer for å hindre spam. Ofte er dette administrert av eksterne IT-leverandører. Det er krevende å finne ut av hvordan dette førte til at enkelte e-postmottakere verken mottok e-post fra Norstat eller Dagligvaretilsynet. Den siste purringen ble derfor foretatt direkte med flettet e-post fra en e-postadresse i Dagligvaretilsynet. Dette bidro godt til å øke utvalget, men det er beklagelig at noen responder mottok invitasjon dagen før fristen for undersøkelsen utløp. Dette er forhold som vi må finne bedre løsninger på i fremtiden.

4.7 Faktisk utvalg

Uansett utfordringene beskrevet over fikk denne undersøkelsen et vesentlig høyere faktisk utvalg enn i undersøkelsen i 2023, både når det gjelder antall respondenter og antall bedrifter de representerer. Dette er vi godt fornøyde med. Vi kan heller ikke se at utvalget har spesielle skjevheter.

Som tabellen under viser har 372 personer fra 218 ulike bedrifter fullført undersøkelsen. I tabellene i kapittel 5 har vi i tillegg valgt å ta med resultatene fra respondenter som fullførte undersøkelsen delvis. Det gjelder for eksempel respondenter som ikke har svart på spørsmål om alle kjedene de oppga å ha forhandlet med. For enkelte av spørsmålene som er felles for kjeder og leverandører, er det derfor registrert flere svar enn antall svar fra dem som fullførte hele undersøkelsen.

4.8 Faktisk utvalg

| | BEDRIFTER | RESPONDENTER |
|---------------------|------------|--------------|
| KJEDER | 5 | 77 |
| LEVERANDØRER | 213 | 295 |
| Under 5 MNOK | | 8 |
| 5 – 50 MNOK | | 53 |
| 50 – 250 MNOK | | 60 |
| 250 – 1 MRD | | 85 |
| Over 1 MRD | | 89 |
| TOTALT | 218 | 372 |

4.8.1 Andre opplysninger om respondentene på leverandørsiden

- Respondentene representerer 72 av totalt 92 DLFs medlemsbedrifter
- 63 prosent av respondentene kommer fra leverandører som er hovedsakelig norskeid
- 4 prosent av respondentene kommer fra leverandører som er eid helt eller delvis av en dagligvarekjede. Disse er inkludert i tabellene.

Vår vurdering er at utvalget er godt representativt for både kjede og leverandørsiden.

5 Presentasjon av resultater

5.1 Forklaring av tabeller

Alle tabellene er presentert med spørsmålsnummer i webskjema (for eksempel Q14.1), og teksten for spørsmålet. Spørsmålsteksten er lagt frem slik den ble presentert i skjemaet. For å unngå misforståelser er spørsmålsteksten til leverandør- og kjedesiden i noen tilfeller forskjellig ved at den er tilpasset henholdsvis leverandør og kjede. I enkelte tilfeller er spørsmålet kun stilt til leverandører, i andre tilfeller kun til kjeder.

<*>**No. of cases** betyr antall respondenter som har besvart spørsmålet for hver nedbrytning. Antallet varierer pga. kvalifikasjonskriterier for å besvare et spørsmål, for eksempel basert på hvor lenge vedkommende har arbeidet med forhandlinger, og hva vedkommende oppgir 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. Der det er naturlig, er det lagt til en fargekode, hvor røde tall indikerer negative verdier og grønne 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 som ansees interessante, er disse tatt med. Tallene for Europris må som beskrevet over tolkes med stor varsomhet på grunn av lite utvalg.

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.

Dersom man sammenligner rapporten fra 2024 med rapporten fra 2023, er det viktig å være oppmerksom på at spørsmålsformuleringen kan ha endret seg.

5.3 Forhandlingsklima og samarbeid

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

Q14.1 **Leverandørene om kjeder 2024**

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 255 | 130 | 136 | 67 | 61 | 48 |
| Helt uenig | 2% | 4% | 5% | | | 10% |
| Ganske uenig | 8% | 15% | 10% | 3% | 8% | 10% |
| Verken enig eller uenig | 13% | 13% | 14% | 8% | 10% | 13% |
| Ganske enig | 42% | 43% | 40% | 33% | 41% | 42% |
| Helt enig | 36% | 25% | 30% | 55% | 34% | 25% |
| Vet ikke | 0% | | 1% | 2% | 7% | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 10 % | 18 % | 15 % | 3 % | 8 % | 21 % |
| enig | 78 % | 69 % | 70 % | 88 % | 75 % | 67 % |

Q32.1 **Kjedene om leverandører 2024**

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 76 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 1% | 7% |
| Verken enig eller uenig | 3% | |
| Ganske enig | 28% | 25% |
| Helt enig | 68% | 68% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 1 % | 7 % |
| enig | 96 % | 93 % |

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

Norgesgruppen kommer best ut av de tre store kjedene, med samme resultat som i 2023. 78 prosent av leverandørene er enige i at samarbeidet med denne kjeden i all hovedsak er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet.

Rema har størst fremgang av de tre store. Denne kjeden skårer 7 prosentpoeng høyere enn i 2023 når det gjelder leverandører som er enige i utsagnet, samtidig som andel uenige har gått ned med 9 prosentpoeng.

Leverandørenes vurdering av Coop har også blitt noe mer positiv sammenlignet med 2023. Andel som er enige i at samarbeidet med Coop er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet, har gått opp med 2 prosentpoeng, mens andel uenige har gått ned med 9 prosentpoeng.

Bunnpris har aller størst fremgang – 88 prosent av leverandørene er enige i at samarbeidet med denne kjeden er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet, som gir en økning i andel enige på 15 prosentpoeng siden 2023.

Europris skårer fortsatt lavest av alle kjedene, men får en mer positiv evaluering av leverandørene enn i 2023.

Kjedene mener gjennomgående at samarbeidet med leverandører er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet, og det er en klar økning i andel enige sammenlignet med de to siste årene.

I et treårs perspektiv er det Norgesgruppen som opprettholder sin posisjon som best på samarbeidet med leverandørene, samtidig som det er positivt at avstanden til Rema og Coop har blitt mindre. Andel leverandører som er *uenige* i at samarbeidet er basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet, har blitt mindre for de fire største kjedene. Kjedene vurderer samarbeidet med leverandørene mer positivt. En overordnet slutning kan være at dette beskriver en bedring i det generelle samarbeidsklimaet i bransjen.

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 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-----------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 219 | 122 | 133 | 68 | 54 | 47 |
| Verre | 6% | 19% | 19% | 3% | 7% | 11% |
| Bedre | 23% | 32% | 23% | 22% | 20% | 23% |
| Uendret | 69% | 49% | 59% | 72% | 72% | 66% |
| Vet ikke | 2% | | | 3% | | |

| | | | | | | |
|----------------|------|------|------|------|------|------|
| Endringsfaktor | 0,18 | 0,13 | 0,04 | 0,19 | 0,13 | 0,13 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|

*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 med de fire største kjedene er uendret. Det er flere som synes at samarbeidet har blitt bedre enn de som synes at samarbeidet har blitt verre.

Andelen som synes at samarbeidet har blitt verre, er også lavere enn i 2023. Det er positivt at dette gjelder for alle kjedene.

Coop er for andre gang på rad den kjeden som har svakest utvikling på samarbeidet siste 12 måneder.

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

Q4

2024

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

| | Alle | |
|-----------------|--------------|--------|
| | Leverandører | Kjeder |
| <*>No. of cases | 346 | 83 |
| Verre | 15% | |
| Bedre | 26% | 41% |
| Uendret | 58% | 57% |
| Vet ikke | 1% | 2% |
| Endringsfaktor | 0,11 | 0,41 |

Et flertall (58 prosent) av leverandørene gir uttrykk for at forhandlingsklimaet samlet sett er uendret. 26 prosent av leverandørene mener at forhandlingsklimaet har blitt bedre, mens 15 prosent mener det motsatte.

Kjedene er mer positive enn leverandørene. De fleste (57 prosent) mener at forhandlingsklimaet er uendret, mens 41 prosent mener at forhandlingsklimaet har blitt bedre. Ingen mener det har blitt verre.

Sammenlignet med 2023 har andel leverandører som mener at forhandlingsklimaet har blitt bedre, økt noe. Andel kjeder som mener at forhandlingsklimaet har blitt bedre, er omtrent på samme nivå.

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 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 249 | 129 | 136 | 66 | 59 | 47 |
| Helt uenig | 1% | 5% | 4% | 2% | | 6% |
| Ganske uenig | 8% | 12% | 12% | 2% | 12% | 23% |
| Verken enig eller uenig | 14% | 17% | 17% | 6% | 10% | 17% |
| Ganske enig | 41% | 36% | 36% | 42% | 41% | 26% |
| Helt enig | 35% | 28% | 29% | 47% | 29% | 26% |
| Vet ikke | 1% | 2% | 3% | 2% | 9% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 9 % | 18 % | 15 % | 3 % | 12 % | 30 % |
| enig | 76 % | 64 % | 65 % | 89 % | 70 % | 51 % |

Q32.2 Kjedenes om leverandører 2024

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

| | Ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 76 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 5% | 5% |
| Verken enig eller uenig | 7% | 9% |
| Ganske enig | 46% | 46% |
| Helt enig | 42% | 41% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 5 % | 5 % |
| enig | 88 % | 87 % |

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.

Norgesgruppen skårer best av de tre største kjedene, med 76 prosent av leverandørene som er enige i at kjeden legger frem alle relevante opplysninger. Rema og Coop skårer noe lavere.

En høy andel kjedenes representanter er enige i at leverandørene legger frem alle relevante opplysninger som er av betydning for dem før signering av avtalen. Dette vitner om høy grad av tillit.

Det er ikke uventet at leverandører og kjeder ser ulikt på hvilke opplysninger de har krav på fra den andre parten, men forskjellen er mindre enn tidligere år.

Sammenlignet med 2023 er det gledelig at leverandørene mener at alle kjedene (unntatt Oda) har en markert forbedring på dette punktet. Bunnpris er den kjeden som leverandørene mener å ha størst forbedring siden 2023, og kommer best ut av alle kjedene (89 prosent). Kjedenes vurdering av både ledende og øvrige leverandører har også blitt mer positiv siden 2023.

5.3.5 Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

Q14.3 Leverandørene om kjeder 2024

Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europpris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|-----------|
| <*>No. of cases | 252 | 128 | 135 | 66 | 61 | 47 |
| Helt uenig | 2% | 5% | 3% | | | 9% |
| Ganske uenig | 12% | 17% | 18% | | 8% | 11% |
| Verken enig eller uenig | 17% | 14% | 18% | 11% | 10% | 19% |
| Ganske enig | 37% | 34% | 34% | 36% | 46% | 40% |
| Helt enig | 31% | 30% | 25% | 53% | 33% | 21% |
| Vet ikke | 0% | | 2% | | 3% | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 14 % | 22 % | 21 % | 0 % | 8 % | 19 % |
| enig | 69 % | 64 % | 59 % | 89 % | 79 % | 62 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q32.3

Forhandlingene er så åpne som de kan og bør være

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 76 | 44 |
| Helt uenig | 1% | |
| Ganske uenig | 3% | 7% |
| Verken enig eller uenig | 5% | 2% |
| Ganske enig | 29% | 32% |
| Helt enig | 62% | 59% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 4 % | 7 % |
| enig | 91 % | 91 % |

Drøyt 20 prosent av leverandørene uttrykker at forhandlingene med Rema og Coop ikke er så åpne som de kan og bør være. Andelen som mener det samme om Norgesgruppen, er 14 prosent. Bunnpris er den kjeden som kommer best ut, og ingen er *uenige* i at forhandlingene med denne kjeden er så åpne som de kan og bør være.

Kjederepresentantene er mer positive. Hele 91 prosent mener at forhandlingene både med ledende og øvrige leverandører er så åpne som de kan og bør være.

Sett fra leverandørens side er det fortsatt et forbedringspotensial for åpenhet og informasjonsplikt i forhandlingene med de tre store kjedegrupperingene, selv om leverandørens vurdering av disse har blitt mer positiv siden 2023.

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

Q14.4 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 247 | 127 | 132 | 62 | 59 | 46 |
| Helt uenig | 26% | 21% | 16% | 39% | 27% | 22% |
| Ganske uenig | 36% | 28% | 28% | 32% | 39% | 33% |
| Verken enig eller uenig | 17% | 21% | 18% | 18% | 12% | 24% |
| Ganske enig | 12% | 17% | 23% | 5% | 7% | 9% |
| Helt enig | 7% | 10% | 13% | 7% | 9% | 9% |
| Vet ikke | 2% | 2% | 2% | | 7% | 4% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 62 % | 49 % | 44 % | 71 % | 66 % | 54 % |
| enig | 19 % | 28 % | 36 % | 11 % | 15 % | 17 % |

Q32.4 Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 75 | 43 |
| Helt uenig | 29% | 40% |
| Ganske uenig | 44% | 30% |
| Verken enig eller uenig | 19% | 19% |
| Ganske enig | 8% | 9% |
| Helt enig | | 2% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 73 % | 70 % |
| enig | 8 % | 11 % |

En relativt høy andel leverandører oppgir at kjedene, særlig Coop og 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 ulikt.

Med unntak av Coop har leverandørenes vurdering av kjedene bedret seg siden 2023. Kjedenes vurdering av både ledende og øvrige leverandører har ikke endret seg betydelig siden 2023.

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

Q14.5 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 240 | 125 | 131 | 60 | 58 | 46 |
| Helt uenig | 4% | 9% | 4% | | 2% | 4% |
| Ganske uenig | 14% | 18% | 18% | | 9% | 11% |
| Verken enig eller uenig | 22% | 21% | 24% | 8% | 10% | 13% |
| Ganske enig | 31% | 35% | 30% | 33% | 43% | 37% |
| Helt enig | 18% | 11% | 12% | 50% | 28% | 20% |
| Vet ikke | 12% | 6% | 12% | 8% | 9% | 15% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 18 % | 26 % | 21 % | 0 % | 10 % | 15 % |
| enig | 49 % | 46 % | 42 % | 83 % | 71 % | 57 % |

Q32.5 Kjedene om leverandører 2024

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

| | Ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 73 | 42 |
| Helt uenig | 1% | |
| Ganske uenig | 1% | 2% |
| Verken enig eller uenig | 10% | 7% |
| Ganske enig | 62% | 50% |
| Helt enig | 23% | 36% |
| Vet ikke | 3% | 5% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 2 % | 2 % |
| enig | 85 % | 86 % |

Rundt 20 prosent av leverandørene mener at i tilfeller der det er behov for å gjøre endringer i standardavtaler med de tre største kjedene, løser dette seg *ikke* greit. Bunnpris og Oda skårer best av alle kjedene.

Kjederepresentantene opplever ikke utfordringer på dette området.

Sammenlignet med 2023 har leverandørenes vurdering av alle kjedene, med unntak av Coop, hatt en positiv utvikling. Kjedene har også en mer positiv oppfatning av særlig ledende leverandører.

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

Q15.1 Leverandørene om kjeder 2024

Oppfyller de berettigede forventningene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 246 | 129 | 134 | 65 | 60 | 47 |
| Helt uenig | 2% | 3% | 4% | | | |
| Ganske uenig | 5% | 13% | 19% | 3% | 13% | 11% |
| Verken enig eller uenig | 7% | 18% | 13% | 8% | 7% | 19% |
| Ganske enig | 46% | 43% | 45% | 42% | 40% | 45% |
| Helt enig | 40% | 23% | 19% | 48% | 35% | 23% |
| Vet ikke | | | 1% | | 5% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 6 % | 16 % | 23 % | 3 % | 13 % | 11 % |
| enig | 87 % | 66 % | 64 % | 89 % | 75 % | 68 % |

Q33.1

Kjedene om leverandører 2024

Oppfyller de berettigede forventningene jeg og min bedrift hadde etter inngått avtale

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 74 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | 2% |
| Verken enig eller uenig | 3% | 5% |
| Ganske enig | 54% | 32% |
| Helt enig | 43% | 61% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 0 % | 2 % |
| enig | 97 % | 93 % |

Leverandørene mener at Bunnpris og Norgesgruppen er best på å innfri deres forventninger. Nesten 90 prosent hevder at disse kjedene oppfyller de berettigede forventningene etter inngått avtale. Coop, etterfulgt av Europris, skårer lavest.

Det er rimelig å anta at markedsledende leverandører blir møtt med høyere forventninger fra kjedene enn øvrige leverandører. Det er derfor positivt at 97 prosent av kjederepresentantene mener at de største leverandørene oppfyller berettigede forventninger.

Sammenlignet med 2023 har leverandørene fått mer positiv holdning til kjedene. Unntaket er Coop, som skårer på nivå med fjoråret. Kjedene er mer positive til begge leverandørkategorier enn i 2023.

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

Q15.2 Leverandørene om kjeder 2024

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 | 248 | 128 | 132 | 63 | 59 | 47 |
| Helt uenig | 3% | 2% | 2% | | | 2% |
| Ganske uenig | 4% | 7% | 11% | | 5% | 4% |
| Verken enig eller uenig | 10% | 16% | 14% | 3% | 12% | 9% |
| Ganske enig | 44% | 41% | 49% | 37% | 48% | 47% |
| Helt enig | 39% | 31% | 19% | 60% | 31% | 32% |
| Vet ikke | 1% | 3% | 4% | | 5% | 6% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 6 % | 9 % | 14 % | 0 % | 5 % | 6 % |
| enig | 83 % | 72 % | 68 % | 97 % | 78 % | 79 % |

Q33.2

Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 74 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 1% | |
| Verken enig eller uenig | 1% | 5% |
| Ganske enig | 16% | 16% |
| Helt enig | 81% | 80% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 1 % | 0 % |
| enig | 97 % | 96 % |

Dette spørsmålet berører både lovens § 3 (generalklausulen) om at samarbeidet skal være «basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet» og § 6 om skriftlighet og klarhet. Dersom avtalen ikke er utformet på en slik måte at den er kontrollerbar etter at avtalen er inngått, er dette i strid med loven.

Leverandørene er mest positive til avtalen med Bunnpris og Norgesgruppen. Andelen som mener at avtalen med disse kjedene er kontrollerbar, er henholdsvis 97 prosent og 83 prosent. Andelen som mener det samme om Rema og Coop, er henholdsvis 72 og 68 prosent.

En relativt høy andel leverandører (14 prosent) opplever at inngåtte avtaler med Coop *ikke* er kontrollerbare. Kjeden har derfor et forbedringspotensial på dette området.

Kjedene mener at avtalene med både ledende og øvrige leverandører er kontrollerbare. Forskjellen i leverandørenes og kjedenes svar på dette spørsmålet kan være en indikasjon på at kjedene er den sterkeste part i forhandlingene.

Sammenlignet med 2023 er det positivt at de kjedene som skåret svakest i 2023 – Coop og Europris – vurderes mer positivt av leverandørene i 2024. Det har vært en positiv utvikling av kjedenes oppfatning av begge leverandørkategorier.

5.4 Priser, rabatter og leveringsforpliktelser

5.4.1 Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

Q15.3 Leverandørene om kjeder 2024

Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 244 | 129 | 133 | 60 | 56 | 47 |
| Helt uenig | 2% | | 2% | | | 2% |
| Ganske uenig | 5% | 5% | 7% | 10% | 7% | 2% |
| Verken enig eller uenig | 7% | 7% | 7% | 5% | 5% | 6% |
| Ganske enig | 33% | 30% | 39% | 28% | 29% | 43% |
| Helt enig | 53% | 57% | 44% | 55% | 55% | 43% |
| Vet ikke | 0% | 1% | 2% | 2% | 4% | 4% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 7 % | 5 % | 8 % | 10 % | 7 % | 4 % |
| enig | 85 % | 88 % | 84 % | 83 % | 84 % | 85 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q33.3

Informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 66 | 40 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 2% | |
| Verken enig eller uenig | 5% | 3% |
| Ganske enig | 20% | 23% |
| Helt enig | 74% | 75% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 2 % | 0 % |
| enig | 94 % | 98 % |

Tallene fra leverandørene peker ikke på nevneverdige utfordringer knyttet til informasjon om priser og rabatter i avtalen med kjedene, og det er små forskjeller mellom kjedene.

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 2023, men både leverandørene og kjedene har gjennomgående fått noe mer positivt inntrykk av hverandre.

5.4.2 Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen

Q15.4 Leverandørene om kjeder 2024

Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 243 | 129 | 132 | 57 | 54 | 47 |
| Helt uenig | 1% | | 2% | | | 2% |
| Ganske uenig | 3% | 2% | 3% | | 4% | 2% |
| Verken enig eller uenig | 2% | 10% | 4% | 7% | 7% | 2% |
| Ganske enig | 34% | 30% | 42% | 30% | 43% | 40% |
| Helt enig | 58% | 58% | 48% | 60% | 43% | 51% |
| Vet ikke | 2% | 1% | 2% | 4% | 4% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 4 % | 2 % | 5 % | 0 % | 4 % | 4 % |
| enig | 93 % | 88 % | 89 % | 89 % | 85 % | 92 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q33.4

Informasjon om leveringsforpliktelser er klart definert i avtalen

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 70 | 41 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 1% | |
| Verken enig eller uenig | 6% | 5% |
| Ganske enig | 17% | 15% |
| Helt enig | 74% | 81% |
| Vet ikke | 1% | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 1 % | 0 % |
| enig | 91 % | 96 % |

Leverandørene ser ikke ut til å oppleve problemer knyttet til informasjon om leveringsforpliktelser med de tre største kjedene.

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

Det er positivt at de minste tre kjedene har fått bedre resultater sammenlignet med 2023, og at forskjellen mellom alle kjedene nå er liten på dette området. Kjedenes vurdering av øvrige leverandører har blitt ytterligere mer positiv siden 2023.

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

Q15.5 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 206 | 104 | 113 | 45 | 44 | 37 |
| Helt uenig | 10% | 12% | 12% | 20% | 16% | 11% |
| Ganske uenig | 9% | 13% | 13% | 13% | 14% | 5% |
| Verken enig eller uenig | 25% | 26% | 20% | 9% | 16% | 27% |
| Ganske enig | 17% | 18% | 27% | 33% | 27% | 24% |
| Helt enig | 26% | 18% | 18% | 18% | 16% | 24% |
| Vet ikke | 13% | 14% | 9% | 7% | 11% | 8% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 19 % | 24 % | 26 % | 33 % | 30 % | 16 % |
| enig | 43 % | 37 % | 45 % | 51 % | 43 % | 49 % |

Q33.5

Kjedene om leverandører 2024

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

| | Ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 64 | 34 |
| Helt uenig | 11% | 9% |
| Ganske uenig | 23% | 15% |
| Verken enig eller uenig | 31% | 27% |
| Ganske enig | 19% | 29% |
| Helt enig | 9% | 12% |
| Vet ikke | 6% | 9% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 34 % | 24 % |
| enig | 28 % | 41 % |

Nesten halvparten av leverandørene mener at de gir kompensasjon til kjedene ved manglende leveringsforpliktelser. Samtidig svarer omtrent 20 prosent at de *ikke* gir slik kompensasjon. Det er også en høy andel som ikke tar stilling til dette spørsmålet.

Mange av kjedenes representanter tar heller ikke stilling til dette spørsmålet. Når det gjelder ledende leverandører er det flere som er uenige i at de blir kompensert ved manglende leveringsforpliktelser, enn de som er enige.

Sammenlignet med 2023 er det noe høyere andel leverandører som er enige i at det gis kompensasjon, mens hos kjedene er det noe høyere andel som er uenige i dette.

Vi kjenner ikke årsaken eller bakgrunnen for disse resultatene, men det kan virke som om begge parter mener det er rom for forbedring eller større klarhet på dette punktet.

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 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|------|---------|
| <*>No. of cases | 229 | 126 | 121 | 57 | 53 | 44 |
| Helt uenig | 23% | 18% | 17% | 42% | 40% | 23% |
| Ganske uenig | 25% | 25% | 25% | 35% | 25% | 32% |
| Verken enig eller uenig | 21% | 20% | 22% | 4% | 9% | 23% |
| Ganske enig | 15% | 21% | 20% | 5% | 13% | 7% |
| Helt enig | 12% | 10% | 13% | 11% | 8% | 11% |
| Vet ikke | 5% | 6% | 3% | 4% | 6% | 5% |
| uenig | 48 % | 43 % | 42 % | 77 % | 64 % | 55 % |
| enig | 27 % | 32 % | 33 % | 16 % | 21 % | 18 % |

Rundt en tredjedel av leverandørene mener at de mottar krav om ytelser fra de tre store kjedene, uten at motytelser fra den respektive kjeden er spesifisert. Leverandørene opplever at slike krav i noe mindre grad stilles fra de øvrige kjedene.

Både Norgesgruppen og Rema har en positiv utvikling fra 2023.

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

Q15.7 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|------|---------|
| <*>No. of cases | 239 | 126 | 126 | 61 | 56 | 45 |
| Helt uenig | 57% | 44% | 47% | 75% | 61% | 44% |
| Ganske uenig | 25% | 25% | 32% | 20% | 21% | 38% |
| Verken enig eller uenig | 11% | 8% | 12% | 3% | 9% | 13% |
| Ganske enig | 3% | 10% | 4% | | | |
| Helt enig | 2% | 6% | 2% | 2% | | 2% |
| Vet ikke | 3% | 6% | 3% | | 9% | 2% |
| uenig | 82 % | 70 % | 79 % | 95 % | 82 % | 82 % |
| enig | 4 % | 16 % | 6 % | 2 % | 0 % | 2 % |

Tallene fra leverandørene indikerer at ensidig endring av kontraktens innhold stort sett ikke forekommer. For tredje år på rad er det Rema som skiller seg noe mer negativt ut ved at 16 prosent av leverandørene mener at Rema ensidig har endret kontraktens forhold i etterkant av signert avtale. Dette er derfor et forbedringsområde for kjeden.

5.5.3 Fast plassering i butikk

Q15.8 Leverandørene om kjeder 2024

Dersom det er avtalt fast plassering (med planogram) i butikk blir dette gjennomført

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 204 | 103 | 101 | 57 | 28 | 34 |
| Helt uenig | 2% | 4% | 3% | | 4% | 3% |
| Ganske uenig | 9% | 13% | 9% | 12% | | 12% |
| Verken enig eller uenig | 15% | 12% | 21% | 11% | 36% | 21% |
| Ganske enig | 39% | 37% | 36% | 35% | 21% | 29% |
| Helt enig | 28% | 25% | 22% | 33% | 29% | 24% |
| Vet ikke | 8% | 10% | 10% | 9% | 11% | 12% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 11 % | 17 % | 12 % | 12 % | 4 % | 15 % |
| enig | 66 % | 62 % | 57 % | 68 % | 50 % | 53 % |

Tall for profilhusene i Norgesgruppen:

Q15.8 Leverandørene om Ngr 2024

Dersom det er avtalt fast plassering (med planogram) i butikk blir dette gjennomført

| | Ngr/Kiwi | Ngr/Meny | Ngr/Kjmh |
|-------------------------|----------|----------|----------|
| <*>No. of cases | 42 | 45 | 46 |
| Helt uenig | | 4% | |
| Ganske uenig | 7% | 16% | 11% |
| Verken enig eller uenig | 10% | 16% | 24% |
| Ganske enig | 43% | 33% | 41% |
| Helt enig | 41% | 27% | 22% |
| Vet ikke | | 4% | 2% |

| | | | |
|-------|------|------|------|
| uenig | 7 % | 20 % | 11 % |
| enig | 83 % | 60 % | 63 % |

Q40.5

Kjedene om leverandører 2024

Dersom det er avtalt fast plassering (med planogram) i butikk blir dette gjennomført

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 49 | 31 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | 4% | 3% |
| Ganske enig | 25% | 19% |
| Helt enig | 67% | 68% |
| Vet ikke | 4% | 10% |
| uenig | 0 % | 0 % |
| enig | 92 % | 87 % |

Norgesgruppen og Bunnpris blir vurdert noe mer positivt av leverandørene når det gjelder å gjennomføre eventuelt avtalt fast plass i butikk. For Norgesgruppen er det forskjell mellom profilhusene. Kiwi gjør det best av profilhusene i Norgesgruppen. De fleste kjedene (med unntak av Kiwi) synes å ha rom for forbedring i å følge opp at avtalt plassering i butikk blir gjennomført.

Dette spørsmålet er nytt i årets undersøkelse.

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 2024**

Har avtalene med # vært skriftlige?

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-----------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|------------|----------------|
| <*>No. of cases | 252 | 131 | 137 | 69 | 62 | 50 |
| Ja | 94% | 96% | 93% | 91% | 89% | 94% |
| Nei | 6% | 4% | 7% | 9% | 11% | 6% |

Q34 **Kjedene om leverandører 2024**

Har avtalene med # vært skriftlige?

| | ledende | øvrige |
|-----------------|----------------|---------------|
| <*>No. of cases | 74 | 44 |
| Ja | 99 % | 100% |
| Nei | 1 % | |

Q17 **Leverandørene om kjeder 2024**

Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-----------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|------------|----------------|
| <*>No. of cases | 237 | 126 | 128 | 63 | 55 | 47 |
| Ja | 17% | 14% | 13% | 5% | 15% | 9% |
| Nei | 83% | 87% | 88% | 95% | 86% | 92% |

Kjedene om leverandører 2024

Q35

Har det i tillegg blitt inngått muntlige avtaler?

| | ledende | øvrige |
|-----------------|----------------|---------------|
| <*>No. of cases | 73 | 44 |
| Ja | 6% | 2% |
| Nei | 95% | 98% |

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 utelukkende er skriftlige, oppfatter noen representanter fra leverandørene det ikke slik.

Rundt 15 prosent av leverandørene hevder at det, i tillegg til en skriftlig avtale, inngås muntlige avtaler med de tre store kjedene. Fra kjedesiden mener tilnærmet alle representantene at muntlige avtaler ikke forekommer. Selv om de muntlige tilleggsavtalene kan omhandle mindre forhold, og i

seg selv være positive, bør de dokumenteres skriftlig i etterkant, for eksempel i form av en enkel e-post.

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.

Bunnpris og Europris har en nedgang fra 2023 i andel leverandører som sier at de *ikke* har en skriftlig avtale med disse kjedene. For de øvrige kjedene er det mindre endringer.

I årets undersøkelse var det mulig å legge inn enn utfyllende kommentar om situasjoner der eventuelle muntlige avtaler ble inngått. Respondentene peker blant annet på enkelte tilfeller der det ble inngått muntlige avtaler om *intensjoner* om priser på kampanjer. Slike priser kan være vanskelig å binde fordi prisene endres fortløpende. Enkelte peker også på muntlige avtaler om aktiviteter og kampanjer. De fleste eksemplene omhandler forhold som intensjoner eller enkeltbutikker.

Mangel på skriftlighet i avtaler og muntlige tilleggsavtaler er fortsatt et fokusområde i Dagligvaretilsynets arbeid, og noe tilsynet vil følge opp videre. 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 2024

Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 197 | 117 | 113 | 27 | 35 | 38 |
| Helt uenig | 3% | 2% | 8% | | 3% | 13% |
| Ganske uenig | 16% | 14% | 16% | 7% | | 21% |
| Verken enig eller uenig | 14% | 17% | 15% | 7% | | 13% |
| Ganske enig | 37% | 37% | 41% | 22% | 51% | 26% |
| Helt enig | 29% | 31% | 20% | 59% | 46% | 26% |
| Vet ikke | 1% | | | 4% | | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 19 % | 15 % | 24 % | 7 % | 3 % | 34 % |
| enig | 66 % | 68 % | 61 % | 82 % | 97 % | 53 % |

Filter: deltatt i prisendringer

Q37.1 Kjedenes om leverandører 2024

Prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 43 | 27 |
| Helt uenig | 7% | 4% |
| Ganske uenig | 21% | 15% |
| Verken enig eller uenig | 23% | 22% |
| Ganske enig | 28% | 41% |
| Helt enig | 21% | 19% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 28 % | 19 % |
| enig | 49 % | 60 % |

Selv om de fleste leverandørene mener at prisendringer gjennomføres på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte i de tre største kjedene, er det mellom 15 prosent (Rema) og 24 prosent (Coop) som mener det motsatte. Det er relativt liten forskjell mellom de tre største kjedene.

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

Leverandørenes vurdering av alle kjedene, unntatt Coop, er mer positiv enn i 2023. Kjedenes vurdering av leverandørene har ikke endret seg betydelig siden 2023. Det er fortsatt rom for

forbedringer når det gjelder gjennomføring av prisendringer på en rasjonell, objektiv og forutsigbar måte.

5.7.2 Dokumentasjon ved prisendringer

Q19.2 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europriis |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|-----------|
| <*>No. of cases | 193 | 115 | 113 | 26 | 34 | 38 |
| Helt uenig | 13% | 6% | 12% | 35% | 29% | 18% |
| Ganske uenig | 29% | 22% | 15% | 35% | 41% | 37% |
| Verken enig eller uenig | 23% | 24% | 19% | 15% | 24% | 21% |
| Ganske enig | 17% | 17% | 22% | 4% | 3% | 8% |
| Helt enig | 18% | 30% | 33% | 8% | 3% | 16% |
| Vet ikke | 1% | 1% | | 4% | | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 42 % | 28 % | 27 % | 69 % | 71 % | 55 % |
| enig | 35 % | 48 % | 55 % | 12 % | 6 % | 24 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q37.2

Jeg ber kun om dokumentasjon av vesentlige kostnadselementer

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 42 | 27 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | 7% | |
| Ganske enig | 17% | 33% |
| Helt enig | 76% | 67% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|-------|
| uenig | 0 % | 0 % |
| enig | 93 % | 100 % |

En høy andel leverandører mener at de tre største kjedene går for langt i å be om dokumentasjon av kostnadselementer ved prisendringer.

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

Sammenlignet med 2023 er leverandørenes vurdering av de fleste kjedene, unntatt Coop, noe mer positiv.

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

5.7.3 Informasjon ved prisøkninger

Q37.3

Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 43 | 27 |
| Helt uenig | 9% | 11% |
| Ganske uenig | 37% | 30% |
| Verken enig eller uenig | 35% | 33% |
| Ganske enig | 19% | 11% |
| Helt enig | | 15% |
| Vet ikke | | |
| uenig | 46 % | 41 % |
| enig | 19 % | 26 % |

Kjedene har som i 2023 fortsatt relativt lav tillitt til informasjonen om prisøkninger fra leverandørene. Samtidig er det en ganske høy andel som ikke tar stilling til dette spørsmålet, og andelen er høyere enn i 2023.

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 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 131 | 78 | 74 | 54 | 41 | 28 |
| Helt uenig | 1% | 3% | 3% | | 2% | |
| Ganske uenig | 6% | 13% | 14% | 4% | 2% | 4% |
| Verken enig eller uenig | 4% | 10% | 12% | | 10% | 7% |
| Ganske enig | 44% | 39% | 46% | 37% | 39% | 54% |
| Helt enig | 45% | 36% | 26% | 59% | 46% | 36% |
| Vet ikke | 1% | | | | | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 7 % | 15 % | 16 % | 4 % | 5 % | 4 % |
| enig | 89 % | 74 % | 72 % | 96 % | 85 % | 89 % |

Q39.1 Kjedenes om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 54 | 31 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 2% | |
| Verken enig eller uenig | 4% | 7% |
| Ganske enig | 13% | 19% |
| Helt enig | 82% | 74% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 2 % | 0 % |
| enig | 95 % | 93 % |

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

Av de tre store kjedene uttrykker leverandørene størst grad av fornøydhet med Norgesgruppens avtaler om JM. 89 prosent av leverandørene sier at avtalene med denne kjeden gir en god beskrivelse av forpliktelsene. Rema og Coop skårer henholdsvis 74 prosent og 72 prosent. Bunnpris skiller seg ut ved at 96 prosent av leverandørene mener at avtalene med denne kjeden gir en god beskrivelse av forpliktelsene. Tallene for Oda og Europri er også svært positive.

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

Av de tre store kjedene er leverandørene fortsatt mest fornøyde med JM-avtalen de har med Norgesgruppen. Leverandørenes vurdering av JM-avtalen med henholdsvis Coop og Europris har blitt betydelig mer positiv siden 2023. Avtalen med andre kjeder vurderes omtrent likt som før. 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 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 131 | 78 | 74 | 54 | 41 | 27 |
| Helt uenig | 15% | 15% | 14% | | 5% | |
| Ganske uenig | 29% | 30% | 28% | 11% | 17% | 11% |
| Verken enig eller uenig | 16% | 15% | 14% | 13% | 10% | 7% |
| Ganske enig | 21% | 21% | 35% | 41% | 44% | 48% |
| Helt enig | 19% | 19% | 10% | 35% | 24% | 33% |
| Vet ikke | | | | | | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 44 % | 45 % | 42 % | 11 % | 22 % | 11 % |
| enig | 41 % | 40 % | 45 % | 76 % | 68 % | 81 % |

Q39.2

Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 54 | 31 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 2% | 3% |
| Verken enig eller uenig | 6% | |
| Ganske enig | 20% | 23% |
| Helt enig | 70% | 74% |
| Vet ikke | 2% | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 2 % | 3 % |
| enig | 90 % | 97 % |

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. Over 40 prosent av leverandørene mener at prisen de betaler for JM *ikke* er i godt samsvar med den avtalte tjenesten de yter i den respektive kjeden. Bunnpris og Europris skiller seg positivt ut. 76 prosent av leverandørene mener at Bunnpris leverer tilbake den avtalte tjenesten leverandøren betaler for, og 81 prosent mener det samme om Europris.

Kjedene henviser til tilnærmet full balanse mellom leverandørenes betalinger og den tjenesten kjeden yter leverandørene.

Leverandørenes inntrykk av Coop og Europris har blitt betydelig mer positivt siden 2023. Bunnpris og Oda skårer også noe bedre enn i 2023. Leverandørenes inntrykk av Norgesgruppen og Rema er på tilnærmet samme nivå som i 2023.

Kjedenes syn på dette temaet har ikke endret seg betydelig de siste to årene, selv om andelen som mener at JM-betaling fra *ledende* leverandører samsvarer godt med den avtalte tjenesten kjeden yter leverandøren, har gått noe ned.

5.8.3 Avtalte aktiviteter gjennomføres

Q21.3 Leverandørene om kjeder 2024

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte aktiviteter gjennomføres

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 131 | 77 | 74 | 54 | 41 | 28 |
| Helt uenig | 2% | 4% | 3% | | | |
| Ganske uenig | 6% | 12% | 22% | | 12% | 4% |
| Verken enig eller uenig | 18% | 12% | 15% | 4% | 5% | 11% |
| Ganske enig | 38% | 40% | 43% | 41% | 32% | 50% |
| Helt enig | 35% | 33% | 16% | 56% | 46% | 36% |
| Vet ikke | 1% | | 1% | | 5% | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 8 % | 16 % | 24 % | 0 % | 12 % | 4 % |
| enig | 73 % | 73 % | 59 % | 96 % | 78 % | 86 % |

Q39.3 Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 54 | 31 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 2% | |
| Verken enig eller uenig | | |
| Ganske enig | 9% | 13% |
| Helt enig | 89% | 87% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|-------|
| uenig | 2 % | 0 % |
| enig | 98 % | 100 % |

Ifølge leverandørene er det Bunnpris-kjeden som er best på å gjennomføre avtalte aktiviteter. 96 prosent av leverandørene mener at avtalte aktiviteter gjennomføres i denne kjeden, og ingen opplever at aktivitetene *ikke* gjennomføres. Majoriteten av leverandørene opplever at avtalte aktiviteter også blir gjennomført i Norgesgruppen og Rema. Coop skårer betydelig lavere. Andelen som hevder at avtalte aktiviteter *ikke* blir gjennomført i denne kjeden, er 24 prosent.

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

Leverandørenes inntrykk av Rema har blitt betydelig mer positivt siden 2023, mens inntrykket av Coop er uendret. Leverandørenes vurdering av Norgesgruppen har imidlertid blitt noe mer negativt siden 2023. Kjedenes syn på dette temaet har ikke endret seg siden de to siste årene.

5.8.4 Avtalt kampanjesortiment gjennomføres

Q21.4 Leverandørene om kjeder 2024

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte kampanjesortiment gjennomføres

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 124 | 73 | 72 | 53 | 41 | 28 |
| Helt uenig | | 1% | 1% | | | |
| Ganske uenig | 4% | 1% | 14% | 2% | 2% | |
| Verken enig eller uenig | 15% | 11% | 17% | 2% | 7% | 11% |
| Ganske enig | 35% | 45% | 50% | 43% | 42% | 50% |
| Helt enig | 46% | 40% | 15% | 51% | 44% | 39% |
| Vet ikke | 1% | 1% | 3% | 2% | 5% | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 4 % | 3 % | 15 % | 2 % | 2 % | 0 % |
| enig | 81 % | 85 % | 65 % | 94 % | 85 % | 89 % |

Q39.4

Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 53 | 30 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | | |
| Ganske enig | 17% | 10% |
| Helt enig | 83% | 90% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|-------|-------|
| uenig | 0 % | 0 % |
| enig | 100 % | 100 % |

Majoriteten av leverandørene opplever at kjedenes avtalte kampanjesortiment i hovedsak blir gjennomført. Bunnpris skiller seg ut ved at 94 prosent av leverandørene mener kampanjesortimentet gjennomføres i denne kjeden. Coop skårer betydelig lavere enn de andre kjedene.

Kjedene hevder på sin side at de i all hovedsak gjennomfører avtalt kampanjesortiment.

Ordlyden i dette spørsmålet ble justert i undersøkelsen i 2024. Det ble presisert at spørsmålet gjelder kampanjesortiment. Resultatene er derfor ikke sammenlignbare med tidligere undersøkelser.

5.8.5 Evaluering av JM-aktiviteten

Q21.5 Leverandørene om kjeder 2024

Vi fortar alltid en felles evaluering av JM-aktiviteten i etterkant

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|------|---------|
| <*>No. of cases | 130 | 75 | 71 | 52 | 40 | 27 |
| Helt uenig | 14% | 13% | 21% | 10% | 30% | 15% |
| Ganske uenig | 32% | 20% | 34% | 29% | 8% | 26% |
| Verken enig eller uenig | 15% | 31% | 18% | 17% | 23% | 19% |
| Ganske enig | 23% | 24% | 18% | 31% | 23% | 26% |
| Helt enig | 15% | 7% | 7% | 12% | 15% | 11% |
| Vet ikke | 2% | 5% | 1% | 2% | 3% | 4% |
| uenig | 45 % | 33 % | 55 % | 38 % | 38 % | 41 % |
| enig | 39 % | 31 % | 25 % | 42 % | 38 % | 37 % |

**Kjedene om leverandører
2024****Q39.5**

Vi fortar alltid en felles evaluering av JM aktiviteten i etterkant

| | ledende | øvrig |
|-------------------------|---------|-------|
| <*>No. of cases | 54 | 31 |
| Helt uenig | 2% | |
| Ganske uenig | 9% | 10% |
| Verken enig eller uenig | 13% | 19% |
| Ganske enig | 46% | 52% |
| Helt enig | 28% | 19% |
| Vet ikke | 2% | |
| uenig | 11 % | 10 % |
| enig | 74 % | 71 % |

Det er store sprik mellom leverandørenes og kjedenes svar på dette spørsmålet. Leverandørene opplever at felles evaluering av JM-aktiviteten i liten grad foretas i etterkant av gjennomføring av aktiviteten hos kjedene. Norgesgruppen og Rema skårer omtrent likt, mens tallene for Coop er særlig lave. Kun 25 prosent av leverandørene mener at en slik evaluering finner sted med denne kjeden.

Majoriteten av kjedene hevder derimot at det foretas en felles evaluering av JM-aktiviteten i etterkant.

Dette spørsmålet er nytt i 2024.

5.8.6 Avtalt kampanjeplassering

Q21.6 **Leverandørene om kjeder 2024**

Jeg opplever i all hovedsak at kjedens avtalte kampanjeplassering gjennomføres

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|------------|-----------------|
| <*>No. of cases | 123 | 74 | 68 | 51 | 39 | 26 |
| Helt uenig | 1% | 3% | 4% | | | |
| Ganske uenig | 7% | 11% | 16% | 2% | 3% | 4% |
| Verken enig eller uenig | 16% | 20% | 18% | 14% | 15% | 19% |
| Ganske enig | 43% | 41% | 46% | 47% | 36% | 46% |
| Helt enig | 31% | 20% | 10% | 35% | 41% | 31% |
| Vet ikke | 2% | 5% | 6% | 2% | 5% | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 8 % | 14 % | 21 % | 2 % | 3 % | 4 % |
| enig | 74 % | 61 % | 56 % | 82 % | 77 % | 77 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q39.6

Vi gjennomfører eventuell avtalt kampanjeplassering

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|----------------|---------------|
| <*>No. of cases | 48 | 28 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | 6% | 4% |
| Ganske enig | 35% | 25% |
| Helt enig | 54% | 68% |
| Vet ikke | 4% | 4% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 2 % | 0 % |
| enig | 89 % | 93 % |

Leverandørene opplever at Norgesgruppen i større grad gjennomfører avtalt kampanjeplassering enn Rema og Coop. 21 prosent av leverandørene mener at avtalt kampanjeplassering *ikke* blir gjennomført i Coop.

Kjedene hevder at de i all hovedsak gjennomfører avtalt kampanjeplassering.

Ordlyden i dette spørsmålet ble justert i undersøkelsen i 2024. Det ble presisert at spørsmålet gjelder kampanjeplassering. Resultatene er derfor ikke sammenlignbare med tidligere undersøkelser.

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 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 105 | 67 | 63 | 35 | 30 | 20 |
| Helt uenig | 29% | 40% | 30% | 20% | 20% | 15% |
| Ganske uenig | 25% | 22% | 27% | 20% | 17% | 25% |
| Verken enig eller uenig | 23% | 18% | 19% | 17% | 20% | 25% |
| Ganske enig | 10% | 3% | 2% | 17% | 10% | 25% |
| Helt enig | 5% | 5% | 3% | 9% | 10% | 5% |
| Vet ikke | 10% | 12% | 19% | 17% | 23% | 5% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 53 % | 63 % | 57 % | 40 % | 37 % | 40 % |
| enig | 14 % | 8 % | 5 % | 26 % | 20 % | 30 % |

Q39.7

Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 37 | 22 |
| Helt uenig | 3% | |
| Ganske uenig | 3% | 9% |
| Verken enig eller uenig | 27% | 32% |
| Ganske enig | 32% | 27% |
| Helt enig | 30% | 27% |
| Vet ikke | 5% | 5% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 6 % | 9 % |
| enig | 62 % | 54 % |

Svært liten andel leverandører mener at de blir enige med kjedene om en forholdsmessig reduksjon i betalingen for JM dersom avtalte aktiviteter ikke gjennomføres av kjeden. Andelen som mener at de får kompensasjon fra Norgesgruppen, Rema og Coop, er henholdsvis 14 prosent, 8 prosent og 5 prosent. Over halvparten mener at de *ikke* blir kompensert av de tre store kjedene. Tallene for Bunnpris, Oda og Europris er også svake.

Omtrent en tredjedel av kjedenes representanter svarer «Verken enig eller uenig» om både ledende leverandører og øvrige leverandører. Av dem med klar oppfatning, svarer 62 prosent at de blir enige med ledende leverandører, mens 54 prosent av respondentene svarer det samme om øvrige leverandører.

Tallene fra leverandørene har ikke bedret seg siden 2022. De tre store kjedene samt Bunnpris skårer i tillegg svakere enn i 2023. I motsetning til tidligere undersøkelser er kjedenes inntrykk i 2024 at de i større grad kommer til enighet med ledende leverandører sammenlignet med øvrige.

Det er 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 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|------|---------|
| <*>No. of cases | 121 | 71 | 66 | 45 | 28 | 22 |
| Helt uenig | 16% | 14% | 2% | 40% | 46% | 14% |
| Ganske uenig | 22% | 17% | 12% | 33% | 21% | 18% |
| Verken enig eller uenig | 22% | 14% | 26% | 18% | 14% | 36% |
| Ganske enig | 20% | 41% | 29% | | 7% | 23% |
| Helt enig | 17% | 9% | 26% | 4% | 7% | 5% |
| Vet ikke | 5% | 6% | 6% | 4% | 4% | 5% |
| uenig | 37 % | 31 % | 14 % | 73 % | 68 % | 32 % |
| enig | 36 % | 49 % | 55 % | 4 % | 14 % | 27 % |

Omtrent halvparten av leverandørene mener at Rema og Coop svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på egne merkevarer (EMV). Norgesgruppen kommer bedre ut. Andelen som mener at denne kjeden svekker avtalte JM-aktiviteter med aktivitet på EMV, er 36 prosent. Bunnpris kommer klart best ut.

Leverandørenes inntrykk av de tre store kjedene har blitt noe mer negativt siden 2023. Dette gjelder særlig Coop som skårer 10 prosentpoeng svakere enn i 2023.

5.9 Svinn og reklamasjoner

5.9.1 Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

Q22.1 Leverandørene om kjeder 2024

Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 181 | 105 | 101 | 32 | 37 | 32 |
| Helt uenig | 3% | 5% | 5% | 6% | 5% | 6% |
| Ganske uenig | 8% | 10% | 9% | 3% | 11% | 6% |
| Verken enig eller uenig | 22% | 25% | 23% | 22% | 24% | 25% |
| Ganske enig | 34% | 27% | 30% | 31% | 30% | 25% |
| Helt enig | 20% | 13% | 17% | 22% | 14% | 28% |
| Vet ikke | 12% | 21% | 17% | 16% | 16% | 9% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 11 % | 14 % | 14 % | 9 % | 16 % | 13 % |
| enig | 55 % | 40 % | 47 % | 53 % | 43 % | 53 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q40.1

Avtalen regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 52 | 31 |
| Helt uenig | 2% | |
| Ganske uenig | 4% | |
| Verken enig eller uenig | 31% | 32% |
| Ganske enig | 25% | 19% |
| Helt enig | 25% | 32% |
| Vet ikke | 14% | 16% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 6 % | 0 % |
| enig | 50 % | 51 % |

En nokså høy andel leverandører svarer enten «Verken enig eller uenig» eller «Vet ikke» på dette spørsmålet. Av dem som har en klar oppfatning, svarer flertallet at avtalene regulerer svinn på en objektiv og kontrollerbar måte.

En relativt høy andel kjedenes representanter har heller ikke en klar oppfatning av temaet. Rundt halvparten av respondentene svarer enten «Verken enig eller uenig» eller «Vet ikke». Av dem som har en oppfatning, svarer majoriteten at svinn håndteres kontrollerbart hos både ledende og øvrige leverandører.

Sammenlignet med tidligere undersøkelser har leverandørenes oppfatning av Norgesgruppen blitt mer positiv, mens inntrykket av Rema har blitt noe mer negativt. Av de øvrige kjedene er det

Bunnpris og Europris leverandørene vurderer betydelig mer positivt enn før. Kjedene har blitt mer positive til særlig ledende leverandører.

5.9.2 Krav om kompensasjon/kundereklamasjoner

Q22.2 Leverandørene om kjeder 2024

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 | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 193 | 109 | 111 | 43 | 41 | 34 |
| Helt uenig | 28% | 28% | 18% | 40% | 39% | 21% |
| Ganske uenig | 31% | 22% | 28% | 40% | 24% | 27% |
| Verken enig eller uenig | 18% | 20% | 28% | 9% | 17% | 32% |
| Ganske enig | 12% | 13% | 9% | | 7% | 12% |
| Helt enig | 2% | 6% | 5% | | | 3% |
| Vet ikke | 9% | 12% | 13% | 12% | 12% | 6% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 59 % | 50 % | 46 % | 79 % | 63 % | 47 % |
| enig | 15 % | 18 % | 14 % | 0 % | 7 % | 15 % |

Q40.2 Kjedene om leverandører 2024

Avtalen regulerer kundereklamasjoner på en objektiv og kontrollerbar måte

| | ledende | øvrig |
|-------------------------|---------|-------|
| <*>No. of cases | 55 | 27 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 4% | |
| Verken enig eller uenig | 13% | 15% |
| Ganske enig | 24% | 22% |
| Helt enig | 42% | 48% |
| Vet ikke | 18% | 15% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 4 % | 0 % |
| enig | 66 % | 70 % |

En relativt høy andel leverandører har ikke en klar oppfatning av hvorvidt kjedene kommer med krav om kompensasjon som skyldes forhold de selv har ansvaret for. Av dem som har en klar oppfatning, hevder flertallet at slike kompensasjonskrav ikke er et problem.

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

Det har ikke skjedd betydelige endringer i leverandørenes svar på dette spørsmålet siden undersøkelsen ble gjennomført for første gang i 2022. Kjedene synes imidlertid å ha fått bedre inntrykk av øvrige leverandører.

5.9.3 Dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen

Q22.3 Leverandørene om kjeder 2024

Vi mottar dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 153 | 85 | 94 | 26 | 34 | 33 |
| Helt uenig | 6% | 8% | 5% | 12% | 3% | 12% |
| Ganske uenig | 9% | 14% | 10% | 8% | 12% | 15% |
| Verken enig eller uenig | 22% | 26% | 27% | 19% | 29% | 33% |
| Ganske enig | 28% | 14% | 31% | 27% | 29% | 15% |
| Helt enig | 22% | 13% | 12% | 27% | 9% | 15% |
| Vet ikke | 13% | 25% | 16% | 8% | 18% | 9% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 15 % | 22 % | 15 % | 19 % | 15 % | 27 % |
| enig | 50 % | 27 % | 43 % | 54 % | 38 % | 30 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q40.3

Vi gir dokumentasjon på svinn i henhold til avtalen

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 57 | 31 |
| Helt uenig | 2% | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | 7% | 10% |
| Ganske enig | 18% | 19% |
| Helt enig | 56% | 55% |
| Vet ikke | 18% | 16% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 2 % | 0 % |
| enig | 74 % | 74 % |

Lovens § 7 stiller krav om at avtalen skal regulere ansvar for svinn og kunderelasjoner. En nokså høy andel leverandører tar ikke stilling til hvorvidt kjedene gir dokumentasjon om svinn i henhold til avtalen. Av dem som har en klar oppfatning, svarer halvparten at de mottar en slik dokumentasjon fra Norgesgruppen. Andel som svarer det samme om Rema og Coop, er henholdsvis 27 prosent og 43 prosent.

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.

Hos kjedene er det et klart flertall som mener at dokumentasjon om svinn gis i henhold til avtalen.

Andel leverandører som svarer at de mottar dokumentasjon om svinn fra Norgesgruppen, har økt siden 2023. Andelen som svarer det samme om Rema og Coop, er på nivå med 2023. Andel leverandører som referer til at de *ikke* mottar avtalefestet dokumentasjon om svinn, har imidlertid økt for samtlige kjeder. Kjedenes inntrykk av leverandørene har derimot blitt betydelig mer positivt siden 2023.

5.10 Delisting

5.10.1 Delisting kan forekomme uten en saklig begrunnet forklaring

Q22.4 Leverandørene om kjeder 2024

Delisting kan forekomme uten en saklig begrunnet forklaring

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 217 | 119 | 123 | 46 | 46 | 43 |
| Helt uenig | 16% | 12% | 8% | 30% | 39% | 14% |
| Ganske uenig | 24% | 25% | 27% | 35% | 20% | 21% |
| Verken enig eller uenig | 18% | 25% | 17% | 13% | 20% | 23% |
| Ganske enig | 24% | 21% | 20% | 20% | 11% | 19% |
| Helt enig | 16% | 11% | 24% | 2% | | 16% |
| Vet ikke | 3% | 6% | 3% | | 11% | 7% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 40 % | 37 % | 35 % | 65 % | 59 % | 35 % |
| enig | 39 % | 32 % | 45 % | 22 % | 11 % | 35 % |

Q22.4 Leverandørene om Ngr 2024

Delisting kan forekomme uten en saklig begrunnet forklaring

| | Ngr/Kiwi | Ngr/Meny | Ngr/Kjmh |
|-------------------------|----------|----------|----------|
| <*>No. of cases | 45 | 46 | 48 |
| Helt uenig | 13% | 15% | 15% |
| Ganske uenig | 27% | 22% | 38% |
| Verken enig eller uenig | 13% | 15% | 21% |
| Ganske enig | 36% | 20% | 17% |
| Helt enig | 11% | 24% | 10% |
| Vet ikke | | 4% | |

| | | | |
|-------|------|------|------|
| uenig | 40 % | 37 % | 52 % |
| enig | 47 % | 44 % | 27 % |

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 32 prosent (Rema) og 45 prosent (Coop). Av Norgesgruppens profilhus er det i størst grad i Kiwi og Meny leverandørene opplever at delisting forekommer uten

saklig begrunnet forklaring. Europris skårer på nivå med de tre store kjedene, mens for Bunnpris er tallene vesentlig bedre.

Leverandørens inntrykk av Rema har blitt mer positivt siden 2023, mens det motsatte gjelder for Coop. Inntrykket av Norgesgruppen er tilnærmet uendret. Ingen av de tre store kjedene skårer spesielt høyt på dette området, og Dagligvaretilsynet vil fortsatt ha fokus på dette i sitt videre arbeid.

5.10.2 Delisting skjer sjelden uventet

Q22.5 Leverandørene om kjeder 2024

Delisting skjer sjelden uventet

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 218 | 117 | 119 | 48 | 47 | 43 |
| Helt uenig | 4% | 4% | 8% | 2% | 2% | 16% |
| Ganske uenig | 14% | 20% | 23% | 10% | 17% | 14% |
| Verken enig eller uenig | 19% | 17% | 19% | 21% | 13% | 28% |
| Ganske enig | 35% | 37% | 30% | 31% | 34% | 23% |
| Helt enig | 24% | 16% | 16% | 33% | 23% | 7% |
| Vet ikke | 4% | 6% | 4% | 2% | 11% | 12% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 18 % | 24 % | 30 % | 13 % | 19 % | 30 % |
| enig | 59 % | 53 % | 46 % | 65 % | 57 % | 30 % |

Dette spørsmålet bør sees i sammenheng med spørsmålet over.

Over halvparten av leverandørene er enige i at delisting forekommer sjelden i Norgesgruppen og Rema. En tredjedel av leverandørene mener at delisting *skjer* uventet i Coop.

Leverandørens inntrykk av Norgesgruppen og Bunnpris har blitt betydelig bedre siden 2023. Rema og Coop skårer også noe bedre sammenlignet med 2023. Likevel opplever leverandørene at uventet delisting i noe større grad forekommer i Rema og Coop enn i Norgesgruppen.

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

5.10.3 Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting

Q22.6 Leverandørene om kjeder 2024**Avtalen gir en god beskrivelse av fristene for delisting**

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 214 | 119 | 122 | 48 | 48 | 42 |
| Helt uenig | 3% | 3% | 2% | 4% | 4% | 5% |
| Ganske uenig | 7% | 6% | 6% | 6% | 4% | 19% |
| Verken enig eller uenig | 15% | 18% | 10% | 17% | 19% | 29% |
| Ganske enig | 30% | 37% | 37% | 27% | 31% | 19% |
| Helt enig | 38% | 31% | 36% | 42% | 27% | 14% |
| Vet ikke | 7% | 6% | 10% | 4% | 15% | 14% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 9 % | 8 % | 7 % | 11 % | 8 % | 24 % |
| enig | 69 % | 68 % | 73 % | 69 % | 58 % | 33 % |

Frister for delisting er godt beskrevet i avtalene til de tre store kjedene, og Bunnpris. Svakere tall for Europris kan ha sammenheng med at Europris har en annen forretningsmodell enn de øvrige kjedene.

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

Det har ikke skjedd endringer av betydning i leverandørenes svar siden 2023.

5.10.4 Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert

Q22.7 Leverandørene om kjeder 2024**Oppsigelsesfristen som er angitt for delisting blir respektert**

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 210 | 117 | 122 | 45 | 48 | 41 |
| Helt uenig | 1% | 3% | 2% | | | 2% |
| Ganske uenig | 4% | 7% | 9% | 2% | 4% | 12% |
| Verken enig eller uenig | 16% | 16% | 11% | 13% | 17% | 29% |
| Ganske enig | 26% | 32% | 32% | 36% | 35% | 22% |
| Helt enig | 43% | 34% | 34% | 40% | 33% | 20% |
| Vet ikke | 11% | 9% | 13% | 9% | 10% | 15% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 4 % | 9 % | 11 % | 2 % | 4 % | 15 % |
| enig | 70 % | 66 % | 66 % | 76 % | 69 % | 42 % |

Flesteparten av leverandørene svarer at avtalefestede frister for delisting blir respektert i de tre store kjedene, Bunnpris og Oda. En betydelig lavere andel (42 prosent) mener det samme om Europris.

Leverandørenes inntrykk av kjedene har blitt mer positiv siden 2023.

5.10.5 Begrunnelse/Saklighet ved delisting

Q22.8 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 210 | 116 | 119 | 46 | 50 | 44 |
| Helt uenig | 28% | 27% | 25% | 50% | 62% | 25% |
| Ganske uenig | 21% | 27% | 25% | 26% | 14% | 25% |
| Verken enig eller uenig | 19% | 19% | 19% | 13% | 8% | 14% |
| Ganske enig | 16% | 10% | 14% | 7% | 4% | 18% |
| Helt enig | 7% | 10% | 12% | | | 5% |
| Vet ikke | 8% | 8% | 5% | 4% | 12% | 14% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 50 % | 53 % | 50 % | 76 % | 76 % | 50 % |
| enig | 23 % | 20 % | 26 % | 7 % | 4 % | 23 % |

Kjedene om leverandører 2024**Q40.4**

Vår kjede begrunner delisting på en saklig og objektiv måte

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 61 | 36 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | | |
| Ganske enig | 16% | 11% |
| Helt enig | 84% | 86% |
| Vet ikke | | 3% |

| | | |
|-------|-------|------|
| uenig | 0 % | 0 % |
| enig | 100 % | 97 % |

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

Mellom 20 prosent (Rema) og 26 prosent (Coop) av leverandørene hevder at delisting i respektive kjede er å anse som ren sjikane eller represalie. 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.

Leverandørene har hatt best inntrykk av Bunnpris på dette området også i 2023, men inntrykket av både Rema, og særlig Norgesgruppen, har også blitt mer positivt det siste året. Kjedenes syn på temaet har ikke endret seg de siste to årene.

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

Q22.9 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europriis |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|-----------|
| <*>No. of cases | 192 | 111 | 112 | 41 | 47 | 43 |
| Helt uenig | 5% | 5% | 9% | | 4% | 7% |
| Ganske uenig | 15% | 14% | 16% | 7% | 2% | 19% |
| Verken enig eller uenig | 27% | 30% | 26% | 20% | 26% | 21% |
| Ganske enig | 19% | 19% | 15% | 34% | 32% | 28% |
| Helt enig | 13% | 15% | 13% | 10% | 17% | 9% |
| Vet ikke | 22% | 17% | 21% | 29% | 19% | 16% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 20 % | 19 % | 25 % | 7 % | 6 % | 26 % |
| enig | 32 % | 34 % | 28 % | 44 % | 49 % | 37 % |

Kjedene om leverandører 2024**Q41**

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

| | ledende | øvrige |
|-----------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 67 | 43 |
| Ja | 96% | 93% |
| Nei | 5% | 7% |

Ifølge lovens § 8 skal delisting begrunnes skriftlig når en avtalepart krever det. En relativt liten andel leverandører 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.

Omtrent en tredjedel av leverandørene med oppfatning av temaet, svarer at de tre store kjedene gir en skriftlig begrunnelse når de bes om det. Tallene for Bunnpris og Europriis er mer positive.

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

Leverandørenes vurdering av samtlige kjeder har blitt betydelig mer positiv siden 2023. 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 2024**

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 | 236 | 129 | 136 | 69 | 62 | 50 |
| Ja | 25% | 27% | 27% | 1% | | 12% |
| Nei | 75% | 73% | 73% | 99% | 100% | 88% |

Q24 **Leverandørene om kjeder 2024**

Har din bedrift tatt dette opp med # ?

| | Norgesgr | Rema | Coop |
|-----------------|----------|------|------|
| <*>No. of cases | 60 | 35 | 37 |
| Ja | 42% | 63% | 51% |
| Nei | 58% | 37% | 49% |

Q25 **Leverandørene om kjeder 2024**

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

| | Norgesgr | Rema | Coop |
|-----------------|----------|------|------|
| <*>No. of cases | 25 | 22 | 19 |
| Ja | 32% | 14% | 21% |
| Nei | 52% | 59% | 63% |
| Vet ikke | 16% | 27% | 16% |

Q42 **Kjedene om leverandører 2024**

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 | 70 | 43 |
| Ja | 9% | 7% |
| Nei | 91% | 93% |

Omtrent en fjerdedel av leverandørene har opplevd at de tre store dagligvarekjedene har etterlignet deres bedrifts produkt, ide eller design. Selv om tallene kan virke høye, må det bemerkes at det *ikke* spørres spesifikt om «nye etterligninger» siste 12 måneder. Det er derfor krevende, basert på kun dette spørsmålet, å si noe om hvordan et opplevd problem med etterligning har utviklet seg fra tidligere år. Dagligvaretilsynets erfaring tilsier at en kopieringssak kan gå over en lengre periode. Måling av dette opplevde fenomenet på et tidsintervall på ett år er derfor utfordrende.

For både leverandør- og kjedesiden har det ikke vært vesentlige endringer i tallene de to siste årene.

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

Q26 **Leverandørene om kjeder 2024**

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europpris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|-----------|
| <*>No. of cases | 225 | 125 | 128 | 65 | 57 | 48 |
| Helt uenig | 60% | 56% | 51% | 77% | 86% | 48% |
| Ganske uenig | 21% | 24% | 22% | 19% | 9% | 25% |
| Verken enig eller uenig | 10% | 8% | 10% | 5% | 4% | 13% |
| Ganske enig | 5% | 9% | 12% | | | 6% |
| Helt enig | 4% | 2% | 5% | | | 8% |
| Vet ikke | 0% | 1% | 1% | | 2% | |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| Uenig | 81 % | 80 % | 73 % | 95 % | 95 % | 73 % |
| Enig | 9 % | 11 % | 16 % | 0 % | 0 % | 15 % |

Q45.1

Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 71 | 44 |
| Helt uenig | 87% | 86% |
| Ganske uenig | 7% | 9% |
| Verken enig eller uenig | 3% | 5% |
| Ganske enig | 3% | |
| Helt enig | | |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 94 % | 96 % |
| 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.

Det er positivt at flertallet av leverandørene uttrykker at den aktuelle 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 9 prosent.

Andelen som svarer det samme om Rema og Coop, er henholdsvis 11 prosent og 16 prosent. Ingen av leverandørene har opplevd frykt i møte med Bunnpris og Oda. Tallene for Europris indikerer heller ingen problemstillinger knyttet til frykt.

Kjedene ser heller ikke ut til å oppleve at en leverandør har fremsatt ord eller utført handlinger som har fremkalt alvorlig frykt i kjeden.

Leverandørenes vurdering av Norgesgruppen har blitt betydelig mer positiv siden 2023. Rema kommer marginalt bedre ut enn i 2023, mens Coop skårer på nivå med 2023. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar om leverandørene.

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 2024**

Frykt er hovedsakelig et resultat av stor markedsrett (=kommersiell frykt) og ikke ulovlig handling

| | Norgesgr | Rema | Coop | | | Europris |
|-------------------------|-----------------|-------------|-------------|--|--|-----------------|
| <*>No. of cases | 17 | 14 | 21 | | | 7 |
| Helt uenig | | | 5% | | | 14% |
| Ganske uenig | | 14% | | | | |
| Verken enig eller uenig | | | 5% | | | |
| Ganske enig | 12% | 43% | 29% | | | 57% |
| Helt enig | 88% | 43% | 62% | | | 29% |
| Vet ikke | | | | | | |
| uenig | 0 % | 14 % | 5 % | | | 14 % |
| enig | 100 % | 86 % | 91 % | | | 86 % |

Dette spørsmålet ble kun stilt til dem som rapporterte 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. Leverandørene som har valgt å legge inn en åpen kommentar om opplevd frykt, peker stort sett på frykt for delisting i både Norgesgruppen (Kiwi), Rema og Coop som årsaken til dette.

Kjedenes markedsrett var også hovedforklaring for opplevd frykt hos leverandørene i 2023. Andelen som ikke hadde en klar oppfatning av dette temaet i 2023, har imidlertid blitt tilnærmet borte i 2024.

Uansett årsak til opplevd frykt 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.

5.12 Respekt for avtalen

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

Q28.1 Leverandørene om kjeder 2024

Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europpris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|-----------|
| <*>No. of cases | 224 | 127 | 129 | 66 | 58 | 47 |
| Helt uenig | 2% | 2% | 2% | | | 4% |
| Ganske uenig | 0% | 4% | 4% | | 3% | 4% |
| Verken enig eller uenig | 5% | 7% | 5% | | 5% | 2% |
| Ganske enig | 40% | 43% | 47% | 26% | 38% | 53% |
| Helt enig | 52% | 44% | 42% | 74% | 48% | 34% |
| Vet ikke | 1% | 1% | 1% | | 5% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|-------|------|------|
| uenig | 2 % | 6 % | 6 % | 0 % | 3 % | 9 % |
| enig | 92 % | 87 % | 88 % | 100 % | 86 % | 87 % |

Kjedene om leverandører 2024

Q47.1

Respekterer i all hovedsak avtalens innhold etter at den er signert

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 71 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | | 2% |
| Ganske enig | 21% | 18% |
| Helt enig | 79% | 80% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|-----|
| uenig | 0% | 0% |
| enig | 100% | 98% |

En svært liten andel leverandører mener at kjedene *ikke* respekterer avtalens innhold etter at den er signert. Bunnpris skiller seg klart ut ved at samtlige leverandører mener at kjeden respekterer avtalens innhold etter at den er signert.

Kjedene hevder at avtalens innhold i all hovedsak blir respektert.

Leverandørenes inntrykk av kjedene, særlig Bunnpris, har blitt ytterligere mer positivt siden 2023. Kjedenes syn på temaet har ikke endret seg.

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

Q28.2 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 222 | 126 | 128 | 66 | 58 | 45 |
| Helt uenig | 1% | 2% | 1% | | | 2% |
| Ganske uenig | 1% | 6% | 9% | 2% | 3% | 4% |
| Verken enig eller uenig | 10% | 11% | 9% | | 3% | 4% |
| Ganske enig | 35% | 40% | 37% | 29% | 43% | 40% |
| Helt enig | 51% | 38% | 42% | 68% | 45% | 44% |
| Vet ikke | 1% | 3% | 2% | 2% | 5% | 4% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 2 % | 8 % | 10 % | 2 % | 3 % | 7 % |
| enig | 87 % | 78 % | 79 % | 97 % | 88 % | 84 % |

Q47.2 Kjedenes om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 71 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 1% | |
| Verken enig eller uenig | 3% | |
| Ganske enig | 27% | 23% |
| Helt enig | 69% | 75% |
| Vet ikke | | 2% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 1% | 0% |
| enig | 96 % | 98 % |

Heller ikke fortolkning av avtalen synes å være et stort problem. Av de tre store kjedene kommer Norgesgruppen best ut, mens Rema og Coop skårer noe svakere. Leverandørene har spesielt godt inntrykk av Bunnpris.

Kjedene vurderer at avtalefortolkning er uproblematisk.

Leverandørenes syn på de fleste kjedene har blitt ytterligere mer positivt siden 2023. Kjedenes vurdering av temaet har ikke endret seg de to siste årene.

5.12.3 Inngåtte avtaler om betalingsfrist blir overholdt

Q28.3 Leverandørene om kjeder 2024**Inngåtte avtaler om betalingsvilkår blir overholdt**

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|------------|-----------------|
| <*>No. of cases | 225 | 125 | 130 | 65 | 57 | 48 |
| Helt uenig | 0% | | | 2% | | 2% |
| Ganske uenig | 0% | 2% | | | | |
| Verken enig eller uenig | 4% | 3% | 2% | 2% | 2% | 4% |
| Ganske enig | 18% | 26% | 25% | 22% | 37% | 25% |
| Helt enig | 76% | 68% | 73% | 75% | 56% | 67% |
| Vet ikke | 2% | 1% | 1% | | 5% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 1 % | 2 % | 0 % | 2 % | 0 % | 2 % |
| enig | 94 % | 94 % | 98 % | 97 % | 93 % | 92 % |

Kjedene om leverandører 2024**Q47.3****Avtalt betalingsvilkår blir overholdt****ledende øvrige**

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|----------------|---------------|
| <*>No. of cases | 71 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | | |
| Ganske enig | 10% | 14% |
| Helt enig | 87% | 84% |
| Vet ikke | 3% | 2% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 0 % | 0 % |
| enig | 97 % | 98 % |

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 de to siste årene.

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

Q28.4 Leverandørene om kjeder 2024

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 | 209 | 121 | 125 | 63 | 54 | 46 |
| Helt uenig | 3% | 6% | 4% | 3% | 7% | 4% |
| Ganske uenig | 16% | 27% | 13% | 16% | 22% | 20% |
| Verken enig eller uenig | 14% | 20% | 18% | 14% | 19% | 20% |
| Ganske enig | 35% | 22% | 34% | 37% | 20% | 22% |
| Helt enig | 28% | 18% | 26% | 25% | 20% | 33% |
| Vet ikke | 4% | 7% | 5% | 5% | 11% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 19 % | 33 % | 17 % | 19 % | 30 % | 24 % |
| enig | 63 % | 41 % | 61 % | 62 % | 41 % | 54 % |

Q47.4

Kjedene om leverandører 2024

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 70 | 43 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 3% | 2% |
| Verken enig eller uenig | 1% | 2% |
| Ganske enig | 40% | 44% |
| Helt enig | 50% | 47% |
| Vet ikke | 6% | 5% |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 3 % | 2 % |
| enig | 90 % | 91 % |

Over 60 prosent av leverandørene mener at Norgesgruppen og Coop gir tilgang til tilstrekkelig informasjon. Rema skårer lavest av de tre store (41 prosent).

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

Leverandørenes inntrykk av Norgesgruppen har blitt betydelig mer positivt siden 2023. Coop skårer på nivå med 2023, mens inntrykket av Rema har ikke endret seg. Leverandørenes syn på Bunnpris og Europris har også blitt mer positivt, mens Oda skårer på nivå med 2023.

Kjedenes syn på leverandørene har ikke endret seg betydelig, selv om usikkerheten knyttet til hvorvidt det gis tilstrekkelig informasjon til øvrige leverandører, er betydelig redusert siden 2023.

5.12.5 Avtalen har en balansert beskrivelse av ytelser og motytelser

Q28.5 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europpris |
|-------------------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|------------|------------------|
| <*>No. of cases | 216 | 124 | 128 | 64 | 58 | 45 |
| Helt uenig | 2% | 5% | 3% | 2% | 2% | 2% |
| Ganske uenig | 13% | 15% | 12% | 2% | 7% | |
| Verken enig eller uenig | 15% | 26% | 23% | 13% | 19% | 20% |
| Ganske enig | 45% | 36% | 39% | 44% | 33% | 42% |
| Helt enig | 23% | 16% | 20% | 39% | 35% | 33% |
| Vet ikke | 1% | 2% | 3% | 2% | 5% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 15 % | 19 % | 15 % | 3 % | 9 % | 2 % |
| enig | 69 % | 52 % | 59 % | 83 % | 67 % | 76 % |

Q47.5**Kjedene om leverandører 2024**

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|----------------|---------------|
| <*>No. of cases | 71 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | 2% |
| Verken enig eller uenig | 6% | 5% |
| Ganske enig | 13% | 18% |
| Helt enig | 82% | 75% |
| Vet ikke | | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 0 % | 2 % |
| enig | 94 % | 93 % |

Eventuelle utfordringer knyttet til avtalens beskrivelse av ytelser og motytelser er primært aktuelle i de tre store kjedene. Norgesgruppen og Coop kommer relativt bedre ut enn Rema. Forskjellene mellom de tre store kjedene er imidlertid små. De øvrige kjedene kommer klart bedre ut.

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

Leverandørenes inntrykk av kjedene har blitt mer positivt siden 2023. Sammenlignet med øvrige kjeder skårer de tre store kjedene fortsatt relativt svakt på dette spørsmålet. Det har ikke skjedd endringer av betydning i kjedenes svar de siste to årene.

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

Q28.6 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|------------|-----------------|
| <*>No. of cases | 209 | 124 | 122 | 62 | 57 | 43 |
| Helt uenig | 33% | 27% | 25% | 52% | 46% | 23% |
| Ganske uenig | 40% | 37% | 39% | 34% | 30% | 40% |
| Verken enig eller uenig | 14% | 18% | 21% | 7% | 5% | 12% |
| Ganske enig | 6% | 9% | 9% | 5% | 7% | 16% |
| Helt enig | 4% | 4% | 3% | | 5% | 5% |
| Vet ikke | 3% | 6% | 3% | 3% | 7% | 5% |
| uenig | 73% | 64% | 65% | 86% | 75% | 63% |
| enig | 10 % | 13 % | 12 % | 5 % | 12 % | 21 % |

Leverandørene opplever i liten grad at kjedene kommer med krav om leverandørytelser utover det som er beskrevet i avtalen.

Leverandørenes vurdering av Rema har blitt mer positiv siden 2023. Denne kjeden skårer også marginalt bedre enn i 2022. Leverandørenes vurdering av Norgesgruppen og Coop har ikke endret seg betydelig de siste to årene.

5.13 Uenighet og Tvister

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

Q28.7 **Leverandørene om kjeder 2024**

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europri |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|---------|
| <*>No. of cases | 213 | 119 | 123 | 63 | 53 | 47 |
| Helt uenig | 1% | 2% | 1% | | | 2% |
| Ganske uenig | 2% | 6% | 3% | | 2% | 2% |
| Verken enig eller uenig | 11% | 18% | 18% | 3% | 4% | 9% |
| Ganske enig | 41% | 43% | 41% | 37% | 38% | 51% |
| Helt enig | 39% | 30% | 32% | 56% | 51% | 26% |
| Vet ikke | 6% | 2% | 6% | 5% | 6% | 11% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 3 % | 8 % | 4 % | 0 % | 2 % | 4 % |
| enig | 80 % | 73 % | 72 % | 92 % | 89 % | 77 % |

Q47.6

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 71 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | | |
| Verken enig eller uenig | 3% | |
| Ganske enig | 13% | 23% |
| Helt enig | 82% | 77% |
| Vet ikke | 3% | |

| | | |
|-------|------|-------|
| uenig | 0 % | 0 % |
| enig | 94 % | 100 % |

Leverandørene synes stort sett å komme til enighet med alle kjedene ved eventuell uenighet. Leverandørene mener at de i størst grad blir enige med Bunnpris, mens Norgesgruppen kommer best ut av de tre store kjedene.

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

Leverandørenes vurdering av samtlige kjeder har blitt mer positiv siden 2023. Kjedenes syn på temaet har ikke endret seg de to siste årene.

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

Q28.8 Leverandørene om kjeder 2024

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

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 222 | 127 | 130 | 65 | 58 | 47 |
| Helt uenig | 2% | 3% | 2% | | | |
| Ganske uenig | 10% | 11% | 9% | 3% | 5% | 6% |
| Verken enig eller uenig | 21% | 21% | 25% | 11% | 19% | 21% |
| Ganske enig | 39% | 39% | 37% | 52% | 36% | 53% |
| Helt enig | 28% | 24% | 24% | 34% | 35% | 17% |
| Vet ikke | 1% | 1% | 2% | | 5% | 2% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 12 % | 14 % | 12 % | 3 % | 5 % | 6 % |
| enig | 67 % | 64 % | 61 % | 86 % | 71 % | 70 % |

Q47.7

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

| | ledende | øvrige |
|-------------------------|---------|--------|
| <*>No. of cases | 71 | 44 |
| Helt uenig | | |
| Ganske uenig | 4% | |
| Verken enig eller uenig | 13% | 16% |
| Ganske enig | 44% | 43% |
| Helt enig | 38% | 41% |
| Vet ikke | 1% | |

| | | |
|-------|------|------|
| uenig | 4 % | 0 % |
| enig | 82 % | 84 % |

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

En relativt høy andel leverandører svarer «Verken enig eller uenig» på dette spørsmålet. Av dem som har en klar oppfatning av temaet, svarer over 60 prosent av leverandørene at de er godt fornøyd med det kommersielle resultatet av avtalen med de tre store kjedene, uavhengig av samarbeidsklima. Forskjellene mellom de tre store kjedene er små. Bunnpris kommer klart best ut av alle kjedene, mens Oda og Europris kommer bedre ut enn de tre store.

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

Både leverandørenes og kjedenes tilfredshet med det kommersielle resultatet av avtalen er ytterligere forsterket siden 2023. For leverandørene gjelder dette særlig Bunnpris og Europris, som skårer henholdsvis 23 prosentpoeng og 25 prosentpoeng høyere enn i 2023.

5.15 Markedsdata fra kjeden

5.15.1 Tilgang til relevante markedsdata fra kjeden

Q28.9 Leverandørene om kjeder 2024

Vi får god tilgang til relevante markedsdata fra kjeden

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 214 | 117 | 122 | 63 | 57 | 43 |
| Helt uenig | 4% | 14% | 7% | 21% | 14% | 37% |
| Ganske uenig | 16% | 21% | 18% | 29% | 19% | 26% |
| Verken enig eller uenig | 15% | 12% | 12% | 21% | 19% | 14% |
| Ganske enig | 30% | 30% | 25% | 18% | 30% | 12% |
| Helt enig | 33% | 20% | 32% | 10% | 11% | 7% |
| Vet ikke | 1% | 3% | 6% | 3% | 7% | 5% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 20 % | 35 % | 25 % | 49 % | 33 % | 63 % |
| enig | 63 % | 50 % | 57 % | 27 % | 40 % | 19 % |

Tilgangen til relevante markedsdata blir viktigere for leverandører når verdikjeden og vareflyten blir mer konsentrert på kjedeledet. Det har derfor vært en stor utvikling i spesielt de største kjedenes satsing på egne IT-systemer de senere årene. For mindre leverandører, som ikke synes å kunne betale for markedsdata fra uavhengige leverandører, er også tilgangen til data fra kjedene viktig.

Dagligvaretilsynet mener at utveksling av markedsdata kan spille en viktig rolle med hensyn til effektive forhandlinger.

Leverandørene mener at de i størst grad får god tilgang til relevante markedsdata fra Norgesgruppen. Andel leverandører som mener at de får god tilgang til markedsdata fra denne kjeden, er 63 prosent. Andelen som mener det samme om Coop, er 57 prosent. Over en tredjedel av leverandørene mener de *ikke* får god tilgang til relevante markedsdata fra Rema. For Bunnpris og Oda, som har det meste av innkjøpet gjennom henholdsvis Norgesgruppen og Rema, er tallene som forventet vesentlig lavere. De mindre kjedene har trolig heller ikke satset like mye på investering i slike datasystemer.

Dette spørsmålet er nytt i 2024.

5.15.2 Kost & Nytte av kjeden markedsdata

Q28.10 Leverandørene om kjeder 2024

Det vi betaler for markedsdata er i godt samsvar med nytten vi får

| | Norgesgr | Rema | Coop | Bunnpris | Oda | Europris |
|-------------------------|----------|------|------|----------|-----|----------|
| <*>No. of cases | 182 | 97 | 100 | 36 | 44 | 27 |
| Helt uenig | 3% | 13% | 5% | 6% | 9% | 19% |
| Ganske uenig | 14% | 30% | 14% | 11% | 16% | 4% |
| Verken enig eller uenig | 21% | 23% | 30% | 31% | 39% | 33% |
| Ganske enig | 29% | 13% | 20% | 25% | 16% | 26% |
| Helt enig | 28% | 10% | 20% | 11% | 11% | 4% |
| Vet ikke | 6% | 10% | 11% | 17% | 9% | 15% |

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| uenig | 16 % | 43 % | 19 % | 17 % | 25 % | 22 % |
| enig | 57 % | 24 % | 40 % | 36 % | 27 % | 30 % |

Over halvparten av leverandørene (57 prosent) mener at prisen de betaler for markedsdata fra Norgesgruppen, er i godt samsvar med nytten de får. Andelen som mener det samme om Coop, er 40 prosent. Kun 24 prosent av leverandørene mener at prisen de betaler for markedsdata fra Rema, er i godt samsvar med nytten de får. Det er med andre ord store forskjeller mellom de tre store kjedene på dette området.

Dette spørsmålet er nytt i 2024.

5.16 Åpne kommentarer

5.16.1 Er det noen kommentarer du vil legge til?

Flere respondenter har lagt inn interessante kommentar om samarbeidsklima i dagligvarekjeden. Selv om slike kommentarer ikke kan generaliseres, er det enkelte problemstillinger som går igjen hos flere. Det henvises blant annet til at dagligvarekjedene har større fokus på pris og JM-utbetalinger enn et sortiment med innovative produkter som forbrukeren etterspør. Videre peker flere på at det er utfordrende for små leverandører å overleve når kjedene bytter deres produkter ut med egne merkevarer. Likevel mener flere at samarbeidsklima i dagligvarebransjen generelt er godt og/eller at det har blitt betydelig bedre de siste årene.

Dagligvaretilsynet oppfordrer alle aktørene til å ta kontakt dersom de opplever utfordringer som kan stride mot god handelsskikk.

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

5.17.1 Kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

Q48r1

2024

Jeg har god kunnskap om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

| | Alle | |
|-------------------------|---------------------|---------------|
| | Leverandører | Kjeder |
| <*>No. of cases | 298 | 78 |
| Helt uenig | 0% | |
| Ganske uenig | 2% | 1% |
| Verken enig eller uenig | 8% | 4% |
| Ganske enig | 54% | 21% |
| Helt enig | 35% | 74% |
| Vet ikke | 0% | |
| Uenig | 3% | 1% |
| Enig | 89% | 95% |

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

Andelen som svarer at de har god kunnskap om lov om god handelsskikk, har økt både blant leverandører og kjeder siden 2023.

5.17.2 Opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk

Q48r2

2024

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

| | Alle | |
|-------------------------|--------------|--------|
| | Leverandører | Kjeder |
| <*>No. of cases | 294 | 78 |
| Helt uenig | 3% | 1% |
| Ganske uenig | 7% | |
| Verken enig eller uenig | 18% | 3% |
| Ganske enig | 34% | 15% |
| Helt enig | 38% | 81% |
| Vet ikke | 0% | |
| Uenig | 9% | 1% |
| Enig | 73 % | 96 % |

Flesteparten (96 prosent) av kjederepresentantene svarer at de har mottatt god opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk. Andel leverandører som svarer det samme, er lavere (73 prosent). Tallene indikerer at kjedene har gjennomført bedre opplæring enn hva leverandørene har gjort.

Andel leverandører og kjeder som svarer at de har mottatt god opplæring i bestemmelsene i lov om god handelsskikk, har økt noe siden 2023.

5.17.3 Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle

Q48r3

2024

Jeg har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle

| | Alle | |
|-------------------------|--------------|--------|
| | Leverandører | Kjeder |
| <*>No. of cases | 299 | 78 |
| Helt uenig | 1% | 1% |
| Ganske uenig | 6% | 3% |
| Verken enig eller uenig | 21% | 5% |
| Ganske enig | 45% | 26% |
| Helt enig | 25% | 65% |
| Vet ikke | 1% | |
| Uenig | 7% | 4% |
| Enig | 70 % | 91 % |

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

Andelen som mener at de har god kunnskap om Dagligvaretilsynets rolle, har økt marginalt for begge grupper siden 2023.

Q48r4

2024

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

| | Alle | |
|-------------------------|--------------|--------|
| | Leverandører | Kjeder |
| <*>No. of cases | 299 | 78 |
| Helt uenig | 4% | 3% |
| Ganske uenig | 7% | 3% |
| Verken enig eller uenig | 22% | 18% |
| Ganske enig | 34% | 30% |
| Helt enig | 30% | 46% |
| Vet ikke | 3% | 1% |
| Uenig | 11% | 5% |
| Enig | 64 % | 76 % |

Andel leverandører som svarer at de har tillitt til at Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden på en god måte, er 64 prosent. Andel kjeder som svarer det samme, er 76 prosent.

Dagligvaretilsynets rapport om samarbeidsklimaet 2024

Sammenlignet med 2023 har andel leverandører og kjeder som har tillitt til at Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk på en god måte, økt med henholdsvis 5 prosentpoeng og 8 prosentpoeng.

Tilliten til hvordan Dagligvaretilsynet forvalter lov om god handelsskikk, er likevel lavere enn ønsket, særlig hos leverandørene. Dagligvaretilsynet vil fortsatt jobbe med å gjøre seg fortjent til høy tillit blant aktørene.