

PRIMA ENDRING OG OPPKJØP

Oppkjøp av NK Meat

Prima Brands har inngått avtale om kjøp av en kontrollerende 51% eierandel i NK Meat. NK Meat har inngått i Yonan Gruppen som også har utviklet serveringskjeden Yummy Time. Produksjonsselskapet NK Meat AS hadde i 2021 en omsetning på NOK 81 MILL og 26 ansatte.

Avtalen representerer en ytterligere styrking av Prima Brands sin strategi for satsing på videreforedling og konseptutvikling med basis i regionale aktører. Konsernet utvikler i dag produkter og matvarekonsepter med basis i merkene Prima Jæren, Idsøe, Toma, Jæren Smak, Norsk Angus og Matfylket.

”Vår satsing på bearbejdede produkter har gjennom høy innovasjonstakt og særegen tilnærming til marked og kunder opplevd sterkt vekst de siste årene. Denne avtalen vil ytterligere styrke vårt vekstpotensial, utvide vår verktøykasse av løsninger, og tilføre oss en enda bredere plattform for førsteklasses betjening av kunder og forbrukere”, sier Styreleder Anbjørn Øglend i en kommentar.

Gjennom dette oppkjøpet sikres Prima Brands langsiktig og stabil volumtilgang innenfor vår kjernevirksomhet. Yummy Time får tilsvarende en langsiktig tilgang til en produsent med mer effektive driftsformer og bedre forutsetninger for innovasjon og produktutvikling enn hva de vil være i stand til å utvikle i egen eiet drift. Prima Brands har vært hovedleverandør til NK Meat siden oppstarten og dette oppkjøpet anses som et nytt steg i et allerede viktig og innovativt samarbeid.

Yummy Time er en kjede av serveringssteder i god ekspansjon. Kjeden er i dag hovedsakelig etablert i Rogaland og teller 16 spise/salgssteder med plan om 4 nye om kort tid. Menyen har fokus på kebab og Pizza; produkter som henvender seg spesielt til et ungt publikum med ønske om nye smaker og moderne måltidsløsninger. Serveringsløsningen er tilrettelagt for ”take away”.

Yummy Time har mål om nasjonal ekspansjon. Avtalen gir Yummy Time anledning til å holde operasjonelt og finansielt fokus på restaurantdrift, mens Prima Brands overtar operasjonelt ansvar for produksjon og matfaglig produktutvikling.

”I Prima Brands har vi stor tro på denne type forretningsmodeller, hvor partene samarbeider tett og gjensidig forpliktende med basis i at hver part fokuserer egen kjernevirksomhet. Vi har også tro på at Yummy Time besitter et konsept med godt vekstpotensial, slik at vår produksjon tilføres volumer gjennom denne veksten”, avslutter Øglend.

Omorganisering i Prima Brands

Norske forbrukere endrer gradvis sine matvaner med inspirasjon i internasjonale trender. Vi ser også mye kompetanseutvikling i produksjonsmiljøer utenfor Norge som kan tas i bruk for å styrke konkurransekraften til norske bedrifter.

Prima Brands har skapt mye av vår konkurransekraft gjennom vår evne til å hente inspirasjon fra utvikling i internasjonale matvaremarkeder. Disse er satt inn i norsk markeds- og produksjonskontekst, noe som har gjort det mulig for oss å møte internasjonalt skapte trender med norske produkter og konseptuell utvikling tilpasset norske markedsbehov og ikke minst forutsetningene i landbruket på Jæren.

Så vel satsingene på Norsk Angus som Jæren Smak er skapt ved at vi har hentet inspirasjon fra hvordan landbruksnæringen arbeider i utlandet, og satt dette inn i en norsk verdikjede og kontekst.

Det er avgjørende for den videre utvikling av vår rolle som kvalitetsprodusent at vi tar nye steg hva gjelder "fornorsking" av internasjonale mattrender og produksjonsprosesser. Her ligger fortsatt omfattende muligheter. Denne type kompetanse og innovasjonsprosesser er også kritisk for å forsvare norske produksjonsvolumer opp mot den jevnt økende import.

Gjennom Prima Blue har dessuten Prima Brands valgt å satse i en sjømatnæring som er vesentlig mer internasjonalt eksponert enn norsk kjøttindustri. Innen pelagisk sektor, som er preget av store volumer og høyt fokus på effektiv drift, er det kritisk med et internasjonalt perspektiv på strukturer, samt tidvis tilgang til fangst fra andre kilder enn norske landinger for å fremstå som en konkurransekraftig aktør.

I sum innebærer dette at vi gjennomfører et antall omorganiseringer innen Prima Brands konsernet. Rene Nielsen (45) overtar rollen som konsernsjef, med ansvar for alle aktiviteter innen selskapets kjøttforedlingsvirksomhet. Rene er rekruttert med bakgrunn i dansk kjøttindustri. Siden han flyttet til Norge for 9 år siden har Rene gått gradene fra driftssjef i Prima Jæren. Han har god kunnskap om alle selskapets virksomhetsområder, et bredt kontaktnett i næringen og har vist evne til å skape effektive strukturer samtidig som konkurransekraften styrkes.

Anbjørn Øglend går inn i rollen som styreleder for konsernet og vil ha hovedfokus på oppfølging av internasjonale satsninger. Øvrige viktige steg som er tatt i den senere tid for vider vekst og utvikling i Prima Brands er konvertering av Prima Jæren til en merkevare og regional matskatt, samt at det tilrettelegges for et gradvis generasjonsskifte i bedriften.

Håkon og Kristoffer Øglend, som begge har flere års arbeidserfaring fra Prima Brands eier nå 30% av konsernet og vil gradvis overta hele eierskapet sammen med deres søster Thea Marie som enda går på skole. Generasjonsskiftet vil foregå over flere år, slik at vi sikrer ivaretagelse og videre utvikling av de verdier og arbeidsformer som har sikret vår utvikling gjennom de siste 25 årene.

FRA JORD TIL BORD SKAPER VI EKTE MATOPPLEVELSER

OM PRIMA BRANDS HOLDING

Prima Brands Holding har sin hovedvirksomhet innen blå og grønn sektor i Norsk Matindustri. Innen kjøttbransjen har gruppen aktivitet i hele verdikjeden, med slakting, nedskjæring og foredling av Premium kjøtt med salg og utviklingsfokus i Premium-markedet på dagligvare og storkjøkken. Innen fiskeindustri har gruppen etablert produksjon av marine proteiner og oljer samt filetering og salg av pelagisk fisk i partnerskap med Jakob Hatteland Holding.

Prima Brands AS, som tidligere het Prima Jæren, har gjennom de siste 25 år skapt nye spennende nasjonale kjøtt konsepter som har bidratt til økt inntjening i verdikjeden og fornøyde forbrukere. Gjennom 50% eierskap i A Idsøe Konsernet har selskapet utviklet seg til en ledende regional aktør innen utvikling av spennende måltidsløsninger.

Konsernene Prima Brands og A Idsøe hadde i 2021 en omsetning på henholdsvis NOK 1,7 MRD og NOK 450 MILL. Selskapene er etablert med totalt 6 produksjonsanlegg spredd over Rogaland som er spesialisert innen ulike former for bearbeiding og foredling og har 250 ansatte. Sjømatkonsernet Prima Blue AS hadde i 2021 en omsetning på NOK 750 MILL og har 50 ansatte.

Pressekontakt: Anbjørn Øglend: Mob: 90791665, mail: anbjorn@prima.as

FRA JORD TIL BORD SKAPER VI EKTE MATOPPLEVELSER

Passion - Respekt - Innovativ - Mårettet - Ansvarlig