

Merkur-programmet

Den multifunksjonelle nærbutikken
Bokhandelen i distriktet

www.merkur-programmet.no



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Mål

- Opprettholde levekraftige bygder – utvikle nærbutikken som et viktig serviceelement
- Sikre lokalbefolkning god tilgang på dagligvarer
- Sørge for at butikken blir et samlingspunkt
- Utvikle bokhandelen i distrikta



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Ein multifunksjonell nærbutikk

- Vareleverandør
 - forbrukarane
 - offentlege og private verksemder
- Sosial arena
 - Kaffikroken
 - krumtappen i den sosiale arenaen
- Ulike tilleggfunksjonar
 - Drivstoff
 - Post
 - Tipping



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Merkur-programmet

- Starta i 1995 NHD
- Eigar: Kommunal- og regionaldepartementet
- Budsjett 2012: 9 mill kr
- 560 nærbutikkar er registrerte i Merkur
- 70 bokhandlar er registrerte



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA



Lokal produsert mat i nærbutikken

Ei Merkur-satsing



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA



Mål for satsinga

- Varige konkurransefortrinn - auka lønsemd for butikkane
- Butikken utviklar seg som eit viktig serviceelement i nærmiljøa
- Bidra til oppretthald av levande småsamfunn
- Ei miljømessig rett satsing



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Prosjekt-aktiviteter

- Forberede gode salsløsninger i butikk
- Tilpasse utvalet (godkjenning frå kjeden)
 - Dialog med kjeden
- Stimulere til betre innkjøpsordningar
 - I samarbeid med kjedane og lokalmatorganisasjonane
- Arbeid mot produsentane
 - Motivasjon, oppklaring, strategisk satsing mot handelsleddet



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA



Vi oppdaga..

- Vanskeleg å finne gode løysningar i butikk utan kjeden si godkjenning.
- Produsentane ser ikkje alltid potensialet i butikk-leddet – her krevst mykje arbeid
- Nærbutikkane og de minste produsentane er den perfekte match!

Dei små passar saman med de små!



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Fleire funn i prosjektet

- Dei minste butikkane bidrar med ein vesentleg omsetning for den lokale produsenten
- Kundane ynskjer lokal mat, og kjøper det oftare og oftare
- Positiv oppleving for kundane i butikkane (kundetilfredshet og gjenkjøp!)
- Engasjerte kjøpmenn – spennande å tilby lokal mat
- For dårleg oppfølging frå produsentane
- Til dels manglande forståing hos produsentane for salspotensialet i dei minste butikkane



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA



Vanskar



- Oppfølging frå produsent og mat-organisasjon
- Prising og bruttoforteneste
- Leveransar
- Kjedene må etablere eigne system for lokalprodusert mat
- Strekkodar mangla og sikkerhet/beredskap mangla



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Å kunne tilby lokalmat i butikken krev:

- Motiverte kjøpmenn
- Tilpassa service
- Vilje og evne til kunnskap
- Ekstra profilering
- Riktig atmosfære
- Innstilt på samarbeid



- Alt dette finn vi i nærbutikken!



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Mål for arbeidet mot produsentane

- Sørgje for at produsentane er klar over muligheten distribusjon gjennom Merkur-butikken gir
- Stimulere produsenten sin distribusjonsstrategi - satsing på mindre butikkar!
- Verdiskaping lokalt til beste for bygda og butikken!



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA





Produsenten sin rolle

- Ser ikkje potensialet i dei mindre butikkane
- Dårleg på direkte salsoppfølging
- Forståing for kalkylekrav
- Strekkoder manglar hos mange
- For passive
- Nedprioriterer de minste butikkane men bruker mye unødige ressursar på å tilfredsstille dei største butikkane



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Kravliste til produsentane frå butikkane:

- Strek-kodar
- Leveringsdugleik
- Returordning (i lanseringsfase?)
- Opplæring (produktkunnskap)
- Oppfølging (ikkje meir-arbeid for butikken)
- Innført 2-pris-system
- God nok bruttoforteneste
- Samordning/bestilling
- Fleksibilitet i produksjon (kan volumet aukast raskt?)
- Kva gjer produsenten for at vara skal kunne selgjast ut av butikk?



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA

Stiller krav til småprodusenter

For en rekke kjøpmenn i Gudbrandsdalen og Valdres koster lokal mat mer enn den smaker. Nå har de laget en kravliste til små produsenter.

Av Stian Vasvik
s-vasvik@dagligvarehandelen.com

- Vi vil gjerne ha lokal mat fra små produsenter i butikkene våre. Men vi trenger en samordning og betingelser til å leve med, sier kjøpmann Harald Larsskogen på Joker Vaset til Dagligvarehandelen.

Mye ekstraarbeid

Sammen med en rekke andre butikker knyttet til Merkur-ordningen, har han nå utarbeidet en kravliste til produsenter av lokal mat. Den består av minstekrav som de mener må innfris for at et produkt skal få plass i butikkhyllene.

De fleste butikkene har satset på lokal mat i lengre tid, og har derfor et godt erfaringsgrunnlag.

- For butikkene har det til nå

vært mye ekstraarbeid med noen av produktene, og dette fører til at det ikke lønner seg for dem å selge visse varer, sier Marit Aa Tennø, kommunikasjonsrådgiver for Merkur-programmet.

Mangler forståelse

For å skape et vinn-vinn-samarbeid med lokale produsenter, må det dialog til - og et ønske om å finne felles løsninger.

Sørine Melgård på Coop Marked Lesjaverk har gode erfaringer med en del leverandører. Imidlertid er det andre som ikke viser forståelse for moderne butikkdrift.

- Vi har stor trafikk på sommeren og derfor har jeg tilbudt leverandører å demonstrere produkter utenfor butikken, som kundene så kunne kjøpe når de kommer inn. Hittil har jeg ikke fått en eneste positiv tilbakemelding.

Stusser

Det stusser hun over, da et slikt tiltak langt på vei er gratis markedsføring for et stort publikum.

- Det eneste leverandørene må stille med er folk og smaksprøver. De skulle selvsagt ikke betale noe for å demonstrere varene sine. Jeg hadde jo tjent mitt om produktene ble solgt inne i butikken



dh-fakta

Kravlisten som kjøpmennene har utarbeidet til leverandører av lokal mat, inneholder blant annet følgende punkter:

■ Strekkoder



Dei små passar best saman med dei små..



Frå produsenten sin ståstad:

- *Varene blir best i varetekne i dei minste butikkane*
- *Størst mulighet for å påverke plassering av varer i butikk og avtale ulike aktivitetar*
- *Forsvinner ikkje i mengda av konvensjonelle varer*
- *Eit bidrag til å profilere ein region/bygd/stad*

Frå kjøpmannen sin ståstad kan vi påstå følgjande:

- *Dei lokale varene er viktige konkurranseparameter, og dei har kundar som ønskjer dette i vareutvalet*
- *Ein fin mulighet for den lokale produsenten til å selje et jamnt volum gjennom heile året*
- *Dette blir då et gjensidig avhengighetsforhold*



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA



Kva nå?

- Intensivere arbeidet mot produsentane for at desse skal bli godkjende leverandører. Dette vil også bidra til å gjere tilgjenge for butikkane og med det kundane mykje betre.
- Framleis å halde butikkane motiverte, og sørge for at dei framleis har lokalmat som eit viktig konkurransefortrinn.
- Betre utvendig skilting av lokalmatutsala i Merkur-butikkane gjer dei meir synlege og tilgjengelege
- Planlegge Merkur-kampanjar for lokalmat i nærbutikken. Kampanjen har 2 målgrupper:
 - Produsentane sjølv – som for alvor må innsjå at den lokale butikken er ein viktig salskanal
 - Forbrukaren – som skal forstå at det er dei minste butikkane som har det beste utvalet av lokalmat.



MERKUR

- FOR BUTIKKEN OG BYGDA