

Referat

Møte om: Dialogmøte om lørdagsdistribusjon av aviser

Saksnr.: 15/1730 -

Til stede: Samferdselsdepartementet v/ Øyvind Ek, Jørn Ringlund, Christina Christensen, Randi Hovde, Eli Wongraven, Jenny Lønn Barvik, Nasjonal kommunikasjonsmyndighet v/ Cathrine Grimseid, Posten Norge AS v/ Kristin Bergum, Øystein Hoel, Gunnar Inderberg, Margareth Johnsen, Elin Mathisen, helthjem Mediapost AS v/ Arne Sletholt, Per Iversen, Tun Media AS v/ Lise Vedde-Fjærestad og Christian Lind.

Dato: 31.08.2015

Møteleder: Øyvind Ek / Randi Hovde

Referent: Jenny Lønn Barvik

Kopi:

Referat fra dialogmøte om lørdagsdistribusjon av aviser

1. BAKGRUNN OG HENSIKT

Samferdselsdepartementet redegjorde innledningsvis for at den nye postloven legger opp til at leveringsplikt kan ilegges gjennom en konkurranse eller et vedtak som utpeker et ansvarlig selskap. For avisdistribusjon på lørdager har Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom) anbefalt departementet at dette utlyses i en konkurranse. Hensikten med møtet er å få innspill og tilbakemeldinger på hvordan konkurransegrunnlaget for kontrakt om lørdagsdistribusjon av aviser best kan utformes.

Det ble understreket at departementet ikke har avgjort om innleveringen av aviser skal være på regionalt eller lokalt nivå, eller hvordan leveringsområdet skal deles opp. Videre er det ikke avgjort hvor lang kontraktperioden skal være, og hvorvidt det er behov for en oppstartsperiode og eventuelt lengden på denne. Det samme gjelder vederlagsbestemmelsene. Departementet ba om innspill til dette i møtet.

Det ble understreket at departementet ikke er bundet av innspillene i dialogmøtet, og at departementet på selvstendig grunnlag vil avgjøre hva som er en hensiktsmessig utforming av konkurransegrunnlaget i tråd med kravene i tredje postdirektiv og den nye postloven.

Ingen av de fremmøtte hadde forberedte innlegg eller presentasjoner.

2. INNHOLDET I UTLYSINGEN

Det vises til vedlagt presentasjon om sentrale problemstillinger knyttet til lørdagsdistribusjon av aviser som ble gjennomgått av departementet innledningsvis i møtet. Departementet tok opp sentrale problemstillinger knyttet til innholdet i utlysningen og ba om innspill fra de fremmøtte til dette.

2.1 Geografisk oppdeling av kontrakt

Departementet ba om synspunkt til eventuell geografisk oppdeling av kontrakt.

helthjem Mediapost anbefalte en grov oppdeling som omfatter hele landet. Posten bekreftet at de ville kunne håndtere en samlet utlysning for hele landet, og anbefalte uansett en relativt grov inndeling / større regioner. Posten understrekte at det er viktig å definere hva man faktisk byr på, eventuelt ved at det inntas en endringsordremekanisme i avtalen. Dersom nye geografiske områder legges til vil dette kunne innebære behov for blant annet nye ruter, og dette vil være problematisk. Posten understrekte at det er viktig med likebehandling av partene, og at partene har like forutsetninger og informasjon. Ingen av partene så det som hensiktsmessig å inkludere Svalbard i utlysningen fordi det heller ikke i dag er postombæring der på lørdager.

2.2 Innleveringspunkt

Departementet ba om innspill til innleveringspunkt for avisene.

Tun Media er eier av dagsavisen Nationen. Avisen trykkes på Lillestrøm, og distribusjon går derfra og ut til 9 regionale punkter (postterminaler) i dag. Nationen kan ikke etablere lokal innlevering, og ønsker derfor å opprettholde dagens leveringspraksis.

Både Posten og helthjem Mediapost mente man bør se på løsninger lokalt og regionalt når det gjelder ruter og geografi. Det er vanskelig å se for seg at postfly skal opprettholdes på lørdag kun for utlevering av aviser når ordinær postomdeling på lørdag avvikles. Man kan se for seg ulike løsninger i ulike deler av landet, avhengig av hva som er mulig å få til og er praktisk gjennomførbart.

helthjem Mediapost opplyste at det er utfordringer knyttet til bruk av sivil luftfart for fremføring av aviser, og at dette medfører at en del av avisene i dag velger å trykke lokalt. Flyene frakter hovedsakelig passasjerer og venter ikke på avisene, og det kan forekomme ruteendringer og forsinkelser. Avisdistributørene har en avgangstid de er nødt til å nå, og er avhengig av robust fremføring. Hvorvidt lokal trykking er aktuelt vil imidlertid være et kostnadsspørsmål og et spørsmål om kapasitet. Det anslås at avisene trenger vel 3000 eksemplarer for at det skal lønne seg å trykke lokalt.

2.3 Kontraktens varighet og oppstartsperiode

Departementet ba om synspunkt til lengden på kontrakten, og eventuelt om det er behov for en oppstartsperiode.

Posten påpekte at en varighet på både 2 og 3 år er en lang periode i denne sammenheng, og at det er problematisk om det geografiske området skal endre seg. Det ble vist til at det er flere variabler som kan påvirke volumet når det gjelder avisomdeling. Jo mer utrygg man er på slike forhold, jo kortere tidsperiode bør man velge. Alternativt er dette en risiko for leverandørene som eventuelt prises inn.

Videre ble det påpekt at det antas at utgangspunktet for servicenivået er det som faller bort når Posten nedlegger det tilbudet selskapet i dag har når det gjelder postomdeling av aviser på lørdager.

Dersom grensen for hvilke områder som skal inkluderes i ordningen skal være dynamisk og forandres over tid, er det en ytterligere grunn, utover usikkerheten rundt volumutviklingen, for at kontraktsperioden bør være kort.

Når det gjelder volumaspektet påpekte helthjem Mediapost at avismengden er fallende, samtidig som lørdag er den viktigste dagen og den avisene selv mener vil stå seg best mot volumfall i fremtiden.

Departementet stilte oppfølgingsspørsmål til om det ville gi tilbyderne for lite forutberegnelighet og trygghet for eventuelle investeringer med å tilby tjenesten, dersom det fastsettes en forholdsvis kort kontraktsperiode på for eksempel 2 år.

helthjem Mediapost påpekte i den sammenheng at det er lite aviser i hver kommune som skal leveres på lørdager, og at det er flere ulike løsninger i ulike områder. Det må derfor analyseres på fylkes og kommunenivå hva dette eventuelt innebærer. En kontrakt som varer et antall år vil fremstå som meningsløst dersom for eksempel en avis slutter å levere i ett område.

2.4 Innleveringstidspunkt

Posten distribuerer på dagtid, mens helthjem Mediapost distribuerer fra midnatt og frem til kl 07.00 på morgenen. Dette påvirker fristene avisene har for innlevering. Departementet stilte spørsmål om betydningen av, og eventuell fleksibilitet, rundt innleveringstidspunkt.

helthjem Mediapost opplyste at det er lite fleksibilitet når det gjelder distribusjonstidspunkt, avisene skal være ferdig distribuert senest kl 09.00 lørdag morgen. Selskapet leverer i dag aviser til omlag 90 prosent av landet. Avisenes valg av leverandør gjøres på bakgrunn av blant annet tidspunkt for utlevering og pris. For de avisene som er vant til dagsdistribusjon vil det innebære en større omstilling å tilpasse seg en ordning hvor avisene omdeles natt / tidlig morgen.

Tun Media understrekte at det er viktig for deres abonnenter å motta avisen om morgenen.

Posten viste til at utgangspunktet for servicenivået er det som faller bort når Posten nedlegger det tilbudet selskapet i dag har når det gjelder postomdeling av aviser på lørdager. Det tilsier bl.a. at det fortsatt skal legges opp til utlevering av aviser på dagtid.

Posten påpekte at hvorvidt det skal være en kostnadsdeling mellom avisene og staten vil påvirker volum, og igjen hva som skal tilbys. Dette bør derfor presiseres så tidlig som mulig fordi dette også vil påvirke motivasjonen for innlevering for å rekke dagtids- eller nattidsdistribusjon.

Departementet påpekte at avisene også i dag betaler noe for lørdagsdistribusjon, og at det er en slik ordning som skal videreføres.

2.5 Vederlagsmodell

Departementet ba om innspill til mulig kompensasjonsmodell, for eksempel pris per avis, per budrute eller per område som skal dekkes.

Posten stilte spørsmål ved om departementet ser for seg at tilbyder skal ta betalt fra både departementet og avisene. Departementet fulgte opp med tillegsspørsmål, forutsatt samme priser for lørdagsdistribusjon som i dag, hva trenger tilbyderne da for å tilby aviser i ett gitt geografisk område. Hvordan vil det være interessant å by på det?

helthjem Mediapost påpekte at en kompensasjonsordning må stå i stil med kostnadssiden, og at stykkpris da blir problematisk. Det å kjøre forbi en postkasse er omtrent like kostbart som å stoppe ved en. Det vil være knyttet høy risiko til stykkpris, og det er mer håndterbart med en form for fast godtgjørelse for et geografisk område.

Posten påpekte at dersom det velges en stykkprisordning, bør det velges en vederlagsmodell som håndterer volumrisikoen.

Tun Media påpekte at det er viktig at kompensasjonsmodellen tar hensyn til avisenes kostnader, slik at det ikke blir en økning i kostnader til distribusjon belastes over på avisene. Det vil i tilfelle true opprettholdelse av lørdagsavisen.

Posten påpekte at det kan bli vanskelig å by på hele landet dersom dette innebærer "to gårder her, og en husstand der", de ønsket sammenhengende og logiske ruteområder. helthjem Mediapost var enige i en slik tilnærming.

2.6 Negativ eller positiv angivelse av tjenesten

Departementet ba om innspill til hvorvidt det bør velges en negativ eller positiv angivelsen av tjenesten.

Posten påpekte at det er viktig å få definert hvilke ruter kontrakten gjelder og at dette står fast i perioden kontrakten gjelder for. Posten mener tjenesten bør presiseres på adressenivå, og at

selskapet ikke vil kunne håndtere en negativ avgrensning. En negativ geografisk avgrensning vil gi potensielle tilbydere ulike forutsetninger for å kunne gi et tilbud og sikrer dermed ikke like konkurranseforhold.

2.7 Postboksanlegg

Departementet ba om synspunkt til hvorvidt leveringsplikten også skal omfatte levering av aviser til postboksanlegg, og om det eventuelt er grunnlag for å skille mellom levering til bedrifter eller privatpersoner.

Posten påpekte at det er gjennomførbart å ikke ha tilbud om levering til postboks. Dersom departementet velger å inkludere levering til postboksanlegg må man se på hvordan dette kan løses praktisk gjennom tilgang til tredjepartsnett.

helthjem Mediapost påpekte at det i dag bare er Posten som har tilgang til postboksanlegg. Departementet understrekte i den forbindelse at ny postlov har regler om tilbyders tilgang til postboksanlegg, og at det er en forutsetning at den som skal levere tjenesten får tilgang der de skal levere.

2.8 Hva slags ordning er mulig

Departementet stilte spørsmål til i hvilken grad det er mulig for en lokalavis med et antall fjernabbonnenter å skyve frem trykkestarten sin for å rekke for eksempel et fly til Trondheim, dersom det ikke går et postfly.

helthjem Mediapost påpekte at alle aviser har sin deadline for å rekke innleveringsfrister, men at det er blitt mindre fleksibilitet på grunn av nedleggelse av trykkerier og synkende avisvolum.

Posten opplyste at riksavisene for eksempel har innleveringsfrist til Posten på ettermiddagen dagen før utlevering. Posten opplyste også at det er flere steder lørdagsavisene først kommer frem mandag eller tirsdag, og at flere riksaviser løser dette med regionale innleveringer som har en annen frist.

2.9 Gjennomføring av konkurransen

Departementet ba om innspill til hvor lang tid tilbyderne ville trenge for å kunne inngi tilbud, og om det er behov for en oppstartsfasen fra tildeling av kontrakt og eventuelt lengden på denne.

Posten opplyste at de ønsket å komme tilbake med innspill til dette. Departementet vil publisere eventuelle svar som mottas i etterkant på regjeringen.no.

Videre anbefalte både Posten og helthjem Mediapost konkurranse med forhandling av hensyn til anskaffelsens kompleksitet.

Når det gjelder behovet for en oppstartsfase og lengden på denne, påpekte helthjem Mediapost at dette vil avhenge av oppdragets omfang og spesifisering. Dersom selskapet skal tilby avislevering i et geografisk området de ikke har rutestruktur i dag vil for eksempel 3 måneder være kort tid for en oppstartsfase. helthjem Mediapost rådet departementet til å be om innspill fra MBL for å kartlegge behovene nærmere og å få en mer konkret beskrivelse av hva som skal anskaffes.

Posten mente også behovet for en oppstartsfase vil avhenge av hvilken løsning man velger. Dersom man for eksempel kutter riks- og regionalinnlevering og velger lokal innlevering, vil dette innebære en stor omlegging for avisutgiverne.

Tun Media påpekte at det er viktig at det gis god tid for avisene til å kommunisere endringer til sine abonnenter dersom det blir en omstilling.

2.10 Øvrige innspill

Departementet åpnet avslutningsvis opp for eventuelle andre innspill fra de fremmøtte.

Både helthjem Mediapost, Posten og Tun Media understrekte at det er viktig å involvere avisene, ettersom det er avisene som kjenner behovet, egne planer og framtidsutsikter. En analysefase av dette vil vise hvilke problemstillinger man egentlig sitter igjen med, og vil kunne gi en bedre prosess enn en mer teoretisk tilnæringsmåte. helthjem Mediapost ga uttrykk for at tilbyderne ikke sitter på disse dataene.

Departementet opplyste om at det har vært avholdt møte med MBL og LLA om saken.

3. VIDERE PROSESS

Departementet opplyste kort om planene for videre prosess. Det er ønskelig å få ut en utlysning før jul, men ettersom det gjenstår en del vurderinger og analysearbeid er det for tidlig å si noe konkret om forventet fremdriftsplan. Det er overgangsbestemmelser i ny postlov som innebærer at plikten til å levere aviser på lørdag i områder uten alternativ avisdistribusjon kan videreføres i en mellomperiode, selv om krav til leveringspliktig lørdagsomdeling av postsendinger for øvrig avvikles fra nyttår.