

2011 00596-58

Spesial grossisten

Spesialgrossisten AS
Pb 1024 Østre Halsen,
3253 Larvik
Tlf: 33 11 81 11
Fax: 33 11 81 10

Bankgiro: 5346 05 08173
Foretaksnr: NO 962 178 278 MVA
www.spesialgrossisten.no

J. Odden 11.2.11

Landbruks-og matdepartementet
Postboks 8007 Dep
0030 OSLO

30 nov 2011

SPESIALGROSSISTEN AS KOMMENTARER TIL NOU 2011:4 MAT, MAKT OG AVMAKT

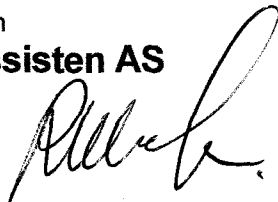
Vedlagt høringsuttalelse fra Spesialgrossisten AS vedr Matkjedeutvalgets innstilling. Som det framgår, har vi konsentrert oss om situasjonen for lokal mat og småskalamat- som jo er sentralt for vår kjede og våre 17 lokale grossister. Vi mener gjennom vår daglige virksomhet å overskue disse problemstillingene i praksis, og at vår kjede vil kunne bidra til gode løsninger. Vi ser det som gunstig om vi fikk til et samvirke med myndighetenes ambisjoner og virkemidler på dette området.

Vi er åpne for dette, og vil ta kontakt om saken.

Med vennlig hilsen

Spesialgrossisten AS

Reidar Karlsen
Styrets leder



Oslo 30.11.2011

Kontaktpersoner:

Styrets leder Reidar Karlsen, mobil 9073 2558. Epost: reidar.kristian.karlsen@vikenfiber.no

Adm.dir John Odden, mobil 9008 3708. Epost: john.odden@spesialgrossisten.no

HØRINGSNOTAT

SPESIALGROSSISTEN AS KOMMENTARER TIL NOU 2011:4 MAT, MAKT OG AVMAKT.

Spesialgrossisten er en kjede av 17 lokale, samarbeidende, mindre matgrossister (se pkt 8). Vårt fokus er å ivareta småskalaprodusenters behov for salg, logistikk og distribusjon inn til de store paraplykjedenes butikkhyller. Spesialgrossisten er derfor særlig opptatt av de momentene i utvalgets arbeid og utredning som omhandler småskalaprodusert- og annen lokalprodusert mat, sett opp mot vareutvalget i norsk dagligvarehandel, spesielt i lavprissegmentet. Vi vil berøre følgende uttalelser og problemstillinger:

Side 15: "det fremstår som svært utilfredsstillende for forbrukerne at det fra myndighetenes side legges inn betydelige ressurser for å tilrettelegge for både sunne, økologiske og lokalproduserte matvarer uten at dette gir seg et tilsvarende utslag i et bredere sortiment av slike varer i dagligvareforretningene".

Side 16: "Når det gjelder distribusjon mener utvalget at en ytterligere kontroll over distribusjonen fra paraplykjedenes side vil bidra til å forsterke en utvikling i retning av lukkede kanaler mellom paraplykjeder og leverandører, og vil også kunne fungere som etableringshinder for nye leverandører".

Side 50, pkt 3.5.5 –Små produsenter: (sitat): Dagligvaremarkedet virker ikke å være tilpasset de små produsentene. I gruppen av små produsenter.....osv.. Men, blant mangfoldet av mer enn 1400 bedrifter i matindustrien er det leverandører som har et potensial til å vokse. Dette kan være produsenter av spesielle kvaliteter, regionale produkter og økologiske varer. Disse leverandørene oppgir at dagens forhandlingssystem, økonomiske incitamenter, distribusjonssystemer og en generell kortsiktighet, er strukturelle hindringer som vanskeliggjør en videre utvikling. Disse leverandørene mener at terskelen og risikoen ved å investere er for høy.

Side 107 og 108 - Matkjedeutvalgets vurdering av en konkurransepolitisk tilnærming: "Utvikle spilleregler for god forretningsskikk som reduserer inntrykk av urimelig kryssprising og subsidiering" og "Legge til rette for utvikling av nye markeder som øker markedsadgang og omsetning av nye produkter fra små og mellomstore leverandører"

Side 123 - Utvalgets anbefaling - "Utvikle kostnadsreducerende distribusjonsløsninger for småskalaprodusenter".

1. Oppsummering.

- a) Spesialgrossisten har merket seg myndighetenes ambisjoner og mål om vekst i lokale matspesialiteters andel av matvareomsetningen, herunder utvikling av kostnadsreducerende distribusjonsløsninger for småskalaprodusenter. Vårt mål faller sammen med myndighetenes mål. Vi har "skoene på" og vet hvor det trykker! Vi inviterer derfor til samarbeid, gjerne med Verdiskapningsprogrammet for mat.
- b) Salg, logistikk og profesjonalitet er nøkkelutfordringer for småskalaprodusenter. Myndighetenes og kjedenes ambisjoner for økt satsing på lokal mat fra småskala- produsenter krever mer kompetansebygging i produksjonsleddet og styrking av markedstiltak, både i salg og logistikk. Vi samarbeider gjerne med myndighetene om dette!
- c) Sentraliseringen av innkjøpsfunksjonene hos kjedene må følges opp med økt profesjonalisering og fokus mot kontaktflyten hos paraplykjedene fra småskalaprodusentene av lokal mat. Dette er en naturlig samarbeidsoppgave for oss.
- d) Kjennskap til, og interessen for lokal mat må økes. Aktiv markedsføring, blant annet i form av aktiviteter i butikk er avgjørende for utbredelse og vekst av småskalamat.
- e) For å bygge forsvarlige volum, både for å oppnå forhandlingstygde mot kjedene og mht lønnsomhet, ser vi det som nødvendig at de midler samfunnet setter inn i småskalaproduksjon ikke bare rettes mot produksjon, men også mot flaskehalsene på vegen til butikkhyllene.
- f) Lave volumer, og kostbar retur er en stor utfordring for våre småskalaleverandører og oss. Vår erfaring er faktisk at det enkelte ganger kan være mer krevende å måtte ta småskalaproduktene i retur og ut av butikkhyllene enn å få dem inn! Det kan være mange årsaker til det, og vi kjenner de fleste. For eksempel feil eksponering, pris eller markedsføring.
- g) Når utvalgets flertall ønsker et lovverk som bl.a. skal regulere "kryss-subsidiering og salg med tap" hilser Spesialgrossisten det velkommen fordi det vil korrigere dagens kurs, stimulere konkurransen og bedre markedsmulighetene for lokal mat og småskalaprodusentenes produkter.

Forslag til løsninger og kommentarer til Utvalgets problemstillinger:

- 2. Effektiv ressursbruk:** I utvalgets mandat pekes bl a på behovet for effektiv ressursbruk som et overordnet mål for utredningen. Vedr produksjonstøtte, opplever Spesialgrossisten at den fra tid til annen gis til produsenter og varer som kanskje aldri kommer til butikkhyllene! Årsaken ligger ofte i manglende forståelse for en del rammebetingelser i markedet og lite fokus på betydningen av god markedsføring og effektiv logistikk. Herunder den kompetanse og innsats som fører til at gode varer kommer gjennom nåløyet og finner fram til butikkhyllene og videre til forbrukernes bord! Dels også pga lave ambisjoner hos produsenter/støttmottagere mht å innrette produksjon og volum til et marked som kan gi avkastning og muligheter for langsiktighet.
- 3. Tilgang til kjedene:** Utvalget sier "det er sannsynlig at det bare er de største leverandørene som er i stand til å legge vesentlig press på paraplykjedene i forhandlingene." **Det er et faktum at beslutninger om vareutvalg er sentralisert og stadig sentraliseres mer – produkter og varekategorier må listes sentralt i kjedene for å komme inn i butikkene, også lokalt. Spesialgrossisten har gjennom avtaler denne adgangen til alle kjedene, og jo bedre produkter fra ennå mer profesjonelle småskalaleverandører vi kan presentere, jo større betydning, plass og innflytelse får vi på vareinntaket i butikkene. Småskalaleverandørenes kontaktflate mot kjedene må profesjonaliseres og sentraliseres. Det er sentralt i vår rolle å medvirke til dette.**
- 4. Krevende distribusjon.** Lokal mat/småskalaproduksjon innebærer krevende logistikk- og så sett fra kjedenes side. Lave volumer, regionale/oppdelte markeder, mye fersk, / kjølt / frys, arbeidskrevende distribusjon og - eksponering . Og kostbare retur-betingelser. Kjedenes egne løsninger er lite tilpasset dette. Kjedene vil gjerne ha oss til å ivareta dette, ut fra vår lokalkunnskap, logistikkkompetanse, våre kjøreruter/struktur og vår hyppige tilstedeværelse i butikk. Dette er imidlertid svært ressurskrevende - og spesielt er returansvaret økonomisk krevende. Våre marginer presses av kjedene, og dermed også småskalaleverandørenes, i sin tur. Løsningen ligger i at vi bygger større volum av kvalitetsvarer, levert av kompetente produsenter, hvor vi aktivt deltar i effektivisering av logistikk, hele veien fra råvare til butikkhylle. Herunder matvaresikkerheten! **For å bygge forsvarlige volum, både for å oppnå forhandlingstving mot kjedene og mht lønnsomhet, ser vi det som nødvendig at de midler samfunnet setter inn i småskalaproduksjon ikke bare rettes mot produksjon, men også mot flaskehalsene på veien til butikkhyllene. Kompetansebygging og tiltak for risikoavlasting vedr retur er viktige forutsetninger. Spesialgrossisten kan medvirke til dette.**
- 5. Priser og lønnsomhet i småskalaproduksjon.** Utvalget peker på at Norsk avgiftspolitik og landbrukspolitik er noen av de viktigste årsakene til prisforskjellene mellom Norge og land det er naturlig å sammenligne seg med. I tillegg er norske forbrukere gjennom flere tiår blitt mer og mer opptatt av reell lavpris bl.a gjennom "Matbørser i mediene". Både konkurransen mellom kjedene og forbrukernes holdninger til dette slår negativt ut for markedsposisjonen til produkter i segmentet for lokal mat og småskalaproduksjon. Dette er en hovedutfordring i videre utvikling - og vil kreve økt fokus og satsing på effektiv logistikk, høyt servicenivå og eksponering i butikk. Samt bygging av sterkere bevissthet hos forbrukeren om lokal mat som god mat og sunn mat, som forvarer sin noe dyrere pris! **Dette er sentralt i Spesialgrossistens forretningside , men veien er kronglete og med foreløpig små fortjenestemarginer!**
- 6. Større fokus på lokal mat og småskalaprodukter.** Vi reiser spørsmål om forum/evener hvor lokal mat og småskalaprodusenter blir eksponert i dag må bli både bredere og større for å øke sin gjennomslagskraft. Småskalaprodusenters kvalitetsprodukter og lokal mat må løftes tydeligere og bedre fram mot både forbrukermarkedet og norske og utlandske markedsaktører. Særlig for å øke forbrukernes kjennskap og interesse for lokalmat/norsk mat. Denne mobiliseringen for kreativitet, entusiasme og bredde krever nær og god kontakt mot småskalaprodusenter og matvarekjedene både sentralt og lokalt. **Det statlige virkemiddelapparat må stå sentralt i dette arbeidet, men vi, som eneste landsdekkende grossistkjede med fokus på "Godt lokalt", kan spille en sentral rolle i et slikt opplegg, slik vi for eksempel gjorde under Smak 2011!**
- 7. JM. Bonuser og rabatter.** Utvalget stiller spørsmål ved om rabatter og bonuser i siste instans virkelig kommer forbrukeren til gode. Som leverandør/grossist forstår vi spørsmålet, og vet at det er stor usikkerhet hos våre leverandører til dette. Men vi har også forståelse for kjedenes praksis, de driver forretning og forholder seg, etter vår erfaring, til dagens rammebetingelser i lovverk og retningslinjer. Når utvalgets flertall ønsker å innføre et lovverk som

bl.a. skal regulere "kryss-subsidiering og salg med tap" hilser Spesialgrossisten det velkommen. Dette fordi vi tror det vil korrigere dagens kurs og skape ryddigere forhold generelt, men også at det vil bedre konkurranseforholdene og øke markedsmulighetene for lokal mat og småskalaproducentenes produkter spesielt.

8. **Om Spesialgrossisten AS.** Som eneste landsdekkende distribusjonssystem for dagligvarer uavhengig av paraplykjedene er Spesialgrossisten AS en liten (omsetning opp mot 500 mill i 2011), men svært viktig aktør i matmarkedet. Våre 17 lokale, samarbeidende dagligvaregrossister med til sammen 90 salgs- og distribusjonsbiler og ca 130 ansatte, kjører ukentlig ruter som dekker Norges ca 4000 dagligvareforretninger for ca 350 produsenter av lokal mat – småskalaprodusenter.

Spesialgrossisten AS har over 20 års erfaring som småskala- og lokale matvareprodusenters kanal inn i dagligvarebutikkens hyller, og er dagligvarekjedenes supplement til egne grossistfunksjoner. Til tross for økt vertikal integrering, erkjenner kjedene vår rolle som distributør av varelinjer som er lite tilpasset deres logistikk. Årsakene kan være små volumer, lokale forhold, kort holdbarhet, returproblematikk eller andre spesielle trekk ved produktet som gjør at kjeden foretrekker at Spesialgrossisten ivaretar distribusjonen og logistikken.

Vi har tilpasset våre logistikk- og datasystemer til paraplykjedens, og gjennom ukentlig tilstedeværelse i butikkene ved våre salgssjåførere, sikrer vi småskala- og lokale matprodusenters plass inn i butikkhyllene. På vegne av våre småskalaleverandører deltar vi også i "høstjakta".

Med konseptet "**Godt Lokalt**" som felles profil for lokale småskalaprodusenters produkter er vi med og utvikler lokal matkultur som en synlig og attraktiv varekategori i paraplykjedenes butikker slik at forbrukerne kan gjøre bevisste valg. Våre grossisters kompetanse sikrer også god kvalitet og matsikkerhet på lokal mat.

Oslo 30.11.2011

Med vennlig hilsen

Spesialgrossisten AS

Kontaktpersoner:

Styrets leder Reidar Karlsen, mobil 9073 2558. Epost: reidar.kristian.karlsen@vikenfiber.no

Adm.dir John Odden, mobil 9008 3708. Epost: john.odden@spesialgrossisten.no