

Frost Forretningsutvikling

• Lønnsom vekst



Ryssland Projekt –

Slutrapport

04. desember 2006, Thomas Brustad och Erik Martin



Frost Forretningsutvikling AS

www.frostforretningsutvikling.no

Kontor Oslo:

Drammensveien 145 B
Postboks 405, 0213 Oslo

Kontor Trondheim:

Beddingen 8
7014 Trondheim

Innehållsförteckning

1.0	INLEDNING	3
2.0	BAKGRUND FÖR PROJEKTET	3
2.1	MEDLEMMAR I PROJEKTET	4
3.0	PROJEKT DEFINITION	4
3.1	AMBITION	4
3.2	MÅL	4
3.3	PROJEKT ORGANISERING	5
4.0	MARKNADS ARBETE	6
4.1	MARKNADS ANALYS	6
4.1.1	<i>Marknads situation</i>	6
4.1.2	<i>Import regim</i>	7
4.1.3	<i>Konkurrens situationen</i>	8
4.1.4	<i>Uppsummering – Megatrenderna i Ryssland</i>	9
4.2	MARKANDSDIALOG	10
4.2.1	<i>Process</i>	10
4.2.2	<i>Aktörsöversikt</i>	10
4.2.3	<i>Markandsarbetet</i>	11
4.2.4	<i>Sälj historia / Budskap</i>	12
4.2.5	<i>Insikt från marknadsresa</i>	12
5.0	OPERATIVT NÄTVERK	13
5.1	NÄTVERKSAVTAL	13
5.2	KUNDBETJÄNING	14
5.3	EXPORTFINANSIERING	14
6.0	UPPLÖSANDET AV NÄTVERKET	15
6.1	FÖRSLAG FÖR FRAMTIDEN	15
BILAGOR		
	MARKNADSRAPPORT FRÅN PRODUKT OCH PRIS UNDERSÖKNING I MOSKVA VÅREN 2005	
	PRESENTATIONSMATERIAL UNDER MARKNADSRESA	
	GARANTI INFÖR OFFSHORE FÖRETAG – GIEK	
	GARANTI VID ANVÄNDNING AV FINANSIELLT INSTRUMENT FRÅN DNB NOR	
	NÄTVERKSAVTAL	
BILAGOR VID BEHOV		
	ARBETSDOKUMENT FRÅN WORKSHOPS	
	REFERATETER FRÅN TELEFONMÖTEN	
	ANSÖKAN MARINT INNOVATIONS PROGRAM	

1.0 Inledning

FHF har finansierat enskilda projekt innanför pelagisk sektor som är koordinerat innanför pelagisk handlingsplan för FoU aktiviteter i perioden 2006 – 2008, ref. ”Handlingsplan for lønnsom verdiskapning av pelagisk råstoff”.

Innanför handlingsplanen har det legat föringar för en betydlig satsning på FoU aktiviteter som kunde bidra till ökad marknadsorientering för näringen. Samtidigt har det legat klara föringar knutet till ökat samarbete i strategiska marknadssatsningar och operativ samhandling i värdekedjan ut till marknaden.

Utifrån handlingsplanen har Ryssland projektets föremål varit att undersöka möjligheterna för att tillpassa den norska branschen den ryska marknaden för pelagiska produkter på ett mer professionellt sätt. Långsiktighet i relationer, ökad förädlingsgrad på produkter och gemensam produktutveckling mellan norsk producent och rysk vidareförädlingsbedrift har varit områden som projektet sökt insikt i.

2.0 Bakgrund för projektet

Den landbaserade delen av pelagisk sektor sliter med svag lönsamhet. Industrin är fragmenterad och präglas av volymorientering i hektiska säsonger då råstoffet är tillgängligt för flottans sida. Att flytta stora volymer på kort tid, både processmässigt i bedriften och försäljningsmässigt ut mot marknaden präglar branschen.

Processer som kan bidra till ökad strategisk tillnämning mot marknaden, ökad grad av affärsmässiga förpliktelser över värdekedjor och ökad fokus på strukturering i branschen bör eftersträvas. Nätverksprocesser – kluster/nätverksprojektet är ett verktyg för att nå ovan önskade effekter.

Den ryska marknaden är den största för sill och är utpekad som ett viktigt område där branschen måste söka förbättrad marknadstillnärmning i åren som kommer. Det förväntas en ändring i marknaden, i form av professionalisering, strukturering och införing av system och krav som gör marknaden mer lik marknader i väst. Det är också att förvänta att handelsutmaningar knutet till transaktioner, finansiering, tulldeklaration och matvarekontroller kommer att ändra sättet leverantörerna måste förhålla sig till marknadsaktören i Ryssland på, för att vara positionerad för framtiden. Handelsregimen mellan den pelagiska näringen i Norge och Ryssland måste förbättras för att inte utsättas för onödvärdigt angrepp från andra produktionsländer.

Pelagiskt forum har genomfört en utredning av den ryska marknaden i regi av Fiskeriforskning v/Frode Nilssen. Utredningen och aktörernas positionering i den ryska marknaden ger grund att räkna med att Ryska marknadens viktighet för den norska pelagiska sektorn kommer att ytterligare öka i åren som kommer.

Norge ser behovet för att arbeta koordinerat för att utveckla den norska pelagiska sektorn till mer konkurrenstillpassat och framtidsriktat, så att Norge upprätthåller den

goda positionen som tidigare är upparbetat och ytterligare förstärker denna. Norge har tidigare deltagit i öppnandet av mindre marknader med stor succé, för att så mista fotfäste då marknaden professionalisera och nya länder kommer in på leverantörs sidan.

2.1 Medlemmar i projektet

Projektledningen har styrts av konsult företaget Frost Forretningsutvikling AS v/ Partner Thomas Brustad och Erik Martin.

Medlems bedrifterna i nätverksprojektet var:

- Athena Seafoods AS v/Julia M. Anthonisen
- Hopen Fisk & Sild AS v/Aage Eriksen
- Lofoten Pelagiske v/ Paul Lillestøl
- Egersund Seafood v/ Egil Magne Haugestad

Aktörerna har olika roller i marknaden och kompletterar varandra på ett utfyllande sätt. Special kompetens inom lika områden som projektet behandlat har således kunnat lösas effektivt.

3.0 Projekt definition

3.1 Ambition

Ambition för Ryssland nätverket blev definierat som:

- Skapa ett nätverk av pelagiska bedrifter som önskar att arbeta strategisk långsiktigt med utveckling av den ryska marknaden för pelagiska produkter.
- Bidra till att Norge förblir dominerande leverantörsland för pelagiska produkter till Ryssland och samtidigt arbeta aktivt för att bygga marginer i marknaden genom aktiviteter som bygger betalningsvilja för utvalda produkter (segment).

3.2 Mål

Målen med projektet har varit:

- Affärsmässigt
 - Mer förädlade produkter
 - Få kontakt med nya kunder genom nya kanaler
- Konkurrens fördel
 - Komma förbi dagens importörer och längre ut i marknaden
- Ökad kompetens
 - Veta vad Ryssland vill ha för produkter och kunna möta den efterfrågan.

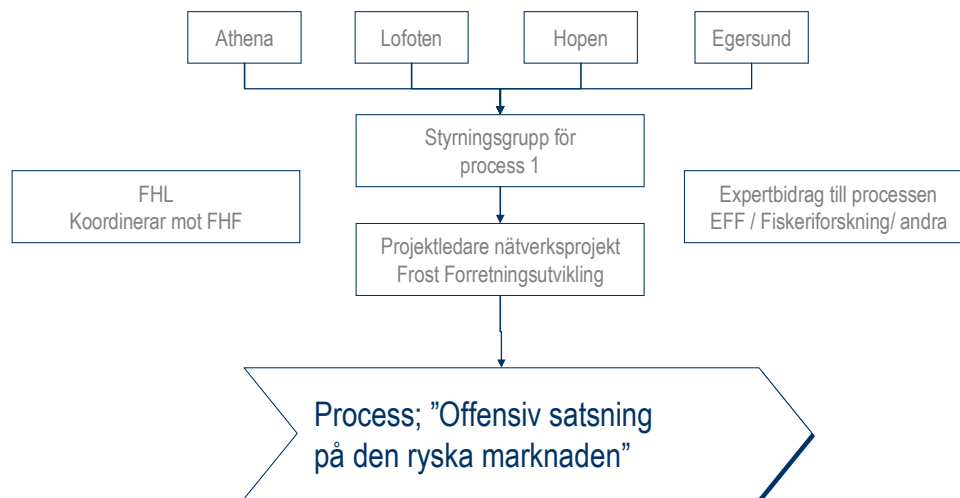
- Samarbete
 - Produktion vs. Sälj kunskap
- Lösa dagens problem
 - Alla säljer till alla kunder och man har inga "egna" kunder
 - I dag är det för många exportörer i förhållande till importörer
 - Det är lite strategiskt tänkande idag

Ovan mål har som hensikt att bidra till följande värde för projektet:

- Ekonomisk växt
 - Större margin genom ökad försäljning av förädlade produkter.
- Kompetens
 - Få bort spot mentaliteten och uppnå ökad förutsägbarhet.
- Samarbete
 - Samarbete främjar utveckling och växt.
 - Få med sig andra aktörer, exempelvis en finans institution.

3.3 Projekt organisering

Projektorganisering – överordnad



Projekt medlemmarna har samlats till en workshop en gång per månad under själva marknadskartläggningprocessen. När projektet operationaliserades de sista 6 månaderna genomfördes ett telefonmöte per vecka.

Agenda och struktur har tillrättalagts av Frost Forretningsutvikling medan medlems företagen via sina representanter har styrt riktningen processerna tagit.

4.0 Marknads arbete

Ryssland projektet delade upp marknadskartläggningen i 2 faser:

- Marknadsanalys
- Marknadsdialog

4.1 Marknads analys

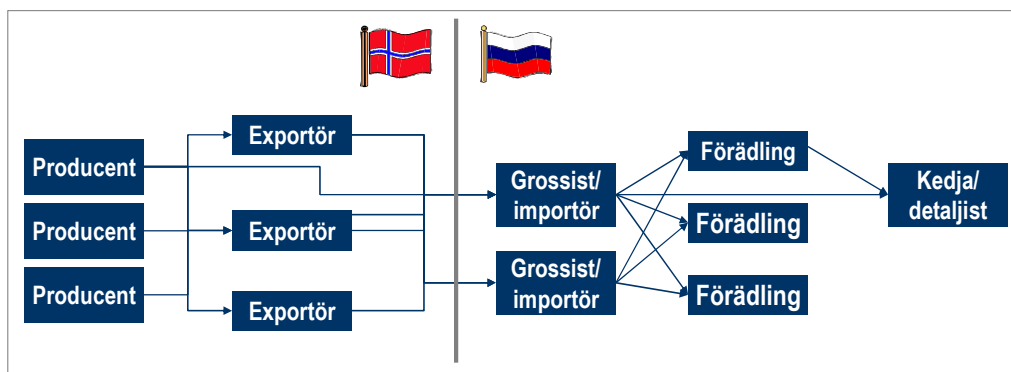
4.1.1 Marknads situation

Den ryska marknaden anses vara omogen och inte lika utvecklad som sill marknader i Västeuropa. Detta är inget som kommer att förbli utan en utveckling och professionalisering kommer att ske. Vi ser exempelvis i Polen att en förskjutning mot större grad av förädlade produkter sker vilket härstammar ifrån rationella produktionsmässiga och ekonomiska tankegångar. En slik utveckling kommer även att ske i de mindre utvecklade marknaderna över tid.

Idag erbjuds den norska råvaran generiskt flera gånger genom olika kanaler till samma kund. Detta faktum bidrar till ett lågt pris samt att inga exportörer kan säga att de har "egna" kunder.

Det är idag få och stora kunder som importerar till Ryssland. Dessa importörer har ofta ett flertal roller i marknaden; importör, grossist, transportör och förädlare. Över tid kommer rollerna att renodlas i det marknaden professionaliseras.

Så ser omsättningen ut - schematiskt



En central problemställning i projektet har varit varför mindre/mellanstora ryska producenter köper av en rysk grossist istället för en norsk exportör? Följande anledningar har visat sig vara argument som förklarar detta:

- Mindre aktörer önskar mindre volymer och oftare leveranser och därmed blir transaktions/transport kostnaden för hög vid direkt köp
- De mindre producenterna är avhängiga av krediter pga. av mangel på arbetskaptal. De ryska importörerna ger dem kredit, medan de måste betala up-front till norska exportörer.
- Genom att använda sig av ryska importörer uppnår de stabilitet och förutsägbarhet till en större grad.
- De mindre producenterna saknar eller har brist på fryslager.
- De mindre producenterna har liten eller ingen engelsk kunskap.

4.1.2 Import regim

Importregimen av sill till Ryssland innebär ett handelshinder för norska exportörer. Ryska staten tar ut avgifter/tull på importerad mängd sill och detta har i sin tur lett till etableringar av offshore företag. Dessa företag är registrerade i olika typer av skatteparadis och ägs indirekt av den ryska importören. Hensikten med dessa offshore företag är något tvetydig då informationen är något diffus kring området då det från ryssarnas sida handlar om att underhålla skatt för den ryska staten. En sak som dock är säkert är att offshore företagen bidrar till lägre import avgifter.

Att det inte finns några direkta förbindelser mellan offshore företag och importör gör att användandet av finansiella instrument är problematiskt. I dagens import regim går nämligen varorna till ett företag medan fakturan går till ett annat. I sig är detta inte det största problemet men faktumet att offshore företaget bara är ett skalbolag utan tillgångar gör att finansiella institutioner inte önskar gå i god för fakturering till dessa.

Importörernas sätt att gå runt avgifterna har medfört att Ryska staten infört referens priser. Dessa är för tiden:

- Referens priser:
 - Rund sill: pris \$1000 pr. ton
 - Flaps: pris \$1500 pr. ton
 - Filet: pris \$ 2000 pr. Ton

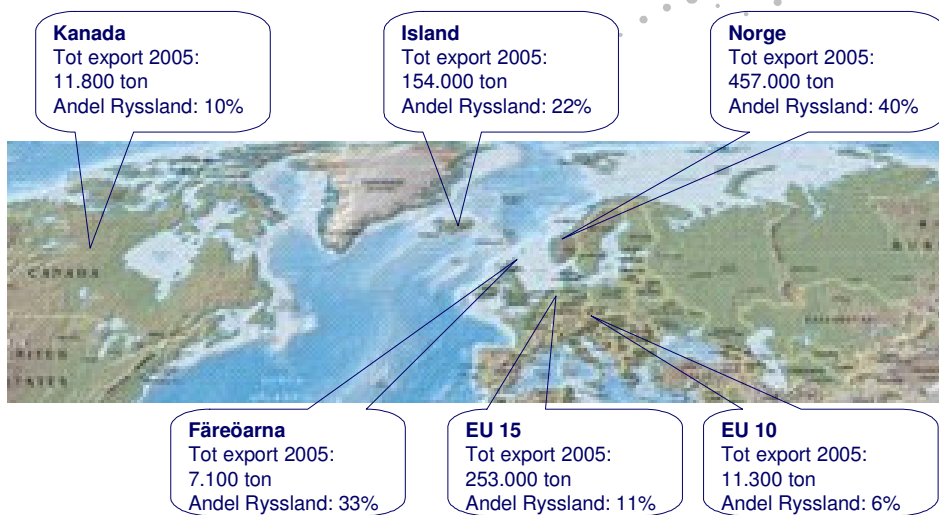
Referens prisernas betydelse och roll i Rysslands importregim är på väg att få mindre betydelse då referenspriserna den senaste tiden har rört sig närmare de faktiska markands priserna.

Väl att märka avslutningsvis är att vid ett eventuellt ryskt WTO medlemskap skulle dagens importregim försvinna och därmed dagens importbarriärer.

4.1.3 Konkurrent situationen

Norge är deciderat den största leverantören av sill till Ryssland.

Konkurrent situation - Atlantisk sill

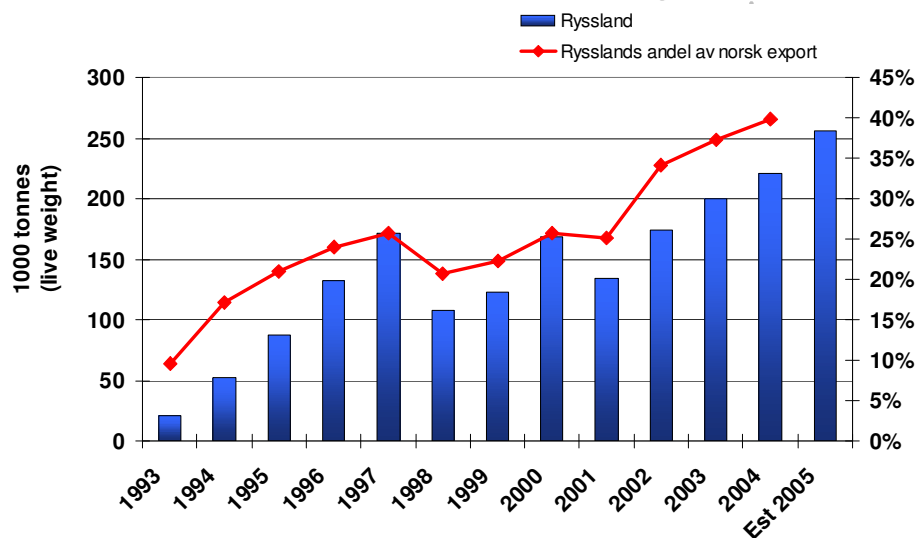


Frost Forretningsutvikling • Lønnsom vekst

Side 9

Samtidigt har växten i export till Ryssland lett till att Ryssland blivit den största marknaden för norsk sill.

Norsk sill export till Ryssland

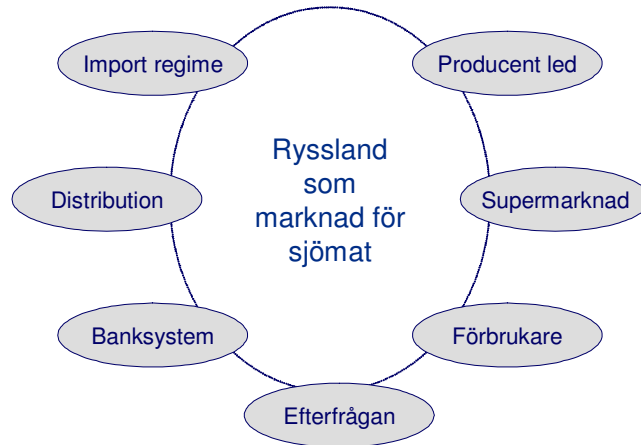


Frost Forretningsutvikling • Lønnsom vekst

Kilde: EFF
Intrafish.no; 050824

Side 5

Megatrender i Ryssland



- Import
 - Ej marknadstillpassat - offshore
 - Under utveckling – referens pris
 - Tull – söker värde skapning hemma
 - Komplex – special kompetens
- Banksystem
 - Hänger långt tillbaka – ej struktur (1500 st.)
 - Ej tillpassat international handel
- Förbrukare
 - Stor spridning i levstandard utveckling
 - Köpkraften har ökat dramatisk
- Produktion
 - Produktionsledet professionaliseras
 - Utvecklar avancerade produkter/märkesvaror
 - Avancerad maskinpark /bygger arb. kapital
 - Fortsatt förväntas betydlig strukturering
- Supermarknad
 - Retail sidan i rask omvälvning
 - Avancerade butiker i stark växt i de största städerna
 - Fortsatt mycket gammaldags
- Distribution/infrastruktur
 - Fortsatt gammaldags – men utvecklas
 - Frys kapacitet är inte längre ett viktigt hinder
 - Produktion/distribution fortsatt integrerat

- Efterfrågan
 - Ökad interesse for halv fabrikat – förädlade varor
 - Ökar starkt med ökad köpkraft hos förbrukare

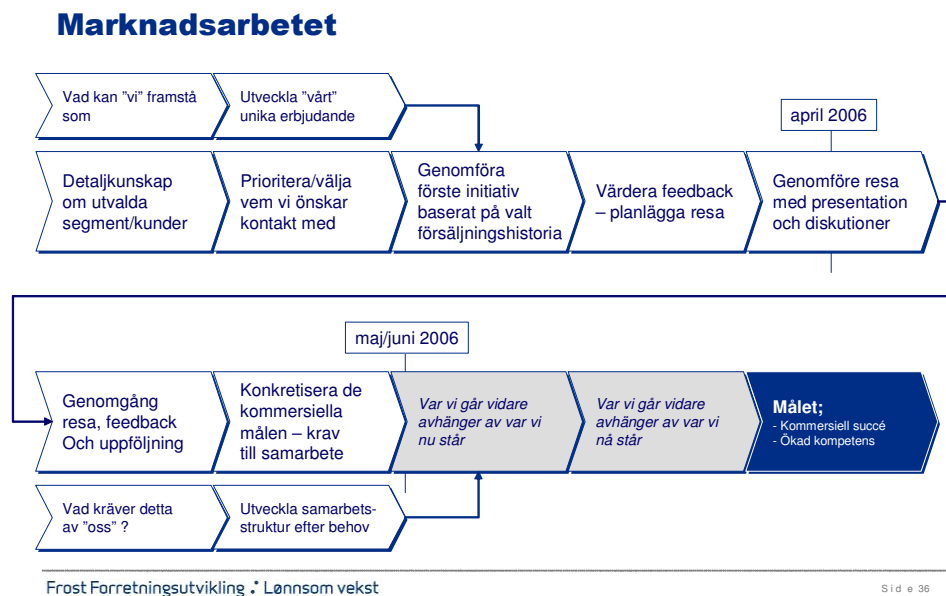
4.2 Markandsdialog

4.2.1 Process

Centralt i Ryssland projektet har varit att finna förädlings aktörer i Ryssland som delar projektets tankar som kan leda till långvariga relationer. Projektet definierade följande segment som 3 vägar in i den ryska markanden:

- Stora förädlare
- Förädlare i växt
- Region i utveckling, Nizhny Novgorod

Följande process har legat till grund för arbetet kring marknadsdialogen:



4.2.2 Aktörsöversikt

Då medlemmarna innan projektets start hade en viss handel med Ryssland fanns redan en viss kunskap om vilka aktörer som fanns i Ryssland. Dessa var dock i stor grad de stora importörerna medan projektet önskade att komma ett steg längre in i marknaden och komma i kontakt med förädlings bedrifter.

För att få en god översikt över vilka förädlings aktörer som fanns på marknaden gjordes en produkt/märkesvare och pris undersökning i 4 olika supermarknader i

Moskva (Sedmoi kontinent, Auchan, Perekrestok, Ramstore). Undersökningen gjordes gemensamt med EFF som hade lokala kontakter. Resultatet av undersökningen bidrog till en omfattande inblick i sortiment, antal märken och prisnivåer på sillprodukter i butikerna.

Baserat på ovan datainsamlingen gjordes sedan en kvalitativ genomgång av aktörerna på Internet där kontaktinformation, kommentarer och annan relevant marknads information inhämtades.

Med ovan inhämtad marknads information prioriterade projektet de aktörerna som man önskade komma i kontakt med.

Dessa aktörer var:

Moskva området:

- Meridian
- Raptika
- Marina
- AOS
- Mosrykombinat
- Biserovskij rybokombinat
- Pir O.G
- Poseidon
- Nepto (Zhemchuzhina Okeana)

St. Petersburg området:

- ROK 1
- Okean Trading
- Astro
- Baltijskij Bereg
- Saopik
- Defa

4.2.3 Markandsarbetet

Med fördjupad kunskap om Ryska marknaden var projektet redo för att starta dialogen med prioriterade aktörer. Man önskade besöka utvalda aktörer i Ryssland för att presentera nätverket och sina tankar.

Projektet anlidade en tolk i Moskva, Vladimir Ponomarev, som tog sig an kontakten med aktörerna i Ryssland och som bokade/planerade de mötena som man skulle ha. Vladimir var själv verksam i fiskindustrin vilket var centralt för att säkra att inte kommunikationen "generaliserades" då den översattes.

Projektet genomförde sin marknadsresa under april 2006. Projektet besökte följande aktörer i Moskva och St. Petersburg.

Moskva:

- Biservosky
- Raptika
- Russian Sea
- Marina
- Meridian

St. Petersburg:

- ROK 1
- Okean Trading
- Defa

I tillägg till ovan aktörer besökte nätverket supermarknaden Auchan i Moskva samt hade möte med resurspersoner inom ryska tullverket i St. Petersburg.

4.2.4 *Sälj historia / Budskap*

I dialogen med marknaden var det viktigt att tydliggöra och konkretisera de tankar som nätverket baserades på. Det var viktigt att dessa gjordes enkla och intuitiva så att dialogen men de ryska aktörerna handlade om hur man kunde uppnå fördelarna, och inte bruka tiden på att förklara och argumentera för själva budskapet.

Meningen med budskapet in i marknaden baseras på tanken kring samarbete och ökad dialog mellan rysk och norsk sida. Projektet utarbetade 3 stycken historier som presenterades för de ryska aktörerna:

- Effektivisera värdekedjan
 - Givet den omogna marknaden som Ryssland är finns det vinster att hämta i effektivisering av värdekedjan. Genom att sitta ner och diskutera utmaningarna på båda sidor kan förståelse för den andres situation etableras. Genom att vara ute i god tid med denna tankegång kan båda parter tjäna på ett slikt tankesätt.
- Kvalitet
 - Nätverkets medlemmar ligger unikt till i förhållande till råvaran samt har moderna fabriker – båda förutsättningar för att kunna bygga värden kring en bättre kvalitet. Kvalitet är för vidareförädlaren väldigt centralt och genom etableringar av kvalitetskrav internt i nätverket kan man komma närmre den ryska aktören, samtidigt som djupare samarbete kan etableras. Ett slikt tankesätt skapar såväl mervärde som stabilitet, men full utdelning får man först om Retail ledet deltar i kvalitetsbyggningen.
- Flexibel och samkörd leverantör
 - Nätverket består av medlemmar som har olika roller samt är geografiskt spridda. Nätverket kan med sina samlade krafter säkra en bättre leveransduktighet, erbjuda ett brett produktspektrum samt producera efter kundspecifika krav. Ett slikt tankesätt kan bidra till ökad stabilitet och förutsägbarhet.

4.2.5 *Insikt från marknadsresa*

Det generella intrycket från marknadsdialogen var att de ryska aktörerna var intresserade av de tankar nätverket presenterade. Aktörernas vardag är dock förhållandevis problematisk och oförutsägbar. Gapet mellan nätverkets tankar och så som Ryska marknaden opererar idag leder till insikten att Ryssland förmodligen inte är helt klara för nätverkets tankar. Utvecklingen i Ryssland sker dock oerhört fort och den som är tidigt på banan kommer oundvikligen att njuta av "first mover advantage".

Projektets erfarenhet visar att det både är tids och resurs krävande samt att man måste ha ett långt tidsperspektiv för att lyckas i Ryssland med sina tankar.

Mer specifik feedback från mötena i Ryssland är:

- Aktörerna är intresserade av halvfabrikat om det innebär längre hållbarhet på slutprodukten.
- Själva saltprocessen är billig att göra i Ryssland så vissa aktörer såg ingen fördel med att detta kunde ske i Norge. Andra aktörer var mer intresserade av halvfabrikat som är saltat då detta skulle innebära att de kunde ta bort 2 steg i sin produktion.
- Aktörerna upplever problem med storleken på sillen de köper. Innan de köper kontrollerar de själva storleken hos ryska leverantören för att vara säkra att de får den storleken de önskar. Importerar man själva mister man denna kontrollerings möjlighet.
- Många aktörer är intresserade av skinnfria filer men vet för lite om produkten och hur deras kostnader påverkas av en slik produkt.
- Vissa aktörer menar att det skulle bli för komplicerat att sortera sillbitar in i deras produktion.
- Samtliga aktörer är intresserad av en tätare dialog så att de kan säkra sig information från Norge.
- De större aktörerna var intresserade av "produkt märkning från Lofoten" om de fick exklusiv rätt till en sådan historia.
- Många aktörers infallsvinkel var att det är lättare att starta ett samarbete på ett nytt område, istället för att ändra på en existerande kundrelation.

5.0 Operativt nätverk

Med utgångspunkt i den marknadsdialog nätverket fört menade man att intresset från rysk sida var tillräckligt för att man borde satsa vidare på sitt initiativ. Följaktligen var tiden inne för att operationalisera nätverket.

Arbetet kring det operativa nätverket delades upp i följande delar:

- Nätverksavtal
- Kundarbete
- Exportfinansiering

5.1 Nätverksavtal

Ett nätverksavtal utformades som formaliserade samarbetet – se under "Bilagor".

5.2 Kundarbete

Det viktigaste för det operativa nätverket var arbetet mot de potentiella kunderna. Dialogen under sensommaren 2006 togs upp med de aktörerna som man besökt och information inhämtades kring deras tankar och behov för sill säsongen 2006/07. Utifrån denna dialog förfrågades kunderna om intresse för att besöka de norska producenterna under oktober/november.

I ett marknadsarbete där kunder bearbetas utkristalliserar det sig fort ett fåtal som är mer ivriga än andra och där tajningen passar bättre. De kunderna som nätverket förde mest dialog under hösten 2006 var:

- Baltisky Bereg
- ROK
- Russian Fish
- Defa

Baltisky Bereg visade stort intresse för sill lappar och besökte 2 av nätverkets fabriker i november 2006.

Per december 2006 hade nätverket förhandlat fram ett säsongs kontrakt med Baltisky Bereg på 1 000 tonn sill lappar.

5.3 Exportfinansiering

Problematik kring betalning/finansiering av export till Ryssland är ett återkommande problem. Nätverkets princip är att inte ge någon form av kredit till Ryssland och man har därför valt att försöka finna alternativ.

I den förbindelsen har nätverket fört en dialog med GIEK samt DNB Nor.

GIEK har idag kreditförsäkring på flera stora ryska sill importörer men det visar sig att dessa inte används av olika anledningar. En av anledningarna är att importörerna använder sig av sina offshore företag och därmed blir försäkringen värdelös. I dialogen med GIEK gav de dock nätverket ett utkast till en garanti som importörerna kan ställa framför sitt offshore företag. Garantin måste detaljutformas och godkännas av en välrenommerad advokatfirma i Ryssland för att den ska bli gällande. Se bilaga.

DnB Nor har per november 2006 godkänt följande banker i Ryssland:

Moskva:

- Sberbank
- Raiffeisenbank Austria
- Citibank
- Vneshtorgbank
- IMB
- Absolutbank
- Alfa bank

St. Petersburg:

- Bank Saint Petersburg
- Calyon
- Dresdner Bank

Under förutsättning att den ryska importören använder sig av någon av ovan banker kan således bankernas finansiella instrument användas. Detta kommer självklart an på exportvärde samt löptid på krediten, men detta måste ses på i vart enskilt fall. Se bilaga.

6.0 Upplösandet av nätverket

Ryssland nätverket upplöses per 31.12.2006 av flera grunder.

- Närverket möter motstånd i marknaden och ser att man inte får de genomslag som man hoppats. Ryska marknaden är fortfarande att karaktärisera som omogen och är inte helt redo för de mer avancerade och utvecklade tankarna som nätverket har. I tillägg kan sillsäsongen 2006/07 karaktäriseras som onormal och svår. Hot om import stopp av norsk sill, låga priser samt kreativa lösningar från andra norska leverantörer har medfört till att tajmingen varit dålig.
- Interna motstridigheter bland medlemmarna gör att fundamentet till nätverket ifrågasätts. Medlemmarna i nätverket har lite olika ambitioner som gör att problematik kring vad som ska ingå och vad som inte ska ingå i nätverket påverkar arbetet.

6.1 Förslag för framtiden

Under hösten 2006 såg nätverket på alternativa finansieringsmöjligheter efter att finansieringen från FHF/FHL och Pelagiskt Forum skulle ta slut. Nätverkets idéer och tankar överensstämde väl med dem som låg till grund för *Marint Innovations Program* från Innovation Norge och Frost Forretningsutvikling utarbetade en ansökan. Ansökanden sändes aldrig formellt in då nätverkets medlemmar önskade avsluta samarbetet men signaler från IN kring ansökan var positiv. Följaktligen är det fullt möjligt att ta upp ansökan framöver om ett nytt samarbetsinitiativ skulle tas.

Bilagor

Frost Forretningsutvikling

• Lønnsom vekst

Ryssland projektet – Översikt över Ryska aktörer

08. februar 2006



Frost Forretningsutvikling AS
www.frostforretningsutvikling.no

Kontor Oslo:
Drammensveien 145 B
Postboks 405, 0213 Oslo

Kontor Trondheim:
Beddingen 8
7014 Trondheim

Innholdsfortegnelse

1.0	INLEDNING	5
2.0	PRODUCENTER	6
2.1	RUSSKOJE MORE – RUSSIAN SEA	6
2.1.1	Varumärke	6
2.1.2	Produkter	6
2.1.3	Kunder	6
2.1.4	Prisexempel	7
2.1.5	Kontakt	7
2.1.6	Annat	7
2.2	MERIDIAN	8
2.2.1	Varumärke	8
2.2.2	Produkter	8
2.2.3	Kunder	9
2.2.4	Prisexempel	9
2.2.5	Kontakt	9
2.2.6	Annat	9
2.3	PROD KO	10
2.3.1	Varumärke	10
2.3.2	Produkter	10
2.3.3	Kunder	10
2.3.4	Prisexempel	10
2.3.5	Kontakt	10
2.3.6	Annat	11
2.4	ASTRO	11
2.4.1	Varumärke	11
2.4.2	Produkter	11
2.4.3	Kunder	11
2.4.4	Prisexempel	11
2.4.5	Kontakt	11
2.4.6	Annat	12
2.5	ROK	12
2.5.1	Varumärke	12
2.5.2	Produkter	12
2.5.3	Kunder	13
2.5.4	Prisexempel	13
2.5.5	Kontakt	13
2.5.6	Annat	13
2.6	OKEAN TRADING	13
2.6.1	Varumärke	13
2.6.2	Produkter	13
2.6.3	Kunder	14
2.6.4	Prisexemel	14
2.6.5	Kontakt	14
2.6.6	Annat	14
2.7	SANTA BREMOR	15
2.7.1	Varumärke	15
2.7.2	Produkter	15
2.7.3	Kunder	16
2.7.4	Prisexempel	16
2.7.5	Kontakt	16
2.7.6	Annat	16
2.8	MARINA	16
2.8.1	Varumärke	16
2.8.2	Produkter	16
2.8.3	Kunder	17

2.8.4	Prisexempel	17
2.8.5	Kontakt	17
2.8.6	Annat	17
2.9	5 MOREJ	18
2.9.1	Varumärke	18
2.9.2	Produkter	18
2.9.3	Kunder	18
2.9.4	Prisexempel	18
2.9.5	Kontakt	18
2.9.6	Annat	18
2.10	BISEROVSKIJ RYBOKOMBINAT	18
2.10.1	Varumärke	18
2.10.2	Produkter	18
2.10.3	Kunder	19
2.10.4	Prisexempel	19
2.10.5	Kontakt	19
2.10.6	Annat	19
2.11	NEPTO (ZHEMCHUZHINA OKEANA)	19
2.11.1	Varumärke	19
2.11.2	Produkter	19
2.11.3	Kunder	19
2.11.4	Prisexempel	20
2.11.5	Kontakt	20
2.11.6	Annat	20
2.12	PIR O.G	20
2.12.1	Varumärke	20
2.12.2	Produkter	20
2.12.3	Kunder	20
2.12.4	Prisexempel	21
2.12.5	Kontakt	21
2.12.6	Annat	21
2.13	POSEIDON	21
2.13.1	Varumärke	21
2.13.2	Produkter	21
2.13.3	Kunder	21
2.13.4	Prisexempel	21
2.13.5	Kontakt	22
2.13.6	Annat	22
2.14	SAOPIK	22
2.14.1	Varumärke	22
2.14.2	Produkter	22
2.14.3	Kunder	22
2.14.4	Prisexempel	22
2.14.5	Kontakt	23
2.14.6	Annat	23
2.15	AOS	23
2.15.1	Varumärke	23
2.15.2	Produkter	23
2.15.3	Kunder	23
2.15.4	Prisexempel	23
2.15.5	Kontakt	23
2.15.6	Annat	23
2.16	BALTIJSKIJ BEREG	24
2.16.1	Varumärke	24
2.16.2	Produkter	24
2.16.3	Kunder	24
2.16.4	Prisexempel	24
2.16.5	Kontakt	24
2.16.6	Annat	24
2.17	MOSRYKOMBINAT	25

2.17.1	Varumärke	25
2.17.2	Produkter	25
2.17.3	Kunder	25
2.17.4	Prisexempel	25
2.17.5	Kontakt.....	25
2.17.6	Annat.....	25

1.0 Inledning

Detta dokument är framtaget för deltagarna i "Ryssland projektet" i Pelagiskt Forum. Det har som ändamål att ge en översikt och information kring de producenter som projektet identifierat som intressanta framtidliga kunder / partners.

Informationen kring producenterna och deras produkter är inhämtad från 2 källor:

1. En marknadsundersökning gjord i Moskva i 4 st super marknader i november 2005; *Sedmoi kontinent, Auchan, Perekrestok, Ramstore*
2. En Internet undersökning där information kring producenterna är inhämtad från deras hemsidor och översatt – samt från annan tillgänglig information funnet på Internet.

Informationen kring producenterna är presenterad under följande rubriker.

- Varumärke – Namnet på det brand som producenterna säljer sina varer. Detta kan vara producentens egna namn, ett eget brand eller flera olika brand.
- Produkter – Här beskrivs de produkter som fanns i butikerna under undersökningen. Producenterna har förmodligen fler produkter än beskrivit här men utvalet från butiksundersökning ger en föring om vad för slags produkter producenten har.
- Kunder – Här beskrivs de kunder som producenterna själva säger att de har, samt i vilka kedjor de fanns i butiksundersökningen.
- Prisexempel – Detta kommer explicit från butiksundersökningen och priset på produkten är omräknat till kilo pris i norska kronor. Kursen som användes är NOK / RUR 23,32
- Kontakt – Kontakt info till producenten
- Annat – Information som kan vara intressant för att få en inblick i hur stor aktören är eller hur länge den existerat etc.

Frost Forretningsutvikling AS
Februari 2006

2.0 Producenter

2.1 Russkoje more – Russian Sea

2.1.1 Varumärke

- Islandka
- Stolitsjnaja
- Botsjkovaja seldj

2.1.2 Produkter

- Vakuumpakket i plast 250 gram (Botsjkovaja seldj)
 - Eddikmarinert med krydder
 - Lettsalted
- Aluminiumboks 115 & 1300 gram (Islandka / Russkoje more)
 - Sildfilet stk. I rødvinsaus
 - Storsild, spesielt salted
- Vakuumpakket i plastboks 115 – 250 gram (Stolitsjnaja)
 - Sild i dill
 - Sild i mayonese
 - Sild i olje
 - Sild i sennepsaus
 - Sild i tomatsaus
 - Sild med krydder, eddikkmarinert



2.1.3 Kunder

- Sedmoi kontinent
- Auchan
- Perekrestok
- Ramstore
- Kedjekunder

2.1.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sild i tomatsaus 250 gram

- Sedmoi kontinent 45,15
- Perekrestok 38,25
- Ramstore 29,79
- Auchan 33,77

2.1.5 Kontakt

Central Office:

(109240, г. Москва, ул.Николаямская, д.19, стр.1 - would suggest to write it in Cyrillic).

109240, Moscow, Nikolojamskaja str. 19, block 1

Tel: +7 (095) 788-09-93

Fax: +7 (095) 788-09-92

E-mail: rs@russiansea.ru

Production:

(142403, Московская обл., г. Ногинск, ст. Захарово)

142403, Moscow Region, Noginsk, Zaharovo station.

Tel: +7(095) 789-89-60

Fax: +7 (095) 775-41-58

E-mail: info@bfish.russiansea.ru

“Russkoe More - Delivery” – Moscow and Supermarket Chains (107553, г. Москва, ул. Амурская, д. 2)

107553, Moscow, Amurskaja str. 2

Tel: +7 (095) 589-19-80, 589-19-81

E-mail: info@frost.russiansea.ru

“Russkoe More - Delivery” – St. Petersburg and North-West Russia

(198035, г. Санкт-Петербург, ул. Невельская, д.7)

198035, St. Petersburg, Nevelskaja str. 7

Tel.: +7 (812) 259-89-56, 259-89-49

Fax: +7 (812) 259-89-56

E-mail: info@spb.russiansea.ru

<http://www.russiansea.ru/>

2.1.6 Annat

Rankad som nummer 2 bland de främsta fiskproducenterna av förädlad sill i 2004.

Är certifierade att exportera till EU och satsar på stort sortiment med många olika recept

Kunder till Russian Fish Company:

- Fisk förädling och fabriker:
 - **Vostok**, Voronezh
 - **Synthez**, Voronezh
 - **Marina**, Moscow
 - **Kurskrybtorg**, Kursk
 - **Firma Sever**, Kirov

- **Atlantrybtorg**, Omsk
- **Aquatoriya+**, Tver
- **Baltiysky Bereg**, St. Petersburg
- **Delsi-C**, Krasnoyarsk
- **Nizhegorodsky Kupets**, Nizhny Novgorod
- **Bashmoreprodukt**, Ufa
- **Belgorod Ryba**, Belgorod
- **Ryba, trading house**, Saransk
- **Moreprodukt**, Kurgan
- **Interatlantic Breeze**, Ekaterinburg
- **Chelyabinsk Fish-Processing Factory, trading house**, Chelyabinsk

Kommentar från DEFA: Veldig bra produsent. Verdt å samarbeide med i flg, Defa

2.2 Meridian

2.2.1 Varumärke

- Meridian

2.2.2 Produkter

Har over 400 produkter baserat på en rad olika fiskarter

Modern fisk produktion med utrustning från Japan, Tyskland, Italien och Korea

- Plastikkboks (rund) 175 gram
 - Filet stk. i olje med einerbær
 - Filet stk. i olje med hvitløk
 - Filet stk. med meksikansk krydder
- Vakuumpakket 340 el. 386 gram
 - Helsild, eddikmarinert med krydder
 - Helsild, lettsaltet
- Vakuumpakket i plast 200 el. 300 gram
 - Lettsaltet med krydder
 - I olje med einerbær
 - Med hvitløk og olje



2.2.3 Kunder

- Perekrestok
- Ramstore
- Mer än 650 kunder i Moskva med omhäng.
- Refererar till följande som Partners; Perekrestok, Sedmoi kontinent, Alye Parusa, Paterson, Ramstore, Stolica, AB

2.2.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sild i olje med einerbær 200 gram

- Pekrestok 37,90

Pris NOK / kg: Lettsalted med krydder 300 gram

- Ramstore 47,16

2.2.5 Kontakt

Russia, Moscow 125599
Ul. Izhorskaja 7
Tel. 486 47 01
Fax. 486 47 47

Commercial director:

+7 095 486 47 14

Email: sales@meridian.ru

Procurement director:

+7 095 486 72 89

Email snab@meridian.ru

Marketing director:

+7 095 486 47 74

Email: marketing@meridian.ru

Wholesale and regional sales department

+ 7 095 486 47 31; +7 926 524 44 87 (mobile)

email opt@meridian.ru

www.meridian.ru

2.2.6 Annat

Storlek

- 8.400 kvadrat meter med produktion
- Lagerkapacitet på 15.000 tonn fisk
- Produktion sedan 1984 och en av de största fisk förädlingsföretagen i Ryssland i dag.

Implementerat kvalitets system HACCP

Menar deras styrka är; Moderna frysutrustning, datoriserat kontroll system, strikta veterinär kontroller, pålitliga kontakter

Kommentar från DEFA: Veldig bra og velrenommert produsent – god produksjons anlegg. Verdt å samarbeide med i flg, Defa

2.3 Prod Ko

2.3.1 Varumärke

- Raptika
- Viking

2.3.2 Produkter

- Aluminiumboks 125 gram (Raptika)
 - Sild i vinsaus
 - Sild med krydder
 - Sild med sopp
 - Sild i hvitvin
 - Sild i krydret olje "Raptika"
- Plastikkboks 170 gram (Raptika)
 - Sild med krydder
 - Sild i hvitvinsaus
 - Sild i krydret olje "Raptika"
 - Sild med krydret saus
- Aluminiumboks 125 gram (Viking)
 - Sild i "viking" saus
 - Sild i eddikkmarinert med krydder



2.3.3 Kunder

Siktar på "premium" segment

Raptikas konsumenter är icke konservativa och gillar att prova nya dyra varor.

- Sedmoi kontinent
- Auchan
- Perekrestok
- Kedjekunder

2.3.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sild i vinsaus (aluminiumboks 125 gram)

- Sedmoi kontinent 71,44
- Auchan 54,65
- Perekrestok 74,25

2.3.5 Kontakt

Office:
(105230 Москва, 2-й Ирининский пер., 3/5)
105230 Moscow, 2nd Irininskij per., 3/5
Tel./fax: +7 (095) 926 4783 / 84 / 85 / 86
E-mail: info@prodko.ru

<http://www.prodko.ru>

Address: Amurskaya str. 2, 107553 Moscow, Russia
Tel./ Fax: +7 905 7817939
Email: info@raptika.ru

2.3.6 *Annat*

Storlek

- Etablerar i 2001
- Ca: 90 ansåttlda
- Rankad som nr 3 bland sill förädlings företagen i Ryssland i 2004

Fabriken r EEC sertiflerad.

Kper "skin-on butterfly" sillfileter från Norge og använder endast den sillen som fngas under hsten pga fettinnehllet.

Kommentar från DEFA: Mener at det er ikke så store – de bruker 60-80 tonn sildelapper pr uke.

2.4 **Astro**

2.4.1 *Varumärke*

- Astro

2.4.2 *Produkter*

- Plastikkboks 200 gram
 - Sild i olje med krydder
 - Sild i hvitsaus
 - Sild i sennepsaus
 - Sild i vinsaus
 - Sild med dill i olje
 - Sild med rkt smak



2.4.3 *Kunder*

- Ramstore

2.4.4 *Prisexempel*

Pris NOK / kg: Sild i sennepsaus

- Ramstore 44,89

2.4.5 *Kontakt*

"ASTO" in St Petersburg OOO "LineService"

Address:

Strelna, ul. Nizhnaja doroga, 2

Tel (812) 421-48-37, (812) 421-31-90

Tel./Fax: (812) 421-33-44

E-mail: asto@peterstar.ru

Sales representatives:

Moscow
OOO "Line Service M"
Moscow, Urlovskij pr., 14-A
Tel (095) 404-91-88
Tel./Fax: (095) 903-80-39
E-mail: nacdelmoscow@mtu-net.ru

St Petersburg
OOO "Protey"
Strelna, Nizhnjaja doroga, 2
Tel./Fax: (812) 421-31-89
E-mail: protey73@yandex.ru

www.astofish.com

2.4.6 Annat

Etablerat i 1996 och ledande inom den nord västliga regionen av Ryssland.
Lanserade sin sill produktion i 1999

Kommentar DEFA: De bør være oppe med store produsenter da de er store i laks og virkelig voksende i sild. En god produsent lokalisert i St.Petersburg. Kanskje bra å satse på. Defa leverer til dem i dag og han selv foreslo at han kunne presentere prosjektet for dem da de er en av hans gode kunder. De er greie å handle med – åpen for nye ting - "flexible".

2.5 ROK

2.5.1 Varumärke

- Arletta
- Matje
- ROK



2.5.2 Produkter

- Vakuumpakket i plastboks 240 gram (Arletta)
 - Sildfilet i olje
- Plastboks (rund) 250 el. 460 gram (Matje)
 - Sild i sennepsaus
 - Sild med krydder
 - Sild med paprika
 - Sild i hvitvinsaus
 - Sild i rødvinsaus
 - Sild lettsaltet med paprika
 - Sild med dill i olje
 - Sild lettsaltet med røkt smak
- Aluminiumboks 1300 gram (ROK)
 - helsild lettsaltet
 - storsild, spesielt salted
- Vakuumpakket 325 gram (ROK)
 - helsild kaldrøyt
 - helsild lettsaltet



2.5.3 Kunder

- Auchan
- Perekretsok
- Ramstore

2.5.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sild i sennepsaus (plastboks 250 grm, Matje)

- Auchan 32,32
- Perekrestok 44,22

2.5.5 Kontakt

N/A

2.5.6 Annat

Kommentar från DEFA: Lokalisert i St.Petersburg – har mange varianter men ikke så store på sildelapper. Kanskje 150 tonn pr måned.

2.6 Okean Trading

2.6.1 Varumärke

- Okean TPK
- Eksklusive assorti
- Prigran premium
- Prigran 3000

2.6.2 Produkter

Modern produktion med flera produktionslinjer som säkrar "nonstop" produktion

Fiskprodukter främst från sill, i tillägg till andra sjömatprodukter

Ca 30 sill produkter i olika storlekar och smak

- Vakuumpaket i plastboks, 260 gram
 - Lettsalted sildfilet i olje med krydder
- Vakuumpaket i plastboks (ovallform), 170 gram (Prigran)
 - Sildfilet stk.i olje i hvitsaus og med sjampinjonger
 - Sildfilet stk.med torskerogn
 - Filet stk.i olje med marinerte agurker og hvitsaus
 - Filet stk.i olje med salatsaus og chilisau
 - Filet stk.i olje med hvitsaus og sjampinjonger



2.6.3 Kunder

Har kunder från St. Petersburg till Vladivostok (Stilla havet)

- Perekretsok
- Sedmoi kontinent
- Kedjekunder

2.6.4 Prisexemel

Pris NOK / kg: Filet stk.i olje med hvitsaus og sjampinjonger, 170 gram

- Perekretsok 72,02
- Sedmoi kontinent 93,15

2.6.5 Kontakt

St Petersburg

196608 St Petersburg, Pushkin
Podbelskogo shosse, 5
(Подбельского ш. д.5)
e-mail: seafood@quantum.ru

Sales department

tel/fax:+7(812) 449-81-63
tel.: +7 (812)476-64-77

Regional sales department

tel: +7(812) 449-81-62

Marketing department

tel: +7 (812) 476-64-77

Subsidiaries:

Moscow

tel: +7 (095) 743-89-47
tel: +7 (095) 743-89-50
e-mail: gusakov@seafood.ru
e-mail: okeanm@mail.ru

<http://www.seafood.ru>

2.6.6 Annat

Storlek

- Rankad som nummer 6 i Juli 2004
- 400 anställda
- Etablerad 1997 – ”Ledaren inom rysk fisk förädling”

Exporterar till Tyskland sedan 2002

Lanserade den 22 aug 2005 ett nytt sill-brand ”Mecenaty” som säljs i 170 grams förpackningar

Kommentar från DEFA: Meget bra produsent lokaliserat i St.Petersburg. Gode kvalitet på produkter. Ikke så stor, 60-80 tonn sildelapper pr uke kanskje.

2.7 Santa Bremor

2.7.1 Varumärke

- Matias
- Morjatsjok
- Santa Bremor

2.7.2 Produkter

- Vakuumpakket i plastboks 250-500 gram (Matias)
 - Sildfilet i hvitløksaus
 - Sildfilet lettsaltet
 - Sildfilet med hvitløk
 - Sildfilet med krydder
 - Sildfilet original
 - Sildfilet med røkt smak
 - Sildfilet med krydder
- Vakuumpakket i plast 150 – 250 gram (Morjatsjok)
 - Sildfilet lettsaltet
 - Sildfilet røkt smak
 - Sildfilet eddikkmarinert med krydder
- Glass 240 rl. 490 gram (Santa Bremor)
 - Rulader av sildfilet med agurk
 - rulader av sildfilet med ost
 - Rulader av sildfilet med strandkål
 - Rulader med løk



2.7.3 Kunder

- Sedmoi kontinent
- Auchan
- Perekrestok
- Ramstore
- Kedjekunder

2.7.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sildefilet (vakuumpakket i plastboks) med krydder 250 gram

- Sedmoi kontinent 35,44
- Auchan 36,66

Pris NOK / kg: Sildefilet (vakuumpakket i plastboks) eddikkmarinert med krydder 250 gram

- Perekrestok 42,63

Pris NOK / kg: Ruletter av sildfilet med agurk 300 gram

- Ramstore 47,88

2.7.5 Kontakt

N/A

2.7.6 Annat

Santa Bremor är en stor producent som producerar i Vit ryssland

Kommentar DEFA: Disse er desidert det største produsent i Russland selv om de produserer i Belorussia.

2.8 Marina

2.8.1 Varumärke

- Marina

2.8.2 Produkter

- Förädlade sillprodukter
 - Sildefilet i tomatsås, plastförpackning 220 gram
 - Sildefilet i mariand, plastförpackning 220 gram
 - Sildefilet i olja, plastförpackning 220 gram
 - Sildefilet i vinsås, plastförpackning 250 gram
 - Sildefilet i senapssås, plastförpackning 250 gram
 - Sild, rund plastförpackning 1,3 kg
 - Sildbitar, saltad plastförpackning 400 gram
- Vakuumpakket i plastboks 220 el. 1300 gram
 - Sild lettsaltet
 - Sildefilet lettsaltet



2.8.3 Kunder

- Auchan
- Kedjekunder

2.8.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sildfilet lettsalted 220 gram

- Auchan 29,31

2.8.5 Kontakt

Russia, Moscow
Ul. Veshnih Vod 6, block 2
Tel.: +7(095) 182 95 16, 183 02 65
Email: info@marinafish.ru

Manager for clients in Moscow and Moscow region:
Suvanov Mavleddin
Ponomarev Andrey
742-80-48, 742-80-89, E-mail: marinadiler@yandex.ru

Contacts:
Sales department, director:
Smirnov Aleksey
E-mail: trade@marinafish.ru
742-80-48, 742-80-89

Department for chains:
VIP clients manager:
Pavlov Sergey
742-80-48, 742-80-89, E-mail: vip@marinafish.ru

www.marinafish.ru

2.8.6 Annat

Rankad som nummer 5 i juli 2004

Kommentar DEFA: stor produsent i Moscow. De bruker en del lapper fra Island. God vekst potensiale. Defa leverer til dem i dag og han selv foreslo at han kunne presentere prosjektet for dem da de er en av hans gode kunder. De er greie å handle med – åpen for nye ting "flexible".

2.9 5 morej

2.9.1 Varumärke

- 5 morej

2.9.2 Produkter

- 260g aluminiumsboks,
 - Sild med krydder i olje

2.9.3 Kunder

- Sedmoi kontinent

2.9.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sild med krydder i olje

- Sedmoi kontinent 36,14

2.9.5 Kontakt

N/A

2.9.6 Annat

Kommentar DEFA: Dette varemerke / produsent kjente han ikke og dermed mente han at det var ikke noe å satse på.



2.10 Biserovskij rybokombinat

2.10.1 Varumärke

- Biserovo

2.10.2 Produkter

- Vakuumpakket i papirboks, 200 gram
 - Sild i vineddikk

15 st sill produkter i storlek 200 gram till 1,3 kg.

Sill produkterna säljs i plast förpackningar



2.10.3 Kunder

- Auchan

Upplysta Retail kedjor: Metro, Sedmoi kontinent, Aushan, Marktkauf, Perekrostok, Ramstore

Mer än 250 kunder i Moskva regionen

2.10.4 Prisexempel

Pris NOK / kg:

- Sedmoi kontinent 31,13

2.10.5 Kontakt

Moscow region,
Noginskij rajon, p/o Biserovo

Tel: +7 (095) 702-9031; +7 (251) 6-5268; (251) 6-5860
Sales department: +(095) 702-9039

E-mail: biserovo@aha.ru

<http://www.biserovo.ru/>

2.10.6 Annat

Kommentar DEFA: Liten, ubetydelige

2.11 Nepto (Zhemchuzhina Okeana)

2.11.1 Varumärke

- Nepto

2.11.2 Produkter

- Vakuumpaketet i plastboks, 220 gram
 - Sild "på mexikansk" med krydder
 - Sild i mayonese
 - Sild i olje med krydder "på svensk"
 - Sild i sennepsaus
 - Sild i vineddikk "på islandsk"

2.11.3 Kunder

- Achan
- Ramstore



2.11.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Sild i sennepsaus

- Auchan 29,31
- Ramstore 41,49

2.11.5 Kontakt

+7 (095) 458 60 10, 458 60 17

email: info@nepto.ru

“Zhemchuzhina Okeana”

144001, г. Электросталь, Рабочая ул., д. 35

т.: +7(257)73644

т.: +7(257)73644

www.nepto.ru

2.11.6 Annat

Rankad som nummer 8 av sild förädlare i juli 2004

Kommentar DEFA: denne mente Denis var ikke en vekst produsent – faktisk han mente at de var på vei ut. Det hadde nylig vært en endring i eierskap.

2.12 Pir O.G

2.12.1 Varumärke

- Okeanika
- Marianika

2.12.2 Produkter

Över 100 produkter

- Vakuumpakket, 364 gram
 - Helsild lettsaltet

2.12.3 Kunder

- Perekrestok

Nämner följande som partners: Perekrostok, Stolica, Karavan, SPAR, Cexar Park, Okraina, Mortadel, Vesta SA, Kontex Torg, Samohval, Mosexpo, Mamonovskoe



2.12.4 Prisexempel

Pris NOK / kg: Hetsild lettsaltet

- Perekrestok 24,26

2.12.5 Kontakt

141033 Moscow region,
Mytishinskiy region,
Poselok Pirogovskij, ul. Fabrichnaja 1
Tel/Fax: 583-36-30, 730-65-13
email: oceanika@list.ru

<http://7306513.095.ru/>

2.12.6 Annat

Sortiments utökning och utökning av den teknologiska förädlings processen är fokus för framtiden

Kommentar DEFA: Liten producent i Moscow

2.13 Poseidon

2.13.1 Varumärke

- Tsar Riba

2.13.2 Produkter

- Sildprodukter
 - Sildfilet i stark tomat sås, 150 gram
 - Sildfilet i vinsås, 150 gram
 - Sildfilet i senapssås, 150 gram
 - Sildfilet i majonais, 150 gram
 - Sildfilet med lök, 150 gram
 - Sildfilet med paprika, 150 gram
 - Sildfilet i olja, rökt, 150 gram
 - Sildfilet i tomatsås med krydder, 150 gram
 - Sildfilet i senap med lök och paprika, 150 gram

2.13.3 Kunder

N/A

2.13.4 Prisexempel

N/A

2.13.5 Kontakt

Russia, 123364, Moscow
Ul. Svobody 48, block 1
Tel./Fax: +7(095) 497-01-80,
497-0198, 497-0796,
961-2647, 961-26-48.

Head of retail:

Zuikov Oleg

OZuikov@poseidon-fish.ru

Commercial Manager:

Korj Nikolay

NKorj@poseidon-fish.ru

General Director:

Petrukhin Sergey

SPetrukhin@poseidon-fish.ru

Marketing Director:

Trubnikova Natalia

NTrubnikova@poseidon-fish.ru

<http://www.poseidon-fish.ru/>

2.13.6 Annat

Rankad som nummer 4 i Juli 2004

Kommentar DEFA: Denne produsenten er ikke stor – Defa mener den er veldig liten. Ikke noe å tenke på i flg.ham.

2.14 Saopik

2.14.1 Varumärke

N/A

2.14.2 Produkter

- Sill bitar, kalrökt 100 – 150 gram
- Sill filet bitar 100 gram
- Sill i marinad i plast förpackning 200, 250 el 500 gram
 - Lök, senapssås, stark win sås, vilöks, i dilllake, Mexikansk smak, Svensk smak, i olja med oliver.

2.14.3 Kunder

N/A

2.14.4 Prisexempel

N/A

2.14.5 Kontakt

Sofijskaja ul. 8, block 2
tel./fax: +7 (812) 269-95-13;
tel: +7 (812) 701-95-02
E-mail: info@saopik.spb.ru

www.saoptik.spb.ru

2.14.6 Annat

Etablerad 1991 och har producerat sedan 1997

Kommentar DEFA: Produsent i St.Petersburg som bare skal ha det billigste råvarer, og heller ikke er punktlig med betaling. Han anbefaller dem ikke.

2.15 AOS

2.15.1 Varumärke

N/A

2.15.2 Produkter

- Över 120 olika produkter
- Liten pelagisk del

2.15.3 Kunder

- HoReCa i Moskva
- Perekrostok, Ramstore, Patersen, Ostrova, URS, Holding Center
- Duty Free stores in international airports.

2.15.4 Prisexempel

N/A

2.15.5 Kontakt

Tel. +7 (095) 739 26 77, 739 26 99, 334 68 46, 334 68 83
Email: fish@aoc.ru

www.aoc.ru

2.15.6 Annat

Etablerat i 1995 och sedan 1997 är huvudfokus produktion av delikates fisk produkter

Kommentar DEFA: En liten produsent med veldig høy kvalitet på produkter.

2.16 Baltijskij Bereg

2.16.1 Varumärke

N/A

2.16.2 Produkter

- Sill produkter: Plast burk 200 gram
 - Sild filet bitar i 4 varianter

2.16.3 Kunder

Största grossister och retail kedjor i mer än 22 städer i Ryssland

Har ett aktivt fokus på retail kedjor.

2.16.4 Prisexempel

N/A

2.16.5 Kontakt

Address:

ZAO "Baltijskij Bereg" (AS)
195009, Russia, St Petersburg
ul. Mineralnaja. 29, bl. 2

ZAO "Baltijskij Bereg Moscow"
143420 Moscow Region,
Krasnogorskij region,
Goljevo, "Moscoophoztorg"

Email: baltbereg@mail.dux.ru

Procurement: baltbereg@mail.ru

Cities sales: beregorp@mail.ru

Regional sales: regionsale@baltbereg.com

www.baltbereg.com

2.16.6 Annat

Storlek

- Etablerades i 2000
- Över 300 anställda

Kommentar DEFA: En stor produsent som vokser fort så kanskje noe å ta med. Han mener at de bruker 200 tonn sildelapper pr måned.

2.17 Mosrykombinat

2.17.1 Varumärke

N/A

2.17.2 Produkter

Över 20 varianter av sild produkter

2.17.3 Kunder

Auchan

2.17.4 Prisexempel

N/A

2.17.5 Kontakt

Address:

Moscow

1-ij Varshavskij proezd, 2

Tel: +7 (095) 111-81-96; 111-84-85

www.gupmrk.ru

2.17.6 Annat

Storlek

- En av de äldsta förädlingsföretagen i Ryssland
- Förädlingskapacitet på 3.000 ton
- Fryslager för 10.000 ton

Kommentar DEFA: en god produsent men Defa har ikke noe god kontakt med dem.



Russian Project

April 2006

Norway – world leader in Atlantic Herring

Absolutely the biggest in volume – unique quality

Canada

Tot export 2005:
11.800 Tons

Island

Tot export 2005:
154.000 Tons

Norway

Tot export 2005:
457.000 Tons



Faroe Islands

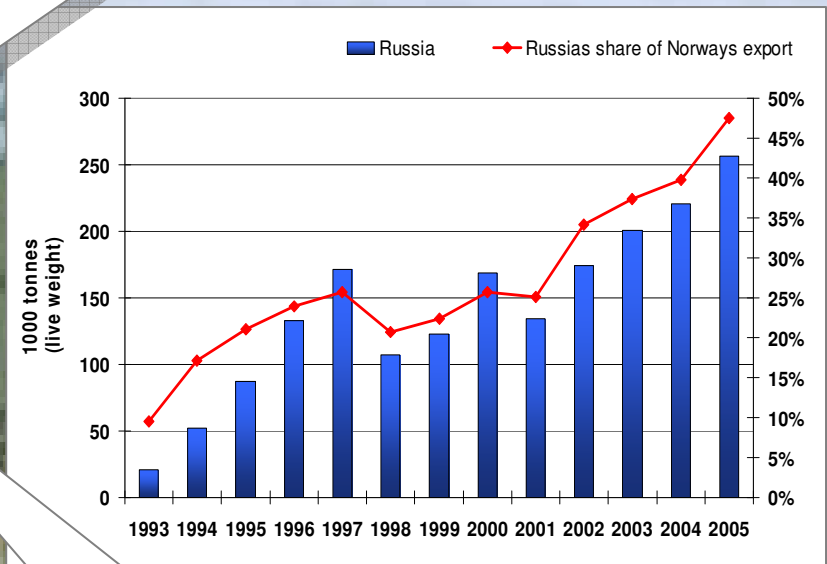
Tot export 2005:
7.100 Tons

EU 15

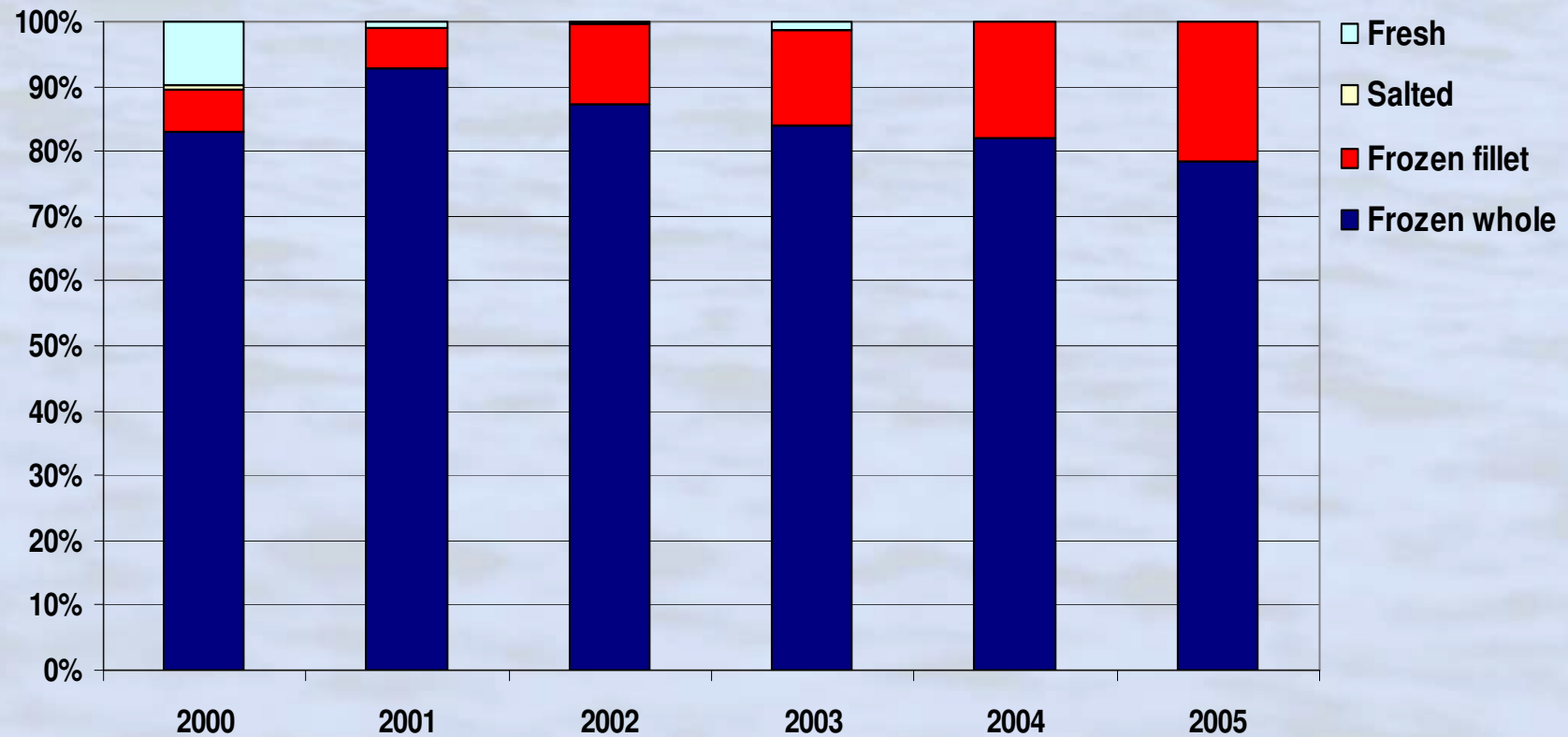
Tot export 2005:
253.000 Tons

EU 10

Tot export 2005:
11.300 Tons



Russia is the biggest export market – the export is moving towards fillets



FHL – Norwegian Seafood Federation

Strategic development of Norwegian seafood industry

- FHL organizes Norwegian Seafood industry – working with strategic industrial issues
- FHL has established a project with focus on Russia since it is the most important market for the Norwegian herring
- The Russian market is developing quickly – important with future solutions due to challenge and possibilities
- Seek jointly solutions with selected players which profit both the Norwegian supplier and the Russian customer
- The project is therefore seeking contact with companies that want to discuss improvement possibilities – and ahead want to seek changes together

FHL – Norwegian Seafood Federation

The companies that participate in the project



- Egersund Seafood
- Hopen Fisk & Sild
- Lofoten Pelagiske
- Athena Seafoods



FHL – Norwegian Seafood Federation

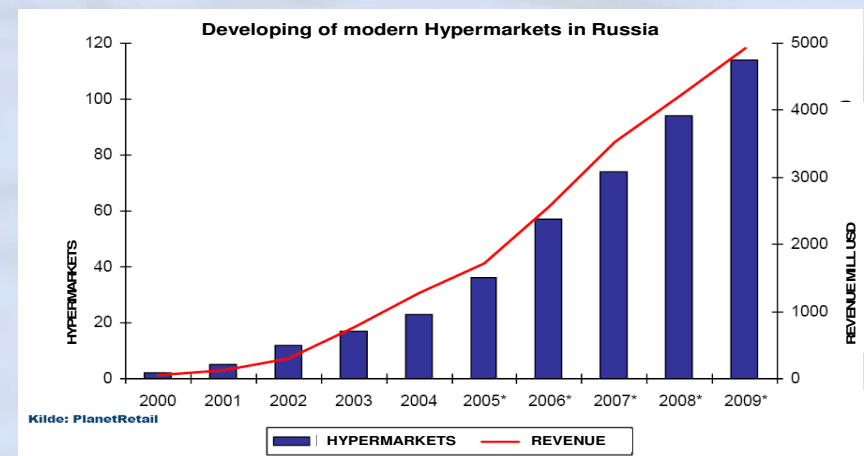
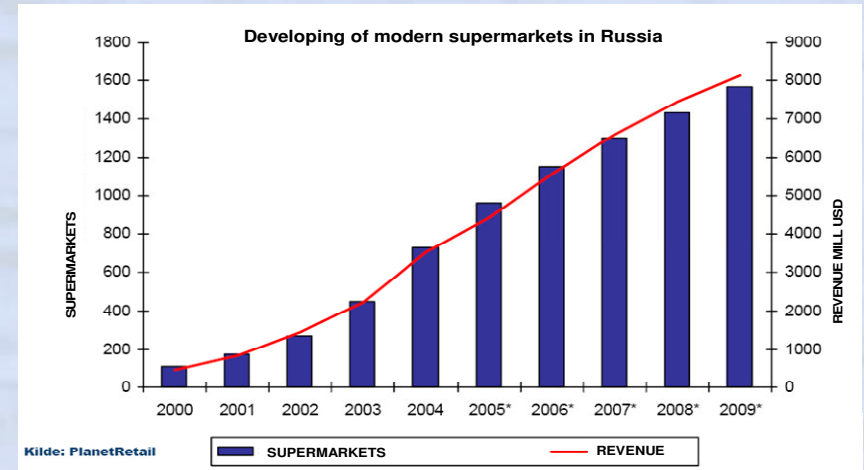
Russian project – goal and description



- Goal
 - Seek rationalization and modernize the herring business between Norway and Russia – selected players
- The market is in a strong growth but is still behind development trends that we see in other markets – expect rapid change
- There are rationalization possibilities in the value chain both for the Norwegian producer and the Russian producer.
- There is too little direct communication between the Norwegian producer and the Russian producer who will use the material in its products – obstacle for the best and most rational solutions
- More focus on the consumer values that are created in Russia – all the way from where the herring is caught in Norway – will give better products and better solutions.

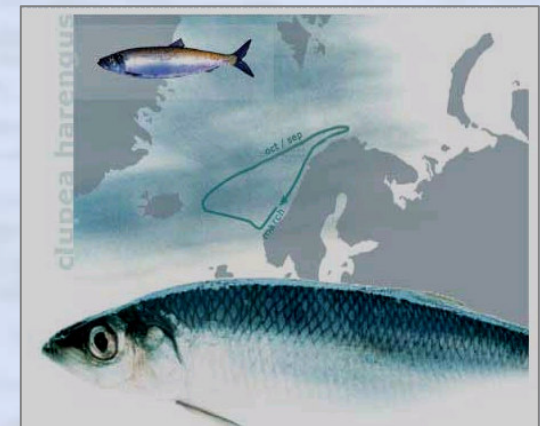
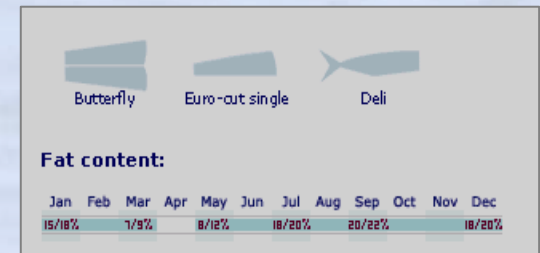
An important time with a strong growth Decisive time to gain the long term superior position

- Market and distribution in rapid growth – frequently new demands to producer and product
- Consumer behavior changes rapidly due to new supply
- The one who understands the consumer and the business best has good possibilities to sustain long-term valuable advantages
- This gets harder and harder the more the market stabilizes



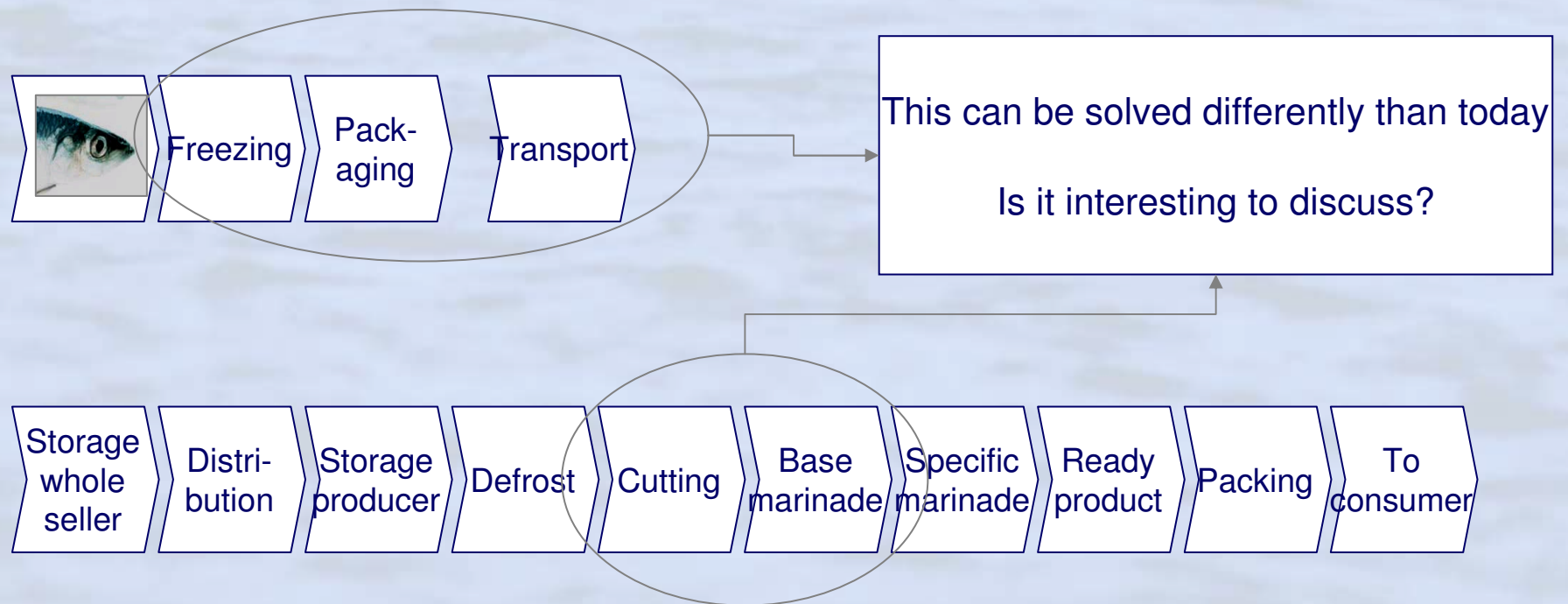
What advantages can we seek together

- Quality
 - A direct dialog results in better quality
 - Proper selection in relation to quality parameters
- Price / cost
 - Provide the most efficient value chain
 - Secure the right processing and customer specific products
- Contingency
 - Improvement projects in collaboration
 - A long term perspective can give a regime both gain on
- Uniqueness
 - Customer specific semi-manufactured materials
 - Develop jointly advantages in the market



Concrete possibilities – worth discussing

- Customer specific semi-manufactured materials



Concrete possibilities – worth discussing

- Product development in collaboration
 - Build products on unique characteristic or unique origin
 - Establish a brand-concept
-
- Private label
 - Developing in Russia as well
 - Will after some time take substantial market share – can be early

What is the next steep

- If something of what we have discussed today is of interest, we are willing to discuss further
- Carry out production tests based on unique customer demands
- Carry out production tests based on generic recipe - marinade
- Carry out production tests based on specific recipe - marinade
- Carry out test shipments of semi – manufactured material for production and quality check
- If needed/wanted we are willing to take a role in the discussions you have with your retail customers

Standard draft company guarantee

This document is only a suggested text, the validity of which should always be approved and confirmed by an acknowledged law firm in the jurisdiction of the guarantor. GIEK Kredittforsikring AS carries no documentary risk. The guarantee should be issued on the guarantor's letterhead paper, and a certified copy of the business/registration certificate of the guarantor should always be attached.

Irrevocable and unconditional on demand guarantee

This is to confirm that we, (name, city, country and registration/VAT number of The guarantor) unconditionally and irrevocably guarantee as for our own debt for the due and punctual payment of any amounts due from..... (name, city, country and registration/VAT number of The debtor) to (name and registration/VAT number of The seller), for which GIEK Kredittforsikring AS of Oslo, Norway (reg.no. 982 602 963) has insured the credit risk.

Maximum liability under this guarantee shall not exceed.....(currency and amount).

Payments under this guarantee shall be made without delay and no later than 30 (thirty) days after written notice from (The seller) to (The guarantor) stating that(The debtor) has defaulted on its payment obligation.

This guarantee shall remain in full force and effect until all debt, including interest and costs, have been paid in full.

This guarantee is governed by and construed in accordance with Norwegian law. Jurisdictional venue: Oslo, Norway.

Place: Date:

Signature(s) (of The guarantor):.....

Confirmation (by law firm/two persons) that this guarantee is signed within the proper authority/ that the person(s) signing has the power to issue such a guarantee on behalf of the guarantor:

(Place) (Date)(Signature).....

(Place) (Date)(Signature).....

Enclosure: Certified copy of business certificate of The guarantor

DnB NOR Bank ASA

Beneficiary:

PAYMENT GUARANTEE No:

We have been informed that (hereinafter called "the Principal"), has entered into contract with you, for the supply of

.....

Furthermore, we understand that, according to the conditions of the contract, a payment guarantee is required.

At the request of the Principal, we, hereby irrevocably undertake to pay you any sum or sums not exceeding in total an amount of

.....

upon receipt by us of your first demand in writing and your written statement stating:

- i) that the Principal has not paid in accordance to his obligation(s) under the underlying contract; and
- ii) that you have delivered in accordance to the underlying contract.
- iii) copy of unpaid invoice(s);

Your demand for payment must also be accompanied by the following document(s):

.....
.....

This guarantee shall expire on, at the latest.

Consequently, any demand for payment under it must be received by us at this office on or before that date.

This guarantee is subject to the Uniform Rules for Demand Guarantees, ICC Publication No. 458.

Oslo,
for
according to special authority

(Payment, on demand, expiry date)

Beneficiary:

Payment Guarantee No:

We have been informed that (hereinafter called "the Principal"), has entered into contract datedwith you, for the supply of

Furthermore, we understand that, according to the conditions of the contract, a payment guarantee is required.

At the request of the Principal, we DnB NOR Bank ASA hereby irrevocably undertake to pay you any sum or sums not exceeding in total an amount of

.....

upon receipt by us of your first demand in writing, waiving all rights of objections and defence arising from the Principal, and your written statement stating:

- i) that the Principal has not paid in accordance to his obligation(s) under the underlying contract; and
- ii) that you have delivered in accordance to the underlying contract;
- iii) copy of unpaid invoice(s).

Your demand for payment must also be accompanied by the following document(s):

.....
.....

This guarantee shall expire on, at the latest, irrespectively of whether the present document is returned to us or not.

Consequently, any demand for payment under it must be received by us at our guarantees department on or before that date, regardless of such date being a banking day or not.

Any payments under this guarantee will automatically reduce our obligation accordingly.

The guarantee is personal to you and is not assignable.

For the purpose of identification, any demand for payment has to be presented through the intermediary of a first class bank confirming that the signatures are authentic and legally binding.

This guarantee shall be governed by and construed in accordance with the laws of, and the venue to beCity Court.

Oslo,200...

for DnB NOR Bank ASA

by authority

DRAFT - Counter Guarantee

Counter Guarantee No:

In consideration of your arranging for the issue of aforesaid guarantee at our request we hereby issue in your favour our irrevocable Counter Guarantee which is payable despite any contestation by our principal or any other party on receipt of your first demand, by mail or by authenticated swift, accompanied by or incorporating your statement that you have received a claim for payment under the guarantee in accordance with its terms.

This Counter-Guarantee is valid until(15 days after the Expiry day), and any claims hereunder must be received by us on or before that date.

Our liability is limited to an amount not exceedingplus your commission and charges. This Counter-Guarantee and all matters arising thereout shall be governed by and construed in accordance with Norwegian Law. (*or local law according to agreement*)

Please deliver your guarantee to (Beneficiary, address, tel.no, person to contact, clients agent) as soon as possible.

This message is the operative instrument, no written confirmation will follow.

We thank you in advance for your kind attention to this matter, and shall be pleased to receive two copies of the guarantee issued quoting our reference no and your advice of your commissions. Please confirm your issuance by SWIFT MT768 as soon as possible.



Frost Forretningsutvikling

:Lønnsom vekst

Pelagisk nettverk - Russland Nettverksavtale

Frost forretningsutvikling v/ Thomas Brustad og Erik Martin for Pelagisk forum

August 2006



Innledning

- Pelagisk forum er et bransjeforum organisert i regi av FHL, støttet og finansiert av FHF. Forumet har som formål å bidra til økt verdiskapning innen sektoren gjennom å initiere, finansiere og kvalitetssikre utviklings- og forskningstiltak til gode for hele bransjen.
- Den landbaserte delen av sektoren sliter med svak lønnsomhet. Industrien er fragmentert, og preges av volumorientering i hektiske sesonger da råstoffet er tilgjengelig for flåtesiden. Å flytte store volumer på kort tid, både prosessmessig i bedriften og salgsmessig ut mot markedet preger bransjen.
- Med utgangspunkt i overstående situasjon har næringsaktører, næringsorganisasjoner og offentlige finansiører/virkemiddelapparat utviklet en "handlingsplan for lønnsom verdiskapning for pelagisk sektor".
- I arbeidet prioriteres prosesser som kan bidra til økt strategisk tilnærming mot markedet, økt grad av forretningsmessig forpliktelse over verdikjedeledd og økt fokus på strukturering i bransjen. Nettverksprosesser – kluster/nettverksprosjektet er et virkemiddel for å nå de ønskede effekter.
- Russland nettverket er ett resultat utafra denne handlingsplanen og overgår til et operativt samarbeid, *Norwegian Pelagic* (NP), fra og med 30.06.2006. Nettverks navnet Norwegian Pelagic er i dette samarbeidsavtale å anse som arbeidsnavn.

Innhold samarbeidsavtale

1. Bakgrunn og Intensjon
2. Avgrensning
3. Markedshistorien
4. Mål
5. Roller, Ansvar og Organisering
6. Produkter og produktspesifisering
7. Kvalitet, leveransedyktighet og leveransebetingelser
8. Drift

1.0. Bakgrunn og Intensjon

1.1. Bakgrunn

- Russland er det største markedet for norsk sild i 2005, og forventes å være det i lang tid fremover.
- Eksporten av sild til Russland i dag skjer først og fremst som rund sild. Fremover forventes en økning av halvfabrikatprodukter; flaps og skinnfri filet.
- Det er i dag veldig mange norske eksportører, og mange importører. Dette gir et regime der de ulike importørene kan "shoppe" rundt, og handle med de som til enhver tid er villig til å selge billigst. Regime gir også tilfeller der samme sild utbys til markedet av flere tilbydere. "Ingen" har egentlig egne eksklusive kundeforhold. Dette gir mangel på langsiktig positiv utvikling.
- Markedsutviklingen i Russland skjer raskt, og det forventes at markedet går i retning av det man ser i mer modne markeder.

1.2. Intensjon

- Nettverkets intensjon er å utvikle måten å arbeide mot det russiske markedet på, mot en større grad av langsiktighet - der egne kunder kan utvikles over tid. Dette skaper muligheter for å tilby bedre kundetilpasset handel og produkter.
- Samarbeidet skal søke kundekontakt forbi "importøren", frem til videreforedlerne i markedet. Det er disse som er spesifikt opptatt av produktkvalitet, produkttype osv.
- Samarbeidet har som mål å skape større volumer, samtidig som virksomhetene i fellesskap skal kunne ivareta kunder, kontrakter og forespørsler på en annen måte enn det bedriftene kan løse hver for seg.
- Samarbeidet vil ha et hovedfokus på å løfte kunder og kontrakter for halvfabrikata. Men, det vil være nødvendig å tilby tradisjonelle produkter til kundene.
- Samarbeidet skal bygge på tillit, åpenhet og nytenkning.

2.0. Avgrensning

- 2.1. NP vil i første omgang iverksette en testperiode for nettverkssamarbeidet knyttet til den kommende sildesesongen – begrenset til perioden fra og med 15. september 2006 og til og med 1. juli 2007.
- 2.2. Målet er et langsiktig samarbeid, men hvor det vil være nødvendig å gjøre seg noen erfaringer gjennom en første sesong.
- 2.3. NP består fra oppstart av testperioden av følgende deltagere:
 - X
 - XX
 - XXX
 - XXXX
- 2.4. NP er åpne for at det kan tas opp flere aktører i samarbeidet på et senere tidspunkt, dersom nettverket ser dette som formålstjenelig. Det må være en enighet blant eksisterende aktører i nettverket for at nye aktører trekkes inn.
- 2.5. NP skal markedsføre og selge nordatlantisk sild mot utvalgte kunder i Russland.

3.0. Markedshistorien

3.1. Kvalitetsspesifikasjon

- Det er avgjørende at bedriftenes kvalitetsforståelse er felles, og at denne spesifiseres og forstås likt. Arbeidet i samarbeidet i forkant av sesongen skal ivareta dette. Det skilles her klart mellom "hovedproduktet" – "lofotenkvalitet" (Nord) og øvrig NVG-sild (Sør-produsert).
- "Lofotenkvaliteten" vil brukes som et hovedprodukt inn mot markedet, i forhold til å etablere en kvalitetsposisjon i markedet. Også øvrig produkter kan tilbys markedet, men det er da avgjørende at kvaliteten tydeliggjøres for kunde og marked – om den er "god" eller "dårlig".
- Å bygge kunnskap i markedet om kvalitetseffekten av at anlegget ligger nært til der fisken tas opp er viktig i markedsarbeidet.
- Gruppens medlemmer representerer det beste av det den norske næringen kan tilby av kvalitet; i prosess, i produkt, i forretningsdrift.

3.2. Presentasjon

- I møte med markedet er det "nettverket" som skal benevnes, markedsføres og selges. Enkeltelskapene skal benevnes som medlemmer i nettverket. Det er gruppens egenskaper som er hovedargumentene, hvor av enkeltelskapene er delargumenter i totalen. Enkeltelskapenes uniktet kan knyttes til enkeltinnsalg dersom enkelte produsenter – eller spesialprodukttegenskeper – vurderes som avgjørende for enkeltkunder.

4.0. Mål i nettverket

- 4.1. Nettverkets mål er å skape en slagkraftig enhet inn mot det russiske markedet. Herunder utvikle en arbeidsmetodikk mellom aktørene som gjør det interessant å videreutvikle andre kunder og markeder i fellesskap.
- 4.2. Målet er en videreføring etter testperioden, og en vekst for bedriftsdeltagerne i Russland sammenlignet med en situasjon der bedriftene har gått hver for seg.
- 4.3. Målet er at det skal skapes betydelig handel med minimum 2 russiske kunder innenfor testperioden.
- 4.4. Målet er at nettverket innenfor testperioden skal selge følgende type produkter, gjennom direkte kontakt med videreførelere i Russland:
 - Flaps
 - Skinnfri filet
 - Marinadetest – ift. kundespesifiserte produkter.
- 4.5. Skape kundedialog med kunder som kan utvikles i kommende sesonger.

5.0. Roller, Ansvar og Organisering

5.1. Roller

- Medlemmene i NP har følgende roller:
 - X
 - Koordinerer markedskommunikasjonen og koordinerer salgsprosessene
 - XX, XXX og XXXX
 - Produserer, lagrer og sender produkter basert på kontrakter og salg innenfor nettverket.

5.2. Ansvar

- Koordinering av markedsarbeidet ut mot de russiske kundene, på vegne av nettverket, ligger hos X.
- Rapportering og levering av kvaliteten på sildeproduktene, i tråd med etablerte og felles spesifikasjoner, er produsentenes ansvar.

5.0. Roller, Ansvar og Organisering

5.3. Organisering

- Det finnes ikke rom for nyansettelse i arbeidet. De operative oppgavene knyttet til nettverket vil deles mellom aktørene og innleid prosjektledelse. Oppgavefordeling og ansvar innenfor nettverket er spesifisert grundigere under punkt om handlingsplan.
- Frost Forretningsutvikling har ledet FHL-prosessen som har ført frem til dette nettverksinitiativet. Prosessens deltagere ser det som naturlig at dette samarbeidet fortsetter. Frost Forretningsutvikling er prosjektleder for nettverket, i første omgang innenfor testperioden.
- NP skal en gang i uken innenfor testperioden ha et telefonmøte for å koordinere nettverksarbeidet inn i det russiske markedet. Møtets agenda vil inkludere kunder, salg og salgsprosesser, prisutvikling og etterspørsel, eksisterende lager og produksjonsprognoser, aktiviteter i tiden som kommer som er relevant for nettverksarbeidet.
- NP skal møtes fysisk ved behov, hvor det tas opp retning fremover og litt større diskusjonstemaer enn det som passer inn i det ukentlige, mer operative, møte.

6.0. Produkter og produktspesifisering

6.1. Produkter

- NP's produkter og markedsarbeid skal rettes inn på en måte som går i retning av videreforedledede produkter.
- Når kundene ønsker å kjøpe produkter som produsentene i nettverket kan levere, så kan nettverket også levere dette. Det er nødvendig for å komme inn i kundedialog.

6.2. Produktspesifisering

- Samarbeidet selger primært standardprodukter – på kjente spesifikasjoner, hvor produksjonspraksis innenfor standardene er kjent innenfor nettverket.

7.0. Kvalitet, leveransedyktighet og leveransefordeling

7.1. Kvalitet

- Kvalitet på leveranser fra NP skal dokumenteres korrekt.
- Det skal være en skikkelig samkjøring av kvalitetsparametere på de volumer som selges gjennom nettverket.

7.2. Leveransedyktighet

- Nettverket forholder seg til den til enhver tid gjeldende markedspris og søke optimal pris i markedet. Produsentene må så langt mulig prioritere leveranser innenfor nettverket.
- Nettverket skal fremforhandle felles betingelser på transport til Russland, hvilket kan utgjøre marginale forbedringer i betingelser.
- Nettverket skal prioritere produksjon av foredlede varer til salg, som primært skal søkes solgt innenfor langsiktige kontrakter til kjente betingelser inn mot enkeltkunder.
- Punkt om leveransedyktighet er noe som må utvikles gjennom operativ praksis, og er et av områdene som det må utvikles felles kunnskap om innenfor testperioden. Punktet følges grundig gjennom de løpende møter.

7.3. Leveransefordeling

- Intensjonen er at volumer/leveranser skjer etter en fordeling basert på produsentenes størrelse, men med tilpassing for spesielle muligheter enkeltbedrifter har knyttet til spesifikke kundeønsker/krav. Dersom kundeønsker kun kan ivaretas av enkeltbedrifter, må disse kundene få sine leveranser fra denne bedriften.
- Fordelingen i praksis skjer gjennom diskusjoner og fordeling innenfor telefonmøtene ukentlig.

8.0. Drift

8.1. Fakturering

- Fakturering skjer på den måten som er hensiktsmessig i forhold til sikring av varer og enhetlig markedskommunikasjon.
- Fakturering kan skje fra X. Alternativt skjer fakturering fra produsent, mens X fakturerer en kommisjon.

8.2. Innkreving av fordringer

- X er ansvarlig for å følge opp fordringer. Fordringshaver skal i henhold til avtalte rutiner informere X om betalingsavvik på inngåtte avtaler.

8.4. Transport og forsikring

- X koordinerer og bestiller transport på vegne av den som skal fakturere varene. Forsikring av varer under transport gjøres av den som eier varene til de er betalt.

8.5. Rapporter

- Det skal rapporteres ukentlig i nettverket på salg, transporter og leveranser – alt dette er åpen informasjon for alle i nettverket.

8.6. Uforutsette hendelser

- Kostnader knyttet til uforutsette hendelser, som ingen av partene innenfor nettverket burde ha visst om og løst, må tas som en løsning der ansvar deles innenfor nettverket på en fornuftig måte.
- X er ansvarlig for å koordinere reklamasjonsbehandlingen mot kundene, mens produsenten skal dekke eventuell kreditering mot kunde.

Nettverkets deltagere – underskrift på avtale

For XXXX:

Dato: _____

XXXX

For XXX:

Dato: _____

XXX

For XX:

Dato: _____

XX

For X:

Dato: _____

X