



Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet m.v.

Fastsatt av AS Vinmonopolets styre 14. november 1995, revidert 27. august 1999, 7. desember 2000, 4. september 2003, 17. mars 2005, 11. mai 2006, 17. juni 2010, 24. mars 2011, 18. november 2011, 19. juni 2014, 17. desember 2015, 14. november 2019, 23. april 2020 og 17. februar 2022 bl.a. med hjemmel i Forskrift om AS Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet m.v.

1 PRODUKTGRUPPER

1.1 Inndeling i produktgrupper

Basisutvalget, bestillingsutvalget og testutvalget inndeles i følgende produktgrupper:

	PRODUKTGRUPPE		PRODUKTGRUPPE
1	Rødvvin	14	Gin
2	Rødvvin, Bag-in-Box	15	Brennevin, smakssatt
3	Hvitvin	16	Brennevin, nøytralt, < 37,5 %
4	Hvitvin, Bag-in-Box	17	Brennevin, øvrig
5	Rosévin	18	Whisk(e)y
6	Rosévin, Bag-in-Box	19	Rom og cachaca
7	Musserende vin	20	Vermut
8	Perlende vin	21	Sake
9	Sterkvvin	22	Mjød
10	Fruktvin eller aromatiserte vinprodukter	23	Bitter
11	Akevitt	24	Vodka
12	Druebrennevin	25	Likør
13	Fruktbrennevin	26	Sterkøl

1.2 Inndeling i underkategorier og prissegmenter

Vinmonopolet kan dele en produktgruppe opp i flere underkategorier og prissegmenter. Hver underkategori og hvert prissegment utgjør en egen produktgruppe.

1.3 Tilordning til prissegment og underkategori

Produktenes salgspris ved inngang til måleperioden skal være bestemmende for hvilket prissegment produktene hører under, med mindre vesentlige endringer i alkoholavgiftene gir endringer i salgspris som tilsier at produktet tilordnes nytt prissegment.

For produkter som endrer sukkerinnhold utover produktgruppens underkategori vil produktets underkategori først kunne endres ved neste fastsetting av styringstall.

Avgrensning av produktgruppene på grunnlag av pris og sukkerinnhold skal offentliggjøres på hensiktsmessig måte.

1.4 Styringstall

Styringstall for hver produktgruppe fastsettes av administrerende direktør og offentliggjøres på hensiktsmessig måte.

Produktene i basisutvalget, bestillingsutvalget og testutvalget konkurrerer mot hverandre om rangering og plass innenfor styringstallet for hver produktgruppe i basisutvalget.

2 INNKJØSPROSEDYRE FOR OPPTAK AV NYE PRODUKTER I BASIS- OG PARTIUTVALGET

2.1 Grunnlaget for tilbudsforespørsler

Grunnlaget for Vinmonopolets tilbudsforespørsler er Lanseringsplanen.

2.2 Utforming av tilbudsforespørsler

Vinmonopolet *publiserer* tilbudsforespørsel til alle grossister via Leverandørportalen. I tilbudsforespørselen skal grossistene anmodes om å inngi pristilbud på grunnlag av oppgitte opplysninger og vilkår.

Tilbudsforespørselen skal bl.a. inneholde følgende opplysning og vilkår:

- Produktspesifikasjon
- Krav om produktprøver
- Kvantumsangivelse for produkter i partiutvalget
- Leveringstid
- Tilbudsfrist. For sent innkomne tilbud kan avslås
- Akseptfristen som skal gjelde for tilbudet
- Forbehold om rett til å forkaste samtlige tilbud
- Forbehold om at det kan opptas prisforhandling som ledd i tilbudsvurderingen
- Generelle betingelser og rutiner for levering av brennevin, vin og sterkøl samt alkoholfrie festdrikker til Vinmonopolets butikker
- Ev. andre opplysninger som er av betydning for utarbeidelsen av tilbudet

2.3 Tilbud

- Tilbudet skal registreres på anvist måte via Vinmonopolets Leverandørportal
- Det er ikke anledning til å inngi tilbud på produkter som allerede er i basisutvalget. Tilbud på produkter som allerede er i basisutvalget skal avvises.
- Tilbud som ikke er i samsvar med vilkårene i tilbudsforespørselen kan avvises.

2.4 Tilbudsprotokoll

Vinmonopolet skal føre en tilbudsprotokoll. Tilbudsprotokollen skal opplyse om, dato for publisering i Leverandørportalen, tilbudsfrist, dato for mottakelsen av tilbudene, hvilket tilbud fra hvilken grossist som er valgt og begrunnelse for valget.

2.5 Tilbudsvurdering

Innkomne produktprøver skal som hovedregel testes av den sensoriske prøveinstansen. Produktprøvene testes etter gjeldende *metode*.

Ved beslutningen om hvilket tilbud som er best, skal det legges særlig vekt på forholdet mellom pris og kvalitet, og leveringsdyktighet.

Dersom Vinmonopolet opptar prisforhandling som ledd i tilbudsvurderingen, skal forespørsel om forhandling rettes til alle som har reell mulighet for å tildeles kjøpet.

2.6 Avvisning av tilbud

Tilbud som kommer inn uten at det er sendt ut tilbudsforespørsel, skal *avvises*.

Grossister som har fått avvisning, skal underrettes via Vinmonopolets Leverandørportal. I underretningen skal det opplyses om adgangen til å klage til Nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv, klagefrist, samt adgangen til å prøve produktet i testutvalget, og om muligheten til å tilby produktet til tilleggsutvalget og bestillingsutvalget.

3 BASISUTVALGET

3.1 Måling av salgsvolum i basisutvalget

Med salgsvolum av et produkt menes salg i Vinmonopolets butikkategori 6 omregnet i liter.

Måleperioden for salgsvolum er 6 måneder. Ekstraordinære hendelser utenfor partenes kontroll som streik, pandemi eller andre forhold som på lignende måte kan påvirke varetilførselen, kan medføre at måleperioden endres. Tilsvarende gjelder dersom det på grunn av den uforutsette hendelsen eller pandemi ikke er mulig å holde åpen et representativt antall butikker av butikkategori 6.

Måling og rangering av salgsvolum for et produkt mot styringstallet for produktgruppen skjer hver 2. måned, basert på foregående 6 måneders salgsvolum. Ekstraordinære hendelser utenfor partenes kontroll som streik, pandemi eller andre forhold som på lignende måte kan påvirke varetilførselen, kan medføre at måleperioden endres. Produkter som ikke oppnår en rangering innenfor styringstallet for produktgruppen, samt produkter som har solgt mindre enn 270 liter i måleperioden, strykes. Dersom det foreligger hendelser som innebærer en endring i måleperioden i henhold til denne bestemmelse, avkortes kravet til et minstesalg tilsvarende.

Produkter innkjøpt etter tilbudsforespørsel blir først gjenstand for strykning i henhold til tredje ledd når produktet har vært i salg i introduksjonsmåneden + 11 måneder.

Ved måling av salgsvolum medregnes ikke den andel av et kjøp som overstiger 36 *enheter* per artikkelnummer. Administrerende direktør kan endre antall enheter per artikkelnummer for en, flere, eller alle produktgrupper eller prissegmenter.

4 BESTILLINGSUTVALGET

4.1 Måling av salgsvolum for produkter i bestillingsutvalget

Salgsvolum for produkter i bestillingsutvalget måles på grunnlag av produktenes salg i Vinmonopolets butikkategori 6 omregnet i liter for de foregående 6 måneder (introduksjonsmåneden + 5 måneder). Ekstraordinære hendelser utenfor partenes kontroll som streik, pandemi eller andre forhold som på lignende måte kan påvirke varetilførselen, kan medføre at måleperioden endres. Tilsvarende gjelder dersom det på grunn av den uforutsette hendelsen eller pandemi ikke er mulig å holde åpen et representativt antall butikker av butikkategori 6.

Punkt 3.1 femte ledd gjelder tilsvarende.

4.2 Kvalifisering og overføring til basisutvalget

Måling og rangering av produktene i bestillingsutvalget mot styringstallene for produktgruppene i basisutvalget (kvalifisering) skjer samtidig med måling og rangering av produktene i basisutvalget hver 2. måned, jf. punkt 3.1 tredje ledd.

Administrerende direktør kan bestemme at det skal stilles krav til geografisk spredning av salgsvolum som grunnlag for overføring til basisutvalget. Salgsvolum for produkter i bestillingsutvalget kan uansett bare gi grunnlag for overføring til basisutvalget dersom det overstiger 270 liter i måleperioden. Dersom det foreligger hendelser som innebærer en endring i måleperioden i henhold til pkt 4.1, avkortes kravet til et minstesalg tilsvarende.

Produkter i bestillingsutvalget som har kvalifisert seg for overføring til basisutvalget på grunnlag av salgsvolum tilbys introduksjon i basisutvalget ca. 2 måneder etter utløpet av måleperioden for kvalifisering.

Tidligere salg i parti- eller testutvalg medregnes ikke salget i bestillingsutvalget.

4.3 Karensperiode

Produkter som er strøket fra basisutvalget kan ikke overføres til basisutvalget igjen fra bestillingsutvalget før 12 måneder etter at strykningen ble effektivt.

Produkter som kvalifiserer for overføring til basisutvalget kan ikke kvalifisere for ny overføring før 6 måneder etter tilbudt overføring dersom grossisten takker nei til tilbudt overføring til basisutvalget.

4.4 Minimumsgrenser for salgsvolum i bestillingsutvalget

Produkter i bestillingsutvalget som ikke har hatt salg i løpet av de siste 12 måneder registreres som utgått.

5 TESTUTVALGET

5.1 Fordeling av plassene i testutvalget

Vinmonopolet foretar årlig en fordeling av plassene i testutvalget mellom de grossister som har fremsatt skriftlig ønske om opptak.

5.2 Påmelding av produkter

Etter tildeling av antall plasser i testutvalget per grossist, må påmelding til salg av grossistens valgte testprodukter skje *via produktregistrering* i Vinmonopolets Leverandørportal. Mangelfull henvendelse godtas ikke. En henvendelse regnes som mangelfull når obligatorisk produktinformasjon ikke er registrert, eller når dokumentasjon som grossisten er pålagt å gi, mangler.

Grossisten skal gis skriftlig underretning om produktet ikke kan godkjennes for salg i testutvalget.

Vinmonopolet fordeler lanseringsdato til grossist, under ivaretagelse av hensyn til likebehandling og tilpasning av testutvalget til basisutvalget. Lanseringsdato meddeles grossistene minst 4 måneder før lansering.

5.3 Lanseringsgebyr for testutvalget

Det skal betales et gebyr per produkt påmeldt til testutvalget. Gebyret skal dekke Vinmonopolets kostnader forbundet med administrasjon og lansering av produktene.

Administrerende direktør beregner gebyrets størrelse og gir nærmere bestemmelser om innbetalingen.

5.4 Måling av salgsvolum i testutvalget

Testutvalget lagerføres og måles i butikkategori 6. Testperiodens lengde er introduksjonsmåneden + 5 måneder. Ekstraordinære hendelser utenfor partenes kontroll som streik, pandemi eller andre forhold som på lignende måte kan påvirke varetilførselen, kan medføre at måleperioden endres. Tilsvarende gjelder dersom det på grunn av den uforutsette hendelsen eller pandemi ikke er mulig å holde åpen et representativt antall butikker av butikkategori 6.

Vinmonopolet skal gi grossistene tilgang til månedlige salgsoversikter og *sende* skriftlig underretning om den endelige rangeringen for produktet i testperioden.

5.5 Kvalifisering til basisutvalget

Inntil endelige salgsvolum og produktets rangering i forhold til styringstallene for basisutvalget er avklart, skal salget fortsette av eksisterende lagerbeholdninger i butikkene.

Grossistene skal orienteres skriftlig om produktet har kvalifisert seg for innkjøp til basisutvalget. Dersom produktet ikke er kvalifisert, skal det i underretningen opplyses om adgangen til å klage til Nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv, samt klagefrist.

Produkter i testutvalget som har kvalifisert seg for innkjøp til basisutvalget anses overført til basisutvalget umiddelbart etter testperiodens utløp.

5.6 Karensperiode

Produkter som etter salg i testutvalget ikke har kvalifisert seg for innkjøp til basisutvalget, kan ikke tas inn i testutvalget på nytt før det er gått 12 måneder siden utløpet av siste testperiode.

Produkter i basisutvalget som er strøket, jf punkt 3.1 tredje ledd, kan ikke tas inn i testutvalget før 12 måneder etter at strykningen ble effektuert.

6 TILLEGGSUTVALGET

6.1 Påmelding

Grossist sender inn produktregistrering på tilbud om produkter som ønskes ført i tilleggsutvalget *via Vinmonopolets Leverandørportal*.

Vinmonopolet skal registrere og sette opp en oversikt med nødvendige opplysninger om de produkter som er tilbudt til tilleggsutvalget. Oversikten ajourføres periodisk etter hvert som tilbud om nye produkter mottas.

6.2 Innkjøp av produkter til lokalt tilleggsutvalg

Oversikten over tilbudte produkter foreligger lederen for den enkelte butikk. Lederen er ansvarlig for å velge ut butikkens tilleggsutvalg blant de tilbudte produkter, og angi hvilket kvantum som ønskes innkjøpt på grunnlag av den lokale etterspørsel.

Innkjøp til tilleggsutvalget skal omfatte et begrenset kvantum av hvert produkt. Før innkjøpt kvantum blir utsolgt skal lederen for butikken avgjøre om fornyet innkjøp skal foretas.

6.3 Minimumsgrense for salgsvolum

Produkter i tilleggsutvalget som ikke har hatt salg i løpet av de siste 12 måneder skal registreres som utgått.

7 ANDRE BESTEMMELSER

7.1 Emballasjestørrelser

Vinmonopolet kan ut fra markedsmessige kriterier tillate flere emballasjestørrelser per produkt. Det kan ikke listeføres avvikende flaskestørrelse av listeførte basisprodukter i testutvalget.

Dato 17.02.2022