



Elintarvikemarkkinavaltuutettu  
Livsmedelsmarknadsombudsmannen  
The Food Market Ombudsman

# RESULTATRAPPORT FRÅN ENKÄTEN RÄTTVISA HANDELSSÄTT INOM DRYCKESBRANSCHEN

Hösten 2024



## Bakgrund till enkäten

I Finland regleras verksamheten på livsmedelsmarknaden av [livsmedelsmarknadslagen](#). Syftet med livsmedelsmarknadslagen är att förbättra livsmedelsmarknadens funktion och trygga ställningen för aktörer som är i en svagare ställning i livsmedelskedjan. Förhandlingskraften hos leverantörer och köpare av jordbruksprodukter och livsmedel har allmänt ansetts vara väldigt obalanserad inom Europeiska unionen.

För att underlätta detta problem har Europeiska unionen stiftat ett s.k. [direktiv om otillbörliga handelsmetoder](#) som skyddar små och medelstora varuleverantörer som står i avtalsförhållande till stora företag. I direktivet definieras absolut förbjuden praxis och praxis som är förbjuden om man inte tydligt och entydigt har kommit överens om den. I Finland har direktivet om otillbörliga handelsmetoder verkställts i livsmedelsmarknadslagen.

I Finland finns en livsmedelsmarknadsombudsman som arbetar för att livsmedelsmarknaden ska fungera bättre och för att förhindra praxis som strider mot god affärssed. Livsmedelsmarknadsombudsmannen övervakar att de krav och förbud som föreskrivs i livsmedelsmarknadslagen iakttas. Dessutom ger livsmedelsmarknadsombudsmannen rekommendationer, utlåtanden och förslag i anslutning till livsmedelskedjans verksamhet samt informerar och ger aktörerna i branschen råd om god affärssed.

År 2023 inledde livsmedelsmarknadsombudsmannen branschspecifika enkäter för att samla in aktuell information om efterlevnaden av lagen. Enkätresultaten från bageri- och konditoribranschen, köttindustrin samt bär- och fruktbranschen har publicerats på [livsmedelsmarknadsombudsmannens webbplats](#). Våren 2024 genomfördes en enkät inom dryckesbranschen vars syfte var att utreda efterlevnaden av rättvisa handelssätt och livsmedelsmarknadslagens inverkan på branschen.

Livsmedelsmarknadsombudsmannens byrå genomförde våren 2024 en enkät riktad till aktörer inom dryckesbranschen. Syftet med enkäten var att utreda om rättvisa handelssätt iakttas i handeln med dryckesprodukter. Dessutom kartlades om livsmedelsmarknadslagen har påverkat kedjans verksamhet.

Livsmedelsmarknadsombudsmannen utnyttjar resultaten av enkäten för att identifiera skavningspunkterna i livsmedelskedjan i synnerhet i handeln med produkter inom dryckesbranschen. Utifrån resultaten riktas också till exempel de anvisningar och den rådgivning ombudsmannen ger.

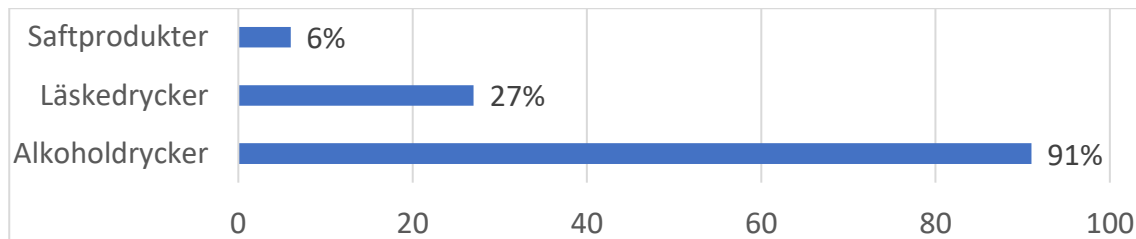
Materialet behandlades anonymt och helt konfidentiellt med statistiska metoder. Svar från enskilda personer har inte behandlats separat och enskilda respondenters svar kan inte särskiljas från resultaten.

Enkäten genomfördes på webbplattformen Webpropol 4–30.6.2024. Inbjudan till enkäten skickades till cirka 114 mottagare och man fick 33 svar på enkäten. Därmed var svarsprocenten 28,9 procent.

## Enkätens resultat

### Bakgrundsuppgifter

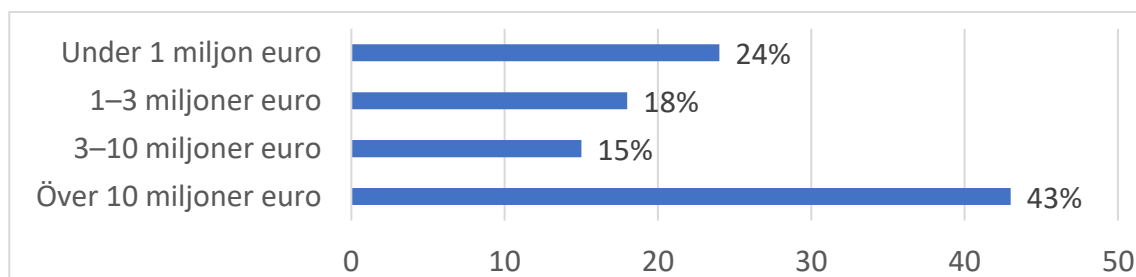
De företag som besvarade enkäten fördelade sig på följande sätt mellan olika branscher inom dryckesbranschen:



Figur 1. De svarande företagens branscher.

I tolkningen av tabellen är det bra att beakta att respondenten har kunnat välja fler än en bransch.

Omsättningen för de företag som svarade på enkäten fördelades enligt följande:



Figur 2. De svarande företagens omsättningar.

De senaste 12 månaderna fastställdes som period för förbjudna handelsmetoder och andra problem som upplevdes i enkäten. På så sätt säkerställdes att svaren fokuserar på aktuella problem. I tolkningen av enkätens resultat bör man beakta att frågorna om skavpunkter i livsmedelskedjan endast har ställts till de respondenter som har svarat att de har stött på problem eller verksamhet som strider mot livsmedelsmarknadslagen i handeln med produkter inom dryckesbranschen. Om respondenten inte har kryssat för ett enda problem har inga fler preciserande frågor om problemen ställts. Således är de procentandelar som nämns i de preciserande frågorna om olika problem andelarna av de respondenter som nämnde problemet. Exempelvis då 50 procent av alla respondenter har nämnt betalningstiderna som ett problem i handeln med produkter inom dryckesbranschen så har denna procentandel beräknats på alla respondenter som berättade att de hade stött på problem. När man däremot nämner att 63 procent av respondenterna har upplevt att det största problemet i fråga om betalningstiderna är att produkterna inte betalas inom ramen för de lagstadgade betalningstiderna, har denna procentandel beräknats endast för de respondenter som berättade att de stött på problem med betalningstiderna.

## Skavpunkter i handelssätten i livsmedelskedjan

### Betalningstider

Enligt enkätresultaten upplevs problemen med betalningstiderna som det största problemet i handeln med dryckesprodukter. 50 procent av dem som svarade på enkäten upplevde detta som ett problem. Enligt livsmedelsmarknadslagen är betalningstiden för jordbruksprodukter och livsmedel högst 14 dagar. Köparen och säljaren kan dock alltid komma överens om att betalningstiden är kortare än detta, till exempel 7 dagar. Även en längre betalningstid på högst 30 eller 60 dagar kan avtalas på de villkor som anges i lagen.

Det största problemet med betalningstiderna ansågs vara att produkterna inte har betalats inom ramen för de lagstadgade betalningstiderna. 63 procent av respondenterna upplevde detta som ett problem. Däremot upplevde 50 procent av respondenterna att det är ett problem att produkterna inte har betalats inom ramen för de avtalsenliga betalningstiderna. Särskilt större företag med en omsättning på över 10 miljoner euro svarade att de hade upplevt problem med betalningstiderna.

### Ensidiga ändringar av villkoren

Det näst största problemet i handeln med dryckesprodukter ansågs vara ensidiga ändringar av villkoren. Problem i anslutning till denna ämneslighet kan till exempel vara att ensidigt ändra leveransmängderna eller priserna. Av dem som svarade på enkäten upplevde 38 procent att det var problematiskt att ensidigt ändra villkoren.

Enligt livsmedelsmarknadslagen får det i ett avtal inte tillämpas ett villkor eller förfarande enligt vilket köparen ensidigt kan ändra villkoren i ett leveransavtal för jordbruksprodukter i fråga om leverans- eller distributionsintervall, produktvolym eller priser.

Enligt svaren sker en ensidig ändring av villkoren särskilt i fråga om betalningstiderna. Även leveransdagar flyttas ensidigt.

### Returneringar

25 procent av dem som svarade på enkäten hade inte stött på problem i handeln med dryckesprodukter. I livsmedelsmarknadslagen konstateras att köparen inte får returnera osålda jordbruksprodukter eller livsmedel till varuleverantören utan att betala för dem eller för förstöring av dem.

Enligt svaren försöker man till exempel returnera daterade produkter till leverantören utan att betala för dem.

## **Annullering av beställningar**

16 procent av alla som svarade på enkäten upplevde annulleringar av beställningar som ett problem. Enligt svaren annulleras beställningar för nära den överenskomna leveransdagen. Enligt livsmedelsmarknadslagen får köparen inte tillämpa ett villkor eller ett förfarande enligt vilket köparen kan annullera en order av produkter senare än 30 dagar före den överenskomna leveranstidpunkten.

## **Kommersiella repressalier och förbjudna avgifter**

13 procent av alla respondenter upplevde kommersiella repressalier som ett problem. Kommersiella repressalier enligt livsmedelsmarknadslagen är bland annat att avlista produkter eller dra ned på kvantiteterna av beställda produkter på grund av att leverantören utövar sina avtalsenliga eller juridiska rättigheter, för ett ärende till en myndighet för behandling eller samarbetar med en myndighet.

På basis av svaren framträder kommersiella repressalier bland annat som en minskning av antalet beställningar, avlägsnande av produkter ur köparens sortiment eller hot om att avsluta beställningar.

Enligt livsmedelsmarknadslagen är sådana avgifter i handeln med livsmedelsprodukter förbjudna som inte hänför sig till försäljning, avgifter för förskämning eller försvinnande av produkten och ersättningar för kostnader för behandling av kundklagomål som inte har föranletts av varuleverantörens fel. Dessutom är kostnader för lagring, framläggande, inkluderande i produktsortimentet eller ställande till försäljning, försäljning med rabatt i säljfrämjande syfte, reklam eller marknadsföring samt inredning av försäljningslokaler förbjudna, om man inte på förhand har avtalat om dem klart och tydligt.

Enligt enkätsvaren är de vanligaste förbjudna avgifterna i handeln inom dryckesbranschen Avgift för försäljning med rabatt som en del av kostnaderna för säljfrämjande åtgärder utan tydligt preliminärt avtal. Detta upplevde 50 procent av respondenterna som utsatts för förbjudna avgifter som ett problem.

## **Andra problem som framkommit i enkäten**

Andra problem som framkom i enkätsvaren var:

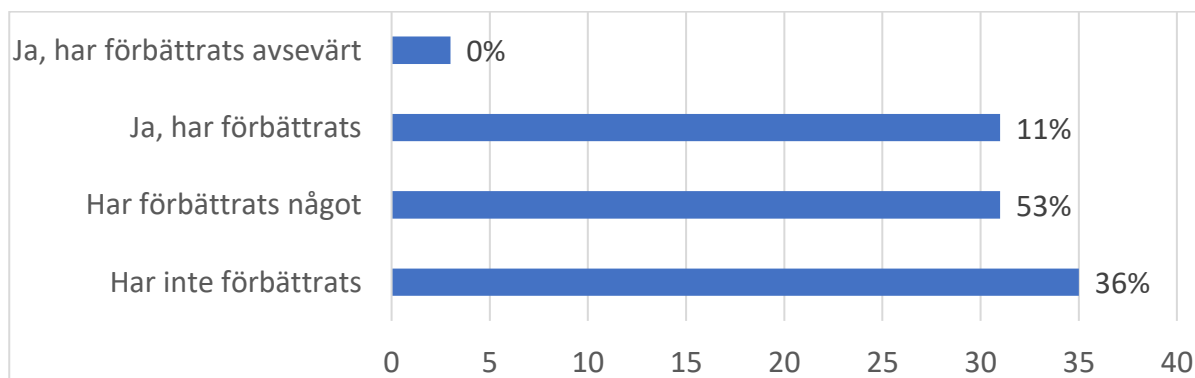
1. Leveranssäkerhetsavtalen binder endast varuleverantören, men köparen förbinder sig inte till beställningsmängderna
2. Handelns förhandlingskraft och koncentration

## Kännedom om livsmedelsmarknadslagen och livsmedelsmarknadsombudsmannen och deras genomslagskraft

### Livsmedelsmarknadslagen

67 procent av alla respondenter visste att det finns en livsmedelsmarknadslag i Finland. Större företag med en omsättning på över 10 miljoner euro kände oftare till livsmedelsmarknadslagen jämfört med andra företag.

Största delen av respondenterna ansåg att livsmedelsmarknadslagen har förbättrat varuleverantörernas ställning i livsmedelskedjan åtminstone något. 36 procent av alla respondenter ansåg dock att livsmedelsmarknadslagen inte alls har förbättrat varuleverantörernas ställning i kedjan.



Figur 4. Anser du att livsmedelsmarknadslagen har förbättrat varuleverantörernas ställning i livsmedelskedjan?

### Livsmedelsmarknadsombudsmannen

Respondenternas kännedom om att det finns en livsmedelsmarknadsombudsman var relativt bra, eftersom 64 procent av alla företag som svarade på enkäten visste att det finns en livsmedelsmarknadsombudsman i Finland. Ju större företaget var, desto bättre kände man till livsmedelsmarknadsombudsmannens existens.

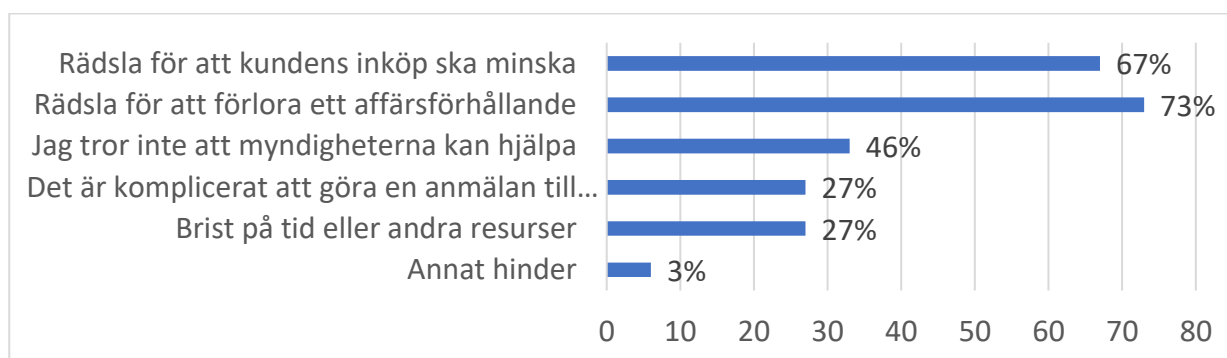
### Begäran om åtgärder

Aktörer på livsmedelsmarknaden kan lämna en [begäran om åtgärder](#) till livsmedelsmarknadsombudsmannen om de misstänker eller upptäcker överträdelser av livsmedelsmarknadslagen. Begäran om åtgärder ska göras skriftligen och det är i regel offentligt i enlighet med [lagen om offentlighet i myndigheternas verksamhet \(621/1999\)](#). Ombudsmannen ska därmed informera den som begärt begäran om åtgärder och de handlingar som hänför sig till begäran.

Med enkäten utreddes om respondenten kunde tänka sig att göra en begäran om åtgärder till livsmedelsmarknadsombudsmannen om denne upplever verksamhet som strider mot god affärsed eller mot livsmedelsmarknadslagen. 64 procent av alla respondenter svarade att de kunde tänka sig att göra en åtgärdsbegäran. 3 procent svarade nej och 33 procent kunde inte säga om de kunde tänka sig att göra en begäran om åtgärder till livsmedelsmarknadsombudsmannen.

Små företag med en omsättning på under 1 miljon euro förhöll sig mer positivt till att göra en begäran om åtgärder än större företag.

Med enkäten kartlades vilka hinder det kan tänkas finnas för en begäran om åtgärder. Respondenterna upplevde att det största hindret var rädslan för att förlora affärsförhållandet till följd av en begäran om åtgärder. 73 procent av de som svarade på enkäten upplevde detta som ett hinder. 67 procent av alla respondenter ansåg att det att kundens inköp skulle minska var ett hinder för att göra en begäran om åtgärder. 46 procent av respondenterna upplevde att myndigheten inte kunde vara till hjälp.



Figur 5. Vilka hinder anser du att det kan finnas för att lämna in en begäran om åtgärder till livsmedelsmarknadsombudsmannen?



## Vad händer näst?

Enkäten som genomfördes inom dryckesbranschen var den fjärde branschspecifika enkäten som genomfördes av livsmedelsmarknadsombudsmannen. Resultaten av enkäten inom dryckesbranschen stärker livsmedelsmarknadsombudsmannens helhetsbild av livsmedelsmarknadens funktion med hjälp av resultaten från andra enkäter. Resultaten från enkäten kommer att utnyttjas som en helhet tillsammans med resultaten från andra branschspecifika enkäter för att identifiera missförhållanden i livsmedelskedjan.

Härnäst planerar livsmedelsmarknadsombudsmannen hur den kan ingripa i de vanligaste problemen som framkommit i de branschspecifika enkäterna. När det gäller dryckesbranschen kommer livsmedelsmarknadsombudsmannen att fästa särskild uppmärksamhet vid problem i anslutning till betalningstiderna. Livsmedelsmarknadsombudsmannen har redan tidigare publicerat [anvisningar](#) om betalningstider. Om problemen med betalningstiderna fortsätter kan livsmedelsmarknadsombudsmannen vid behov också använda sina lagstadgade befogenheter för att eliminera problemen först för att identifiera konkreta fall och därefter livsmedelsmarknadslagens urval av metoder i nödvändig omfattning för att slopa eventuella lagstridiga förfaranden.

Livsmedelsmarknadsombudsmannen kommer också att rikta sina anvisningar och sin rådgivning utifrån resultaten samt effektivisera kommunikationen om rättigheter och skyldigheter enligt livsmedelsmarknadslagen. Man kommer också att utöka kännedomen om att det finns en livsmedelsmarknadsombudsman.

## Mer information om enkäten

Mer information om enkäten och dess resultat fås från Livsmedelsmarknadsombudsmannens byrå per e-post på adressen [etmv\(at\)etmv.fi](mailto:etmv(at)etmv.fi) eller per telefon på numret 029 520 55 33.


Beställ livsmedelsmarknadsombudsmannens nyhetsbrev med hjälp av QR-koden  
eller på adressen [livsmedelsmarknaden.fi](https://www.livsmedelsmarknaden.fi).




Elintarvikemarkkinavaltuutettu  
Livsmedelsmarknadsombudsmannen  
The Food Market Ombudsman

Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto / PL 200 / 00027 RUOKAVIRASTO  
Livsmedelsmarknadsombudsmannens byrå / PB 200 / 00027 LIVSMEDELSVERKET The Office of the Food  
Market Ombudsman / P.O. Box 200 / FI-00027 FINNISH FOOD AUTHORITY, FINLAND

+358 29 520 55 33 / [etmv@etmv.fi](mailto:etmv@etmv.fi)

 Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto - The Office of the Food Market Ombudsman

 @ ETMV\_toimisto