

FORHANDLINGER

Fakta

NorgesGruppen / oktober 2016



Hvert år gjennomføres det innkjøpsforhandlinger mellom NorgesGruppen og de største leverandørene. NorgesGruppen ønsker gjennom forhandlingene å sikre det mest spennende og attraktive sortimentet i markedet til lavest mulig innkjøpspris.

Forhandlingene er avgjørende for at NorgesGruppens butikker skal kunne tilby det sortimentet forbrukerne etterspør til konkurransedyktige priser innenfor både supermarked-, nærbutikk- og lavprissegmentet.

Hvem forhandler vi med?

NorgesGruppen forhandler årlig med ca. 140 merkevareleverandører innenfor dagligvare- og storhusholdningsmarkedet. Dette er leverandører av en viss størrelse. De mindre, og ofte lokale, leverandørene inngår ikke i høstens hovedforhandlinger, men håndteres løpende gjennom året med fokus på å legge til rette for mest mulig salg.

Hva forhandler vi om og hvorfor?

Innkjøpsforhandlingene gjennomføres for å sikre at NorgesGruppens butikker kan tilby forbrukerne et spennende og attraktivt vareutvalg til lavest mulige priser. Basert på markedstrender, historisk utvikling og forventninger for året som kommer, er målet med forhandlingene å komme til enighet med leverandørene om hvilke produkter NorgesGruppen skal kjøpe til hvilke innkjøpspriser. NorgesGruppen og leverandørene har et felles ønske om å nå frem til forbrukerne og sikre vekst for kommende periode. Forhandlingene handler i stor grad om å identifisere felles muligheter og initiativer som skal være med å bidra til dette, med fokus på hvilket sortiment og nyheter som skal tilbys forbrukerne i NorgesGruppens

butikker. Til grunn for sortimentsvalgene ligger grundige analyser av forbrukerdata, spisevaner, forbrukerinnsikt og trender. Det er viktig for NorgesGruppen å forstå forbrukerne og legge deres preferanser til grunn for det som havner i butikkhyllene.

NorgesGruppen har fokus på innkjøpspriser og forhandler for å øke rabattene på leverandørenes priser og derigjennom sikre lavest mulige innkjøpspris. Sentralt i NorgesGruppen forhandles det på rabatter som følger varene direkte, såkalt *varelinjerabatt*, og rabatter på NorgesGruppens totale kjøp fra leverandøren, såkalt *samarbeidsbonus* (se forklaringer til høyre). Alle rabatter som blir forhandlet sentralt for butikkene i NorgesGruppen kommer forbrukerne til gode i form av lavere priser. Forhandlinger om støtte til felles markedsføring og tilbudskampanjer (*Joint Marketing*, forkortet JM) gjennomføres av det enkelte profilhuset, altså Kiwi, Meny og Kjøpmannshuset (Spar og Joker).

Leverandørene har ved faste prisvinduer anledning til å melde inn endrede priser til NorgesGruppen basert på endringer i kostnader til råvarer, endret valutakurs, det årlige jordbruksoppgjøret, lønn, strøm, husleie, osv. Dersom NorgesGruppen og leverandøren ikke har felles forståelse av hvordan prisen bør endres basert på reelle og dokumenterbare kostnadsendringer hos leverandøren, gjennomføres det forhandlingsmøter for å



Total sett har NorgesGruppen 1120 leverandører, hvorav:

60 store internasjonale, nordiske

410 store norske

650 lokale og regionale

Varelinjerabatter følger varen og er en direkte rabatt i kroner eller prosent på varens listepreis.

Samarbeidsbonus er en rabatt på totalt kjøp fra leverandøren i kroner eller prosent som betales ut til butikkene ved faste datoer.

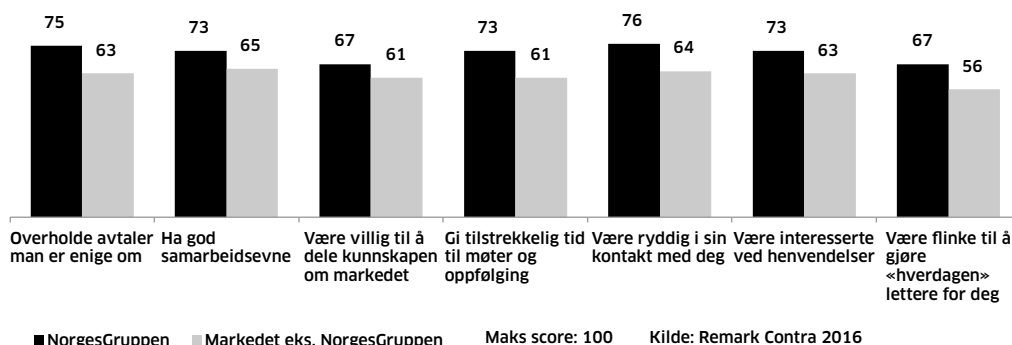
«Kjedenes kjøpermakt er en garantist for forbrukerinteressene.»

Professor Erling Hjelmeng, i ukeavisen Dagligvarehandelen nr 35/ 2014



NorgesGruppen

NorgesGruppen er godt fornøyd med resultatet i leverandørenes evaluering av kjedene



forsøke å komme til enighet. Det er en naturlig interessekonflikt mellom NorgesGruppen og leverandøren, der leverandøren ønsker å få så høye priser som mulig for sine varer, og NorgesGruppen ønsker å kjøpe varene til så lave priser som mulig.

Hvordan forhandler vi?

NorgesGruppen gjennomfører felles informasjonsmøter med leverandørene som en inngang til forhandlingene. Her presenteres NorgesGruppens planer for året som kommer og hva som vil være fokus i årets forhandlinger. På denne måten får alle leverandørene samme informasjon og har like forutsetninger når forhandlingene starter. Deretter gjennomføres individuelle møter med hver enkelt leverandør, som ofte vil presentere sine nyheter og markedsplaner for året som kommer i det første møtet.

NorgesGruppen gjennomfører forhandlingene som en faktabasert prosess basert på grundige analyser og med støtte fra mange verktøy. Trender, spisevaner og forbrukeratferd fra inn- og utland kartlegges, analyseres og

brukes som grunnlag i prosessen for å bestemme vareutvalget som skal tilbys forbrukerne det kommende året. Til forhandlingsmøtene blir det utarbeidet grundig underlag for hver leverandør. Underlaget omfatter analyser av nøkkeltall og parametere for salg, markedsandeler, lønnsomhet, vekst og forbrukerdata.

NorgesGruppen har utviklet en intern kodeks for å sikre at alle forhandlingene foregår innenfor et definert etisk regelverk og at alle avtaler mellom NorgesGruppen og leverandørene er skriftlige.

Kategori Innkjøp i NorgesGruppen har som mål å være markedets mest profesjonelle, samarbeidsorienterte og faktabaserte kunde- og innkjøpsavdeling. I undersøkelsen Remark Contra kartlegges relasjonen mellom dagligvarekjedene og leverandørene ved at leverandørene evaluerer kjedene. NorgesGruppen opplever tilbakemeldingene som gode og som et tegn på at samarbeidet med leverandørene i det store og hele fungerer godt.

SPØRSMÅL & SVAR

Kommer rabattene det forhandles om forbrukerne til gode gjennom lavere priser i butikken?

Alle rabatter som forhandles sentralt på vegne av NorgesGruppens butikker kanaliseres tilbake til butikken og bidrar med det til lavere priser til forbruker.

Hvordan forhandler NorgesGruppen med de minste leverandørene?

NorgesGruppen gjennomfører ikke forhandlinger med de mindre, ofte lokale, leverandørene. Kun de største leverandørene er inne til forhandlinger. Dette gjelder rundt 140 av de totalt ca. 1120 leverandørene. De minste av disse 140 har en omsetning på over 20 millioner kroner.

Hva avgjør om leverandørenes produkter havner i butikkene?

NorgesGruppen bruker store ressurser på å sikre det mest attraktive vareutvalget for å få forbrukerne til å velge våre butikker. Pris og lønnsomhet på varene er viktig, men vel så viktig er om forbrukerne faktisk ønsker å kjøpe varene som tilbys og om det totale vareutvalget differensierer NorgesGruppens butikker.

Dette mener NorgesGruppen

- NorgesGruppen mener at forhandlinger bidrar til å begrense leverandørenes mulighet til å ta ut økte priser mot forbrukerne*. Prisene i butikk ville vært høyere om ikke NorgesGruppen hadde hatt mulighet til å forhandle økte rabatter og reduksjon avmeldte prisøkninger.
- Innkjøpsforhandlingene gjennomføres for å sikre at NorgesGruppens butikker kan tilby forbrukerne det mest spennende og attraktive sortimentet i markedet til lavest mulig pris.

* Dette underbygges blant annet på side 15 i artikkelen *Vertikale relasjoner* av Niels Henrik Mørch von der Fehr, 2012.

KILDER

Dagligvarehandelen nr 35/ 2014
Remark Contra 2016 – TNS Gallup