

Oslo, 20.12.2020

Kjære produsenter!

Annerledesåret 2020 innbar også en digital gjennomføring av Coop's presentasjon til årsmøtet. For de av dere som av ulike årsaker ikke fikk anledning til å delta, følger nedenstående en oppsummering av hovedpunktene fra vår presentasjon.

Først av alt ønsker vi å rette en TAKK TIL ALLE dere produsenter for å ha levert varer i tråd med våre behov gjennom hele sesongen, til tross for usikkerhet og administrasjon knyttet til arbeidere og markedsendringer.

Hvordan har utviklingen i salget vært?

Det har vært en stor vekst i salget av dagligvarer gjennom 2020, både i verdi og volum. Salget av frukt og grønt gjennom Coop Norge SA VOKSER MER ENN MARKEDET PÅ 5. ÅRET! Det hadde vi ikke klart uten dere – spesielle tider krever spesielle mennesker! SAMMEN har vi tatt markedsandeler totalt, og på mange viktige vareområder i en vanskelig tid!

I Norsk sesong ser vi samlet VEKST I ALLE REGIONER, dog noe variasjon mellom regioner og vareområder. Volumveksten er større på grønnsaker enn frukt/bær, og veksten er hovedsakelig i stk-salg (vridning fra kg til stk).

Hvordan kan vi påvirke økt forbruk av F&G?

Til tross for helsemyndighetenes råd om «5 om dagen», spiser nordmenn nå bare 3,1 enheter pr dag med frukt og grønnsaker. Selv om vi ser en vekst i salget i dagligvare, spiser folk altså mindre totalt, fordi de sjeldnere får tilbud om frukt og grønt når de i større grad er hjemme (kantiner, fruktfat, hotell og reiser).

Det tar tid Å ENDRE FORBRUKERADFERD, og det er et SAMSPILL mellom myndigheter, produsenter, handel og forbruker!

Frukt og grønt er viktigste vareområde for forbruker i valg av butikk, og de viktigste faktorene for kundens tilfredshet er at varene er presentert på en FRISK og innbydende måte, at varene har god KVALITET, at UTVALGET er riktig og at det sjelden er UTSOLGT. Når vi vet det, må vi sammen jobbe for å påvirke disse faktorene. Det betyr i praksis at vi i samarbeid må jobbe med kvalitets-, produkt/sorts- og pakningsutvikling, unngå utsolgt, gjøre det lettere for forbruker å spise mer gjennom å dekke forbrukerbehovene, inspirere og engasjere – kort oppsummert alltid ha varer, snakke til følelser og øke lysten til å kjøpe – og over tid endrer vi vaner!

Hva kan vi gjøre for å selge mer Norsk F&G?

Coop har alltid vært sterke på norsk, vi fortsetter dette fokuset, og i år har Prix spesielt hatt ekstra stort fokus på norske varer og produsenter av frukt og grønt. Når vi et at kundene er opptatt av friske varer med god kvalitet, utvalget og at det ikke er utsolgt er det det vi må være best på! Da er samspillet oss imellom avgjørende! Vi må snakke mer og bedre sammen, og spille hverandre gode gjennom gjensidig forutsigbarhet, særlig i overgangen av sesongene og ved avvik fra plan. Og, fordi mye av potensiale for økt salg av norsk ligger i timingen av sesongene, etablerer vi UKENTLIGE MØTER for å sikre dialogen før og under sesongen 2021! Vi må heve hverandres kompetanse, skape engasjement og ha tydelig og riktig fokus over tid for å lykkes, og det skal vi gjøre sammen!

Coop Norge SA Hovedkontor

Postboks 21 Haugenstua, N-0915 Oslo – Norge
Besøksadresse: Østre Aker vei 264, 0977 Oslo
Telefon +47 22 89 95 95 – Bankgiro 9373.05.01232
www.coop.no

Hvordan ser fremtiden ut?

Den som visste det. Dagligvare har hatt en fin vekst som følge av at folk er mindre på reiser, spiser de fleste måltider hjemme og betydelig mindre på restaurant, Vil annerledesåret 2020 gi varige endringer i handle- og spisevaner? Vil forbrukere ha nye krav og forventinger til oss?

Som vanlig forskutterer vi ikke målsatt vekst i produksjonsplanene, og i år har vi måttet gjøre ytterligere vurderinger av historiske salgsdata hvor vi har lagt vekt på trender vi ser over tid. Vi har også involvert pakkerier og produktgrupeledere i planleggingen i større grad enn tidligere for kvalitetssikring av kapasitet og kvalitet. Vi forventer ingen store strukturelle endringer for kommende sesong, og i skrivende stund skal de alle fleste ha mottatt planene for 2021/2022. Vår oppfordring er at dere gjør dere kjent med planen, evaluerer den realistisk opp mot volum og produktspesifikasjoner. Deretter ber vi dere signere og returnere planen, og viktigst av alt kommunisere evt. avvik før og under kommende sesong.

Vi ønsker å utvikle oss, og samarbeidet med dere, ytterligere!

Innovasjon og utvikling gjøres best i samarbeid, med utgangspunkt i forbrukeren. En forutsetning for godt samarbeid er bl.a. forventningsavklaring, god dialog og informasjonsflyt. Hvilke behov har vi, hvilke muligheter og begrensninger ser vi, hvilke krav stilles til oss, hvilke regler må vi forholde oss til og hvordan utvikler kundene og markedet seg? Vi må dele kompetanse, involvere og planlegge godt sammen. Skal vi fortsette å øke salget mer enn markedet, må vi levere bedre enn markedet, i alle ledd fra jord til bord!

Godt samarbeid er å jobbe sammen for å oppnå felles mål. Vinneren av «Årets produsent» Obær AS er et godt eksempel på nettopp det, gjennom sin evne til å se muligheter, tenke nytt og aktivt ta initiativ til dialog om mulige forbedringer og utvikling i samarbeidet.

Mange har lagt ned en ekstra innsats i år – vi er stolte av dere alle sammen, og overbevist om at vi har noen av de aller beste produsentene av frukt og grønnsaker i Norge samlet i Nordgrønt SA. Vi er på VINNERLAGET SAMMEN, og vi ser frem til en ny norsk sesong neste år med mål om å fortsette den gode utviklingen!

Takk for samarbeidet i året som har gått. Nå håper vi dere alle får noen fine juledager sammen med deres nærmeste, med tid og rom for litt fri fra hverdagen. Benytter anledningen til å ønske dere alle RIKTIG GOD JUL!

Med vennlig hilsen
Coop Norge SA

Brennhovd, Hanne
Direktør Frukt, Grønt og Blomster