



STAND

STANDARDISERINGSUTVALGET FOR
NORSK DAGLIGVAREBRANSJE

Datadeling

Dette dokumentet kan inneholder hyperlenker til referansesider. Henvisningene (til dokumenter/referansesidene bak hyperlenken) vil ikke automatisk følge med dersom du velger å printe ut dokumentet.

Innhold

Datadeling	3
Bakgrunn	3
Formål	3
Omfang	3
Utveklingsfrekvens	4
Utveklingsformat	4
Kontinuerlig forbedring	4
Regelmessig bilateral dialog	5

Datadeling

Bakgrunn

[Bransjeavtalen om reduksjon av matsvinn](#) ble inngått mellom myndighetene og en samlet matbransje i juni 2017. Målet med avtalen er å halvere matsvinnet i Norge innen 2030, i tråd med FNs bærekraftsmål. Et regjerings oppnevnt [Matsvinnutvalg](#) leverte 3.1.24 en [rapport](#) med anbefalinger til nye og forsterkede tiltak for å nå halveringsmålet. Et av anbefalte tiltak er standardisert og økt datadeling i verdikjeden. STAND har utarbeidet denne standarden på oppdrag fra Matsvinnutvalget.

Formål

Standarden definerer format og utvekslingsfrekvens for innkjøpsprognoser fra grossist til leverandør i dagligvarebransjen. Formålet med standarden er å bidra til betydelig reduksjon av matsvinn, men også effektivisering av vare- og informasjonsflyten i bransjen. Videre har standarden kontinuerlig forbedring som siktemål. Det skal skje gjennom utveksling av definerte KPI-er og gjennom strukturert bilateral dialog.

For å oppnå disse målene forutsettes det også at leverandørene er i stand til å sende ordrebekreftelser med god kvalitet til grossistene. Med dette menes ordrebekreftelse ned på varelinjenivå og at det oppgitte volum/antall produkter kan leveres til ønsket leveringstidspunkt. Se delprosess [Bekreftede ordre](#) i STAND.

Når det gjelder utveksling av andre type opplysninger mellom grossist og leverandør, kan f.eks. grossistens salg til butikk, POS data i butikk og lagerbeholdninger utveksles. Denne type utvekslinger avtales og gjennomføres bilateralt.

Omfang

- Standarden omfatter innkjøpsprognoser fra grossist til leverandør i dagligvarebransjen. Det betyr at direktedistribusjon fra leverandør til butikk ikke inngår i denne standarden.
- Innkjøpsprognosene inkluderer både dagligvare, KBS og HoReCa.
- Fra grossist kommer tallene for innkjøpsprognoser samlet, dvs. totaltall pr. grossist (kjede).
- Innkjøpsprognosene oppgis likt for alle type produkter og produktholdbarhet. Det betyr at i standarden behandles alle varegrupper og holdbarhetsdager likt.
- Innkjøpsprognosene oppgis på artikkelnivå dvs. D-pak (SKU).

Tidshorisont for innkjøpsprognosene: Med tidshorisont menes tidsrommet fram til datoen som grossist henter varene hos leverandør (ex works).

Del A Prognosehorisonten er 13 uker fram i tid. Det skal oppgis innkjøpsprognose fra grossist til leverandør for hver enkelt uke. Den oppgis som sum på ukenivå.

Del B For kommende tre uker, dvs.: U-1, U-2 og U-3 skal innkjøpsprognoser oppgis pr. dag.

Innkjøpsprognosene som grossist sender til leverandør, omfatter:

- a) Normalsalg. Nyheter, utfasinger og sortimentsendringer skal inngå i innkjøpsprognosen for normalsalg. For nyheter må det tydelig skilles på prognose og bestilling/ordre.
- b) Kampanjeprogner. Innkjøpsprognoser for kampanjer inngår i tallene fra grossist til leverandør sammen med innkjøpsprognoser for normalsalg. For å informere om innkjøpsprognoser for kampanjer som f.eks. volum, anbefales det å utveksle tilleggsinformasjon mellom grossist og leverandør. Legg merke til håndtering av forhåndsordre. Med forhåndsordre menes en fysisk bestilling fra grossist til leverandør. Da har grossisten alt sendt inn ordre. Denne skal ikke være en del av innkjøpsprognosen.
- c) Sesongprodukter. Sesongprodukter defineres i [STAND](#) som «et produkt som selges i en tidsavgrenset periode relatert til mellom avtalepartene definert sesong». Det skilles her på sesongprodukter og avtalesalg.

Sesongprodukter kjennetegnes ved at de bestilles fra grossist og leveres fra leverandør fortløpende gjennom sesongen. Sesongprodukter inngår i den normale innkjøpsprognosen fra grossist til leverandør.

Avtalesalg kjennetegnes ved at det for hvert enkelt produkt inngås en avtale mellom grossist og leverandør. For avtalesalg låses det et volum av produktet som leverandør skal levere til grossist. Leverandørene har ikke behov for innkjøpsprognoser for avtalesalg. Men siden det ikke er sendt inn ordre fra grossist til leverandør, vil avtalesalget for dette produktet komme som en del av innkjøpsprognosen som grossist sender til leverandør. Leverandør vil da se bort fra innkjøpsprognosen for disse produktene.

Utveklingsfrekvens

Utveklingsfrekvens for innkjøpsprognosene er ukentlig. Hyppigere utveklingsfrekvens kan avtales bilateralt for U-1, U-2 og U-3.

Utveklingsformat

Innkjøpsprognoser fra grossist til leverandør sendes i filformatet Excel fra grossist til leverandør. Filene sendes på e-post. Det er ikke behov for eksplisitt identifikasjon av grossist og leverandør i disse e-postene. E-postene sendes fra/til e-post-adresser som man på forhånd er blitt enige om.

a) Fil A inneholder innkjøpsprognoser pr. uke for uke 1 – 13.

Kolonnetekster er EPD nummer, varetekst, antall enheter for ukenummer (år + kalenderuke).

EPD-nummer	Produktnavn/beskrivelse	Antall enheter for uke 1 (åååå-ukenummer)	Antall enheter for uke 2 (åååå-ukenummer)	Antall enheter for uke 3 (åååå-ukenummer)

[Last ned skjema.](#)

b) Fil B inneholder innkjøpsprognoser pr. dag for de tre neste ukene (U-1, U-2 og U-3).

Kolonnetekster er EPD nummer, varetekst, antall enheter for dag som grossist henter hos leverandør

EPD-nummer	Produktnavn/beskrivelse	Antall enheter for uke 1 dag 1 (åååå-uu-dd)	Antall enheter for uke 1 dag 2 (åååå-uu-dd)	Antall enheter for uke 1 dag 3 (åååå-uu-dd)

[Last ned skjema.](#)

Innholdet i Excel-arkene angis på følgende måte.

EPD-nummer (fil A og fil B) identifiserer bestillingenhet (D-pak) fra grossist til leverandør. Se [EPD-basen](#) som driftes av Tradesolution. Her er EPD-nummer definert med 8 siffer.

Produktnavn/beskrivelse. Vi anbefaler å benytte samme beskrivelse som er registrert i EPD-basen. Lengden er på inntil 30 alfanumeriske tegn.

Antall enheter pr. uke. Med dette menes antall bestillingsenheter (D-pak), dersom ikke annet er avtalt mellom partene. Her registreres det antall enheter av EPD-nummer i innkjøpsprognosen for uke 1 – 13. Ukenummer angis med «år-ukenummer» i formatet «åååå-uu» fra uke 1 til 13. Det er avsatt 13 kolonner.

Antall enheter pr. dag. Med dette menes antall bestillingsenheter (D-pak), dersom ikke annet er avtalt mellom partene. Her registreres det antall enheter av EPD-nummer i innkjøpsprognosen pr. dag som grossist henter hos leverandør for de tre neste ukene U-1, U-2, U-3. Dag angis med år-måned-dag i formatet «åååå-mm-dd». Det er avsatt 15 kolonner.

Kontinuerlig forbedring

For å måle effekt av tiltak og sikre kontinuerlig forbedring skal relevante KPIer utveksles mellom partene.

Primær KPI er prognoseavvik – innkjøpsprognose fra grossist til leverandør – *Ska* utveksles

Prognoseavvik defineres her som innkjøpsprognose fra grossist til leverandør målt mot virkelig bestilling fra grossist til leverandør pr. D-pak. Frekvens kan variere. Mål og terskler/grenseverdier avtales bilateralt. Begge partene måler prognoseavvik og utveksler dette i løpende dialog, jfr. punkt om Regelmessig bilateral dialog under.

Restholdbarhet i % – *ska* utveksles

En av hovedmålene med denne standarden er å bidra til redusert matsvinn. Det er ulike faktorer som påvirker utviklingen i matsvinn. Bransjen legger til grunn at økt restholdbarhet gjennom verdikjeden normalt bidrar til redusert matsvinn, og at måling av endring restholdbarhet derfor vil være en relevant indikator. Se delprosessen [Planlegg produksjon](#) i STAND.

Nærmere definisjon er under utarbeidelse og vil bli supplert standarden.

Andre KPIer – *Anbefales* utvekslet:

Servicegrad:

Servicegrad er en utbredt KPI i dagligvarebransjen. Her henvises det til definisjon i [STAND](#). Av disse definisjonene anbefales definisjonen: Antall leverte salgsheter / antall bestilte salgsheter fra leverandør til grossist. Med salgsheter menes her D-pak. Måling og utveksling avtales bilateralt.

Regelmessig bilateral dialog

Utveksling- og evaluering av relevante KPIer inngår i den bilaterale dialogen mellom kjede/grossist og leverandør. Bransjen har en klar ambisjon om å øke denne dialogen.

Det er viktig at det etableres bilaterale arenaer hvor kjeder og deres leverandører kan avstemme gjensidige forventninger og resultater. I den grad arenaen ikke allerede er etablert, kan begge parter ta initiativ til å avtale dette, dog ligger ansvaret hos grossist. Arenaen skal etableres for alle leverandører, store som små. Møtene kan være fysiske eller digitale. Dialogen bør være regelmessig, men frekvens vil variere basert på begge parter behov. Det legges til grunn at relevante funksjoner med tilstrekkelig beslutningsmyndighet deltar fra begge sider.