



Norsk
Landbrukssamvirke

NORGES BONDELAG



Velkommen til

Kontaktseminar UMB-studenter og landbruksorganisasjonene

Tid: 4. og 5. november 2013

Sted: Hotell Scandic Asker, Askerveien 61, 1384 Asker (se kart).



Norsk
Landbrukssamvirke

Kort om Norsk Landbrukssamvirke

- *interesseorganisasjon for de bondeide bedriftene i landbruket*



NLs medlemmer



Norsk
Landbrukssamvirke



JORDBRUKET 2011

49 400 ÅRSVERK (TK)

36,7 MRD. I OMSETNING (TK)



FOREDLING 2011

38 600 SYSSELSATTE (SSB,LU)

132,1 MRD. I OMSETNING (SSB,LU)



ENGROS 2011

16 320 SYSSELSATTE (SSB,LU)

232,5 MRD. I OMSETNING (SSB,LU)



DETALJHANDEL 2011

80 100 SYSSELSATTE (SSB,LU)

178,5 MRD. I OMSETNING (SSB,LU)

Norsk
Landbrukssamvirke

NLs styre



NORGES BONDELAG



NLs prioriterte kjerneområder

- *Utvikle landbrukssamvirkets fortrinn og konkurransekraft*
- *Påvirke næringspolitiske rammebetingelser*
- *Utvikle kompetente eiertillitsvalgte*
- *Fremme forskning og innovasjon*
- *Utvikle arbeidsformer og nettverkssamarbeid*



Samvirkeog verdikjeden i matproduksjon



Andor Normann



Norsk
Landbrukssamvirke

Verdikjeden for norsk mat

Verdikjeden for mat beskriver alle de prosesser som må gjennomføres for å produsere, bearbeide og distribuere landbruksbaserte varer ferdig til å selges til forbruker.

Verdikjeden omfatter alle ledd fra anskaffelse av innsatsfaktorer (f.eks gjødsel, kraftfor, sæd), til råvareproduksjon (bondens produksjon av melk, korn, kjøtt) via innsamling (f.eks melkebil fra TINE), bearbeiding (f.eks slakting, nedskjæring og videreforedling i Nortura), distribusjon og salg (f.eks NorgesGruppen eller REMA 1000).

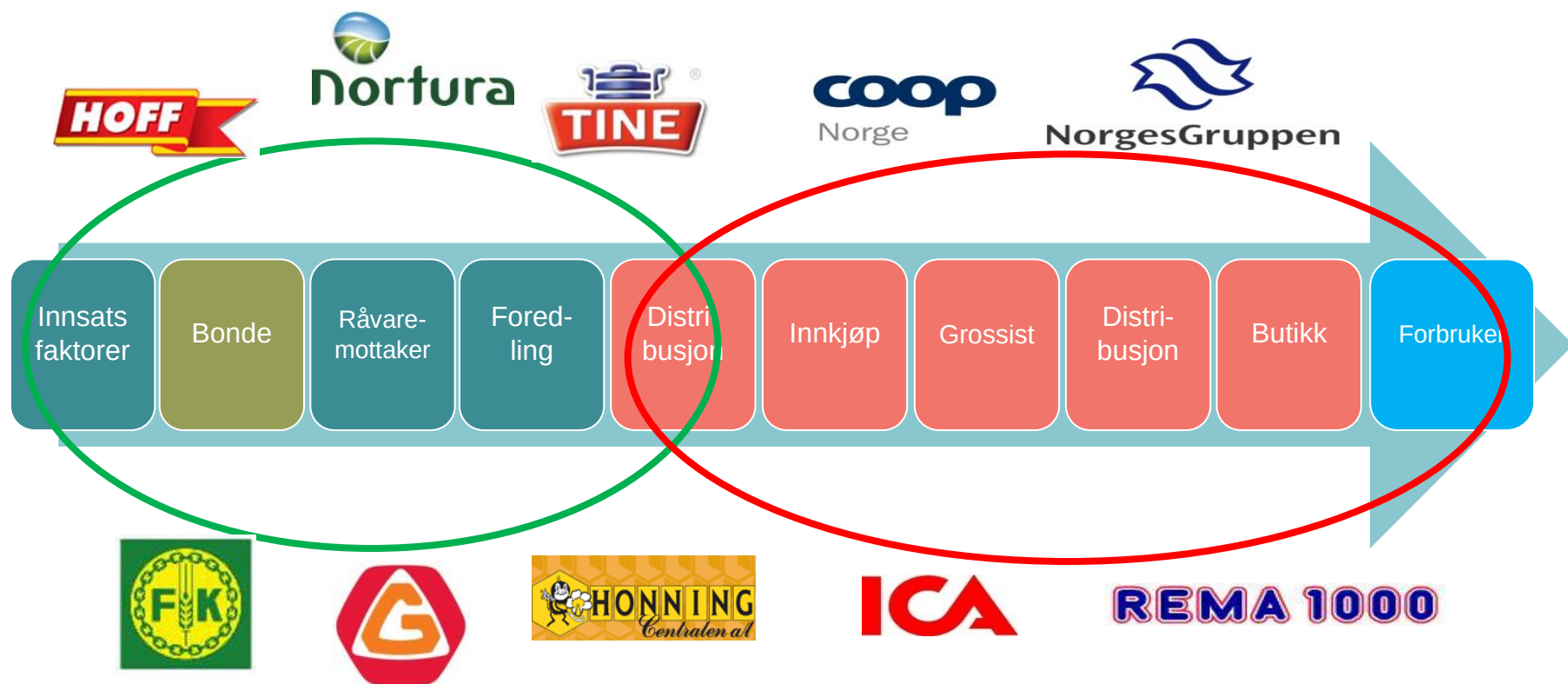


Hvert ledd i verdikjeden må over tid ha en forutsigbar og akseptabel lønnsomhet (profitt), ellers vil dette leddet etter hvert gå konkurs eller avvikle sin virksomhet på annet vis. Det er derfor aksept for at hvert ledd i kjeden beregner seg en margin (eller et påslag) utover sine reelle kostnader som grunnlag for å sikre sin lønnsomhet.

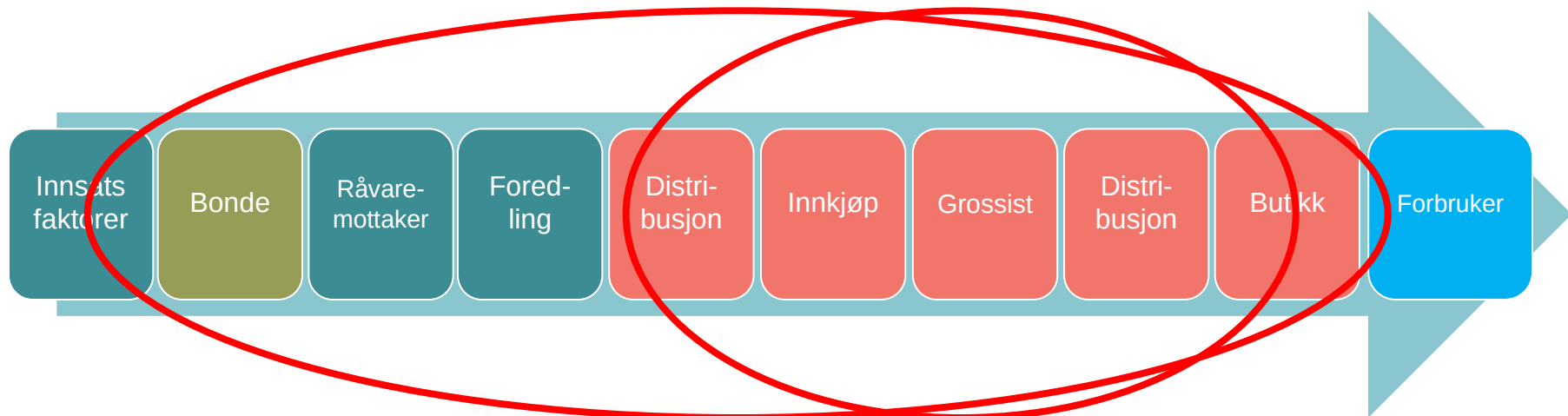
Gjennom å kontrollere flere ledd i verdikjeden vil en aktør derfor kunne sikre seg kontroll over en større andel av samlet profitt/margin i verdikjeden.



Verdikjeden for norsk mat



Verdikjeden for norsk mat



Strategisk valg



1904:Hamar Slakteri AS opprettes som det første bondeide slakteriet.

"Hvorfor er vi i det hele tatt så trassige på å få opprettet et slakteri? Jo, av den simple grunn at vi ønsker sikker avsetning og høyeste priser på våre slakt. ...Oppkjøpernes fortjeneste vil vi selv ha."

Lars Opsahl 20. februar 1904

Innsats
faktorer

Bonde

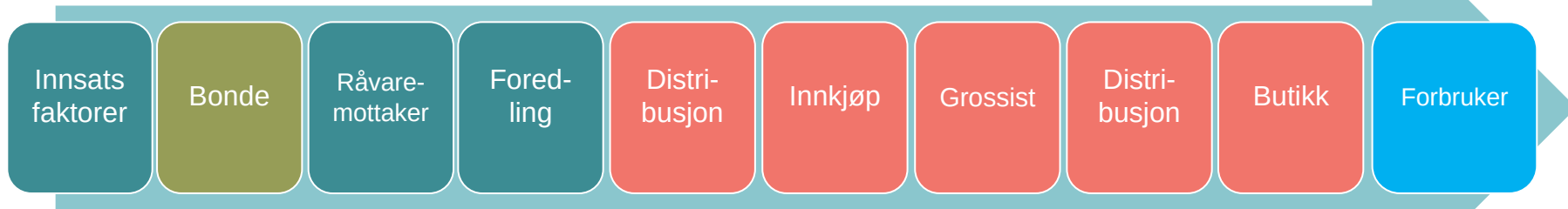
Forbruker



Norsk
Landbrukssamvirke

Strategisk valg

- Det foregår altså en **konstant maktkamp i verdikjeden**.
- Du som bonde og bedriftseier må ta et strategisk valg – hvem velger du som din alliansepartner?



”Det å organisere seg gjennom et samvirke er minst like viktig nå som det var i oppstarten – det er faktisk viktigere enn noen gang. Målet er det samme som det alltid har vært: Å sikre bonden hans rettmessige del av verdiskapingen. Vi må ikke falle i den fellen å tro at andre enn oss selv vil passe på våre interesser!”

Sveinung Svebestad, styreleder i NORTURA og Norsk Landbrukssamvirke.



Norsk
Landbrukssamvirke

Matkjedeutvalget

- **Matkjedeutvalget** (Steensnæs-utvalget, NOU 2011:4 Mat, makt og avmakt). Bakgrunnen for oppnevningen av Matkjedeutvalget i 2010, var å evaluere dagligvarekjedenes økte makt og grep på leverandørene.



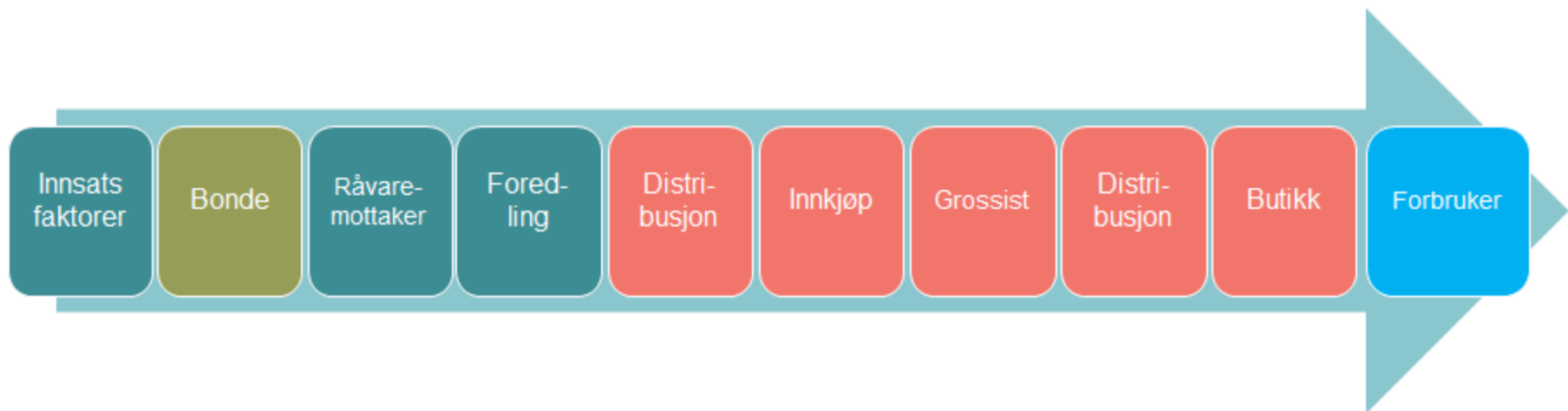
Hva skjer i markedet??

Landbrukssamvirkets aktuelle utfordringer:

- kamp om verdikjeden
- egne merkevarer (EMV)
- vertikal integrering
- god drift
- mm.



Kampen om VERDIKJEDEN



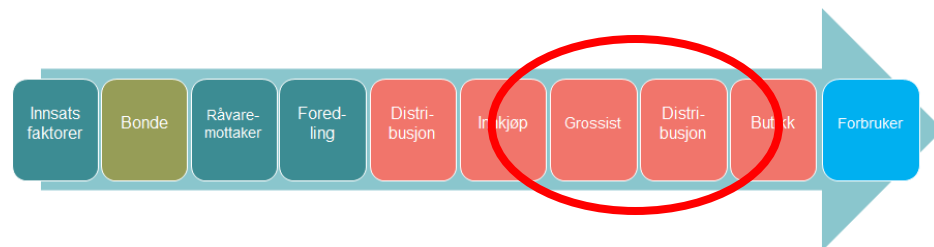
1990 – 2010:

”Det store hamskiftet” i verdikjeden for mat

- Sterk maktkonsentrasjon i sluttledet. Tusen kjøpmenn blir til 4.
- 4 dagligvarekjeder kontrollerer over 99 % markedet:
 - NorgesGruppen 40,6% (1990: 7,1%)
 - COOP Norge 23,7% (1990: 22,9 %)
 - ICA Norge 14,8% (1990: 10,2 %)
 - REMA 1000 20,9% (1990: 5,7 %)
- Sterk konsentrasjon i de andre omsetningskanalene; bensin, kiosk og servicehandel og storhusholdning.



Grossistleddet



Flere egne varer i Rema-butikkene vil gi Gilde og Prior store utfordringer i tiden fremover, mener Odd Reitan. Det blir den viktigste endringen i bransjen på 12 år, tror han. FOTO: DAN PETTER NEEGAARD

Varsler revolusjon i matbutikkene

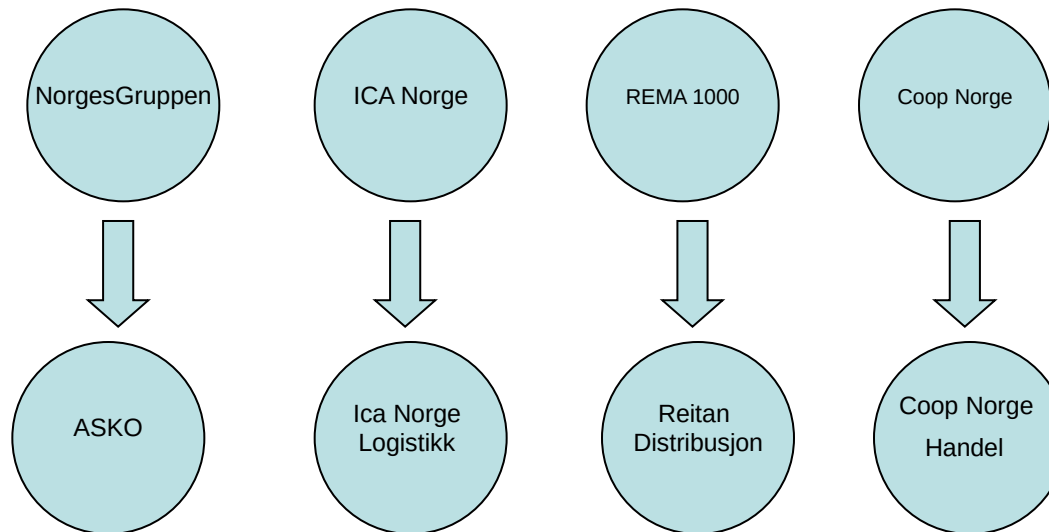
Odd Reitan satser stort på å få laget egne merkevarer som går rett inn i hyllene. Han utfordrer samtidig landbrukssamvirket og selskaper som Gilde og Prior.

SVERRE STENSENG MARITA E. VALVIK

- **Reitan til Aftenposten:**
- *Etter så mange år i bransjen, hva har vært det viktigste veiskillet?*
 - Det må ha vært da vi overtok **grossistfunksjonen** i 1998.
- Den gang gikk Reitans Rema og Stein Erik Hagens Rimi til kamp mot grossistene. De store kjedene pulveriserte store deler av grossistleddet. Et unntak var NorgesGruppen.

Hver paraplykjede har nå sin egen grossist

- Sterk konsentrasjon av dagligvaregrossister, fra mange selvstendige til 4 landsdekkende dagligvaregrossister i dag.
- Disse er nå fullt integrerte med dagligvarekjedene:



Distribusjon

Innsats
faktorer

Bonde

Råvare-
mottaker

Fored-
ling

Distri-
busjon

Innkjøp

Grossist

Distri-
busjon

Butikk

Forbruker

HANDELSBLADET FK | UKE 45 | NOVEMBER 2010

6 NYHETER

200 Rema 1000-butikker vil være på plass i Danmark omtrent ved årsskiftet, etter en etableringsstøtte på 22 nye butikker i de ti neste månedene. Rema tar markedsandeler fra konkurrentene, som gjennomgående har dårligere vareutvalg, skriver Dansk Dagligvareinfo.

Ber om nytt lovverk

Statbil Fuel & Retail er bekymret etter Høyesteretts dommen der det ble slått fast at det ikke er ulovlig å ta med skimmingutstyr til Norge. I en jussesemling uttrykker juridisk direktør Bård Sandal i Statbil Fuel & Retail bekymring for at forekomsten av skimming kan øke kraftig etter den nye ordningen i Høyesterett. Sandal oppfordrer nå myndighetene til å ha et nytt og strengere lovverk på plass allerede før julehandelen.



Økogrønnsaker ikke sunnere

Grossister dykket uten bruk av spørsmålsskjermer inneholder ikke flere helsefremmende stoffer enn de som er dykket på normalt vis. Det viser en stor dansk undersøkelse.

Kjøpte Gliss, vant ny bil

FINN OG VINN: Jan Theodor Andersen kjøpte Gliss hos Kiwi Halden, og fikk forrige fredag overlevert en splitter ny smart For Two Coupe Pulse-bil til en verdi av 160 000 kroner.

– Jeg vinner aldri noen ting, så dette var totalt uventet, sier Andersen, som har fått et nytt kallenavn i nærmiljøet: Sjampo-Theodor.

Bakgrunnen for faksen er Schwarzkopf Gliss-kampanjen der man ved å kjøpe et Gliss-produkt kunne være så heldig å vinne en splitter ny bil.

– Når vi først skulle ha en stor s om m er-kampanje ønsket vi å gjennomføre den på en holistisk måte, både mot forbruker, butikk og i media, sier markedsjef Hilde Klerck-Nilsen i en pressemelding fra salgsket.

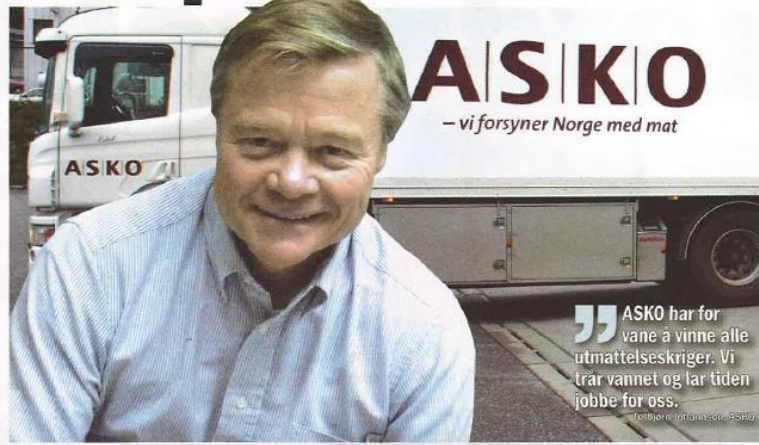
Ifølge markedsjefen har kampanjen vært en kjempesuksess for Schwarzkopf Gliss og virkelig satt fart på salget. «Finn og Vinn»-kampanjen har vært synlig på tv, internett og i butikkene i sommer. Og forbrukerne har latt seg involvere.

– Vi har mottatt flere brev og e-poster hvor eneste dag vedrørende konkurransen, og salgtallene snakker jo for seg selv med 45 prosent vekst, sier Klerck-Nilsen.

Kjøpmann Tomas Halvorsen ved Kiwi Halden er også svært fornøyd med at bilen ble funnet i hans butikk. – Dette er som å ha en lottovinner i butikken. Det er veldig gøy at det var en av våre faste kunder som vant bilen, sier han, og fortsetter: – Kampanjen har hatt en god påvirkning på salget, så vi håper på flere slike kampanjer i fremtiden.

Jan Theodor Andersen har ikke helt bestemt seg for hva han skal gjøre med bilen, men ser ikke bort

100 prosent i 2013



KLART MÅL: I 2013 skal ASKO Norge ha en grossistandel på 100 prosent. Det er målet til Torbjørn Johannsson, styreleder i ASKO og Norgesgruppens direktør for logistikk og miljø. (Fotomontasje)

TIDFESTER: Styreleder Torbjørn Johannsson i ASKO Norge har målet klart: I 2013 skal selskapet distribuere 100 prosent av varene som skal ut til butikkene i dagligvare- og servicehandelen. – Det er ikke et spørsmål om vi klarer det, men når vi klarer det, sier Johannsson til Handelsbladet FK.

KJELL EVENSEN
hthandelsbladet.no

Torbjørn Johannsson er direktør for logistikk og miljø i Norgesgruppen, og styreleder i ASKO-selskapene. De siste årene har ASKO Norge investert 1,5 milliarder kroner i lager og distribusjonsterminaler. Et nytt lager utenfor Tromsø til 250 millioner kroner er under bygging, og når det står ferdig neste høst markerer det slutten på de store investeringene i distribusjon.

– Alt vi har gjort av investeringer de siste årene har hatt som mål å få kontroll over distribusjonen. Vi har gjort oss klare for en grossistandel på 100 prosent. Det er etter min mening en løsning som både er miljømessig

distribusjon, sammen med flere av delikvensverandene, som Ringnes. Argumentene er en blanding av arbeidsplasser og at distribusjonsnettene er en viktig kundekontakt ut mot butikkene. Torbjørn Johannsson mener det er et spørsmål om tid før også disse kaster kortene.

– ASKO har for vane å vinne alle utmattelseskriker. Vi trår vannet og lar tiden jobbe for oss, sier Johannsson til Handelsbladet FK.

– Argumentet ditt er en blanding av miljø og økonomi? – En andel på 100 prosent betyr en mer effektiv transport, flere fulle biler, korteste vei og mindre utslipp. Det er miljøgevinsten, og for handelen betyr det økt volum og lavere kostnader per

regnestykket?

– Det er uforståelig for meg at de ikke ser gevinsten i dette, og at de ikke ser nytten av å få en enda tettere allianse med handelen. Importvernet slår prekker og konkurransen øker, og risikoen er jo at handelen satser på nye partnere. Tine og andre som tvivler på distribusjonen sin burde heller bruke pengene på salg og utvidelse, og ikke på distribusjon. Det er fullstendig bortkastet, sier Johannsson til Handelsbladet FK.

– ASKO har en hovedterminal på Vestby og to regionale terminaler; er ikke det nye i forhold til konkurrentene?

– Men så er også volumene større. Vi har tatt høyde for at distribusjonen

Tine endrer ikke

Konserndirektør Elisabeth Mørthen i Tine lar seg ikke vippe av pinnen av spådommen fra storenden om at meierikonsernets egendistribusjon står for fall. Mørthen sier at Tine er kjent med distribusjonsmålene til ASKO.

– Tine har egen distribusjon av flytende meierivarer som del av sin forretningsstrategi, og er ikke i forhandlinger med dagligvarekjedene om å endre dette, skriver konserndirektør Elisabeth Mørthen i en epost.

Etter det Handelsbladet FK erfarer, arbeider Tine usatt med flere scenarier, også med alternativer der det gis slipp på distribusjonen. Det er delte meninger innenfor meierisamvirket om hvor viktig distribusjonen er i

- ”Alt vi har gjort av investeringer de siste årene har hatt som mål å få kontroll over distribusjonen. Vi har gjort oss klare for en grossist andel på 100 prosent.”
- ”ASKO har for vane å vinne alle utmattelseskriker. Vi trår vannet og lar tiden jobbe for oss, sier Johannsson til Handelsbladet FK.”
- (Styreleder Torbjørn Johannsson i ASKO)



Norsk
Landbrukssamvirke



Coca-Cola kutter 400-500 årsverk – over på grossistdistribusjon

09.02.12 13:50

Coca-Cola Enterprises Norge (CCEN) investerer i nytt produksjonsutstyr ved sitt anlegg på Lørenskog for å erstatte dagens gjenbruksflasker med moderne gjenvinningsflasker. Det gjør det mulig å kutte ut dagens direkte egendistribusjon til dagligvarekjedenes grossistdistribusjon.

Restruktureringen vil starte sommeren 2012 og de nye produksjonslinjene og distribusjonsmodellen er forventet å være operative i løpet av mars 2013. Som et resultat av disse endringene regner CCEN med at mellom 400 og 500 årsverk blir overtallige mellom oktober 2012 og mai 2013.

- Det er flere årsaker til denne betydelige investeringen, sier Stein Rømmerud konserndirektør for kommunikasjon og samfunnskontakt i CCEN:

- For det første har vi en sterk tro på vekstpotensialet for den norske virksomheten. For det andre ønsker vi å styrke vår langsiktige virksomhet her i Norge ved å tilby nye og innovative produkter i fremtiden. For det tredje har vi muligheten til å forbedre vår kundeservicemodell. Ved å gå over fra gjenbruksflasker til gjenvinnbare flasker og gå over til grossistdistribusjon, tilpasser vi oss forventningene fra kunder, forbrukere og våre egne mål for bærekraftig utvikling, sier Rømmerud.

ASKO vil kjøre varer for Tine



ASKO inviterer Tine med på et prøveprosjekt i Midt- og Nord-Norge for å finne ut av hvem som kan levere varene billigst og mest effektivt, skriver Nationen.

26.08.2013

ASKO-direktør Thorbjørn Johannson ser for seg en form for partnerskap med Tine. – Tine skal sette de vilkårene som er viktige for dem. Det er nesten bare Tine som har egendistribusjon. Hvorfor tenker Tine så annerledes enn di andre? Vi bør sette oss ned og snakke sammen, sier Johannson til Nationen.

Johannson sier ASKO er villige til å legge vekk spørsmålet om distribusjon på Østlandet, men vil invitere Tine med på et pilotprosjekt for distribusjon.

– ASKO og Tine ligger side om side på Kalbakken i Oslo, og kjører ut fulle biler. Her er det ikke store gevinster å hente. I Midt- og Nord-Norge er mange kunder spredt over et stort område. I et pilotprosjekt, der vi tar over distribusjonen av alle varene fra Tine, kan vi finne ut av om det er rimeligere for begge parter eller ikke, sier Johannson.

Tine har imidlertid ingen planer om å gi opp sin egen distribusjon. De er overbevist om at egendistribusjon gir best effektivitet.

– Vi har gjort en grundig analyse av egendistribusjon, som viser at vår modell er effektiv og konkurransedyktig, sier konserndirektør John Ole Skeide til Nationen.

Han peker på geografi og ønske om kortest mulig reisevei mellom produksjonsanlegg og butikker som faktorer. – Holdbarhetstid og volum er også faktorer som bygger opp under analyseresultatene, sier han.



Norsk
Landbrukssamvirke

Handelens egne merkevarer - EMV

- Produkter hvis resept og merke eies av en dagligvarevarekjede.
- EMV-andelen i butikkene er i rask vekst: Har økt fra 3,7 til 11,8 prosent av omsetningen de siste 14 åra.
- Kjedenes egne merkevarer utgjør 27,2 prosent av alle varene i butikkhyllene.
- Ifølge Nationen er planen til kjedene å doble salget de neste årene.

Aftenposten ONSDAG 20. OKTOBER 2010. UKE 42. NR. 405

ØKONOMI

Reise
Røykestopp
i Spania fra
nyttår. Siste side

OSLO BØRS -1,2% ▼ NEW YORK -0,7% ▼ LONDON -0,7% ▼ EURO 8,17 ▲ (+0,02 kr.) DOLLAR 5,89 ▲ (+0,03 kr.) OLJE (Brent) 82,78 ▼ (-1,59\$)

Etterligner suksessene

■ Dagligvarekjedene lager egne varianter av populære produkter

Eget alternativ. Når en vare går som varmt hvetebrød, vil dagligvarekjedene være med på moroa. Dermed lager de varer som ligger tett opptil originalen.

Advarsel. Leverandørenes bransjeforening kaller det snylting når varene ligner så mye at kundene knapt ser forskjell.

Sida 2 og 3



Norsk
Landbrukssamvirke

Reitans revolusjon, del 2 ...

150 år
Aftenposten.NO ØKONOMI

Alt innhold | Nyheter | Sport | Meninger | Økonomi | Kultur | Oslopuls

Økonomi forsiden | Økonomi innland | Økonomi utland | Pengene Dine | Boligøkonomi | E24

ØKONOMI



Flere egne varer i Rema-butikkene vil gi Gilde og Prior store utfordringer i tiden fremover, mener Odd Reitan. Det blir den viktigste endringen i bransjen på 12 år, tror han. FOTO: DAN PETTER NEEGAARD

Varsler revolusjon i matbutikkene

Odd Reitan satser stort på å få laget egne merkevarer som går rett inn i hyllene. Han utfordrer samtidig landbrukssamvirket og selskaper som Gilde og Prior.

SVERRE STENSENG MARITA E. VALVIK

Oppdatert: 15.02.10 kl. 08:48 Publisert: 15.02.10 kl. 08:11

- *Reitan til Aftenposten:*
- *Etter så mange år i bransjen, hva har vært det viktigste veiskillet?*
– Det må ha vært da vi overtok **grossistfunksjonen** i 1998.
- Den gang gikk Reitans Rema og Stein Erik Hagens Rimi til kamp mot grossistene. De store kjedene pulveriserte store deler av grossistleddet. Et unntak var NorgesGruppen.
- Nå mener han at en **ny revolusjon** er på gang, like stor som den for 12 år siden. Nemlig det at kjedene får laget **egne merkevarer** som de setter rett ut i butikkhyllene.
- – Nå har vi jo også fått industrien til å lage egne produkter for oss som gjør at vi kan selge varene billigere. Det er helt nytt, sier han.
- Reitan mener dette kan få store konsekvenser for selskaper som Gilde og Prior, men tror ikke det velter det landbrukssamvirket vi har i dag.

EMV: Roller og relativ posisjonering

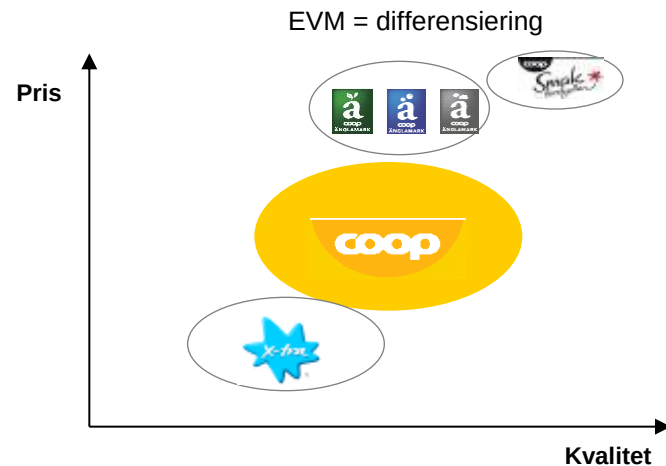
Kilde: Svein Fanebust, Coop Norge Handel AS



Produktutvikling



Unike varer



Prisalibi

Godt nok



Bruttobygger

Like god som merkevaren
– bare billigere



Miljøriktig

Høy kvalitet

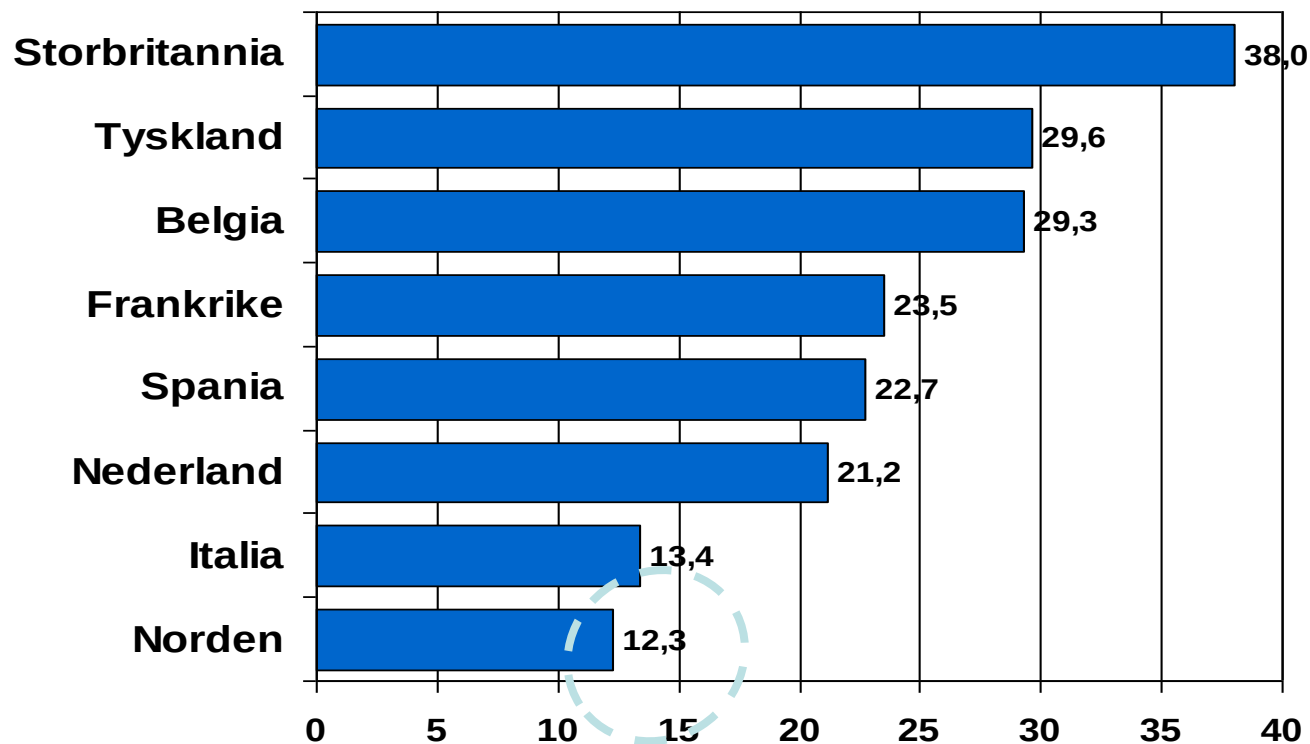


Premium

Høy kvalitet – god pris

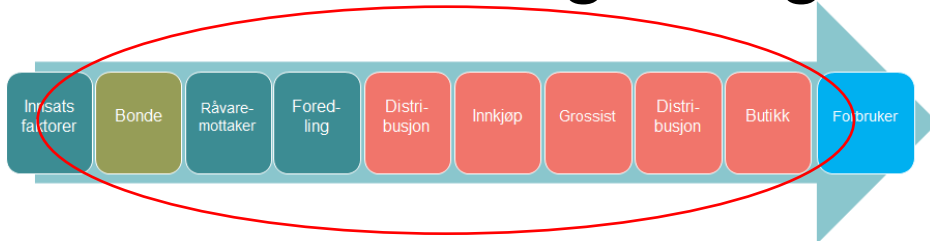


EMV-andeler i Europa



Norsk
Landbrukssamvirke

Vertikal integrering



- oppkjøp/etablering av industri
- Strategisk samarbeid

Aftenposten 5.3.2011:

- Jeg har nærmest blitt religiøs på dette med eksklusivitet. Vi er så veldig mye mer effektive når vi eier verdikjeden selv, sier Ole Robert Reitan.

Hva oppnår REMA Industrier?

- Sikker tilgang på råvarer
- Forbrukertilfredshet
- Langsiktige avtaler
- Stabilt prisbilde
- Forutsigbarhet
- Kort vei fra jord til bord
- Sporbarhet
- Effektiv verdikjede



REMA 1000



Norsk
Landbrukssamvirke

Vertikal integrering



Reitan eier hver fjerde kylling fra egg til disk

Norsk Kylling ble i går en del av Rema 1000. Dette blir det eneste store oppkjøpet i år, sier Rema-eier Ole Robert Reitan.

Unntak: Registrert dag for å se hva dine venner anbefaler.

REMA 1000 blir eiere i Norsk Kylling

(22/6-12) REMA Industrier blir nå eiere av Norsk Kylling AS, etter at det er

DAGENS NÆRINGS- og TILTRASDAG 5. FEBRUAR 2013

NYHETER 7

Kylling til «broilere»

HANDEL

Rema kjøper 95 prosent av kyllingprodusenten Stanges Gårdsprodukter. Dermed forsvinner trolig Stange-kyllingen ut av konkurrentenes butikker.

STIG TORE LAUGEN
BRØNNØYSD

Rema-systemet fortsetter å kjøpe opp dagligvareleverandører. Nå er det Stanges Gårdsprodukter som har havnet i handlevognen.

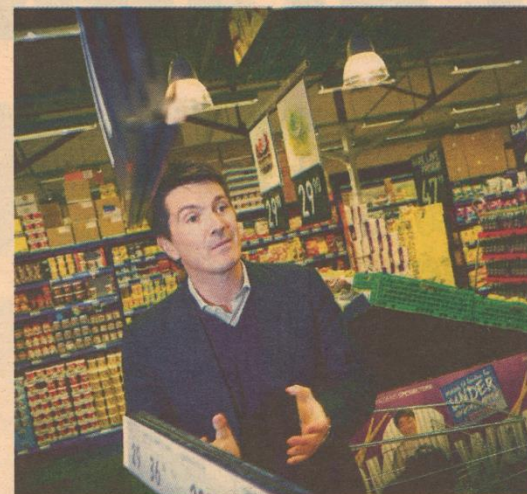
Tønsberg-produsenten er spesielt kjent for Stange-kyllingen, og har alle de store kjedeaktørene som kunder – med unntak av Rema 1000. Sjef for Rema Industrier, Martin Klafstad, vil foreløpig ikke svare på om planen er å ta Stange-produktene ut av konkurrentenes disker.

– Det er «business as usual». Konkurransetilsynet skal nå vurdere oppkjøpet. Inntil dets avgjørelse er klar, har vi gjennomføringsforbud, sier Klafstad.

Trenger volum

Gjennomføringsforbudet vil i klartest si at Rema 1000-eier og sjef Ole Robert Reitan må fortsette å levere kylling og kalkunprodukter til blant annet Kiwi- og Meny-eier Norgesgruppen.

I frustrasjon over at Norgesgruppen i januar innikk innkjøps- og distribusjonsavtale med Ica Norge, kalte Reitan storaktørens eiere for «en gjeng broilere», i Dagens Næringsliv.



HVITT KJØTT. Rema-sjef Ole Robert Reitan må inntil videre selge kyllinger til Norgesgruppen-eierne, som han tidligere i år kalte «en gjeng med broilere».

– Det jeg kan si alt nå, er at vi fremover vil trenge en stor del av Stange-volumet i Rema 1000, sier Klafstad.

Helgemat

Stanges Gårdsprodukter omsatte for rundt 60 millioner kroner i 2012, som er ny salgsrekord. Regnskapet er foreløpig ikke klart, men de siste to årene har kylling- og kalkunprodusenten samlet gått med fem millioner kroner i overskudd, før skatt. Hverken selger eller kjøper vil ut med hva Rema 1000 betaler for aksjeposten på 95 prosent.

Drøyt 80 prosent av Stange-aksjene er kjøpt fra selskapet

Bahrebra, som eies av Bahrefamilien i Oslo.

Rema 1000 er fra før stort sett selvforsynt med kyllingprodukter etter oppkjøpet av Norsk Kylling på Støren.

– Vi ønsker å bygge en posisjon når det gjelder kvalitet- og helgehandel, og kjøper derfor Stanges Gårdsprodukter. Vi hadde ikke fått tak i Stange-produktene uten å gå inn på eiersiden, sier Klafstad.

Han ble ansatt som ny sjef for Rema Industrier ifjor høst etter Jaan Ivar Semlitsch, som tok over ledelsen av Elkjøp i Norden.

stig.tore.laugen@dn.no

Lønnsom drift

- Gode resultater → mer til bonden og økt EK / investeringer

Felleskjøpet Agri med rekordomsetning i 2012



Felleskjøpet omsatte for 11 milliarder i 2012, noe som er den høyeste omsetningen selskapet har hatt. Selskapets hovedmål er å styrke bondens økonomi. Konsernresultatet for 2012 ble 224 millioner kroner før skatt, mot 219 millioner kroner i 2011.

Felleskjøpet omsetter nå for over 11 milliarder, og morselskapet forbedret resultatet med hele 15 prosent før skatt sammenlignet med 2011. I tråd med den nye strategien har konsernet styrket sine kjerneaktiviteter. Det har bidratt til høyere markedsandel innen kraftfôr og økt maskinsalg.

– Dette er en sterk utvikling som kommer av godt markedsarbeid og målrettede aktiviteter for å forbedre driften. Særlig ser vi at morselskapet forbedrer resultatet, noe vi er godt fornøyd med. Driftsforbedringene innen program Samkjørt vil forsterke den positive effekten i 2013, sier adm. direktør John Arne Ulvan i Felleskjøpet.

Produktporteføljen og betingelser er forbedret innenfor sentrale områder som kraftfôr, gjødsel og maskiner. Det er også gjennomført betydelige investeringer for å øke effektiviteten i produksjonen og videreutvikle butikkdriften. Samlet har dette gitt en økning i markedsandeler.

– Den nye strategiplanen for perioden 2012-2016 gir konsernet en klar retning. 2012 har vært et år der vi har begynt arbeidet med omfattende endringer i konsernet, både innen driften og på måten vi står frem på. Reklameprisen Gullfisken, som vi vant 2. februar 2013, kronet merkevareinnsatsen fra 2012, sier Ulvan.

NATIONEN Næring



– Nortura må lykkes i to markeder samtidig. Vi må være attraktive for bondene, samtidig som vi er attraktive for kundene, sier konsesjef Arne Kristian Kolberg i Nortura. Foto: Siri Juell Rasmussen

Bedring for Nortura - betaler 180 millioner kroner tilbake til bøndene

Både driftsinntekter og resultatet utvikler seg positivt i bondeidee Nortura.

Lars Johan Wiker
lars.wiker@nationen.no

Publisert: 15.02.2013 08:19

Driftsinntektene i fjor endte på 19,2 milliarder kroner, opp én milliard fra året før.

Driftsresultat korrigert for omstillingskostnader, salgsgevinster og engangsposter økte med 203 millioner kroner, til 427 millioner kroner.

Til tross for kraftig marginpress og økende konkurranse, styrker kjøtt- og eggsmarkedet både topp- og bunnlønnen. Nortura har delvis klart å kompensere lavere priser gjennom kostnadsreduksjoner, bedre råvareutnyttelse og lansering av nye

produkter. Effekten av dette, og en rekke strukturelle tiltak iverksatt gjennom 2011 og 2012 vises nå igjen i resultatregnskapet, ifølge en



2012 i tråd med forventningene

19. februar 2013

Oppstart av nye anlegg preget driften og resultatet for TINE i 2012. Driftsinntektene i 2012 landet på 19,8 milliarder kroner, mot 19,4 milliarder kroner året før. Driftsresultatet ble 934 millioner kroner for 2012, som er 242 millioner kroner lavere enn året før.

Av Janne Sandvik



Norsk
Landbrukssamvirke

--men også andre tjener godt.... (2012)

KNALLÅR FOR MATVAREKONGEN:

Reitan-familien tjener mer enn 10 000 bønder



GOD BUTIKK: Odd Reitan og den eldste sønnen Ole Robert i bakgrunnen. Foto: Solum, Stian Lysberg

Mens en gjennomsnittlig bonde i fjor tjente drøye 180.000 kroner, sopte Reitan-familien inn nesten 2 milliarder kroner.

Margrethe Assev, VG

Karoline H. Flåm, VG

Publisert: 09.03.10 08:09, Oppdatert: 09.03.10 09:22



Norsk
Landbrukssamvirke

....også

Dagligvarehandelen

Hovedside

Fra Avisen

Nyttig

Stilling

Siste 3 dager

Siste fra Coop

Siste fra ICA

Siste fra NorgesGruppen

Siste fra Reitangruppen



God vekst for NorgesGruppen

[f Del](#) [Tweet](#) [in Share](#) [E-post](#) [+1](#)

21.03.13 07:20

- Vi er glad for at alle våre profiler har befestet eller styrket sin posisjon. Ikke minst gjelder dette innen supermarkeder, der vi er de eneste som satser. I et samarbeid med oss vil også ICA kunne gi sterkere bidrag til å styrke dette segmentet, sa konsernsjef Tommy Korneliussen til Dagligvarehandelen da han i går ettermiddag la frem regnskapet for 2012.

Driftsinntektene økte med 5,9 % til 62 093 MNOK i 2012. Hovedårsaken til økte driftsinntekter er nyetableringer, samt positiv vekst innen engros og eksisterende butikker.

Driftsmarginen (EBIT) ble i 2012 4,1 %, en nedgang fra 4,2 % fra året før. Reduksjonen i driftsmarginen reflekterer en tøff konkurranse i dagligvaremarkedet.

Sentrale nøkkeltall:

- Driftsinntektene i 2012 ble 62 083 MNOK (58 641 MNOK), en økning på 5,9 %.

- Driftsresultatet (EBIT) ble 2 572 MNOK (2 459 MNOK), en økning på 4,6 %.

- Resultat før skatt i 2012 ble 2 268 MNOK (2 155 MNOK), en forbedring på 5,2 %.

- 2012 ble et godt år for NorgesGruppen. Vi har en positiv utvikling i alle dagligvarekjedene våre selv om konkurransesituasjonen er hard, sier konsernsjef Tommy Korneliussen. Spesielt hyggelig er det at våre nærbutikker og supermarkeder har klart å styrke seg i 2012.



Norsk
Landbrukssamvirke

Konkurransen fra utlandet

Dagligvarehandelen

03.0
Lant
Kron
mrd.
Capl
Tran
- Cal
Capl
å art
styrk
og vi
Leif I
Prytz
- Jai
val. i
stark
Grup
Capl
og tj
Lantmännen har over 10.000 ansatte og en omsetning på SEK 36,5 mrd.
I det nye selskapet vil CapVest kontrollere 52 prosent og Lantmännen 48 prosent.

g.
,4
av
I
d
itt

- Grensehandel
- EØS-avtalen (kvoter –art 19)
- EØS-avtale (RÅK)
- GSP, GSP+ (ca 90 land)
- Utenlandsk eierskap (eks. Cardinal Foods)



God handelsskikk



Norsk
Landbrukssamvirke

To utvalg – samme konklusjon

- **Matkjedeutvalget** (Steensnæs-utvalget, NOU 2011:4 Mat, makt og avmakt). Bakgrunnen for oppnevningen av Matkjedeutvalget i 2010, var å evaluere dagligvarekjedenes økte makt og grep på leverandørene.
- **Dagligvarelovutvalget** (Hjelmeng-utvalget) NOU 2013:6 (God handelsskikk i dagligvarekjeden) har utredet hvordan prinsippet om god handelsskikk i dagligvarebransjen og hensynet til forbrukerne best kan ivaretas i lovgivningen.
- → Begge utvalg har kommet til samme konklusjon: Det er behov for en egen lov med et tilhørende uavhengig tilsyn.



Dagligvarelovutvalgets forslag

- Lov med en generalklausul om god handelsskikk. Verdene "redelighet, forutberegnelighet og gjensidig respekt for immaterielle rettigheter" blir obligatoriske.
- Krav om informasjonstilgang forut for inngåelse av avtaler, krav til utforming av kontrakter gjennom skriftlighet, minstekrav til hva som skal være regulert i avtalene samt vern for kopiering av forretningskonsepter.
- Forhandlingene innen dagligvarebransjen skal være redelige, forutsigbare og med gjensidig respekt for immaterielle rettigheter.
- Det foreslås å opprette et eget Handelstilsyn med hjemmel til å sanksjonere overtredelser.



Utkast til lovparagrafer § 1

- Lovutvalget konkluderer etter en grundig gjennomgang av eksisterende lovverk at det er behov for en **egen lovregulering** på området. Utvalget konkluderer videre med at det er behov for et eget Handelstilsyn.
- Underhåndhevelse av dagens regler og ikke minst behovet for å kunne ta opp saker anonymt og ikke via ordinært rettsapparat er hovedbegrunnelsen (fryktkulturen i bransjen).
- Loven har forbrukerens interesse (pris, kvalitet, utvalg og tilgjengelighet) som formål (§ 1). Forbrukerens interesse skal beskyttes gjennom å skape mer ryddige forhold mellom leverandør og dagligvarekjede (effektive og forutberegnelige relasjoner).



Utkast til lovparagrafer § 4-12

- I § § 4-12 er det nedfelt de mer konkrete bestemmelsene som utgjør «god handelsskikk»
- Skriftlighet og fullstendighet.
- Informasjon i forhandlinger (eksempel: Norgesgruppens D-prismodell skal etter dette ikke kunne benyttes, jfr forbud mot ukjente x i fastsettelsen av rabatter)
- Forretningshemmeligheter skal ikke uten samtykke utnyttes (eksempel: konsepter som har blitt kjent under sonderinger/forhandlinger kan ikke «stjeles» av kjedene)
- Beskyttelse av investeringer som er gjort i god tro.

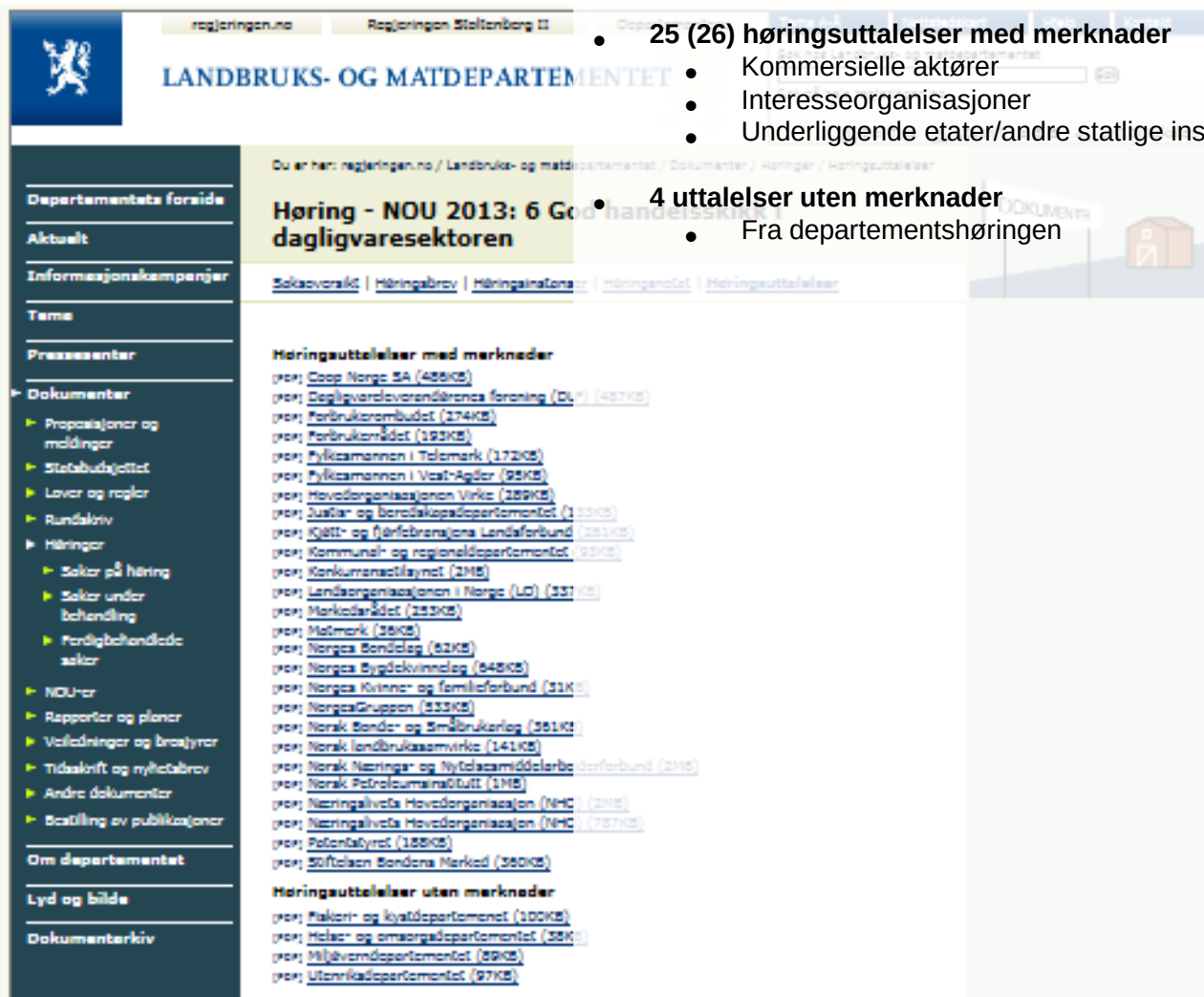


Utkast til lovparagrafer § 4-12

- Loven regulerer ikke hvem som skal ha ansvar for svinn og reklamasjoner, men krever at det skal være regulert.
- Delisting skal begrunnes skriftlig og det er krav om frister. Det kan gis ytterligere forskrifter.
- Det er et generelt forbud mot «forretningsmetoder som kan fremkalle alvorlig frykt hos andre parter ansatte».
- Det kan gis utfyllende forskrifter til disse § § .



Høringsuttalelser



regjeringen.no Regjeringen Stolttenberg II

LANDBRUKS- OG MATDEPARTEMENTET

Du er her: regjeringen.no / Landbruks- og matdepartementet / Dokumenter / Høring / Høringsuttalelser

Høring - NOU 2013: 6 God handelsskiltet

25 (26) høringsuttalelser med merknader

- Kommersielle aktører
- Interesseorganisasjoner
- Underliggende etater/andre statlige instanser

4 uttalelser uten merknader

- Fra departementshøringen

Høringsuttalelser med merknader

(PDF) Coop Norge SA (455KB)

(PDF) Dagligvareleverandørnæringens forening (DUF) (457KB)

(PDF) Forbrukerombudet (374KB)

(PDF) Forbrukerrådet (193KB)

(PDF) Fylkesmannen i Telemark (172KB)

(PDF) Fylkesmannen i Vest-Agder (95KB)

(PDF) Hovedorganisasjonen Virke (209KB)

(PDF) Juaften og Bredakopadepartementet (133KB)

(PDF) Kjøtt- og fjørførelse Landaforbund (261KB)

(PDF) Kommunal- og regiondepartementet (93KB)

(PDF) Konkursrettsinstans (215)

(PDF) Landbruksorganisasjonen i Norge (LD) (331KB)

(PDF) Markedsløst (253KB)

(PDF) Matmark (36KB)

(PDF) Norges Bondelag (62KB)

(PDF) Norges Bygdskvinne (648KB)

(PDF) Norges Kvinner og familieforbund (31KB)

(PDF) Norgesgruppen (333KB)

(PDF) Norsk Bonder og Småbrukerlag (361KB)

(PDF) Norsk Landbruksassamvirke (141KB)

(PDF) Norsk Næringer og Nyttelagsmiddelbedrifterforbund (215)

(PDF) Norsk Petroleumsnæringsforbund (115)

(PDF) Næringslivet Hovedorganisasjonen (NHC) (215)

(PDF) Næringslivet Hovedorganisasjonen (NHC) (177KB)

(PDF) Patentstyret (185KB)

(PDF) Sjøfartens Bondens Marked (360KB)

Høringsuttalelser uten merknader

(PDF) Fylkes- og fylkesdepartementet (100KB)

(PDF) Helse- og omsorgsdepartementet (38KB)

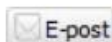
(PDF) Miljøverndepartementet (89KB)

(PDF) Utenriksdepartementet (97KB)





Godt håndverk fra dagligvarelovutvalget



30.04.13 10:45

- Utvalgets forslag til lov om god handelsskikk vil ivareta konkurransen og forbrukernes interesser. Dette er et langt skritt fremover siden matkjedeutvalget, sier Thomas Angell, direktør i Virke handel.

Dagligvarelovutvalget som i dag leverte sin innstilling fraråder regjeringen å flytte forhandlingsmakt i retning leverandørene. Utvalget påpeker at det verken er mulig eller ønskelig å lovregulere seg til en annen modell for forhandlinger mellom dagligvarekjedene og leverandørene.

- Vi mener at utvalget har avgitt en balansert utredning der en gjennomføring av forslagene vil bidra til fortsatt sterk konkurranse på detaljleddet, og der forbrukernes interesser med hensyn til priser, utvalg, kvalitet og tilgjengelighet ivaretas på en god måte, sier Angell. Virke synes det er positivt at utvalget konsentrerer seg om å sikre at partene sammen skaper verdiene mens forhandlingsmakten avgjør fordelingen mellom partene. Et handelstilsyn i samarbeid med Konkurransetilsynet er et godt forslag som også understreker tilsynets rolle og betydning.

4
t
ig

t

rukssamvirke

Veien fram mot en lov

Fagavdelingene i de tre berørte departementene driver prosessen

Høring

Lovproposisjon

Regjeringsbehandling

Stortingsbehandling

Politisk vilje, en forutsetning for at lovforslaget oversendes til Storting for et endelig vedtak



Norsk
Landbrukssamvirke



TAKK FOR MEG!



Norsk
Landbrukssamvirke