

# Høring ny Strategiplan

Oppsummering kretser RU-Agro



**Nortura**  
bondens selskap

**Spørsmål** – Se for deg at du som tillitsvalgt får i oppdrag å besøke en ung bonde i nabobygga som er i ferd med å overta garden. De beste argumentene for å overbevise ham om at Nortura er riktig valg:

- Eierskap, bondens selskap, styres av bønder, stor innflytelse.
- Rådgiving, livdyr-omsetning, best på sosiale og faglige samlinger, nybrukerpakke, lammeringer og hjelp til finansiering.
- Høyest mulig betaling til bonden, lik pris, sikker avsetning for varene dine, mottaksplikt, like verdier og setter prisen.
- Arbeider bredt politisk for de beste betingelsene totalt og sikkerhetsnett for næringen.
- God service og fokus på dyrevelferd.
- Være tidlig i kontakt med rett person i Nortura
- KLF – Nortura samarbeider mer
- Nettverk

## Spørsmål – Hvordan skal Nortura og medlemmene sikre at bildet som vi skaper av norsk husdyrproduksjon faktisk stemmer og kan dokumenteres?

- KSL dokumentasjon og praksis må stemme overens og være likt for alle, men må være et krav, men trenger ikke mer papirarbeid og være med å utforme eventuelle nye krav og regler. I tillegg bør KSL innføres på ALLE gårder før nye krav kommer til.
- Bruke det vi er gode på som eksempel antibiotikabruken.
- Mattilsynet og næringa må ha samme virkelighet – snakke samme språk - trenger kursing/motivasjon for bonden. Forståelse for at dyrevelferd=større avkastning. Og ha dialog mellom bonde og slakteri. Stille høyere krav om en lager nye varemerker, og inkludering fra Nortura og info ut om ønsket oppnåelse. Betaling utfra det som man leverer.....
- Dyrevelferd – hvordan formulerer vi oss ut i media.
- Kontroll – egenrevisjon
- Besøksfjøs for troverdighet

**Spørsmål** – Dersom vi ønsker å forsterke kravene om dyrevelferd og dokumentasjon av dette ytterligere – hvordan bør vi da gå frem for å skape aksept og motivasjon for dette i tilførselsleddet?

- Kan dyrevelferd dokumenteres? Men produksjon må være i samsvar med regelverk, og være hjelpsom mot Mattilsynet ved inspeksjon, da Mattilsynet er legitimasjonen for at bonden leverer trygg mat. Trenger et pålagt besøk i året, kanskje da av en upartisk veterinær ansatt av alle slakteriene?
- Trenger å vise positiv og realistisk reklame fra stordrift, ikke bare idyll. Skape arenaer for forbrukere for å se produksjonen.
- Kanskje større hygiene-trekk
- Trenger gode medlemskontakter ute fra Nortura
- Trenger merpris på produkter som krever mer arbeid/dokumentasjon

## Spørsmål – Hvor sterkt bør Nortura bruke pris for å tilpasse produksjonen til markedet

gjennom året, selv om det til en viss grad «går på akkord med biologien»? Forutsetningen er at det er lønnsomt for totaliteten. Bør Nortura kreve lengre og mer bindende innmelding enn i dag?

Hva med Produksjonsstyring?

- Ja, bruk prisen aktivt for å få inn slakt til ønsket tid. Opp til 2 ukers innmelding på lam og gris, men beholde 5 uker på storfe. Men vanskelig å gå på akkord med biologien, og er skeptisk til produksjonsstyring.
- Gris må kunne styres bedre i hele verdikjeden. Konesesjonsgrensen på suger bør endres til levert smågris – da er dette en forutsigbar produksjon.
- Total lønnsomhet må kommuniseres bedre opp mot prisløype, og info om skyving mot kompensasjon – opp mot bonden. Men dette kan være negativt i tilførselmarkedet. Trenger samarbeid i næringa.
- Hasteslaktordningen er hellig, men skepsis til produksjonsstyring.
- Bruke mer alle registreringsbaser, som ku-kontroll, sauekontrollen etc.

## Spørsmål – Spesialvarestrømmene – hva kan eiere og selskap gjøre for å skape forståelse for denne utfordringen også i tida fremover?

- Utfordrer tradisjonell rettferdighetssans i samvirke
- Eier og ansatt må finne rett produkt som kunden vil ha
- Åpenhet om betingelsene i avtalene
- Nortura må tjene på det og at mangfold skaper mersalg og hindre import, øke lønnsomheten for Nortura og produsentene totalt.
- Må ikke ha konkurranse mellom eierne i Nortura
- Viktig med produktutvikling, også rask mat i hverdagen
- Må få ut rett info om dette i alle kanaler

**Spørsmål** – Hvordan, og på hvilke områder, skal vi klare å utnytte den fordelene vi har fremfor våre konkurrenter? Sagt på en annen måte: Hvordan kan eierne i større grad bidra som ambassadører for selskapet?

- Du er eier av Norges største slakteri og egg-distribusjon. Fornøyd eier = god ambassadør. Info om alt positivt som skjer.
- Snakke positivt om Nortura – misnøye må tas internt. Som eier må du tipse tillitsvalgte/ansatte om eierskifter og nye som starter opp.
- Frem snakke selskapet, kunnskap er makt, trenger gode argumenter, spesielt på diskusjoner om pris. Selskapet må levere!
- Spesielt god pris på varer til eiere som ønsker å profilere ved matbordet
- Viktig med aktiviteter i kretsene, og der øke forståelsen av at en er EIER av Nortura. Og fokus på samvirkebonden!
- Bruke facebook til å «skryte» av selskapet.
- Mer fokus mot butikk – spørre etter produkt og ha aksjoner mot forbruker



## Spørsmål – Hvordan bør hverdagssamvirket utvikles videre? Hva må vi være gode på i fremtiden for at unge bønder skal velge Nortura?

- Må være gode på å utvikle produkt fra bonden
- Best på pris – konkurransedyktig pris – gode rådgivere og flinke sjåførere. Og noen «skarpe karer» til brannslukking og nye brukere!!
- Unngå byråkrati og negativ omtale, være inkluderende og veilede
- Trenger samlinger for unge/nye bønder og kaffedrikker på bygda.
- Forvalte bondens ressurser på en god måte, og være åpne.
- Ordninger som fungerer, og at den enkelte føler seg velkommen!
- Være god i sosiale medier.
- Kanskje litt «festlig» omtale av det som skjer i fabrikkene?
- Egen bedrift – enkelt å være og bonden med respekt
- Flere gode folk på bygda – og kunne ta en telefon uoppfordret.