



Elintarvikemarkkinavaltuutettu  
Livsmedelsmarknadsombudsmannen  
The Food Market Ombudsman

# RESULTATRAPPORT FÖR ENKÄTEN RÄTTVISA HANDELSSÄTT INOM FRUKT- OCH BÄRBRANSCHEN

Våren 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.

Livsmedelsmarknadsombudsmannen har som mål att minimera användningen av osunda handelssätt på livsmedelsmarknaden. Livsmedelsmarknadsombudsmannen ska ha en realistisk lägesbild av livsmedelskedjans funktion på praktisk nivå. Livsmedelsmarknadsombudsmannens byrå började 2023 genomföra branschspecifika enkäter med vilka byrån strävar efter att få aktuell och ännu noggrannare anonym information om efterlevnaden av lagen. Under åren 2023–2024 har livsmedelsmarknadsombudsmannen publicerat resultaten av enkäter för två olika branscher, bageri- och konditoribranschen samt köttbranschen. Resultaten av enkäterna finns [på livsmedelsmarknadsombudsmannens webbplats](#).

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

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

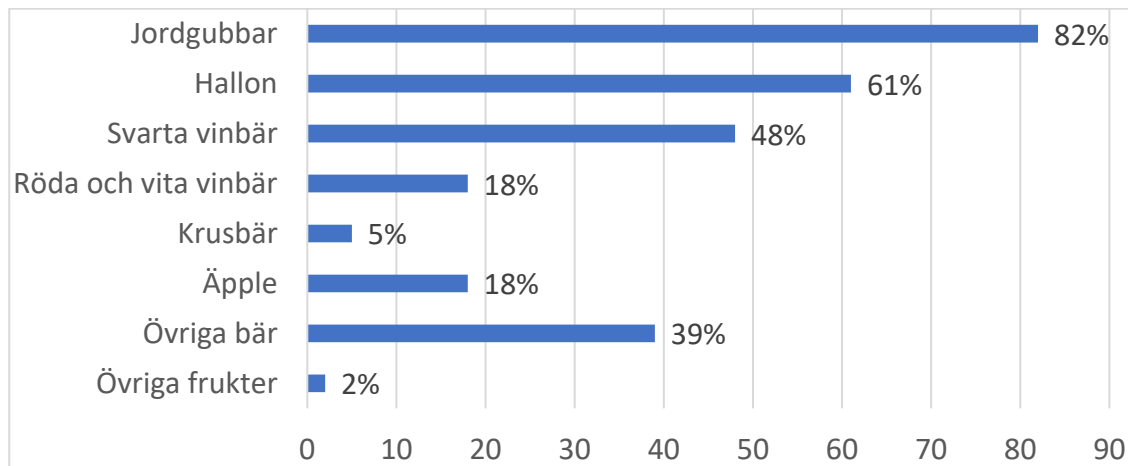
Materialet behandlades anonymt och helt konfidentiellt med statistiska metoder. Svar från enskilda personer har inte behandlats separat och enskilda respondenters svar kan inte särskiljas från resultaten.

Enkäten genomfördes på webben med Webpropol-plattformen 8.2–24.3.2024. Inbjudan till enkäten skickades till cirka 600 mottagare och man fick 45 svar på enkäten. Därmed var svarsprocenten 0,7 procent.

## Enkätens resultat

### Bakgrundsuppgifter

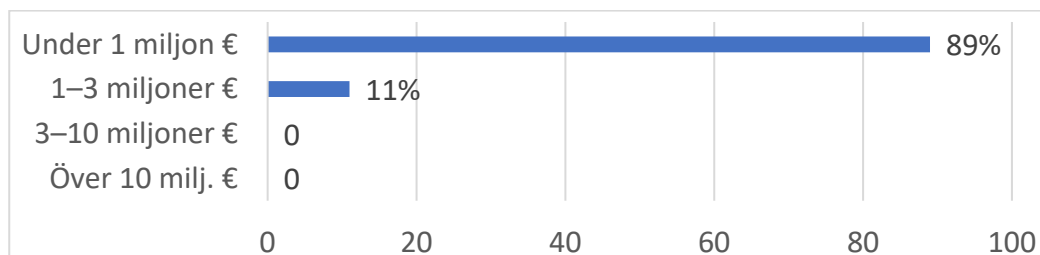
De företag som besvarade enkäten fördelade sig på följande sätt mellan olika branscher inom frukt- och bärbranschen:



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.

När resultaten av enkäten tolkas bör man beakta att frågorna om skavningspunkterna i livsmedelskedjan endast har ställts till de respondenter som har svarat att de har stött på problem eller verksamhet som strider mot livsmedelsmarknadslagen inom frukt- och bärbranschen. 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 problemandelarna av de respondenter som nämnde problemet. Exempelvis då 23 procent av alla respondenter har nämnt betalningstiderna som ett problem i handeln med produkter inom frukt- och bärbranschen så har denna procentandel beräknats på alla respondenter som berättade att de hade stött på problem. När man däremot nämner att 78 procent av respondenterna har upplevt att det största problemet i fråga om betalningstiderna

är att produkterna inte betalas inom ramen för de avtalsenliga betalningstiderna, har denna procentandel beräknats endast för de respondenter som berättade att de stött på problem med betalningstiderna.

## Skavpunkter i handelssätten i livsmedelskedjan

### Ensidiga ändringar i villkoren

Det största problemet i handeln med frukt- och bärprodukter upplevs utifrån enkätresultaten vara problemen med ensidiga ändringar av villkoren. Problem med ensidiga ändringar av villkoren kan till exempel vara att leveransmängderna eller priserna ändras ensidigt. 40 procent av de som svarade på enkäten upplevde ensidiga ändringar av villkoren som problematiska.

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.

### Returneringar

Det näst största problemet i handeln med frukt- och bärprodukter var returneringar, som 26 procent av alla respondenter upplevde som ett problem. Som ett problem upplevdes särskilt att man beställer för mycket produkter, vilket leder till att man försöker returnera produkterna utan att betala för dem eller för att de ska förstöras. Enligt svaren försöker man också göra returneringar av produkter som förstörts till följd av beställarens egna fel, till exempel för att produkterna har förvarats för varmt.

I livsmedelsmarknadslagen konstateras att köparen inte får returnera osålda jordbruksprodukter eller livsmedel till varuleverantören utan att betala för dem eller för förstöring av dem.

### Betalningstider

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.

23 procent av alla som svarade på enkäten upplevde betalningstiderna som ett problem i handeln med frukt- och bärprodukter. När det gäller betalningstider var det största problemet att produkterna inte har betalats inom de avtalsenliga betalningstiderna. 78 procent av respondenterna som haft problem med betalningstiderna upplevde detta som ett problem.

56 procent svarade däremot att produkterna inte har betalats inom ramen för betalningstiderna enligt livsmedelsmarknadslagen.

## **Annullering av en order**

19 procent av alla som svarade på enkäten upplevde annullering av en order 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.

Enligt svaren kan det också hända att man låter bli att hämta och betala beställningar utan separat meddelande. Dessutom kan köparen försöka förhandla om priset ännu i samband med leveransen av produkterna.

## **Kommersiella repressalier och förbjudna avgifter**

7 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 förekommer det i fråga om kommersiella repressalier problem med att man drar ner kvantiteten av beställningar. 100 procent av respondenterna som hade upplevt problem med kommersiella repressalier upplevde minskningen i kvantiteten av beställningar som ett problem.

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 frukt- och bärbranschen avgifter för förskämning eller svinn som inte har orsakats av varuleverantörens fel. Detta upplevdes som ett problem av 100 procent av respondenterna som upplevt problem med förbjudna avgifter. Enligt svaren är det i synnerhet fråga om ett problem som företag som har en omsättning på mindre än en miljon euro upplever. Enligt svaren förekommer det dessutom förbjudna avgifter i branschen i anslutning till reklam och marknadsföring samt försäljning av produkter med rabatt som en del av de kostnader som ingår i att främja försäljningen.

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

Andra problem som framkom i enkätsvaren var:

1. Misstanke om försäljning av utländska bär som inhemska
2. Högt pris för användning av butikernas beställningssystem
3. En upplevelse av att affären inte går med på att förbinda sig till beställningskvantiteterna.

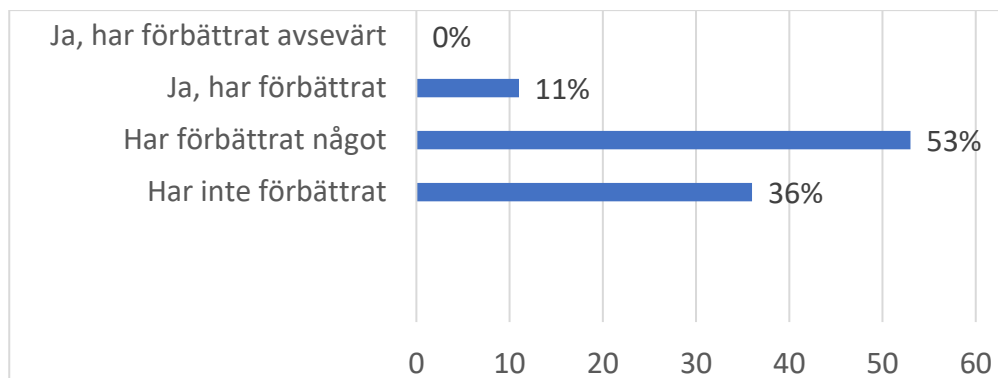
## Kännedom om livsmedelsmarknadslagen och livsmedelsmarknadsombudsmannen och deras genomslagskraft

### Livsmedelsmarknadslagen

64 procent av alla respondenter visste att det finns en livsmedelsmarknadslag i Finland. Ju större företag det var fråga om, desto bättre kände man till livsmedelsmarknadslagen.

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.

Företag som hade en omsättning på mindre än en miljon euro upplevde oftare än andra att livsmedelsmarknadslagen hade förbättrat varuleverantörens ställning i livsmedelskedjan.



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 61 procent av alla företag som svarade på enkäten visste att det finns en livsmedelsmarknadsombudsman i Finland. Alla företag som hade en omsättning på över en miljon euro visste att det fanns en livsmedelsmarknadsombudsman, medan endast drygt hälften av de företag som hade en omsättning på under en miljon euro kände till ombudsmannen.

### 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



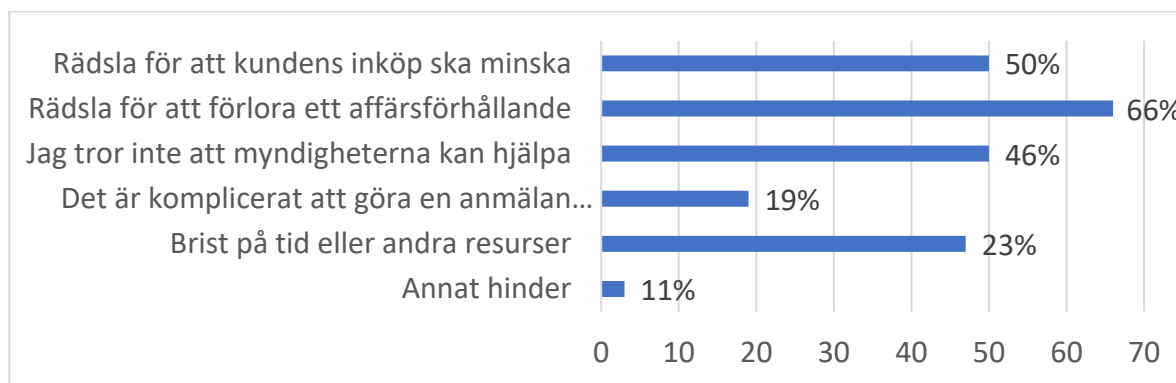
därmed informera den som begärt begäran om åtgärder och de handlingar som hänför sig till begäran.

Med enkäten utreddes om respondenten kunde tänka sig att göra en begäran om åtgärder till livsmedelsmarknadsombudsmannen om denne upplever verksamhet som strider mot god affärssed eller mot livsmedelsmarknadslagen. 58 procent av alla respondenter svarade att de kunde tänka sig att göra en åtgärdsbegäran. 6 procent svarade nej och 36 procent kunde inte säga om de kunde tänka sig att göra en begäran om åtgärder till livsmedelsmarknadsombudsmannen.

Ju större företag det var fråga om, desto positivare förhöll man sig till att göra en begäran om åtgärder. Företagets storlek hade dock ingen stor betydelse för hur man förhöll sig till begäran om åtgärder.

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. 66 procent av de som svarade på enkäten upplevde detta som ett hinder. 50 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.

I synnerhet företag med en omsättning på mindre än en miljon euro upplevde att det var komplicerat att göra en anmälan till myndigheten.



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 frukt- och bärbranschen var den tredje branschspecifika enkäten som genomfördes av livsmedelsmarknadsombudsmannen. Resultaten från frukt och bärbranschen stärker i samband med de övriga enkäterna livsmedelsmarknadsombudsmannens helhetsbild av livsmedelsmarknadens funktion. 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. I fråga om frukt- och bärbranschen kommer livsmedelsmarknadsombudsmannen att fästa särskild uppmärksamhet vid problem i anslutning till ensidiga ändringar av villkoren.

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.

Livsmedelsmarknadsombudsmannen kan vid behov också använda lagstadgade sanktioner eller andra tillgängliga metoder som verktyg för att komma åt problem.

## 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