

Export seminarium 20160419

ATT EXPORTERA SVENSKA LIVSMEDEL TILL  
DANMARK – PROBLEMFRIIT EFTERSOM  
BÅDA LÄNDERNA ÄR MED I EU, - ELLER...?

PRESENTERAT PÅ 30 MINUTER OCH 25  
BILDER

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

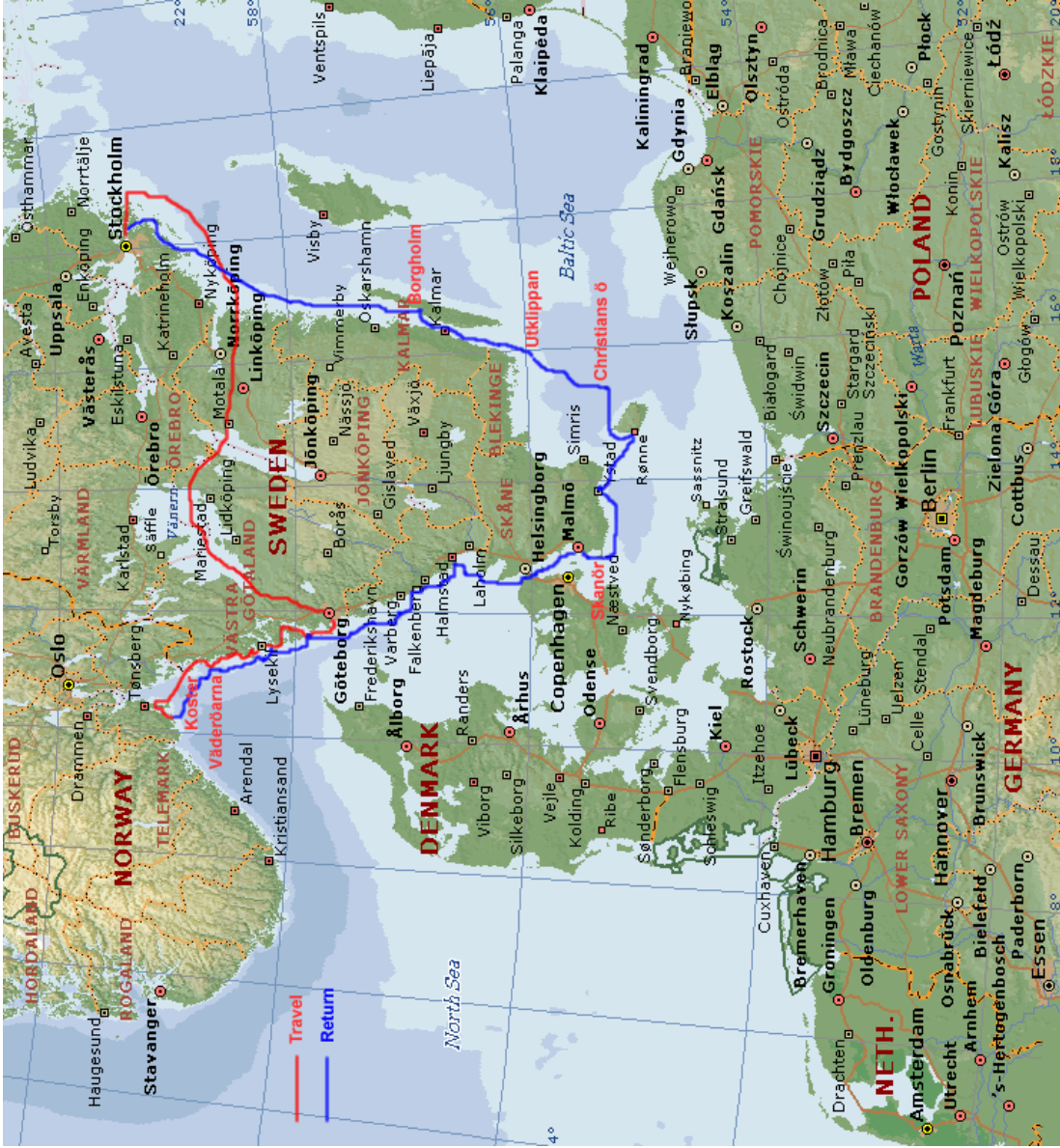
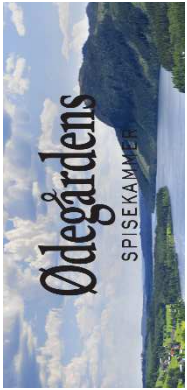




## Organisation

- Boarps Gård AB, slaktgrisar som huvudverksamhet, startade 2001, motorn och möjliggöraren till livsmedelssatsningarna
- Slaktarkorv AB, säljer korv tillverkad av grisens alla styckningsdetaljer under varumärket Slaktarkorv, huvudkund ICA, knoppades av från Boarps Gård AB till eget bolag 2015
- Europantry AB, Europas skaffereri, företag som handlar med livsmedel inom Europa både under varumärken och BtB
- Ödegården, varumärke under vilket svenska livsmedel säljs i Danmark. Kvalitetskravet som ställs är: *Bra mat vi själva äter*
- Dagens Update i Sverige AB, hanterar arbetstid mellan de olika företagen

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*



Varje dag börjar med nya möjligheter...

# Bakgrund

- Vi fick 2009 erbjudande att ta över en existerande export av ägg till Danmark eftersom ägaren ville pensioneras. Samtidigt började projekt ”Slaktarkorv” i Sverige – och en kvalitetsprodukt borde ju kunna säljas även i Danmark.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

---

# Bakgrund fortsättning

Det visade sig att den där äggaffären kanske inte alltid följt gällande regelverk med följden att vi helt enkelt inte kunde fortsätta där vår företrädare slutat.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

---

# Bakgrund fortsättning

En utredning startades, först från Sverige under ett litet år, därefter i Danmark. I Danmark av en till oss knuten konsult/säljare. Steen som han heter jobbar fortfarande åt oss som säljare. Varumärket Matkraft togs fram med tanken att under detta varumärke kunna sälja både i butik men också BtB.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*



# Matkraft

Mat med mer värden

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

---

# Matkraft forts

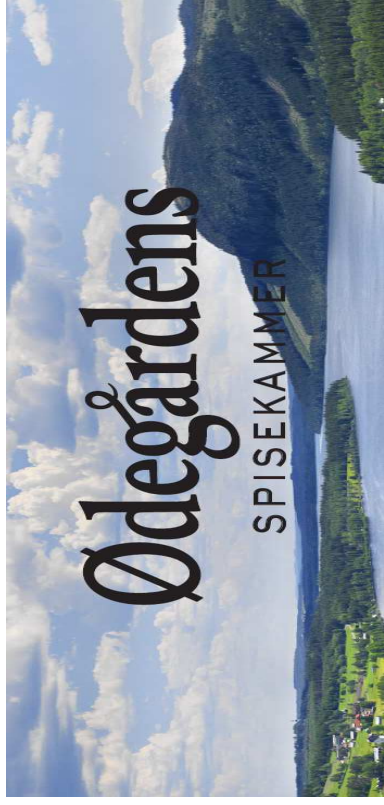
PRV godkände Matkraft i december 2009. Några månader senare invände KRAFT Foods och en 2,5 år lång process inleddes innan vi slutligen återkallade Matkraft och började om, då med varumärket Nordic food och inriktning på BtB. Det gick inte lång tid innan vi bestämde oss för att ta fram ett nytt varumärke för att kunna jobba direkt mot butik. Ödegården skapades.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*





Nordic  
1953 Food



*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

## Steg 1 – vilka tillstånd krävs (teoretisk)?

- Enligt regelverket ska det gå att driva företag från ett EU land i ett annat EU land – ”inga” ytterligare registreringar krävs eftersom alla företag har unikt SE-nummer.  
Produkter som är färdigförpackade i emballage till slutkund i Sverige ska inte kontrolleras i Danmark eftersom produkten då är under svenska myndigheters kontroll och myndigheter i ett EU land får inte ifrågasätta myndigheterna i annat EU land

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

## Steg 1 – vilka tillstånd krävs (i praktiken)

- För att sälja livsmedel i Danmark måste tillstånd sökas. Detta tillstånd kan inte erhållas utan danskt cvr-nummer (organisationsnummer) = filial till det svenska bolaget måste registreras i Danmark
  - Adress på filialen måste registreras
  - Dansk redovisning måste etableras
  - Dansk bank måste anlitas

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

## Steg 1 – vilka tillstånd krävs (i praktiken)

- Även om livsmedlen inte ska (får) kontrolleras av danska myndigheter kräver de en egenkontroll. Vår egenkontroll är på 40 sidor och omfattar allt från hur ofta vårt inte existerande lager sopas, hygienutbildning av anställda trots vi inte har någon tillverkning och så vidare....
- Egenkontrollen ska vara på danska

# Steg 1 – vilka tillstånd krävs (i praktiken)

## Sammanfattning

Vi har bollats mellan:

Erhvervstyrelsen (Danska bolagsverket)

Fødevarestyrelsen (Livsmedelsverket)

Cvr-registret (Egen styrelse under bolagsverket)

Told & Skat (Skatteverket)

Trots att vi har en dansk medborgare som kompanjon i verksamheten och som pratar flytande danska och som kan den danska kulturen tog tillståndsprocessen inte långt ifrån ett år. -Men det tillståndet visade sig inte gälla ekologiska livsmedel. Då drog danska myndigheter på med ytterligare 7 månaders byråkrati.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Steg 2 – börja sälja

- Alla etiketter ska översättas till danska
- Alla hållbarheter ska följa dansk lag (i Danmark har ägg endast en hållbarhet på 4 veckor och får inte sälja av butik när kvarstående hållbarhet underskrider 1 vecka... ). Dessutom är ägg en kylvara i Danmark.
- Om du har recept förslag i ditt emballage får du inte ha med recept där råa ägg ingår eftersom du då kan äventyra folkhälsan – att svenska ägg har varit salmonella fria i 60 år har inte med saken att göra.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Steg 3 - myndighetskontroll

- Myndigheterna har svårt att placera verksamheten i rätt fack:
  - Kontorsverksamhet?
  - Producent?
  - Vad är risken?Och vad ska kontrolleras?
  - Transporter?
  - Lager?
  - Annat?

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Steg 3 - myndighetskontroll

- I praktiken:
  - Kontrollerar följesedlar
  - Kontrollerar att vi inte säljer större volym ekologiska varor än vi köper
  - Konstaterar att vi följer egenkontrollen... 😊

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

---



# Förslag som skulle underlätta

- Ta bort allt regelverk som inte innefattar det som kontrolleras. Dvs. om det är viktigt att följesedlar stämmer ställ då krav på det istället för att behöva redovisa hur vi sopar ett lager som vi inte har. Lita på svenska myndigheters utfärdande. Är en anläggning godkänd för exempelvis äggpackning i Sverige ska det inte finnas anledning för en dansk myndighet att ifrågasätta det.

Men detta är förslag som danska myndigheter har att besluta om så det är sannolikt svårt att påverka.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Marknaden

Du kan sälja till butik på 3 sätt:

- Via lager (Behöver en listning hos kedjan)
  - Direktleverans till butik med genomfaktureringsavtal
- Direktleverans till butik med fakturering av enskild butik

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*



# Via lager

Om du ska nå fram till butik via kedjans distribution krävs antingen:

- Unik produkt
- Köpa sig in via ”marknadsföringsbidrag”
- En dansk inköparens duktighet mäts bland annat på hur mycket pengar hon/han drar in till företagets reklamtidningar. När det gäller korv har vi upplevt krav på 400 – 700 000 DKK/år för en listning. Utöver det ska du såklart leverera varor i en mängd som kedjan bedömer går åt, skulle försäljningen understiga detta får du en faktura på kassationer... (Beroende på typ av listning)
- Fördelen är att du endast behöver hantera en enda faktura och följesedel för varje leveranstillfälle. Kedjan upprättar fakturor och följesedlar till respektive butik.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Direkt leverans till butik med genomfaktureringsavtal

- För att kunna leverera större volymer är du tvungen att ha genomfaktureringsavtal med butikskedjan eftersom en butik förlorar sin årsbonus om deras köp från kedjan understiger 97 %. Detta har också med olika kedjors acceptans av varor som går utanför kedjans centrala hantering.
- Kostnaden för genomfaktureringsavtal är 3 – 9 % av omsättningen beroende på kategori. Och du får betalt på 30 – 90 dagar samtidigt som du står kvar med hela distributionskostnaden.
- Fördelen är att en enda faktura skickas till kedjan som sedan fakturerar butikerna. EDI system eller motsvarande krävs. Ovillkorligen måste faktureringsystemet vara sammankopplat med systemet för följesedlarna annars fungerar inte faktureringen. Följesedlarna upprättar du ju själv i detta alternativet.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

## Direktleverans till butik och fakturering av enskild butik

Att leverera direkt till butik är det enklaste sättet att komma igång men det kräver:

- In försäljning till varje enskild butik och ständig butiksbearbetning. Finns ingen kedja som hjälper till med något.
- Egen distribution drar höga kostnader.
- Varorna måste ovillkorligen tillföra kategorin något **som varje butik ska övertygas om** och ge en **påtagligt högre butiksmarginal** än motsvarande varor annars accepterar inte butiken fakturahantering, fler distributionsbilar, ingen automatisk beställning, hantering av kassationer mm, mm.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Problemsammanfattning med dagens sätt att möta problemen

Vi har mötts av:

- **Behov av marknadsanalys.** Vi erbjöds: Bidrag till dyra marknadsanalyser.
- **Problem/okunskap om hur vi skulle börja att nå marknaden.** Vi erbjöds: Möjlighet att köpa in oss på marknadsdagar där den potentiella kunden saknade relevans.
- **En enorm dansk byråkrati med enda syfte att begränsa konkurrens utifrån.** Vi erbjöds: Ingenting.
- **En detaljhandel som inte på långa vägar är lika effektiv som den svenska och som präglas av stora marknadsföringsstöd från leverantörer vilket cementserar marknaden och stänger ute nya mindre leverantörer.**
- Det finns en anledning till att utbudet är större i Sverige än i Danmark.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Morgondagens sätt att möta problemen

- Vi hade haft hjälp av att möta mindre livsmedelsföretag som redan gjort resan. Vi gick i fällan att hela tiden tro – nu är det sista tröskeln vi ska över sedan är vi igenom. Men icke, det kom nya saker hela tiden.

- Låna ut statliga resurser i form av pengar och kompetens att ta sig igenom framförallt byråkrati och initialt marknadsmotstånd. Men **till rimliga taxor och ”utan” byråkrati**. När företaget nått viss omsättning, kanske 10 miljoner upprättas en betalningsplan för återbetalning. Men framförallt – tillsätt alla tillgängliga medel för att få övriga EU att gå med i Sveriges hållning där alla välkomnas att sälja sina varor.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Konsekvenser av dagens system?

På grund av den höga/svåra inträdesbarriären har vi nu när vi väl efter tre (fem) år är igenom fått agenturen från andra svenska företag för:

Ekologiska såser/dressingar

Svensk ost

Färsk svensk kött

En rad tyska produkter från ett tyskt företag som tidigare ägdes av Unilever, omsätter 300 Milj Euro

Och mer lär komma till, det märker vi tydligt på kontakterna som tas. Det visar att behovet är stort för att få till förändringar. Som det är nu kommer aldrig de små företagen att bli lösningen på svensk livsmedelsexport. I vart fall inte till Danmark.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*



# Våra ”framgångsfaktorer”

- Vi har haft resurser att konstant ha 2 personer som jobbat heltid med exportsatsningen.
- Vi har inte haft den dryga miljon årligen som detta kostat utöver de två personerna, men vi har spänt bågen, haft sömnlösa nätter och nu är vi på något sätt snart igenom, men det har kostat 5 miljoner SEK + nästan 17 000 arbetstimmar.

Varje satsad krona har resulterat i 55 öres försäljning de första 5 åren. Nu ser vi ljuset i tunneln men det har inte varit en enkel resa. Vi avråder ingen från att göra en liknande satsning, men underskatta inte kostnaderna och framförallt prata med de som gjort något liknande tidigare!

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*

# Önskemål, Singapore modellen

Små företag, små kostnader för små plånböcker

Hjälp att komma igenom byråkratin, speciellt vid export

Kostnadsfri hjälp som återbetalas när omsättningen överstiger viss nivå

Skapa statistik över etableringskostnader och tiden det tar att starta, både från företag och myndigheter

Singaporemodellen:

- Allt görs tidsbegränsat, vilket gör att allt blir omvärderat konsekvent.
- Från statlig nivå kontaktas företagen 2 ggr årligen om hur det går eller om det finns något myndigheterna kan hjälpa till med. Dvs. konstant hålls en kommunikation för att slimma byråkratin.
- Ett mantra att det är företagen som bekostar byråkraterna, därmed måste byråkratin konstant effektiviseras så konkurrenskraft upprätthålls/stärks.

*Varje dag börjar med nya möjligheter...*