

Förbättrat resultat och nya utmaningar

- Vi är väldigt glada för företagets fortsatta framsteg och de viktiga prioriteringar vi lyckats med under 2000, säger VD Lars Freiholtz på Procordia Food. Men vi har ett antal stora utmaningar, som vi måste klara av för att fortsätta den positiva trenden.

Procordia Foods resultat 2000 förbättrades och budgeten överträffades.

- Vi kan glädja oss åt en kraftigt ökad försäljning av Felix Mellanmålspizza och en fortsatt bra tillväxt för till exempel RisiFrutti och Felix ketchup, säger Lars Freiholtz.

Som ytterligare orsaker till det förbättrade resultatet nämner han att försäljningen av de mest lönsamma produkterna ökade samt att företaget lyckades minska såväl fasta som rörliga kostnaderna under 2000.

- Dessutom kan jag inte nog poängtera säljspruten under andra halvan av december, fortsätter han. Försäljningen under december var tio procent bättre än december i fjol.

Trots att resultatet förbättrades minskade företagets omsättning något. Anledningen till detta är bland annat en medveten sortiments-rationisering, där man tagit bort olönsamma och små artiklar.

- Vi har dessutom ett fortsatt hårt konkurrenstryck på vissa områden, säger Lars Freiholtz och nämner soppa/kräm och juice som tydliga exempel.

Utmaningar

Leveranssäkerheten är en av stötestenarna, som hindrade ytterligare tillväxt för Procordia Food under 2000 enligt Lars Freiholtz.

- Vi jobbar på det, säger han. Det är viktigt att vi höjer vårt engagemang när det gäller att utarbeta goda prognoser och skapa en hög tillförlitlighet vad gäller produktionsplaner. Alldeles speciellt gäller detta våra säsong produkter, till exempel saft och dressing. Det är överhuvudtaget viktigt att vi aktivt arbetar med flaskhalsarna i hela värdekedjan och de svaga delarna av vårt sortiment.

- Men vi måste glädjas åt det som är bra och därigenom bli ännu mer motiverade att lösa de stora uppgifter vi har framför oss, säger Lars Freiholtz.

Göra det vi är bra på
Orkla Foods strategiska plan för åren 2001-2003 offentliggjordes härom veckan. I den talar man om att antalet anläggningar, kapacitetsutnyttjande och specialiseringar inom Orkla Foods kommer att värderas för att uppnå internationell konkurrenskraft.

- Driften i våra anläggningar måste effektiviseras och vi måste vara beredda på att framöver specialisera oss, så att vi gör mer av det vi är bra på. Det gäller att minska komplexiteten inom Orkla Foods och därigenom få fler stordriftsfördelar. Vi får vänja oss vid tanken på att låta någon annan inom Orkla Foods göra det som vi inte är bäst på. Specialisering över landsgränserna är en realitet om vi ska kunna förverkliga strategin. Vi måste inom Procordia Food hela tiden arbeta med att se till att vår verksamhet blir så effektiv att vi blir det bästa alternativet.

Ny organisation

Ett stort arbete för Procordia Food under 2000 var att få den nya organisationen på plats. Ett arbete som

Lars Freiholtz tycker kommit igång väldigt bra.

- Det har varit ett bra tempo och mycket positivt engagemang i organisationen. Det som återstår nu är att

trimma in den nya organisationen och skapa ett gemensamt Procordia Food. Vi kommer att ägna mycket

tid åt att bygga broar mellan de olika specialistfunktionerna, för att vi på så sätt ska bli starka. Fokus kommer

att sättas på goda säljprognoser, som är en av de viktigast förutsättningarna för att alla enheter i organisationen

ska fungera och tillsammans åstadkomma bra resultat, avslutar han.