

# Hardanger



- *lokomotiv i norsk fruktproduksjon?*

*Elisabeth Morthen, Gartnerhallen*



# Gartnerhallen SA

- Samvirkebedrift for produsenter av frukt, bær, grønnsaker og poteter, startet 1930
- Omsetning 2018: 2,5 mrd NOK.
- Over 60% av norsk frukt, bær, grønnsaker, poteter
- 1160 medlemmer – 8 regioner
- 11 ansatte

*Vi holder humøret høyt, kostnadene lave  
og håper at det går bra*

- ✓ Sikrer markedstilgang og gode leveringsavtaler
- ✓ Produksjonsplanlegging og markedsbalanse
- ✓ Markedsarbeid for høyest mulig norskandel
- ✓ Sikre kvalitet i produksjon og produkter

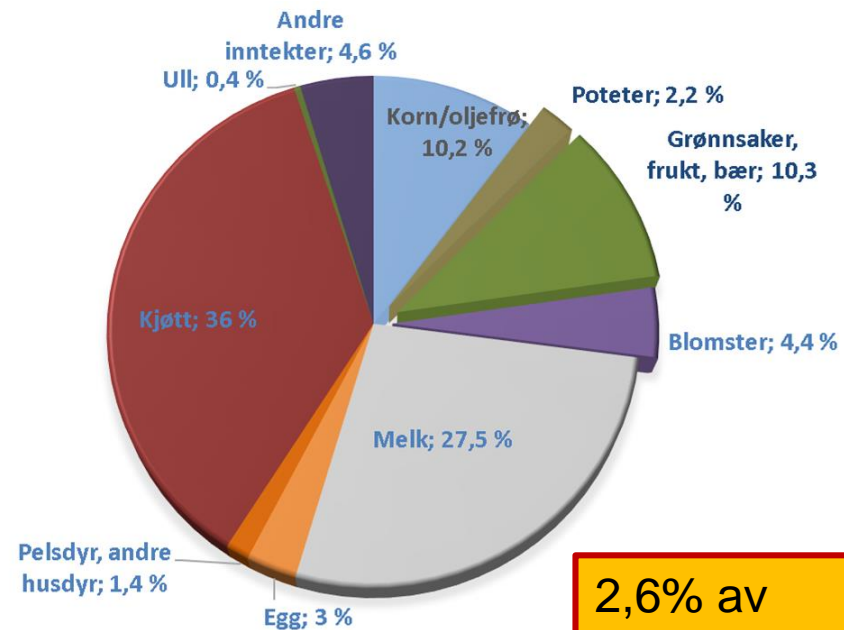


# Verdiskaping og arbeidsplasser frukt-grøntsektoren i Norge

12,5 % av produksjonsverdien  
i norsk landbruk

5300 årsverk

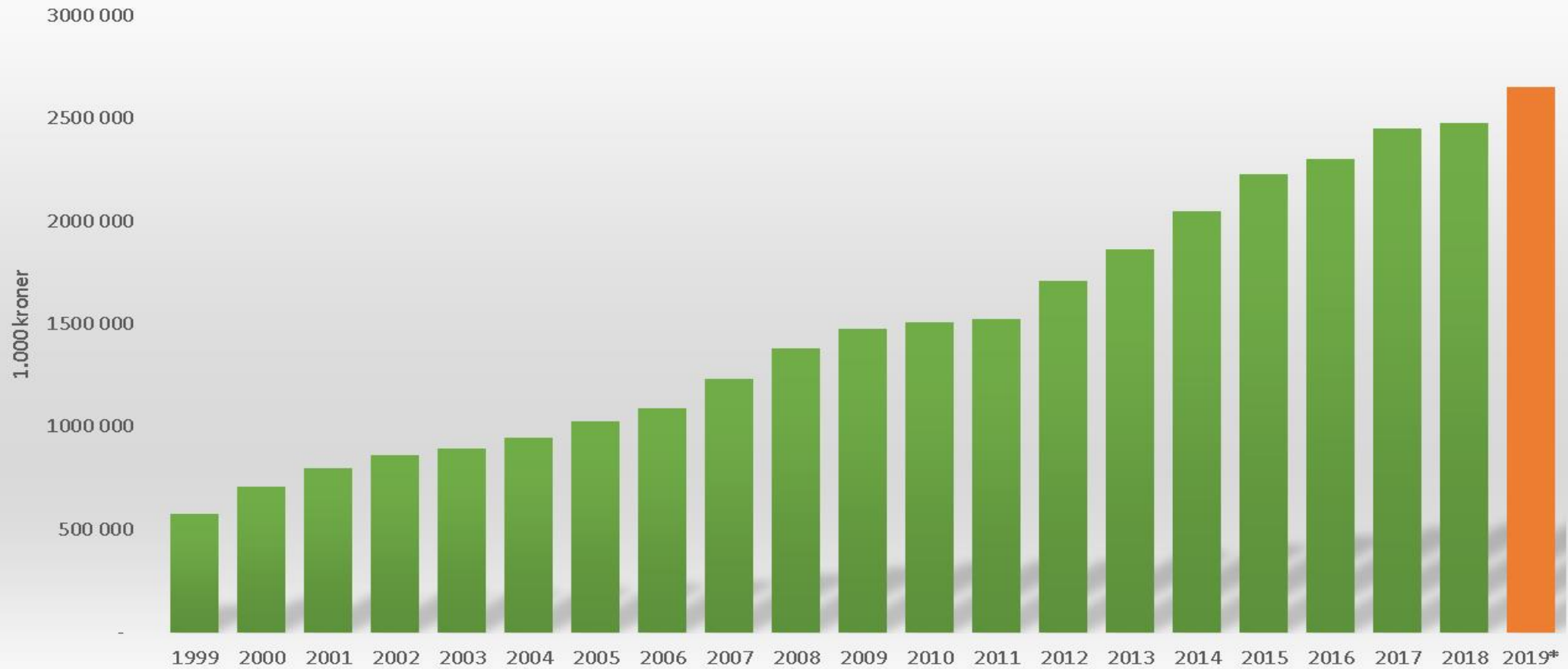
Over 20.000 i sesong



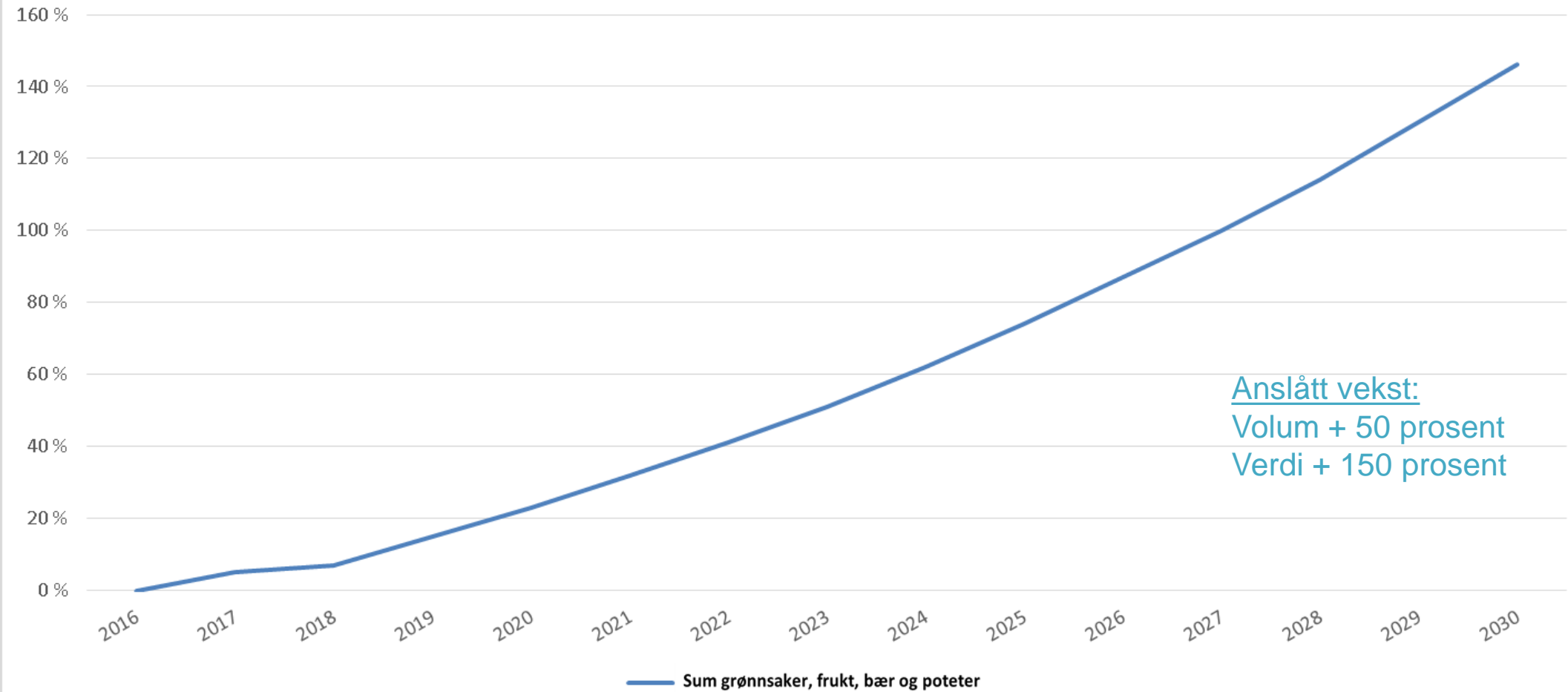
2,6% av  
jordbruksavtalens  
midler



# Omsetningsutviklingen i Gartnerhallen SA



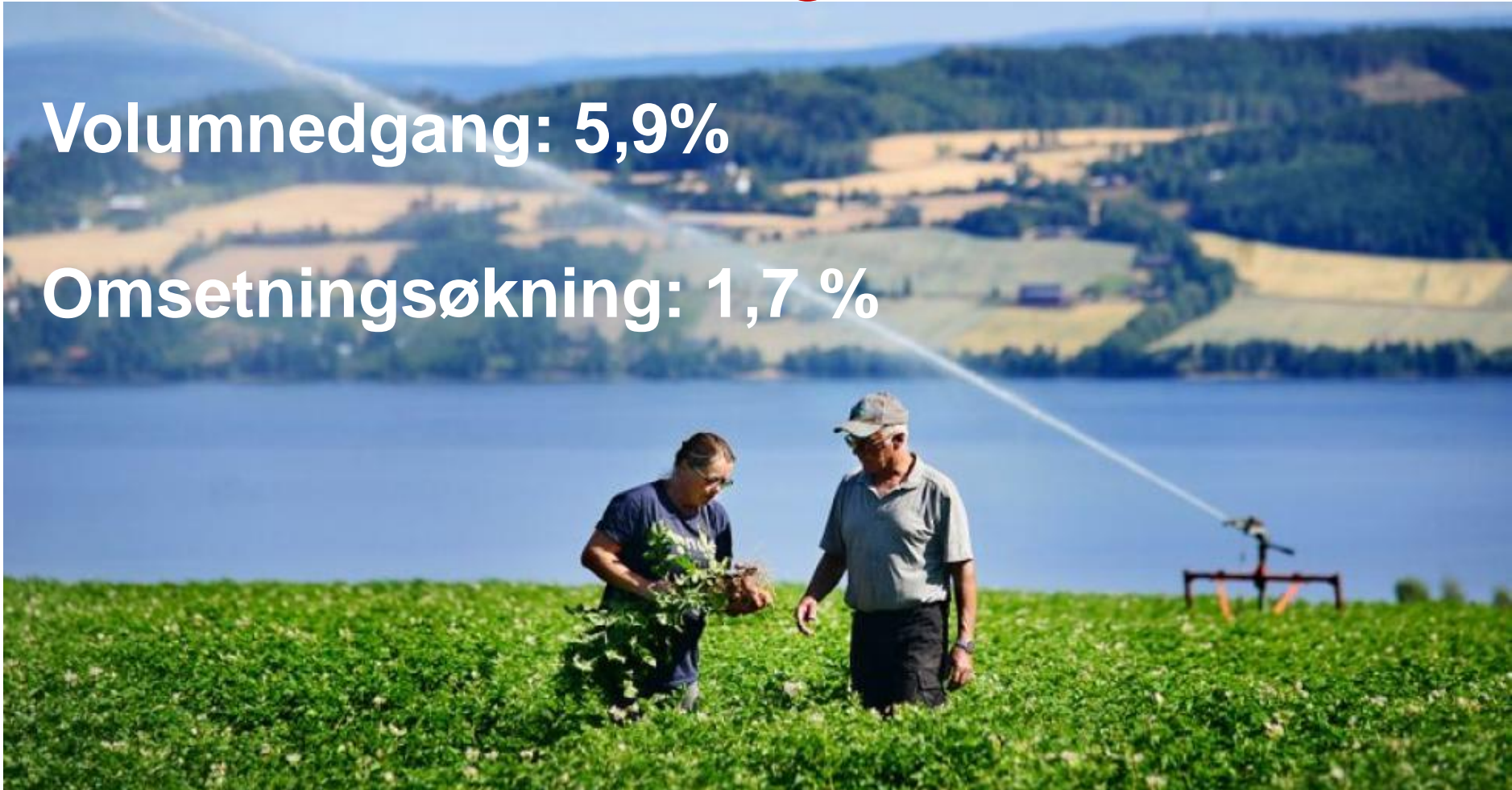
## Potensiale for omsetningsvekst 2016 - 2030



# KLIMA: Sesongen 2018/19

Volumnedgang: 5,9%

Omsetningsøkning: 1,7 %



# Stor importkonkurranse - men det går rett vei



FIV 20 AR

### Norskandeler

1998: 25 %

2018: 34 %



SARTNERHALLEN bāma



FIV 20 AR SARTNERHALLEN bāma



# Hardanger-lokomotivet:

Hva skal til?





Veksten kommer ikke av seg selv

Vi må rigge oss  
for videre vekst



# Fortsett å bygge merkevaren Hardanger

- **Kvalitet**
- Historie-fortelling
- Bevissthet på hva merkevaren står for
- Utnytt skaperkraft og stolthet



# Markedsbalansering - produksjonsplanlegging frukt



# PLANT RIKTIGE SORTER

*Gartnerhallen og Bama i felles langsiktig prosjekt*

Nye lovende sorter  
er under utprøving



# Investeringer i optimal lagring/pakking

- Lagringsteknologi
  - Utvidet sesong
  - Kvalitet
- Betjene markedet effektivt
- Produktutvikling - merverdi



*Jo nærmere vi er markedsdekning, jo viktigere er dette*



# Lønnsomhet for produsent

- Akseptabelt nivå på pakketrekk

- Høyest mulig **inntekt**:

Pris, volum, beholde kvalitet gjennom god lagring

Betjene markedet – effektiv pakking

Utvide sesong

Skape merverdi – kvalitetsdifferensiering,  
produktutvikling



# Sterke produsentmiljøer og godt samarbeid

- Kompetanse – kvalitet, lønnsomhet
- Samhold og inspirasjon
- Gjensidig støtte
- Sosiale og faglige møteplasser
- Rekruttering – unge offensive produsenter



Forhandlingsstyrke gjennom felles opptreden



Alle ledd i verdikjeden må tjene penger  
og vi må samarbeide tett

BAMA og dagligvarehandelen må gjøre  
jobben i distribusjon og butikk





# Robusthet mot tøffere klima og dokumentasjon av bærekraft

- Sorter
  - Vanning, grøfting, tunell
  - Ny teknologi
- 
- Bærekraft som konkurransefortrinn



# Sider

- GRATULERERER!!
- Veien videre?



# Gartnerhallen – dyrker godt liv

