

Til Kommunal- og regionaldepartementet

Oslo Dep

Oslo/Førde/Steinkjer 10. november 2011

FRÅSEGN FRÅ MERKUR SITT PROGRAMSTYRE OM NOU 2011:4 MAT, MAKT OG AVMAKT

Merkurprogrammet viser til innstillinga frå Matkjedeutvalet. Programstret har i møte 28. oktober 2011 drøfta rapporten og vil uttale følgjande:

Merkur vil konsentrere seg om tre utfordringar:

1. *butikkstrukturen*
2. *leveransevilkår*
3. *lokal mat*

1 Butikkstruktur og tilgjenge på daglegvarer

Å sikre ein god butikkstruktur i landet vårt er den fremste arbeidsoppgåva til Merkur-programmet og våre 11 konsulentar frå Mandal i sør til Kirkenes i nord. Konsernsjef i Norgesgruppen Tommy Korneliussen seier i Nationen 12.10.2011 at regjeringa si styrking av Merkur-programmet på årets statsbudsjett: "betyr sannsynligvis at flere av de mest sårbare butikkene i Norge overlever." Merkur-programmet har dei siste åra stogga butikkdøden ute i dei minste bygdene, og dette kan takkast hardt arbeid frå våre konsulentar som saman med butikkane jobbar tett med både kjedene og bygdene for å på best mogeleg måte få trygga butikktilbodet.

Merkur har i mange år hatt kundeundersøkingar ute mellom bygdefolk og eit overveldande fleirtal svarer at butikken er svært viktig i deira bygd.

Merkur-programmet vil peike på at Noreg har ein sær desentralisert befolkningsstruktur i eit grigrendt land. For at ein skal kunne oppretthalde busetnaden ut i distrikta er tilgangen på matvarer viktig. Og daglegvarebutikkar er ein føresetnad for busetnad mange stadar. Det betyr at den høge tilgjenga ikkje berre fører til at omsetjinga må fordelast på fleire

utsalsplassar, men og at mange butikkar ligg på stader med lågt befolkningsgrunnlag, til dømes på øyar der befolkinga ikkje har alternative innkjøpsmogelegheiter. Desse butikkane er meir utsette enn andre, ikkje berre fordi dei driv i ein marginal marknad men og fordi dei ligg slik til at leveransar og frakt kan vere eit problem.

Den omsetjinga som ein butikk bør ha for at butikkdrivar skal kunne ta ut konkurransedyktig løn er langt over den gjennomsnittlege Merkur-butikken har i omsetjing. Då seier det seg sjølv at rekruttering til desse jobbane er vanskeleg. Både Merkur-programmet og kjedene arbeider hardt for auke kompetansen ute hjå butikkane og å skaffe kompetente folk som kan drive butikkane.

For å kunne ha ei omsetjing dei kan leve av, er det mange butikkar som er avhengig av inntekter frå heilt andre kjelder enn daglegvare. Det kan vere turistnæring, byggvareutsal eller festivalinntekter.

Dei to føregåande distriktsmeldingane peikar begge på at kommunen skal vere utviklingsaktør i distrikta. I høve distriktshandelen ser me at dei bidreg i for liten grad, difor arbeider Merkur-programmet med ei større medvitsgjering i distriktskommunane for butikkane si viktige rolle i oppretthald av ein desentralisert busetnad.

2. *Leveransevilkår*

Merkur-butikkane er heilt avhengig av kjeda si og av deira avtalar med leverandørane. Våre butikkar er dei alle minste butikkane og dei med lågast omsetjing, dei har soleis lita makt i sine kjeder og utan kjedene overlever ikkje desse butikkane.

Rammevilkåra i bransjen er i dag bygd opp kring butikkar som sel for 40 – 50 million kroner pr år. Når Merkur-butikkane omset for mellom 6 og 7 mill. kroner og mange er typiske sesongbutikkar, som har storparten av omsetjinga si i løpet av kort tid, tyder det at dette er eit stort problem, særskild for våre minste butikkar. Resultatet vert høg kapitalbinding i varelager, dårleg dato, høgt svinn og redusert lønsemd. Anbrekk har vore eit av desse problema, der dei framforhandla avtalane med leverandørane frå nokon kjedar har krav at butikken tek inn så store kvanta av ei vare at han ikkje får ho seld.

Det er Merkur-programmet si meining at Coop, ICA og Norgesgruppen, som er dei kjedane me samarbeider med i dag tek eit betydeleg samfunnsansvar med å trygge dagligvaretilgangen ute i distrikta, men det må like vel vere lov å stille spørsmål om kva som skjer om kjedene skulle velje å leggje meir bedriftsøkonomiske prinsipp til grunn for leveransar til dei av butikkane som ligg lengst vekk. For oss som arbeider for å oppretthalde sørvistilbodet ute i distrikta, vil dette vere ei uheldig utvikling. Me har den siste tida og sett døme på sjeldnare leveransar av varer. Særleg når dette gjeld ferskvarer som mjølk og brød, kan dette by på betydelege utfordringar for butikkane. Om dette problemet aukar, vil det kunne bety mykje for den befolkningsstrukturen me har i dag og for tilgangen til arbeidskraft for viktig industri og sørvistilbod i distrikta. For bygder i Nord-Noreg ser ein allereie effekten av dette. Utan butikktilbod er det vanskeleg å rekruttere nye folk til bygder med behov for arbeidskraft. Oppretthald av butikkstrukturen i utkantane vert difor viktig primært for å oppretthalde busetnad, som igjen er viktig for både for næringsliv og kommunalt sørvistilbod. Me ser allereie i dag at dei store drivstoffselskapa ikkje lengre vil la dei minste drivstoffanlegga knytt til våre butikkar selje drivstoff under deira logo, dette fører til at ein mistar rabattordningar og soleis kundar. Detter er ei type utfordring me håper å ikkje få i daglegvarebransjen, men allereie no ser me at nokre stadar er der reelle leveranseproblem, dette gjeld særleg der avstandane er store og kundegrunnlaget lite.

I 2010 omsette 1141 distriktsbutikkar for kr 11,237 mrd. Dei opplevde 0,3% reduksjon i omsetninga gjennom året. Dei 514 Merkur-butikkane auka omsetninga med 1,0 prosent i same periode.

Det synest med andre ord som om det fortsatt er trong for eit tilbod frå det offentlege for å sikre framtidig daglegvareleveransane til dei mest utsette samfunna.

3. Lokal mat

Nærbutikken kan vere ein viktig salskanal for lokal mat, og lokal mat kan vere ei viktig inntektskjelde for butikken, spesielt dersom ein har (hytte-)turistar eller andre tilreisande kundar. Merkur-programmet og våre butikkar har vore opptekne av maten bør seljast der den vert produsert. Kurv frå Valdres skal kunne kjøpast i Fagernes og Kandalspølse på Breim.

I nokre butikkar har me likevel opplevd at det har vore vanskeleg å få teke inn dei varene som vert produsert i bygda i sortimentet.

Både i Oppland og i Rogaland har Merkur-programmet vore engasjert i lokalmatprosjekt. I Oppland har Merkur-programmet gjennomført to prosjekt for å få lokalmat ut i dei lokale butikkane. 10 butikkar frå Oppland har vore med i det siste av desse to prosjekta som blir avslutta i haust . Røynslene frå prosjektet har vore at dei minste butikkane og dei minste produsentane høver saman som hand i hanske. Nett dei same røynslene gjorde ein seg også i Rogaland der Merkur-programmet og Merkur-butikkane gjennomførte eit mindre prosjekt saman med fylkesmannen i Rogaland.

Dei minste produsentane har ofte små volum og kan ha nytte av dei lokal butikkane som distribusjonskanal. Slik kan ein seie at dei minste produsentane ute i grendene på mange måtar er avhengig av butikken og omvendt. Dette er ein del av verdikjeda for mat som ikkje kjem inn i NOU'en si handsaming av dei store leverandørane, men som er viktig i det lokale perspektiv som i særleg grad gjeld Merkur-butikkane.

Merkur-programmet arbeider no fram eit nytt prosjekt i Hedmark/Oppland der Merkur-programmet skal ha ei koordinerande rolle med å få eit større utval av lokale produkt inn i butikkane. Prosjektet er komme på plass etter initiativ frå Norgesgruppen. Her deltar kjedegrupperingane Norgesgruppen, Coop og ICA.

Merkur-programmet stiller seg bak utvalet sitt framlegg om å utvikle kostnadsreducerande distribusjonsløyisingar for småskalaprodusentar.

Merkur-programmet meiner at røynslene frå vårt arbeid med lokal mat syner at heller enn å berre satse på nasjonal spreiring av produkta bør ein i større grad tenkje lokal distribusjon og styrking av lokale marknader.

Med helsing

Inge Ryan (sign)
Styreleiar

Helge Schei(sign)
Dagleg leiar