



Årsrapport
2001



Innhold

Side

- 3 Hovedtrekk 2001 og nøkkeltall
- 4 Dette er NorgesGruppen
- 6 Konsernsjefens artikkel
- 8 Styrets årsberetning
- 11 Årsregnskap og noter
- 24 Revisors beretning
- 25 Virksomheten 2001
- 26 Engros
- 28 Dagligvare
- 32 Servering og storhusholdning
- 34 Kiosk og servicehandel
- 35 Innkjøp
- 36 Miljøberetning
- 39 English summary
- 43 Aksjonærforhold og ledelse

Ansvarlig PIB
Hilde Opstad,
Spar Greåker.



Forsidebildet:
Butikksjef Tore Hov,
Ultra i Sandvika

Hovedtrekk 2001

■ Konsernstrategi iverksatt

Som en konsekvens av konserndannelsen i 2000 og de planer som ble lagt i fusjonsplanen ble ny konsernstrategi utarbeidet høsten 2000.

■ Kjøp og salg

Herkulesbutikkene i Grenlandsområdet ble kjøpt i 2001. Noen flere enkeltbutikker er også kjøpt på Østlandet. Manpower Kantineservice ble solgt mot slutten av året.

■ Kjedestruktur

En omfattende omprofilering er gjennomført i alle profilhusene. Resultatet har blitt en rekke nye Meny, Spar, Joker og Kiwi butikker. Omprofileringsarbeidet er gjennomført i nært samspill med den enkelte kjøpmann. NorgesGruppen har gjennom dette styrket sin lokale konkurransekraft totalt sett.

■ Post i butikk (PiB)

1. mars 2001 ble de første pilotbutikkene igangsatt i samarbeid med Posten Norge og Norske Shell. Ved utgangen av året hadde nærmere 500 PiB blitt åpnet i takt med den planen som var fastlagt.

■ Økt prispress

Temaet norske matvarepriser ble gjenstand for økt oppmerksomhet fra media og politikere i 2001, og dette bidro til en forsterket priskonkurranse. En rekke pris-sammenligninger mellom kjeder ble offentliggjort og skapte stor interesse.

■ Redusert matmoms

Momssatsen på mat ble redusert fra 24 prosent til 12 prosent 1. juli 2001. Dette innebar en stor omlegging for bransjen som mediene fulgte tett for å sikre at hele momsreduksjonen skulle videreføres til forbruker.

■ Nordisk innkjøp

Innkjøpsavdelingen i NorgesGruppen og profilhusene har gjennomført en sterkere koordinering av innkjøpsfunksjonen. Innkjøps samarbeidet med nordiske partnere er blitt mer omfattende.

■ Matsikkerhet

Innsatsen er styrket når det gjelder matsikkerhet. I årets leverandørforhandlinger ble det lagt føringer for forpliktende krav til matsikkerhet som nå er iverksatt og blir fulgt opp i et eget kvalitetsstyringsystem. Beredskapsøvelser er gjennomført for å styrke NorgesGruppens evne til å håndtere krisesituasjoner.

■ Informasjonsteknologi

En rekke større IT-prosjekter er igangsatt i 2001 for å styrke forretningsområdenes muligheter til å klare større og kompliserte prosesser i kommende år. Ny rapporteringsstruktur er etablert, og økonomi- og regnskapssystemene er under videreutvikling.

Finansielle nøkkeltall 2001 for konsernet

Omsetning og resultat		2001	2000
Sum driftsinntekter	NOK mill.	23 357	20 028
Driftsresultat	NOK mill.	447	213
Kontantstrøm fra driften	NOK mill.	752	487
Ordinært resultat før skatt	NOK mill.	309	70
Årsresultat	NOK mill.	227	35
Aksjer			
Resultat per aksje	NOK	5,98	0,95
Totalt antall aksjer	1000 aksjer	37 949	36 246
Kapital			
Totalkapital	NOK mill.	9 716	9 448
Egenkapital	NOK mill.	2 944	2 470
Egenkapitalandel	%	30,3	26,1
Lønnsomhet			
Driftsmargin ¹⁾	%	1,9	1,1
Driftsmargin før GW-avskrivn og nedskrivn ²⁾	%	3,1	2,5
Resultatgrad ³⁾	%	3,0	1,9

1) $\frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Driftsinntekter}}$

2) $\frac{\text{Driftsresultat før avskrivning på immaterielle eiendeler og nedskrivning}}{\text{Driftsinntekter}}$

3) $\frac{\text{Resultat før skatt + rentekostnad}}{\text{Driftsinntekter}}$

Dette er NorgesGruppen

Visjon

NorgesGruppen skal gi deg en bedre hverdag

- Visjonen skal NorgesGruppen realisere ved å yte service, være konkurransedyktig, gi inspirasjon og sikre kvalitet.

Forretningsidé

NorgesGruppen skal være et ledende handelsforetak med dominerende norsk eierskap innenfor daglige forbruksvarer i Norden, basert på langsiktighet, tillit, kompetanse, effektivitet og lønnsomhet i hele verdikjeden. Forbrukerens behov skal være selskapets rettesnor, samtidig som kvalitet og miljø skal stå i fokus.

Nøkkelverdier

- **Ansvarlig** – NorgesGruppen skal utvikle en organisasjon som stimulerer til ansvar hos ansatte og eiere. NorgesGruppen skal alltid opptre på en redelig og troverdig måte. NorgesGruppen skal gjennom sine handlinger sørge for å skape tillit og trygghet. Selskapet skal opptre profesjonelt og pålitelig overfor forbruker, samarbeidspartnere, eiere, ansatte og samfunnet forøvrig. NorgesGruppen skal være handlingsorientert; beslutninger som fattes skal føres raskt ut i handling.
- **Forbrukerorientert** – NorgesGruppen skal alltid ha forbrukeren i fokus gjennom å være konkurransedyktig, tilgjengelig og kvalitetsbevisst.
- **Samarbeidsorientert** – NorgesGruppen skal sikre en helhetstenking gjennom hele verdikjeden. NorgesGruppen skal bygge allianser nasjonalt og internasjonalt som sikrer langsiktig konkurransekraft. NorgesGruppen skal også fremstå som en attraktiv samarbeidspartner med et betingelsessett som er basert på pris etter prestasjon og likebehandling.
- **Verdiskapende** – NorgesGruppen skal drives med en lønnsomhet som sikrer vekst og konkurranseevne. Selskapet skal legge til rette for at en betydelig andel kjøpmenn skal drive sin egen økonomiske virksomhet i forpliktelse med NorgesGruppen, da dette vil bidra til mest mulig kremmerskap.
- **Attraktiv** – NorgesGruppen skal være den mest attraktive arbeidsgiver i norsk detaljhandel. Det skal stimuleres til initiativ, delaktighet og trivsel for alle ansatte. NorgesGruppen skal ha spesiell fokus på rekruttering, kompetanse og riktig belønning. NorgesGruppen skal bygge på en organisasjon hvor beslutninger kan tas lengst ut mot forbrukerne innenfor klart kommuniserte strategiske rammer.



NorgesGruppen er landets største handelshus. Konsernets kjernevirksomhet er detalj- og engrosvirksomhet innenfor daglige forbruksvarer. Gjennom sine dagligvarekjeder representerer konsernet en markedsandel på ca 34 prosent innenfor dagligvarehandelen.

NorgesGruppen ble etablert i desember 1994 som en samarbeidsorganisasjon for en rekke enkeltaktører på detaljist- og grossistsiden innenfor dagligvarehandelen. Målet var å styrke det eksisterende samarbeidet mellom disse enkeltaktørene, samtidig som det var viktig å skape en felles front for posisjonering i et marked i stadig dreining mot færre og større aktører med økende integrasjon mellom engros og detalj. Samarbeidsforholdet har siden etableringen utviklet seg positivt. Både kunder, grossister, kjøpmenn og eiere har høstet økonomiske fordeler, og gode, langsiktige relasjoner er bygget.

I februar 2000 ble NorgesGruppen omdannet til et konsern av betydelig størrelse. Selskapet fusjonerte med store deler av Joh. Johannson-konsernet og en rekke samarbeidende kjedeselskaper. I løpet av sommeren 2000 vokste konsernet ytterligere gjennom oppkjøpet av CentraGruppen. Veksten fortsatte i 2001 med oppkjøp av Herkules butikene i Telemark i tillegg til noen enkeltbutikker på Østlandet.



Ferskvaremedarbeider
Turid Olsen, Meny Langhus.

NorgesGruppens hovedaksjonærer er Joh. Johannson AS, Brødrene Lorentzen AS, Johan Johannson, Aka AS og Centra Detalj AS. Konsernet har totalt 1 965 aksjonærer.

I 2001 hadde konsernet en omsetning på 23 milliarder kroner og et driftsresultat på 447 millioner kroner.

FORRETNINGSOMRÅDER

NorgesGruppen har delt sin virksomhet i de fire forretningsområdene Engros, Dagligvare, Servering og storhusholdning, Kiosk og servicehandel.

Engros

NorgesGruppens engrosvirksomhet sørger for effektiv vareflyt hele veien fra produsent til forbruker. Den sentrale engrosenheten har ansvaret for den totale logistikkstrukturen i konsernet, i tillegg til styring og oppfølging av de lokale engrosenhetene.

De regionale engrosenhetene skal sikre best mulig vareforsyning til NorgesGruppens dagligvarebutikker, kiosker, serveringssteder og lokaliseringer for øvrig, i tillegg til kunder som offshorevirksomheter, hoteller og sykehus.

Engrosvirksomheten består av 22 lager-/distribusjonsheter og hadde i 2001 en omsetning på 15,4 milliarder kroner, inklusiv salg til egne detaljenheter.

Dagligvare

Virksomheten omfatter de tre landsdekkende kjedekonsepser, samt et nærbutik-konsept og et regionalt stormarkedkonsept. Forretningsområdet har snart 2000 butikker. Rundt 70 prosent av butikk-omsetningen kommer fra kjøpmannseide kjedemedlemmer, mens det øvrige kommer fra egeneide butikker i Norges-Gruppen. Meny er profilkjeden for store supermarkeder. Spar dekker supermarkedsegmentet, mens Kiwi dekker lavprissegmentet. I tillegg kommer nær-butikkkonseptene Joker og Nærmat, samt Ultra-kjeden, som er et regionalt konsept for stormarkeder. NorgesGruppen har også et nært samarbeid med flere frittstående, regionale kjeder og butikker. Netto omsetning inkludert kjøpmannseide kjeder og butikker har vist en betydelig økning.

Servering og storhusholdning

Virksomhetsområdet består av datterselskapet NorgesGruppen Servering AS (NGS) og avdeling storhusholdning.

Selskapet eier flere serveringskjeder og er også en stor aktør innen storhusholdningsbransjen. Gjennom engrosvirksomheten står NorgesGruppen for ca. 60 prosent av engrosomsetningen til det norske storhusholdningsmarkedet. Servering hadde en omsetning på 1 milliard kroner i 2001.

Kiosk og servicehandel

Virksomhetsområdet består av kiosk-kjeden Mix med sine 1 020 kiosker og servicebutikker.

Gjennom Mix-kjeden representerer NorgesGruppen rundt 17,5 prosent av servicehandelsmarkedet i Norge. Mix har fire forskjellige konsepter; Mix Kiosk, Mix Handleriet, Mix Mett & Go og Mix Scene 1. Det er i tillegg etablert et nytt fastfoodkonsept under navnet Jafs. NorgesGruppen leverer også kioskarer til Shell og Esso i Norge.

Kiosk og servicehandel hadde i 2001 en omsetning på 6,1 milliarder kroner.

Konsernsjef Sverre Leiro: – På rett vei

– 2001 var det første hele året som konsern for Norges Gruppen. Det ble et år preget av stor aktivitet og mange spennende prosjekter. Vi har gjennomført en rekke tiltak som hver for seg og i sum skal bidra til å styrke vår posisjon og konkurransekraft ytterligere. Store endringer i kjedesammensetningen, Post i Butikk, ytterligere forbedring av innkjøpsbetingelser, økt effektivisering og en betydelig IT-satsing er viktige overskrifter for året.



Samspill er viktig

Konkurransen i dagligvarehandelen blir stadig tøffere. Kampen om forbrukernes gunst handler ikke bare om pris, den dreier seg også om vareutvalg, service og nærhet. Vi skal møte kundenes varierte behov så langt det er kommersielt interessant. Derfor legger vi så stor vekt på å være en god partner og en solid støtte for kjøpmennene som hver dag skal betjene sitt marked og sine kunder bedre enn det konkurrentene makter. I Norgesgruppen har vi, som den største aktøren i norsk dagligvarehandel, en bredde å spille på som fortsatt skal gjøre oss til markedsleder. Våre ulike kjeder fyller forskjellige behov og sammen med våre lokale kjøpmenn tilrettelegger vi det konseptet som har best forutsetninger for å lykkes på det enkelte sted.

Store endringer i kjedekabalen

Det å få på plass den best mulige kjedekabalen er noe vi har arbeidet intenst med, og det har gitt resultater. Rundt 400 av butikkene i vår gruppe skiftet i fjor kjedetilhørighet gjennom å bli omprofilert til ny kjede. Dette har ført til ytterligere konsentrasjon og tyngde i Spar, Kiwi, Joker og Nærmat, samtidig som også noen har hatt potensial til å utvikle seg videre under Menymerket. Gjennomgående ser vi at omsetningen har steget i de butikkene som er konvertert til nye kjeder. Det forteller oss at vi posisjonerer oss bedre i de lokale markedene – der hvor konkurransen avgjøres.

Post i Butikk

Samtidig som vi har hatt stort fokus på kjedefordelingen, har vi også hatt høy aktivitet for å få på plass Post i Butikk. Den 1. mars 2001 åpnet vi den første enheten. Dette prosjektet har krevd omfattende produktutvikling, og noen startvansker ble det da også. Disse problemene er imidlertid i stor grad løst underveis, og ett år etter oppstarten hadde vi passert 500 enheter. Det er ingen tvil om at vår nye rolle på vegne av Posten har ført til økt trafikk og høyere aktivitet i de butikkene som er blitt tilført denne oppgaven. Vi tror at dette er en løsning som både kundene, Posten og kjøpmennene på sikt vil tjene på.

Konsernmodellen gir samordningseffekter

Som følge av konsernmodellen har vi også tilrettelagt for ytterligere effektiviseringer og stordriftsfordeler.

Innenfor innkjøp har vi fått samlet våre interesser og ressurser slik at vi nå fremstår med ytterligere tyngde og profesjonalitet i leverandørforhandlinger. Våre gode innkjøpsvilkår er blitt enda bedre i inneværende år, og det skal selvsagt våre kjøpmenn og deres kunder nyte godt av.

Betydelige IT-investeringer gjennomført

Ett viktig og krevende prosjekt er igangsatt med mål om at hver vare skal ha ett og samme varenummer som følger varen gjennom hele systemet fra bestilling hos leverandør til varen selges ut av butikk. Det er langt til målet, men når systemet er operativt vil vi se store fordeler, både driftsmessig og økonomisk.

Varestrømmen effektiviseres

Vi er svært opptatt av å utvikle en sikker og effektiv lager- og distribusjonsordning. Derfor bygger vi ett moderne lager i Vestby til erstatning for lagrene i Moss, Fredrikstad og Lørenskog. I vår regionalisering av engrosfunksjonen skal vi ha et spesielt fokus på effektivisering og kostnadsreduksjon forbundet med å ta varene inn til lageret og på distribusjonen ut fra lageret til butikkene, da dette er de mest kostnadsdrivende distribusjonsleddene. En optimal lagerstruktur innebærer å finne balansepunktet mellom inn- og utgående transport. Selve kapitalbindingen er i denne sammenheng av mer underordnet betydning for strukturen, men vi må selvsagt vurdere helheten for å finne de løsningene som er best når det gjelder økonomi og kvalitet. For supermarkedene med store krav til blant annet ferskvarer av kjøtt, fisk og delikatesser er det dessuten behov for hyppige leveringsfrekvenser som igjen stiller krav til kortere avstand mellom lager og butikk.

Er lave priser det eneste målet?

I samfunnsdebatten er det fra tid til annen en viss oppmerksomhet om matvareprisene i Norge. Dette aktualiseres av prismålinger som gjennomføres med jevne mellomrom med påfølgende oppslag i media. Debatten knyttet til disse

målingene kunne kanskje til tider vært noe mer nyansert. Det er neppe tvil om at forbrukerne ønsker seg mangfold og dermed alternative valgmuligheter. Gjennom våre kjeder har vi nettopp ønsket å bygge opp et tilbud som imøtekommer publikums varierende behov. Derfor har vi supermarkeder som har Norges bredeste vareutvalg og betjente ferskvaredisser. Derfor har vi også lavpriskjeder som skal dekke de mer hverdagslige behov for folk flest. Våre kjedekonsepter gir rom for lokale tilpasninger som gir et godt vareutvalg og fornuftige priser på mindre tettsteder. Vårt tilbud av kiosker imøtekommer impuls- og servicehandelsmarkedet. I sum har vi en bred representasjon som ivaretar mangfoldet og som gir valgmuligheter, og det tror vi er en styrke.

Den 1. juli 2001 trådte momsreformen i kraft, og med den fulgte halvering av moms på matvarer. Enkelte fryktet at bransjen ville benytte denne anledningen til å heve prisene, men bransjen tok sitt ansvar. Målinger etter reformen har vist at matvareprisene ble redusert med ca. 10 prosent som forutsatt.

Vi skal skape flere kremmere

Vi er opptatt av å bygge videre på den selvstendige kjøpmann. 70 prosent av vår omsetning er knyttet til kjøpmannseide butikker, og vi vil arbeide for å opprettholde et høyt nivå. Når vi ønsker at selvstendige kjøpmenn i sum skal eie mer av detaljvirksomheten enn Norges-Gruppen, så er det blant annet fordi det bidrar til å styrke identitet og gjennomslag i nærmarkedene. Derfor legger vi også stor vekt på opplæring og utvikling av medarbeidere. Vi må stimulere og støtte dagens eiere og samtidig utvikle og dyktiggjøre de yngre til å gå inn i rollen som butikkeiere. Det er en krevende oppgave å drive egen butikk, og egen motivasjon er viktig for å lykkes. Vi er også åpne for at en og samme person kan eie flere butikker dersom det er ønskelig.

Nordisk samarbeid på storhusholdning

Innenfor storhusholdning opererer vi i stadig større grad i forhold til nordiske kunder. Dette gjelder for eksempel flere hotellkjeder, hvor vi har utviklet et samarbeid med våre nordiske partnere som fungerer svært godt, og som har styrket oss i konkurransen. Innenfor servering

og storhusholdning har 2001 ellers vært preget av normal drift, med unntak av noen endringer som er gjennomført innenfor servering. Her skal vi konsentrere vår fremtidige innsats om fastfood, og vi har derfor valgt å selge virksomhet som ligger utenfor dette kjerneområdet.

Sterk tro på norsk eierskap

Næringsstrukturen i Norge har endret seg gjennom de senere år. Ikke bare har vi gjennom fusjoner og oppkjøp fått færre og større aktører. Vi har også opplevd en bransjegliding som har ført til at konkurranseskilene ikke er som tidligere. Samtidig har det også funnet sted en integrasjon mellom grossister og detaljister som har gitt nye rammer og muligheter, ikke minst i vår egen næring.

Vi opplever også at internasjonaliseringen byr på utfordringer for vår bransje. På den ene siden har enkelte av våre konkurrenter inngått i skandinaviske eller europeiske allianser, mens det på den annen side meldes om at utenlandske billigkjeder vurderer Norge for mulige etableringer. Særlig aktuelt skal det være å introdusere internasjonale kjeder i Oslo-området. Vi følger denne utviklingen nøye, og vi har styrket våre bånd med våre allierte i Norden. Vi vil gjøre det som er nødvendig for å møte også denne delen av konkurransen, og vi føler oss godt posisjonert. Vi er opptatt av vårt norske eierskap og vi tror at vi gjennom vårt konsern med en sterk engrosfunksjon og våre varierte kjedekonsepter står godt rustet for fremtidens konkurranse.

Norske politikere og myndigheter bør i større grad ha fokus på norsk eierskap i dagligvarehandelen. Til tider kan det nesten virke som om myndighetene heller ønsker at vi skal bli en filialstat under utenlandsk eierskap. En slik utvikling må det advares mot. Det ligger trygghet i å ha dagligvarehandelen på norske hender, både i forhold til vareutvalg og forbrukerinteresser og i forhold til den verdiskapning innkjøp fra den norske leverandørindustrien representerer. Dette er et viktig nærings- og forbrukerpolitisk tema.

Styrets årsberetning

NorgesGruppen driver detalj- og engrosvirksomhet innenfor daglige forbruksvarer. I tillegg driver konsernet med eiendomsdrift og utvikling av egne merkevarer. NorgesGruppen er et norskeid konsern som er lokalisert mange steder i Norge. NorgesGruppen ASA er morselskapet i konsernet og har forretningskontor i Oslo.

Fortsatt drift

Årsregnskapet for 2001 er avlagt under forutsetning om fortsatt drift. Styret bekrefter at forutsetningen er til stede. Konsernets langsiktige planer for årene fremover gir grunnlag for denne forutsetningen.

Arbeidsmiljø

Sykefraværet utgjorde i 2001 rundt ti prosent. Konsernet arbeider kontinuerlig med å redusere sykefraværet.

Det er i løpet av året ikke rapportert om alvorlige arbeidsuhell eller ulykker som har resultert i store personskader eller materielle skader.

Konsernets verne- og miljøarbeid er utført i samsvar med lover og forskrifter. Konsernets arbeidsmiljøutvalg har avholdt regelmessige møter i 2001.

Styret anser arbeidsmiljøet for å være tilfredsstillende.

Ytre miljø

Konsernet påvirker i begrenset grad det ytre miljø, og anses ikke å forurense det ytre miljø utover det som normalt følger av denne type næringsvirksomhet. Det legges stor vekt på at virksomheten i minst mulig grad skal føre til belastning på miljøet.

Redegjørelse for årsregnskapet

Regnskapet for 2001 viser at konsernets driftsinntekter var 23,3 milliarder kroner, og at ordinært resultat før skatt var

Joker Mesnali

309 millioner kroner. Tatt i betraktning at 2001 er det første hele året etter den store fusjonen, er styret tilfreds med konsernets resultat. Styret vil likevel understreke at 2001 kun er et skritt på veien, og at styret har høyere forventninger til konsernets resultatutvikling på sikt.

2001 har vært preget av restrukturering og samordning etter fusjonen i 2000. Morselskapet har i 2001 overdratt store deler av dagligvarevirksomheten til egne heleide datterselskap. Restruktureringen har også medført at konsernet har gjennomført flere mindre fusjoner innen dagligvaresektoren for å styrke konkurransevnen. Samtidig har konsernet solgt selskaper som ikke lenger faller inn under konsernets kjernevirksomhet. Konsernet har hatt fokus på økt effektivitet og samordning på flere plan og forretningsområder. Blant annet gir den nye konsernmodellen samordningsgevinster på innkjøp, IT, økonomi og finans.

Konsernet har befestet sin posisjon i de ulike markedssegmenter og beholdt sin posisjon som klart største aktør i dagligvaremarkedet. Det har vært store endringer i kjedesammensetningen, og 400 butikker har skiftet profil. I mars 2001 åpnet den første Post i Butikk,

og det er nå over 500 butikker som tilbyr Post i Butikk. Dette er en stor omlegging, og konsernet har erfart høy grad av endringsvilje i organisasjonen.

Konsernet inngikk i 2001 nye låneavtaler, og styret er av den oppfatning at konsernets finansielle situasjon er god.

Styret mener at konsernets egenkapitalandel er tilfredsstillende. Egenkapitalandelen var 30 prosent per 31. desember 2001.

Etter styrets oppfatning gir det fremlagte årsregnskap fyllestgjørende informasjon om selskapets og konsernets stilling og resultat av driften. Styret er ikke kjent med at det har inntrådt forhold etter regnskapsårets utløp som er av vesentlig betydning for bedømmelsen av selskapets og konsernets stilling.

Per 31.12.2001 har morselskapet bokført opptjent egenkapital på 142 millioner kroner, men som følge av balanseførte goodwillverdier med 298 millioner kroner har ikke morselskapet fri egenkapital som kan benyttes til utdeling av utbytte.

Fremtidig utvikling

Styret har vedtatt en strategi for konsernet der den ønskede utvikling er beskrevet. Konsernets utvikling har så langt

fulgt de langsiktige planer som er lagt. Konsernet vil ha særlig fokus på videreutvikling av detaljhandelen. Stikkord her vil blant annet være matvaresikkerhet, prisutvikling og sortiment.

Restruktureringen som ble på begynt i 2001, vil etter styrets mening føre til et mer strømlinjeformet konsern og vil være med på å styrke konsernets handlekraft. Arbeidet med å strukturere konsernet for å rendyrke virksomhetsområdene vil fortsette.

Styret mener at konsernets finansielle situasjon er slik at konsernet vil kunne takle de utfordringene som markedet vil by på.

Konsernet er i dag 100 prosent norskeid. Styret vil bidra til å opprettholde det norske eierskapet.

Med de grep som er gjort og skal gjøres for å styrke konsernets konkurransevne, mener styret at konsernet vil være godt rustet til å utnytte de mulighetene som markedet vil by på framover.

Resultat og disponeringer

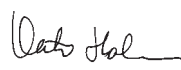
Morselskapet NorgesGruppen ASAs årsunderskudd etter skatt på 79 millioner kroner foreslås dekket ved overføring fra annen egenkapital.

Oslo, 30. april 2002

i styret for NorgesGruppen ASA



Knut Hartvig Johannson
(styrets leder)



Cato A. Holmsen



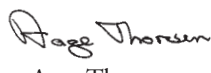
Olav Berg



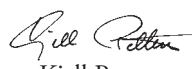
Thorleif B. Hellesøy



Sverre Lorentzen



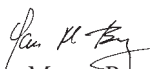
Aage Thoresen



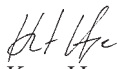
Kjell Pettersen



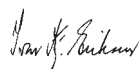
Erling Boland



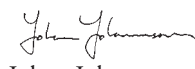
Jan Magne Borgen



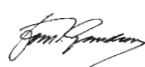
Knut Hage



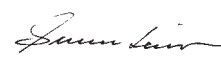
Ivar Kjell Eriksen



Johan Johannson



Jon R. Gundersen



Sverre Leiro
(adm. dir.)

*Kjøpmann Finn Halvorsen,
Meny Langhus*



Resultatregnskap 01.01 – 31.12

Morselskap				Konsern	
2000	2001	Note	(Beløp i 1000 kroner)	2001	2000
DRIFTSINNTEKTER					
4 009 743	2 115 318	4	Salgsinntekter	22 397 840	19 165 644
220 843	282 815		Annen driftsinntekt	959 632	863 328
4 230 586	2 398 133		Sum driftsinntekter	23 357 472	20 028 972
DRIFTSKOSTNADER					
3 161 251	1 814 774		Varekostnad	18 586 624	16 118 037
390 313	122 268	5	Lønnskostnad	1 738 711	1 435 368
501 718	277 281		Annen driftskostnad	1 988 990	1 706 012
65 830	22 006	7	Avskrivning på varige driftsmidler	319 484	269 491
4 119 112	2 236 329		Sum driftskostnader før avskrivning på immaterielle eiendeler og nedskrivning	22 633 809	19 528 908
111 474	161 804		Driftsresultat før avskrivning på immaterielle eiendeler og nedskrivning	723 663	500 064
64 548	25 840	7	Avskrivning på immaterielle eiendeler	236 569	177 320
–	–	7	Nedskrivning på immaterielle eiendeler	5 488	41 361
17 985	10 097	7	Nedskrivning på varige driftsmidler	24 180	68 157
–	50 000		Nedskrivning på andre anleggsmidler	10 800	–
82 533	85 937		Sum avskrivning på immaterielle eiendeler og nedskrivning	277 037	286 838
28 941	75 867		Driftsresultat	446 626	213 226
FINANSINNTEKTER OG FINANSKOSTNADER					
4 398	7 584		Aksjeutbytte	4 426	8 013
17 600	19 716	8	Inntekt på investering i tilknyttet selskap	52 604	43 847
4 197	216 186		Renteinntekter fra foretak i samme konsern	–	–
30 288	39 511		Renteinntekter	194 510	119 707
(3 911)	(618)		Rentekostnader til foretak i samme konsern	–	–
(129 004)	(285 574)	13	Rentekostnader	(388 674)	(314 824)
(76 432)	(3 195)		Netto finansresultat	(137 134)	(143 257)
(47 491)	72 672		Ordinært resultat før skattekostnad	309 492	69 969
8 212	(151 686)	15	Skattekostnad	(82 466)	(35 432)
(39 279)	(79 014)		Årsresultat	227 026	34 537
		16	Resultat til minoritetsinteresser	(19 088)	(18 327)
			Årsresultat til majoritetsinteresser	207 938	16 210
39 279	79 014	16	Overført fra annen egenkapital		
39 279	79 014		Sum overføringer		

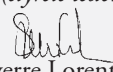
Balanse 31. desember

Morselskap		Note	(Beløp i 1000 kroner)	Konsern	
2000	2001			2001	2000
EIENDELER					
Immaterielle eiendeler					
1 537 169	298 211	7	Goodwill	2 334 284	2 047 477
Varige driftsmidler					
290 546	271 165	7	Tomter og bygninger	1 406 142	1 738 709
373 432	45 434	7	Driftsløsøre og inventar	1 114 384	993 538
663 978	316 599		Sum varige driftsmidler	2 520 526	2 732 247
Finansielle anleggsmidler					
737 100	1 130 582	3	Investering i datterselskap	–	–
1 467 307	3 606 676	6	Lån til foretak i samme konsern	–	–
135 701	122 797	8	Investeringer i tilknyttet selskap	321 110	487 344
79 645	86 341		Lån til tilknyttet selskap	222 973	222 997
10 326	31 019	9	Investeringer i aksjer og andeler	85 208	30 521
161 220	91 722		Andre fordringer	372 766	313 442
2 591 299	5 069 137		Sum finansielle anleggsmidler	1 002 057	1 054 304
4 792 446	5 683 947		Sum anleggsmidler	5 856 867	5 834 028
Omløpsmidler					
238 189	102 600		Varer	1 445 056	1 343 881
Fordringer					
173 772	187 545	6	Kundefordringer	1 100 015	953 293
255 643	109 227		Andre fordringer	758 324	978 613
429 415	296 772		Sum fordringer	1 858 339	1 931 906
193 458	145 567		Bankinnskudd, kontanter	555 813	314 037
861 062	544 939		Sum omløpsmidler	3 859 208	3 589 824
5 653 508	6 228 886		SUM EIENDELER	9 716 075	9 423 852

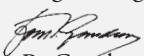
Morselskap			Konsern		
2000	2001	Note	(Beløp i 1000 kroner)	2001	2000
EGENKAPITAL					
Innskutt egenkapital					
3 625	3 795	17	Selskapskapital	3 795	3 625
–	(13)	16	Egne aksjer	(13)	–
1 025 114	1 298 335	16	Overkursfond	1 298 335	1 025 114
1 028 739	1 302 117		Sum innskutt egenkapital	1 302 117	1 028 739
Opptjent egenkapital					
239 722	160 708	16	Annen egenkapital	1 425 599	1 202 829
–	(18 492)		Egne aksjer	(18 492)	
239 722	142 216		Sum opptjent egenkapital	1 407 107	1 202 829
–	–	16	Minoritetsinteresser	234 729	238 029
1 268 461	1 444 333		Sum egenkapital	2 943 953	2 469 597
GJELD					
Avsetning for forpliktelseser					
28 681	23 748	10	Pensjonsforpliktelseser	49 955	56 508
60 071	208 200	15	Utsatt skatt	73 091	41 751
4 868	39 355	11	Andre avsetninger for forpliktelseser	149 022	124 036
93 620	271 303		Sum avsetning for forpliktelseser	272 068	222 295
Annen langsiktig gjeld					
500 000	500 000	16	Konvertibelt lån	500 000	500 000
2 319 654	2 300 000	12	Gjeld til kredittinstitusjoner	2 485 352	2 756 254
41 395	21 314	12	Annen langsiktig gjeld	46 869	287 095
2 861 049	2 821 314		Sum annen langsiktig gjeld	3 032 221	3 543 350
Kortsiktig gjeld					
–	–		Gjeld til kredittinstitusjoner	18 917	35 254
312 878	157 029	6	Leverandørgjeld	1 348 943	1 252 382
824	–	15	Betalbar skatt	57 549	59 987
76 675	14 093		Skyldig offentlige avgifter	133 965	178 126
–	–		Avsatt utbytte	3 578	7 182
1 040 001	1 520 814	6	Annen kortsiktig gjeld	1 904 881	1 655 679
1 430 378	1 691 936		Sum kortsiktig gjeld	3 467 833	3 188 610
4 385 047	4 784 553		Sum gjeld	6 772 122	6 954 255
5 653 508	6 228 886		SUM EGENKAPITAL OG GJELD	9 716 075	9 423 852


Oslo, 30. april 2002
i styret for NorgesGruppen ASA

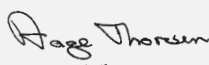

Knut Hartvig Johannson
(styrets leder)


Sverre Lorentzen


Jan Magne Børgen


Jon R. Gundersen


Cato A. Holmsen


Aage Thoresen



Knut Hage

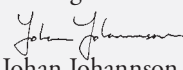

Olav Berg

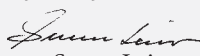

Kjell Pettersen


Ivar Kjell Eriksen


Thorleif B. Hellesøy


Erling Boland


Johan Johannson


Sverre Leiro
(adm. dir.)

Kontantstrømpoppstilling

Morselskap			Konsern	
2000	2001	(Beløp i 1 000 kroner)	2001	2000
		Kontantstrømmer fra operasjonelle aktiviteter:		
(47 491)	72 672	Ordinært resultat før skattekostnad	309 492	69 969
(16 723)	(824)	Periodens betalte skatt	(59 987)	(72 325)
130 378	47 846	Ordinære avskrivninger	556 053	446 811
17 985	76 607	Nedskrivninger varige driftsmidler	79 668	109 518
9 719	4 282	Pensjonskostnad uten kontanteffekt	(6 553)	4 917
(60)	(61 037)	Tap/gevinst ved salg av anleggsmidler	(111 270)	(18 748)
–	–	Inntekt på investering i tilknyttet selskap	(52 604)	(43 847)
(35 070)	2 200	Endring i varebeholdning	(101 175)	(97 828)
(27 083)	(46 803)	Endring i kundefordringer	(146 722)	33 595
83 339	3 978	Endring i leverandørgjeld	96 561	(16 793)
104 410	65 841	Endring i andre tidsavgrensningsposter	(188 577)	71 765
219 404	164 761	Netto kontantstrømmer fra operasjonelle aktiviteter	752 040	487 034
		Kontantstrømmer fra investeringsaktiviteter:		
60	104 673	Innbetalinger ved salg av varige driftsmidler	471 752	100 840
(301 301)	(28 676)	Utbetalinger ved kjøp av varige driftsmidler	(567 554)	(737 331)
(308 197)	–	Utbetalinger ved kjøp av immaterielle eiendeler	20 656	(509 559)
17 771	12 904	Innbetalinger ved salg av finansielle anleggsmidler	(280 129)	132 147
(309 333)	(18 823)	Utbetalinger ved kjøp av finansielle anleggsmidler	230 674	–
–	(6 696)	Utbetalinger ved lån til tilknyttede selskaper	–	(40 909)
–	53 498	Endring i langsiktige fordringer	(59 324)	177 959
(901 000)	116 880	Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	(183 925)	(876 853)
		Kontantstrømmer fra finansieringsaktiviteter:		
804 666	2 300 000	Innbetalinger ved opptak av ny langsiktig gjeld	2 461 103	526 107
(159 538)	(936 035)	Utbetalinger ved langsiktige utlån til konsernselskap	–	–
(128 008)	(2 269 352)	Utbetalinger ved nedbetaling av langsiktig gjeld	(2 972 232)	(195 216)
315 413	594 360	Endringer i kortsiktig gjeld	232 865	(282 075)
33 903	–	Innbetaling av egenkapital	–	33 903
(4 796)	(18 505)	Tilbakebetaling av egenkapital	(18 505)	(4 796)
(62 060)	–	Utbetalinger av utbytte	(7 182)	(69 702)
(18 400)	–	Utbetaling av konsernbidrag	–	–
–	–	Endring av minoritetsinteresser	(22 388)	(6 843)
781 180	(329 532)	Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	(326 339)	1 378
99 584	(47 891)	Netto endring i bankinnskudd, kontanter og lignende	241 776	(388 441)
4 500	193 458	Beholdning av bankinnskudd, kontanter og lignende per 1. januar	314 037	264 972
89 374	–	Tilgang bankinnskudd, kontanter og lignende ved fusjoner	–	437 506
193 458	145 567	Beholdning av bankinnskudd, kontanter og lignende per 31. desember	555 813	314 037

Noter til regnskapet

(Beløp i 1 000 kroner)

Note 1 Regnskapsprinsipper

Regnskapet er satt opp i samsvar med Regnskapsloven av 1998 og god regnskapsskikk i Norge.

Konsernregnskapet

Konsernregnskapet omfatter NorgesGruppen ASA (morselskap) og alle datterselskaper. Konsernregnskapet er konsolidert etter enhetssynet der NorgesGruppen ASA direkte eller indirekte eier mer enn 50 prosent av stemmeberettiget kapital og/eller har bestemmende innflytelse. Selskap i midlertidig eie konsolideres ikke. Alle vesentlige transaksjoner og mellomværende mellom selskaper i konsernet er eliminert. Det er benyttet ensartede regnskapsprinsipper i konsernet.

Kostpris av aksjer i datterselskaper er i samsvar med oppkjøpsmetoden eliminert mot datterselskapets egenkapital på tidspunktet for konserndannelse. Kostpris for aksjer utover bokført egenkapital på kjøpstidspunkt er analysert og henført til de poster i balansen merverdien er tilknyttet. Kostpris som ikke kan henføres til konkrete eiendeler klassifiseres som goodwill og avskrives over forventet økonomisk levetid.

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter normalt poster som forfaller til betaling innen ett år etter siste dag i regnskapsåret, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Omløpsmidler vurderes til laveste verdi av anskaffelseskost og antatt virkelig verdi.

Anleggsmidler og langsiktig gjeld

Anleggsmidler omfatter eiendeler bestemt til varig eie og bruk for virksomheten. Anleggsmidler er vurdert til anskaffelseskost. Varige driftsmidler føres opp i balansen og avskrives lineært over driftsmidlets forventede økonomiske levetid. Varige driftsmidler nedskrives til virkelig verdi ved verdifall som forventes ikke å være av forbigående art. Nedskrivninger blir reversert dersom grunnlaget for nedskrivningen ikke lenger er til stede. Gjeld som forfaller til betaling senere enn ett år etter balansedagen og første års avdrag på denne gjelden er klassifisert som langsiktig gjeld.

Aksjer

Aksjer er klassifisert som anleggsmidler og er verdsatt til opprinnelig kostpris. Nedskrivninger er foretatt enkeltvis dersom virkelig antatt verdi er lavere enn kostpris og dette ikke er av forbigående art.

Tilknyttede selskaper

Tilknyttede selskaper er selskaper hvor man har betydelig innflytelse og langsiktig eierinteresse. Tilknyttede selskaper er behandlet etter kostmetoden i selskapsregnskapet og etter egenkapitalmetoden i konsernregnskapet.

Varebeholdning

Varer er vurdert til laveste verdi av anskaffelseskost og virkelig verdi.

Fordringer

Kundefordringer og andre fordringer er ført opp i balansen til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap.

Immatrielle eiendeler

Goodwill er ført opp i balansen til historisk anskaffelseskost fratrukket akkumulerte avskrivninger. Goodwill avskrives over antatt levetid som er sannsynliggjort ved kalkyler i forbindelse med oppkjøpet. Nedskrivninger er foretatt enkeltvis dersom virkelig antatt verdi er lavere enn bokført verdi og dette ikke er av forbigående art.

Pensjoner

Pensjonsforpliktelser er vurdert til nåverdien av de fremtidige pensjonsytelsene som er opptjent på balansedagen. Fremtidige pensjonsytelser er beregnet med utgangspunkt i forventet lønn på pensjonstidspunktet. Pensjonsmidler er vurdert til markedsverdi på balansedagen. Netto pensjonsforpliktelse (pensjonsforpliktelser fratrukket pensjonsmidler) balanseføres som langsiktig gjeld. Periodens netto pensjonskostnad inngår i lønnskostnader.

Skatt

Skattekostnaden i resultatregnskapet omfatter periodens betalbare skatt som blir utlignet og forfaller til betaling i neste regnskapsår og endring i utsatt skatt. Utsatt skatt er beregnet med skattesatsen ved utgangen av regnskapsåret (28 prosent) på grunnlag av skattereduserende og skatteøkende midlertidige forskjeller som eksisterer mellom regnskapsmessige og skattemessige verdier. Skatteøkende og skattereduserende midlertidige forskjeller som reverserer eller kan reversere i samme periode er utlignet og nettoført.

Inntekter

I salgsinntekter inngår salg fra engros- og detaljvirksomhet. I andre driftsinntekter inngår inntekter fra profilhusene, husleieinntekter, andre leieinntekter og gevinster ved realisasjon av anleggsmidler.

Note 2 Store enkelttransaksjoner

Morselskapet har i 2001 som ledd i en helhetlig restrukturering av virksomheten overdratt dagligvarevirksomheten til egne heleide datterselskaper.

Note 3 Datterselskaper

	Forretnings- kontor	Eier/ stemme- andel		Forretnings- kontor	Eier/ stemme- andel
Datterselskaper av NorgesGruppen ASA					
Aka Rogaland AS	Hønefoss	52 %			
Aka Spar Buskerud AS	Hønefoss	50 %			
Aka Østfold AS	Hønefoss	50 %			
AS Asko Oslo	Oslo	100 %			
Asko Agder AS	Lillesand	100 %			
Asko Brumunddal AS	Brumunddal	100 %			
Asko Drammen AS	Drammen	100 %			
Asko Fred Hansen AS	Stavanger	100 %			
Asko Kjeldsberg AS	Trondheim	60 %			
Asko Oppland AS	Leira i Valdres	8,5 %			
Asko Rogaland AS	Stavanger	100 %			
Asko Torgersen AS	Skedsmo	100 %			
Asko Trondheim AS	Trondheim	100 %			
Asko Vestfold – Telemark AS	Larvik	100 %			
Asko Østfold AS	Moss	100 %			
Brobekk Storcash AS	Oslo	100 %			
Camilla Invest AS	Oslo	100 %			
Dancert Krohn AS	Molde	40 %			
Eide Colonial	Brumunddal	100 %			
Eidsvoll Mat AS	Lillehammer	100 %			
Fjell Senter AS	Hønefoss	100 %			
Hedmark Kjøpmenn AS	Løten	73 %			
Helgerudhallen Drift AS	Oslo	100 %			
Kipett AS	Drammen	66 %			
Kiwi Norge AS	Oslo	100 %			
Kjøpesentinvest AS	Oslo	100 %			
Krokstadelva Matsenter AS	Brumunddal	100 %			
Køff Asko Vest AS	Bergen	88 %			
Køff Hedmark	Løten	60 %			
Matkarusellen AS	Oslo	51 %			
Meny AS	Oslo	100 %			
Meny Drift AS	Oslo	100 %			
Mix Butikkene AS	Oslo	100 %			
Mix Regnskap AS	Oslo	60 %			
NG Blomster Holding AS	Oslo	100 %			
NG Forbrukerservice AS	Oslo	100 %			
NG Invest Region Innland AS	Brumunddal	17 %			
NG Kiwi Invest Innland AS	Lillehammer	100 %			
NG Meny Invest Innland & Buskerud AS	Skien	100 %			
NG Meny Invest Vest AS	Oslo	100 %			
NG Meny Invest Øst AS	Oslo	100 %			
NG Spar Invest Øst AS	Brumunddal	100 %			
NG Tjenesteyting og Supply AS	Oslo	100 %			
NG-Data AS	Oslo	100 %			
Nordnorsk Importkompani AS	Tromsø	69 %			
NorgesGruppen Servering AS	Oslo	100 %			
Nye Gro Holding AS	Oslo	100 %			
Nærbutikkene Norge AS	Oslo	100 %			
Price Club Norge AS	Drammen	100 %			
Pølse- og Ferskvarespesialisten AS	Oslo	100 %			
Scangross Holding AS	Oslo	100 %			
Senterutvikling AS	Oslo	58 %			
Skov Invest AS	Oslo	100 %			
Spar Norge AS	Hønefoss	100 %			
Støletorget Eiendom AS	Oslo	100 %			
Sulamat AS	Lier	100 %			
Suveren AS	Oslo	100 %			
Trondheimsveien 114 Skedsmo AS	Oslo	80 %			
Trondheimsveien 64 Tøyen AS	Oslo	100 %			
Datterselskaper av Asko Østfold AS					
Aka Østfold AS	Hønefoss	50 %			
Asko Oppland AS	Leira i Valdres	21 %			
Dagligvare Øst AS	Moss	100 %			
Dagligvaresalg A/Ø AS	Moss	100 %			
Mathuset AS	Ski	100 %			
Refsnes Mat AS	Moss	60 %			
Son Mat AS	Son	100 %			
Store Brevik eiendom AS	Moss	100 %			
Datterselskaper av Køff Asko Vest AS					
Asko Hannevik AS	Bergen	60 %			
Asko Vest AS	Bergen	82 %			
Dale Utleiebygg	Dale i Sunnfjord	25 %			
Epa Mat Laksevåg AS	Bergen	100 %			
Epa Mat Åsane AS	Bergen	100 %			
Hamrehjørnet Mat AS	Bergen	100 %			
KA Detaljinvest AS	Bergen	100 %			
Kleppstø Torg AS	Kleppstø	60 %			
Køff Asko Vest Eiendom AS	Bergen	100 %			
Lerøy Mat Galleriet AS	Bergen	100 %			
Storbotn 110 AS	Øvre Ervik	100 %			
Datterselskaper av Asko Torgersen AS					
Asko Oppland AS	Leira i Valdres	59 %			
Bergen Supply AS	Bergen	91 %			
Joh-Astor AS	Skedsmo	100 %			
Joh-Lekkerland AS	Skedsmo	100 %			
Norsk Polar AS	Bergen	100 %			
Torgersen Forvaltning AS	Skedsmo	100 %			
Datterselskaper av Scangross Holding AS					
Scangross Distribution AS	Skjetten	100 %			
Datterselskaper av Asko Brumunddal AS					
NG Invest Region Innlandet AS	Brumunddal	31 %			
Datterselskaper av Asko Oppland AS					
Bondlid Matsenter AS	Dokka	100 %			
Matvarehuset Lærdal AS	Lærdal	100 %			
NG Invest Region Innlandet AS	Brumunddal	55 %			
Årdalstangen Minipris AS	Årdal	100 %			
Datterselskaper av Asko Rogaland AS					
Aka Gard Invest AS	Sandnes	100 %			
Aka Rogaland AS	Hønefoss	48 %			
Forus Storcash AS	Stavanger	100 %			
Kiwi Invest Rogaland AS	Sandnes	100 %			
Kiwi Rogaland ANS	Stavanger	51 %			
Lavi Mathus AS	Haugesund	100 %			
Madla Næringssselskap AS	Sandnes	100 %			
Mathuset Eiendom AS	Sandnes	100 %			
Sørvest Invest AS	Stavanger	100 %			
Datterselskaper av Nordnorsk Importkompani AS					
Asko Nord AS	Tromsø	65 %			
Dagligvareinvest Hammerfest AS	Hammerfest	51 %			
Dagligvareinvest Tromsø AS	Tromsø	100 %			
Lakselv Mathus AS	Lakselv	100 %			
Nordnorsk Engros AS	Sortland	35 %			

	Forretnings- kontor	Eier-/ stemme- andel
Datterselskap av Asko Drammen AS		
Asko Drammen Invest AS	Lierstranda	100 %
Datterselskap av Asko Agder AS		
Matador AS	Lillesand	100 %
Datterselskap av Kiwi Norge AS		
Kiwi Region Agder AS	Kristiansand	100 %
Kiwi Region Innland AS	Lillehammer	100 %
Kiwi Region Oslofjord AS	Oslo	100 %
Kiwi Region Rogaland AS	Stavanger	100 %
Kiwi Region Vest AS	Bergen	100 %
Datterselskap av Kipett AS		
Kiwi Minipris AS	Lier	100 %
Datterselskap av NG Servering AS		
Big Horn Steak House AS	Oslo	50 %
Bon Invest AS	Oslo	50 %
Catering Systemer AS	Oslo	100 %
Express Mat AS	Oslo	100 %
Horeca Regnskap AS	Oslo	100 %
Los Amigos Holding AS	Oslo	100 %
Datterselskap av Fred Hansen AS		
Sørvest Invest AS	Stavanger	100 %
Datterselskap av Asko Vestfold Telemark AS		
AVT Invest AS	Larvik	100 %
Borreveien Eiendom AS	Larvik	100 %
Convenience Norge AS	Larvik	100 %
Indre Havn AS	Larvik	100 %
Mobi AS	Skien	100 %
Siljansenteret AS	Siljan	80 %
Torggaten 9-15 AS	Larvik	100 %
Datterselskap av Aka Rogaland AS		
Aka Gard AS	Hønefoss	100 %
Datterselskap av Aka Østfold AS		
Aka Fredrikstad AS	Hønefoss	100 %
Aka Østfold Invest AS	Hønefoss	100 %

Note 4 Salgsinntekt fordelt på virksomhetsområde

	Morselskap		Konsern	
	2001	2000	2001	2000
<i>(Beløp i 1 000 kroner)</i>				
Engrosvirksomhet	2 096 761	1 550 702	13 782 366	12 650 839
Detaljvirksomhet	18 557	2 459 041	8 615 474	6 514 805
Sum	2 115 318	4 009 743	22 397 840	19 165 644

Note 5 Lønnskostnad, antall ansatte, godtgjørelser, lån til ansatte m.m.

Lønnskostnader	Morselskap		Konsern	
	2001	2000	2001	2000
<i>(Beløp i 1 000 kroner)</i>				
Lønninger	94 643	310 490	1 462 099	1 190 161
Folketrygdavgift	13 703	46 332	206 259	171 307
Pensjonskostnader	8 540	14 894	24 725	30 213
Andre ytelser	5 382	18 597	45 628	43 687
Sum	122 268	390 313	1 738 711	1 435 368
Gjennomsnittlig antall ansatte	246	2 400	7 637	7 157

Lån til ansatte

Lån til ansatte utgjør kr 8 131 347 i morselskapet og kr 23 168 417 i konsernet.

Ytelser til ledende personer

Daglig leder har mottatt kr 2 447 000 i lønn og annen godtgjørelse. Daglig leder har lån i selskapet på kr 450 000. Lånet nedbetales med kr 50 000 per år. Rentefot er 8,5 % p.a. Ved ufrivillig avgang er daglig leder berettiget til sluttvederlag tilsvarende 3 års lønn.

Styrehonorar

Det er tilsammen utbetalt kr 541 000 i styrehonorarer. Av dette er kr 74 000 utbetalt til styrets leder.

Honorarer til selskaps- og konsernrevisor Deloitte & Touche Statsautoriserte Revisorer AS

<i>(Beløp i 1 000 kroner)</i>	Morselskap	Konsern
Revisjonshonorar	450	3 568
Honorar for tjenester av revisjonsmessig art	1 208	1 443
Honorar for andre tjenester	1 835	2 539

Note 6 Mellomværende med selskap i samme konsern

Morselskap	Kunde- fordringer	Andre langsiktige fordringer	Leverandør- gjeld	Annen kortsiktig gjeld
<i>(Beløp i 1 000 kroner)</i>				
Mellomværende med datterselskap	32 897	3 606 676	7 196	97 988

Andre langsiktige fordringer knytter seg i hovedsak til selskapets konserntilgjeld, relatert til langsiktig finansiering.

Note 7 Varige driftsmidler og immaterielle eiendeler

(Beløp i 1 000 kroner)	Tomter og bygninger	Driftsløsøre og inventar	Sum varige driftsmidler	Goodwill
Morselskap				
Anskaffelseskost 1.1.01	171 514	720 779	892 293	1 601 717
Tilgang	19 560	9 116	28 676	148 167
Avgang	–	(360 109)	(360 109)	(1 419 592)
Anskaffelseskost 31.12.01	191 074	369 786	560 860	330 292
Oppskrevet før 1.1.01	(183 000)	–	(183 000)	–
Akkumulerte avskrivninger 1.1.01	83 768	347 347	431 115	64 548
Avgang avskrivninger	–	(35 957)	(35 957)	(58 307)
Årets avskrivninger	9 141	12 865	22 006	25 840
Årets nedskrivninger	10 000	97	10 097	–
Akk. opp-, av- og nedskrivninger 31.12.01	(80 091)	324 352	244 261	32 081
Balanseført verdi 31.12.01	271 165	45 434	316 599	298 211
Konsern				
Anskaffelseskost 1.1.01	1 714 247	2 178 566	3 892 813	2 512 254
Tilgang	52 090	515 464	567 554	553 520
Avgang	(291 771)	(89 237)	(381 008)	(28 811)
Anskaffelseskost 31.12.01	1 474 566	2 604 793	4 079 359	3 036 963
Oppskrevet før 1.1.01	(407 066)	–	(407 066)	–
Akkumulerte av- og nedskrivninger 1.1.01	437 702	1 197 537	1 635 239	464 777
Avgang avskrivninger	(22 634)	(10 371)	(33 005)	(4 155)
Årets avskrivninger	50 422	269 062	319 484	236 569
Årets nedskrivninger	10 000	14 180	24 180	5 488
Akk. opp-, av- og nedskrivninger 31.12.01	68 424	1 470 408	1 538 833	702 679
Balanseført verdi 31.12.01	1 406 142	1 134 385	2 540 526	2 334 284
Økonomisk levetid	20 - 50 år	5 -20 år		5 - 20 år
Avskrivningsplan	Lineær	Lineær		Lineær

Leie av varige driftsmidler

Det er inngått leieavtaler om leie av lokaler og driftsmidler knyttet til den ordinære virksomheten.

Forventet økonomisk levetid for goodwill

Konsernet har gjennom fusjoner og oppkjøp ervervet goodwill som er av strategisk betydning for å bevare og styrke konsernets dominerende markedsposisjon både i engros- og detaljvirksomheten. Den økonomiske levetiden for konsernets goodwill er således vurdert til å overstige 5 år.

Goodwill spesifisert på virksomhetsområder (Beløp i 1 000 kroner)	Morselskap		Konsern	
	Årets avskrivninger	Bokført verdi 31.12.2001	Årets avskrivninger	Bokført verdi 31.12.2001
Engrosvirksomhet	–	–	19 732	92 171
Detaljvirksomhet	25 840	298 211	216 837	2 242 113
Sum	25 840	298 211	236 569	2 334 284

Note 8 Investering i tilknyttede selskaper

Morselskap (Beløp i 1 000 kroner)	Forretnings- kontor	Eier/ stemme- andel	Bokført verdi 31.12.2001
Bama-Gruppen AS	Oslo	34 %	54 000
H.I Giørtz Sønner AS	Ålesund	35 %	15 972
Minidrift ANS	Drammen	34 %	30 000
Andre med bokført verdi < 6 mill			22 825
Sum			122 797

Konsern (Beløp i 1 000 kroner)	Forretnings- kontor	Eier-/stemme- andel	Goodwill	Andel av årets resultat etter goodwill- avskrivninger	Bokført verdi 31.12.2001
Bama-Gruppen AS	Oslo	34 %	–	38 188	100 105
PAM AS	Sandnes	50 %	26 380	541	35 142
Minidrift ANS	Drammen	34 %	–	9 158	46 938
Andre med bokført verdi < 20 mill					138 925
Sum					321 110

Note 9 Investeringer i aksjer og andeler

Konsern (Beløp i 1 000 kroner)	Eierandel i %	Bokført verdi 31.12.01
Kjøpesenter Holding AS	14,0 %	8 930
AS Kaffeindustri	5,0 %	21 075
Andre aksjer med bokført verdi < 5 mill		55 203
Sum		85 208

Note 10 Pensjonskostnader, -midler og -forpliktelser

(Beløp i 1 000 kroner)	Morselskap		Konsern	
	2001	2000	2001	2000
Nåverdi av årets pensjonsopptjening (inkl. arbeidsgiveravgift)	4 854	5 985	19 288	22 754
Netto amortisering av estimatavvik	1 781	6 022	5 926	1 293
Rentekostnad av pensjonsforpliktelsen	6 109	7 253	20 806	20 589
Avkastning på pensjonsmidler	(4 204)	-4 366	(21 295)	-14 423
Netto pensjonskostnad	8 540	14 894	24 725	30 213
Beregnete pensjonsforpliktelser (PBO)	94 049	104 877	318 952	301 919
Ikke resultatført virkning av estimatavvik	(21 355)	-25 228	(6 049)	-20 120
Periodisert arbeidsgiveravgift	6 380	7 405	13 893	16 329
Pensjonsmidler (til markedsverdi)	(55 326)	-58 373	(276 841)	-241 620
Netto pensjonsforpliktelser	23 748	28 681	49 955	56 508

Antall personer som inngår i ordningene	297	669	3 207	2 916
---	-----	-----	-------	-------

Økonomiske forutsetninger

Diskonteringsrente	7 %
Forventet lønnsregulering/pensjonsøkning/G-regulering	3 %
Forventet avkastning på fondsmidler	8 %

De økonomiske forutsetningene er tilsvarende som for fjoråret.

Som aktuariemessige forutsetninger for demografiske faktorer og avgang er det lagt til grunn vanlige benyttede forutsetninger innen forsikring.

Note 11 Andre avsetninger for forpliktelser

Datterselskapet Nye Gro Holding AS ble stiftet ved fisjon fra Gro AS per 1. januar 1999. I forbindelse med fisjonen oppstod en internergevinst som i henhold til god regnskapsskikk er tilbakeført på konsernnivå. Interngevinsten fremkommer ved at fisjonen ble gjennomført til virkelig verdi og utsatt inntektsføring utgjør 99 millioner kroner per 31. desember 2001.

Note 12 Avdragsstruktur langsiktig gjeld

(Beløp i 1 000 kroner)	2002	2003	2004	2005	2006	Etter 2006	Sum
Morselskap							
Gjeld til kredittinstitusjoner	90 000	590 000	690 000	390 000	540 000	–	2 300 000
Annen langsiktig gjeld	4 892	4 892	4 892	4 892	1 746	–	21 314
Sum	94 892	594 892	694 892	394 892	541 746	–	2 321 314
Konsern							
Gjeld til kredittinstitusjoner	115 300	620 000	735 000	436 776	570 276	–	2 477 352
Annen langsiktig gjeld	12 592	11 500	9 500	9 857	11 420	–	54 869
Sum	127 892	631 500	744 500	446 633	581 696	–	2 532 221

Note 13 Finansiell risiko

Konsernets gjeld til kredittinstitusjoner har i det vesentligste flytende rente som endres i takt med det generelle rentenivået i Norge.

Note 14 Pantstillelser og garantier

(Beløp i 1 000 kroner)	Morselskap 2001	Konsern 2001
Pantesikret gjeld		
Gjeld til kredittinstitusjoner	–	86 824
Øvrig langsiktig gjeld (inkl. finansiell leasing)	–	2 276
Sum	–	89 100
Bokført verdi av pantsatte eiendeler		
Bygninger og annen fast eiendom	–	40 058
Inventar/transportmidler	–	5 108
Varebeholdning	–	109 765
Kundefordringer	–	22 117
Annet	–	75 487
Sum bokførte verdier	–	252 535
Garantiansvar		
Lån/gjeldsbrev/kassekreditter	70 766	139 291
Annet	3 396	20 236
Sum	74 162	159 527

Langsiktig rentebærende bankgjeld og kassekreditt for konsernkontosystemet er avgitt mot negativ pantsettelseserklæring.

Morselskapet er solidarisk ansvarlig sammen med øvrige selskaper i konsernet for oppfyllelse av låneavtalen i forbindelse med konsernkassekredittsystemet.

Note 15 Skatt

	Morselskap		Konsern	
	2001	2000	2001	2000
<i>(Beløp i 1 000 kroner)</i>				
Spesifikasjon av skattekostnad i resultatregnskapet				
Betalbar skatt	–	–	55 990	59 987
Endring i utsatt skatt	151 686	(8 212)	26 476	(24 555)
Andre poster	–	–	–	–
Skattekostnad ordinært resultat	151 686	(8 212)	82 466	35 432
Avstemming fra nominell til faktisk skattesats				
Resultat før skattekostnad	72 672	(47 491)	309 492	69 969
Forventet skattekostnad 28 % herav	20 348	(13 297)	86 658	19 591
Skatteeffekten av følgende poster:				
Ikke fradragsberettigede kostnader	96	567	5 261	4 917
Ikke skattepliktige inntekter	(3 162)	–	(3 817)	(2 842)
Avskr. goodwill uten skattemessig fradrag	1 661	8 673	21 963	22 785
Realisert goodwill	123 200	–	–	–
Nedskrivning aksjer og andeler	18 620	–	–	–
Utbytteeffekt	(7 644)	(6 160)	(7 343)	(2 244)
Inntekt på investering i tilknyttede selskap	–	–	(14 729)	(12 277)
Endring i nedvurdering av utsatt skattefordel	–	–	(4 511)	3 609
Andre poster	(1 433)	2 005	(1 016)	1 893
Skattekostnad i følge resultatregnskapet	151 686	(8 212)	82 466	35 432

	Morselskap			
	2001		2000	
	Fordel	Forpliktelse	Fordel	Forpliktelse
<i>(Beløp i 1 000 kroner)</i>				
Forfall fremførbart underskudd/utbyttegodtgjørelse				
Anleggsmidler	–	220 700	–	133 293
Varer og fordringer	4 478	–	2 456	–
Gjeld	6 650	–	9 563	–
Fremførbart underskudd og godtgjørelse mottatt utbytte	1 372	–	61 203	–
Sum	12 500	220 700	73 222	133 293
Brutto utsatt skattefordel/forpliktelse	–	208 200	–	60 071
Ikke balanseført utsatt skattefordel	–	–	–	–
Netto utsatt fordel/forpliktelse i balansen	–	208 200	–	60 071

	Konsern			
	2001		2000	
	Fordel	Forpliktelse	Fordel	Forpliktelse
<i>(Beløp i 1 000 kroner)</i>				
Forfall fremførbart underskudd/utbyttegodtgjørelse				
Anleggsmidler	–	232 250	–	195 732
Varer og fordringer	28 293	–	14 342	–
Gjeld	26 179	–	32 632	–
Fremførbart underskudd og godtgjørelse mottatt utbytte	113 657	–	120 488	–
Sum	168 129	232 250	167 462	195 732
Brutto utsatt skattefordel/forpliktelse	–	64 121	–	28 270
Ikke balanseført utsatt skattefordel	(8 970)	–	(13 481)	–
Netto utsatt fordel/forpliktelse i balansen	–	73 091	–	41 751

Fremførbart underskudd og fremførbart godtgjørelse av mottatt aksjeutbytte forfaller etter 2005.

Note 16 Egenkapital

Morselskap (Beløp i 1 000 kroner)	Aksje- kapital	Overkurs	Annen egenkapital	Sum
Egenkapital per 1.1.01	3 625	1 025 114	239 722	1 268 461
Tilgang ved emisjoner	170	273 221	–	273 391
Kjøp av egne aksjer	(13)	–	(18 492)	(18 505)
Årets resultat	–	–	(79 014)	(79 014)
Egenkapital 31.12.01	3 782	1 298 335	142 216	1 444 333

Konsern (Beløp i 1 000 kroner)	Majoritets- interesser	Minoritets- interesser	Sum
Egenkapital per 1.1.01	2 231 568	238 029	2 469 597
Tilgang ved emisjoner og fusjoner	273 391	–	273 391
Endring i minoritetsinteresser og datterselskaper	(3 673)	(18 810)	(22 483)
Avsatt utbytte	–	(3 578)	(3 578)
Årets resultat	207 938	19 088	227 026
Egenkapital 31.12.01	2 709 224	234 729	2 943 953

Selskapet har konvertibelt obligasjonslån på 320 millioner kroner til opprinnelig konverteringskurs kr 179,51 og 180 millioner kroner til opprinnelig konverteringskurs kr 157,03. Konverteringskursene endres i forhold til rentebetalinger i perioden. Lånene løper til 2005. Selskapet kan kun kreve lånet konvertert ved eventuell børsnotering, mens lånegiver kan kreve konvertering i perioden.

Gjennom erverv av egne aksjer ønsker selskapet å bidra til økt likviditet i aksjene. Videre ønsker selskapet å ha en beholdning av egne aksjer som kan benyttes i transaksjoner med andre selskaper og virksomheter.

Note 17 Aksjekapital og aksjonærinformasjon

Aksjekapitalen består av 37 948 898 aksjer à kr. 0,10.

Eierstruktur per 31.12.2001	Antall aksjer	Eier- andel	Stemme- andel
Joh. Johannson AS	25 347 067	66,79 %	66,79 %
Brødrene Lorentzen AS	2 948 820	7,77 %	7,77 %
Johan Johannson	2 750 033	7,25 %	7,25 %
AKA AS	1 601 524	4,22 %	4,22 %
Centra Detalj AS	955 232	2,52 %	2,52 %
Sum > 1% eierandel	33 602 676	88,55 %	88,55 %
Sum øvrige	4 346 222	11,45 %	11,45 %
Totalt antall aksjer	37 948 898	100,00 %	100,00 %

Aksjer eid direkte og indirekte av adm. dir. og styremedlemmer	Verv	Antall aksjer
Sverre Leiro	Adm. direktør	16 240
Knut Hartvig Johannson	Styrets leder	521 243
Johan Johannson	Styremedlem	27 006 568
Sverre Lorentzen	Styremedlem	2 948 820
Aage Thoresen	Styremedlem	1 601 721
Kjell Pettersen	Styremedlem	12 080
Thorleif Birger Hellesøy	Styremedlem	11 190
Jan Magne Borgen	Styremedlem	23 873
Erling Magnar Boland	Styremedlem	1 343
Ivar Kjell Eriksen	Styremedlem	955 232
Knut Hage	Styremedlem	83 652

Note 18 Nærstående parter

Konsernselskaper foretar kjøp av produkter for videresalg fra nærstående parter. Dette består i det vesentlige av kjøp av kaffe for videresalg fra AS Kaffeindustri, som er nærstående part. Transaksjonene er gjennomført på armlengdes vilkår til markedspriser.

Til generalforsamlingen i NorgesGruppen ASA

REVISJONSBERETNING FOR 2001

Vi har revidert årsregnskapet for NorgesGruppen ASA for regnskapsåret 2001, som viser et underskudd på kr 79.014.000 for morselskapet og et overskudd på kr 227.026.000 for konsernet. Vi har også revidert opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til dekning av underskuddet. Årsregnskapet består av resultatregnskap, balanse, kontantstrømpstilling, noteopplysninger og konsernregnskap. Årsregnskapet og årsberetningen er avgitt av selskapets styre og administrerende direktør. Vår oppgave er å uttale oss om årsregnskapet og øvrige forhold i henhold til revisorlovens krav.

Vi har utført revisjonen i samsvar med revisorloven og god revisjonsskikk i Norge. God revisjonsskikk krever at vi planlegger og utfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon. Revisjon omfatter kontroll av utvalgte deler av materialet som underbygger informasjonen i årsregnskapet, vurdering av de benyttede regnskapsprinsipper og vesentlige regnskapsestimer, samt vurdering av innholdet i og presentasjonen av årsregnskapet. I den grad det følger av god revisjonsskikk, omfatter revisjon også en gjennomgåelse av selskapets formuesforvaltning og regnskaps- og intern kontrollsystemer. Vi mener at vår revisjon gir et forsvarlig grunnlag for vår uttalelse.

Vi mener at

- årsregnskapet er avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et uttrykk for selskapets og konsernets økonomiske stilling 31. desember 2001 og for resultatet og kontantstrømmene i regnskapsåret i overensstemmelse med god regnskapsskikk i Norge
- ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god regnskapsskikk i Norge
- opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til dekning av underskuddet er konsistente med årsregnskapet og er i samsvar med lov og forskrifter.

Oslo, 30. april 2002
DELOITTE & TOUCHE


Jørn Borchgrevink
statsautorisert revisor



Ferskvarsjef Gerd
Lauritsen, Spar Greåker

Virksomheten 2001

Bransjen er fremdeles preget av store endringer. Til tross for at to av konkurrentene våre har fått dominerende utenlandsk eierskap, har NorgesGruppen klart seg godt i den økte konkurransen.

Samordning, effektivisering og strategiske veivalg har derfor en viktig plass ved siden av den daglige virksomheten i NorgesGruppen. Konsernets mangfold skal sikres, men samtidig må driften være konkurransekraftig. Det krever en optimalisert kjedestruktur og ytterligere effektivisering av vareflyten. Samtidig må samspillet mellom kjøpmannseid og egeneid detaljvirksomhet styrkes.

Kremmerånden er en kilde til innsats og motivasjon som må stimuleres og som skal bidra til at NorgesGruppen opprettholder en ledende posisjon i et marked i stadig endring.

NorgesGruppen har organisert virksomheten i de fire forretningsområdene Engros, Dagligvare, Servering og Storhusholdning og Kiosk og servicehandel.



Sjåfør Espen Bruland,
Joh-System.

Fakta

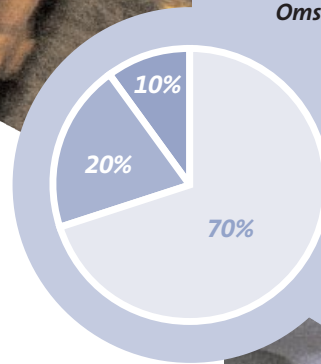
- Antall kunder totalt: 11 800
- Netto vareomsetning: 15,4 mrd. kroner
- Leveringsandel: 50 prosent

Kundefordeling

- Dagligvare: 2 000
- Kiosk og servicehandel: 2 300
- Servering og storhusholdning: 7 500

Omsetningsfordeling:

- Dagligvarehandelen: 70 %
- Storhusholdning: 20 %
- Kiosk og servicehandel: 10 %



Engros

NorgesGruppens engrosvirksomhet omfatter de regionale Asko-selskapene og Storcash-enhetene. Ett av Asko-selskapene, Joh-System i Oslo, er både et regionalt engrosforetak og konsernorganisasjon for virksomhetsområdet.

Engrosvirksomheten har ansvaret for den totale vare- og informasjonsstrømmen hele veien fra produsent til sisteledd innenfor markedssegmentene dagligvare detalj, kiosk- og servicehandel, servering og storhusholdning og offshorevirksomhet. Ansvaret skal utøves slik at NorgesGruppens totale konkurransedyktighet i verdikjeden sikres resurseffektivt og miljøvennlig.

Netto omsetning i 2001 var 15,4 milliarder kroner, en økning på omtrent 5 prosent fra 2000. Engrosvirksomheten har en markedsandel på omtrent 38 prosent¹⁾ i forhold til de øvrige grossistgrupperingene og er dermed landets klart største engrosvirksomhet.

Omsetningen fordeler seg med 70 prosent til dagligvare detalj, 20 prosent til storhusholdning og storcash, samt 10 prosent til servicehandelen.

De regionale Asko-selskapene har samlet ca. 2000 kunder innenfor daglig-

vare detalj som omfatter butikkene innenfor de riksdekkende profilhusene Kiwi, Spar og Meny, samt regionale kjeder og ikke kjedetilknyttede butikker. Innenfor kiosk og servicehandel er det ca. 2 300 kunder, de fleste innenfor NorgesGruppens kioskkjede Mix, samt oljeselskapene Esso og Shell. Storhusholdningssegmentet omfatter omtrent 7 500 kunder innenfor serveringsbransjen og offentlig sektor.

Engrosvirksomhetens tre strategiske hovedutfordringer og prioriteringer er å øke leveringsandelen, innføre nytt varestrømkonsept og nytt IT-logistikk-system.

Leveringsandelen (andel av kundenes totale innkjøpsvolum) er i dag omkring 50 prosent, og ambisjonen på lang sikt er å nå 100 prosent leveringsandel. De nærmeste årene vil økningen skje innenfor egg- og fjærfe, telekort, ferskt kjøtt, øl, mineralvann og tobakk.

Nytt varestrømkonsept innebærer byggingen av et nytt sentrallager og samlastningsterminal i Vestby. I tillegg innebærer det en varestrøm som i vesentlig større grad hensyntar varenes karakteris-

Sjåfør Morten Hagen,
Joh-System.



¹⁾ Andhøy, *Dagligvarekartet 2001/2002*



Fra årsskiftet 2001/2002 installerte virksomhetsområdet et nytt økonomisystem og organiserte samtidig regnskapsfunksjonen i regionale service-sentra. Innkjøpsvirksomheten ble også regionalisert i flere områder. IT-logistikksystemet som ble introdusert i 1986 (Lotis) vil i perioden fra høsten 2002 til utgangen av 2003 bli erstattet med et helt nytt IT-system, Opus, som vil legge forholdene til rette for nytt varestromkonsept og økte levering-sandeler. Prosjektet er av et betydelig omfang.

Innenfor medarbeiderutvikling arbeides det aktivt med ledelsesprinsippet målstyrt ledelse, herunder kompetanse- og karriereutvikling.

tika som holdbarhetstider og omløpshastigheter. Konseptet innebærer også overtakelse av inngående varestrom fra produksjonssteder utenfor landets grenser for å redusere varens transaksjonskostnader i verdikjeden. Ferskere varer og varer med lav omsetning vil bli distribuert i et transittsystem hvor Asko-selskapene (de regionale lagrene) vil ha en terminalfunksjon.

I Vestby er byggingen påbegynt av det regionale lageret Asko Øst for storkjøp og servicehandel, samt mindre dagligvareforretninger for det sentrale østlandsområdet. Anlegget vil bli tatt i bruk vinteren 2003. Samtidig vil kjølekapasiteten i Joh-System sitt anlegg på Kalbakken i Oslo bli vesentlig utvidet for økt distribusjon av ferskere varer til dagligvareforretningene i området.

Den regionale konsolidering og videreutvikling av lagerstrukturen følger konsernets handlingsplaner. Det er

gjennomført betydelige endringer i varestrommen i Rogaland (Asko Rogaland) fra og med årsskiftet 2001/2002 som har frigjort kapasitet og effektivisert varestrommen. Det arbeides i 2002 med utvidelse av anlegget i Tromsø (Asko Nord), samt sikring av fremtidsrettet tomteareal i Bergen.



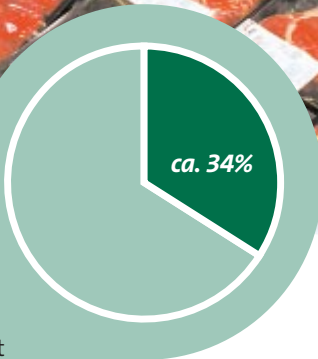
Sjåfør Morten Hagen, Joh-System.



Dagligvare

Markedsandel Dagligvare

(AC Nielsen Norge AS)



Ferskvarsjef Per Arne Dyve,
Meny Greåker.

Fakta

- Markedsandel: ca. 34 prosent av det norske dagligvaremarkedet
- Antall butikker totalt: ca. 2 000
- Konsernets inntekter: detaljomsetning i egneide butikker, kjedeavgifter, engrosomsetning
- Kjøpmannseide butikker utgjør rundt 70 prosent av total detaljomsetning

Profilhus	Kjeder	Antall butikker (totalt)	Omsetning (i mrd. kroner)	Vekst i % i 2001
Meny&Ultra	Meny	139	7,7	+17,0
	Ultra			
	EuroSpar Centra			
Spar	Spar	973	10	+ 14,1
	Nærmat			
	Joker			
Kiwi	Kiwi	275	6,1	+19,6
Andre assosierte butikker og kjeder	Bl.a: Bunnpris Drageset Super Spar Safari Kjøpmannskjedene på Vestlandet Butikkringen			

De tre markedsføringskonseptene Meny, Spar og Kiwi, gir NorgesGruppen en bred og landsdekkende posisjon innenfor dagligvare. Konsernet har dessuten et nærbutikkonsept og et regionalt stormarkedkonsept.

Virksomheten har totalt ca. 2000 butikker hvorav i underkant av 400 er hel- eller deleid.

Meny er kjeden for store supermarkeder. Spar-kjeden dekker segmentet for lokale supermarkeder, mens Kiwi-kjeden er den typiske lavpriskjeden. Nærbutikkonseptet heter Joker, og også dette er landsdekkende. Ultra-kjeden er et regionalt konsept for stormarkeder. I tillegg kommer Nærmat-kjeden og en rekke uprofilerte butikker.

NorgesGruppen har også et nært samarbeid med frittstående, regionale kjeder og butikker som Bunnpris-kjeden, Drageset Super Spar, Safari og Kjøpmannskjedene på Vestlandet.

NorgesGruppen representerer den største aktøren i det norske dagligvaremarkedet.

Profilhuset Meny & Ultra

Profilhuset omfatter matvarekjedene Meny, Ultra, Centra og EuroSpar. Meny og Ultra er de to landsdekkende hovedprofilene. Profilhusets kjeder har et omfattende vareutvalg, og de kjennetegnes av høy servicegrad, sterk ferskvareprofil og fagkunnskap hos medarbeiderne.

Meny & Ultra hadde til sammen 139 butikker ved inngangen til 2002. 76 av disse eies av NorgesGruppen, mens de øvrige er kjøpmannseide. Netto vareomsetning inklusive kjøpmannseide butikker beløp seg til 7,7 milliarder kroner i 2001, og konsernets egneide butikker stod for 60 prosent av profilhusets totale butikkomsetning.

2001 var profilhusets første hele driftsår med de fire kjedeprofilene, og Meny & Ultra ble kåret til den mest foretrukne samarbeidspartner av leverandører i en undersøkelse foretatt av Brandmark Consulting. Profilhuset hadde deltakere i både NM og EM i kjøttfag 2001.

Meny

Meny-kjeden er NorgesGruppens profilkjede for store supermarkeder. Kjeden er i hovedsak lokalisert på Østlandet, med til sammen 101 butikker ved inngangen til 2002. 59 butikker er kjøpmannseide og 42 butikker er egneide. Meny-konseptet tilbyr forbrukeren et bredt og spennende vareutvalg, sterk ferskvareprofil og faste, lave priser. Meny skal dekke forbrukernes totalbehov lokalt, samtidig som butikkene skal ha en strategisk størrelse.

I 2001 åpnet Meny Grim i Kristiansand som butikk nummer 100 i kjeden. Den første Meny-butikken på Vestlandet ble åpnet på Nesttun i Bergen i august 2001. Den første etableringen på Sørlandet fant også sted i 2001 med Meny Sørlandssenteret i Kristiansand i mai.

Meny ble i 2000 kåret til årets beste sisteleddsmarkedsfører av bladet Kam-

panje. I en undersøkelse gjennomført av ACNielsen, fremstår Meny som kjeden med høyest andel fornøyde kunder.

Satsingen på medarbeiderutvikling og rekruttering fortsetter, og i september åpnet Meny & Ultra en intern fag- og lederskole.

I løpet av 2002 skal det åpnes mer enn 20 Meny-butikker. Dette vil til dels skje i form av omprofilering fra andre kjeder, og kjeden antas å vokse med omtrent 1 milliard kroner i 2002. Etableringene skal først og fremst gjøres på Øst- og Vestlandet. I tillegg skal kjedens profil forsterkes i de etablerte områdene med hovedfokus på sentrale deler av Østlandet. Meny har som målsetting å bli en av de mest lønnsomme butikkjedene i Norge.

Ultra

Med 20 000 artikler i vareutvalget, høyt servicenivå og verdiskapende aktiviteter i butikkene skal Ultra gi forbrukerne en matopplevelse utenom det vanlige. Ultra er NorgesGruppens kjede for regionale stormarkeder. Ved inngangen til 2002 hadde kjeden seks butikker i Oslo, Bærum, Sarpsborg og Trondheim. Ultra på Alna åpnet høsten 2001, og i februar 2002 åpnet butikk nummer sju i Asker. Alle butikkene er egneide.

Konseptet er basert på høy grad av dokumentert fagkompetanse, og ute i butikkene finnes medarbeidere med ferskvarekompetanse, konditorer, pøsemakere og bakere. Et eget pøsemakeri i Oslo forsyner dessuten Ultra-butikkene med egne produkter.

Stormarkedskonseptet krever et stort kundegrunnlag, og kjedens tilstedeværelse begrenses derfor til tett befolkede områder. Ultra-butikkene er NorgesGruppens største butikker i areal, vareutvalg og omsetning. Ultra planlegger på sikt å være representert i alle av landets største byer.

MENY

MATVAREHUSET
ULTRA



CENTRA

Centra

Centra er en nisjekjede i profilhuset, bestående av sju egneide butikker i Oslo og Bærum. Centra kan karakteriseres som en utvidet utgave av Meny-konseptet, primært på ferskvare, vareutvalg og servicegrad. Noen av butikkene skal i løpet av 2002 omprofileres til Meny. Kjedekonseptet er basert på gode ferskvarer, stort vareutvalg, fagkunnskap og matglede. Centra har som målsetting å være en moderne nærbutikk med et stort, internasjonalt vareutvalg, hvor kunden får personlig hjelp, og hvor ferskvarene er "så godt som" hjemmelagede.

EuroSpar

EuroSpar består av 22 butikker som i løpet av 2002 og 2003 hovedsakelig omprofileres til Meny. Butikkene er store, både i areal og omsetning, med et bredt vareutvalg innenfor tørr- og ferskvarer. Lokaliseringen av butikkene er i hovedsak i det sentrale østlandsområdet og på Sør-Vestlandet (Rogaland). Tre Eurosparbutikker ble omprofilert til Meny i 2001.

*Butikkmedarbeider
Anne-Kristin Østerhagen,
Ultra Sandvika.*



Profilhuset Spar

Profilhuset omfatter kjedene Spar, Joker og Nærmat. Spar og Joker er landsdekkende og utgjør de to hovedkonseptene. Profilhuset har 973 butikker, og netto vareomsetning inklusive kjøpmannseide butikker i 2001 var 10 milliarder kroner. 58 av butikkene eies av Norges-Gruppen, mens de øvrige er kjøpmannseide.

Tilpasning av kjedestrukturen har vært et sentralt tema i 2001. Alle butikker er kartlagt og evaluert i forhold til sin lokale konkurransesituasjon, for å vurdere hvilken kjedeprofil den enkelte butikk bør ha i fremtiden. Dette har medført rundt 400 omprofileringer i

profilhuset i 2001. Noen Joker butikker er blitt til Spar, enkelte Nærmat er blitt til Joker, mens enkelte Kiwi og Meny butikker er blitt til Spar.

Spar Norge er en del av den internasjonale Spar-kjeden, og i mai måned var Norge vertskap for den 46. internasjonale Spar-kongressen. Hovedtemaet var "Kjøpmannen i en global sammenheng". Kongressen hadde 300 deltakere fra 30 nasjoner.

På produksiden ble brød- og bakevarer et nytt satsingsområde i 2001. Kundene ønsker tilgang til ferske brød og bakevarer gjennom hele åpnings-

tiden, og ved hjelp av egen bake-off oven kan alle Spar- og Joker-butikkene nå tilby ferske og nystekte produkter hele dagen.

Ved utgangen av året kunne profilhuset tilby posttjenester i 162 av sine butikker. Kundeundersøkelser tyder på at kundene er tilfredse med åpningstid, ventetid og tilgjengelighet. Serviceinnstillingen og butikkpersonalets kunnskap om post får også positiv omtale.

Implementering av nytt butikkdatasystem er påbegynt og skal gjennomføres i alle Spar og Joker butikker i løpet av 2002.

Spar Norge inngikk i 2001 en fire-årig sponsoravtale med Norges Håndballforbund. Spar blir hovedsponsor for herrelandslaget i håndball. Avtalen inkluderer også Spar-serien for gutter og jenter i aldersbestemte klasser.

Spar

Spar-kjeden er den største av Norges-Gruppens tre hovedkonsepter innenfor dagligvare. Kjeden består av 322 butikker i hele landet. Konseptet er lokale supermarkeder med ferskvaretdisk. Spar er verdens største supermarkedkjede og finnes på alle verdens kontinenter. NorgesGruppen har rettighetene til Spar-profilen i Norge.

Joker

Joker-kjeden er den andre riksdekkende profilen i profilhuset Spar, og er NorgesGruppens satsning i nærbutikksegmentet. Kjeden består av 401 butikker. Butikkene er mindre i areal og omsetning enn Spar-butikkene og har et tilpasset vareutvalg. Noen butikker har ferskvaretdisk, men dette er ikke et krav.

Andre kjeder

Nærmat er et kjedekonsept for nærbutikk. Dette er hovedsakelig mindre butikker i bygd og by. 140 butikker er i dag tilknyttet Nærmat.

SPAR 

joker

nærmat

Butikksjef Geir Karlsen,
Spar Gredåker.



Profilhuset Kiwi

Kiwi-kjeden er NorgesGruppens lavprisprofil i dagligvaremarkedet. Kjede-konseptet er basert på faste, lave priser, et begrenset vareutvalg og rasjonell drift uten manuelle avdelinger. Butikkene har et vareutvalg på mellom 3000 og 3500 artikler.

Ved inngangen til 2002 hadde Kiwi 275 butikker, hvorav 170 er hel- eller deleide av NorgesGruppen. Kjeden fikk 40 nye butikker i 2001, mens sju butikker ble nedlagt. Tilgangen skriver seg fra nyetableringer, fra konkurrerende kjeder og intern omprofilering i NorgesGruppen. Åtte Rimi/Ica butikker i Agder omprofilert til Kiwi i løpet av året. Kiwi har også gjort et omfattende arbeid med kjedestruktur, og tolv av de nye butikkene er omprofilert internt i denne forbindelse. De egneide butikkene står for omtrent 60 prosent av kjedens omsetning. Kiwi er representert i hele Sør-Norge og har en spesielt sterk posisjon i Hedmark, Oppland og Buskerud.

Arbeidet med kjedestrukturen har vært sentralt i 2001, og året har vært preget av vekst og etableringer. Priskonkurransen har vært hard gjennom hele året, og endringene i moms-satsene har vært ressurskrevende. Post i Butikk er etablert også i Kiwi. Ved utgangen av 2001 kunne 50 av kjedens butikker tilby posttjenester.

Ett av målene for 2001 var å øke gjennomsnittlig omsetning per butikk. Dette ble oppnådd gjennom arbeidet med NorgesGruppens totale kjedestruktur. Større butikker er kommet til mens de minste butikkene har gått ut, enten til andre kjeder eller ved nedleggelse.

Gjennom faste, lave priser og øvrige attraktive tilleggsverdier skal Kiwi fremstå som den mest populære lavpris-kjeden totalt sett.

Profilhuset Kiwi hadde i 2001 en netto vareomsetning inklusive kjøp-mannseide butikker på 6,1 milliarder kroner. Omsetningsveksten var på 19,6 prosent. Veksten skriver seg dels fra tilgang av nye butikker, men sammenlign-



Butikksjef
Roger Høgenhall,
Kiwi Solli.

bare butikker viste også en tilfredsstillende utvikling i 2001.

2002 vil fortsatt dreie seg mye om etableringer, vekst og økning av markedsandeler. Omsetningen forventes å øke med samme takt som i 2001, og antall nye butikker vil ligge rundt 40.

KIWI FAST
mini
pris



Fakta

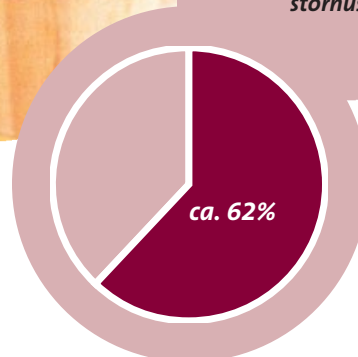
Avdeling storhusholdning:

- Konsernets inntekter:
Utelukkende engrosomsetning
- Antall kunder: 7 500
- Markedsandel: Ca. 62 prosent av det norske grossistmarkedet for storhusholdning

NorgesGruppen Servering AS:

- Antall serveringskjeder:
10 (6 fra og med 1/1-02)
- Antall serveringssteder totalt:
320 (130 fra og med 1/1-02)
- Netto vareomsetning inkl. alle kjeder:
1 milliard kroner, (660 millioner kroner fra og med 1/1-02)

Andel av grossistmarkedet for storhusholdning



Servering og Storhusholdning

Virksomhetsområdet består av konsernets engrosomsetning til storhusholdningssektoren.

Serveringskjedene Big Horn, Bon Appetit, Pizza & Kina Expressen og Le Café inngår i NorgesGruppens konsernomsetning. Konsernet er også deleier i Dolly Dimples og Kaffebrøneriet. Kjeden som inngår i virksomhetsområdet for regnskapsåret 2001 har til sammen 320 serveringssteder.

Den totale nettoomsetningen for alle kjedekonseptene utgjorde 1 003 millioner kroner i 2001. Etter en strategijennomgang høsten 2001 har virksomhetsområdet valgt å satse på en ren dyrking av fastfoodkonseptet. Som en følge av den nye strategien ble Manpower Kantineservice, By the Way,

Phileas Fogg og Harveys Sportsbar solgt i løpet av årets tre siste måneder. I konsernomsetningen for 2001 inngår omsetning for disse enhetene frem til salgstidspunktet.

NorgesGruppen er landets største grossist i storhusholdningsbransjen og leverer i dag varer via engrosvirksomheten til ca. 7 500 kunder i institusjonsmarkedet, kantine/cateringmarkedet, serverings- og overnattingsmarkedet og reiselivet for øvrig (se også omtale under virksomhetsområdet Engros på side 26). NorgesGruppen representerer omkring 62 prosent av det norske grossistmarkedet for storhusholdning.

I løpet av første halvår 2002 vil nett-handelsløsningen Asko Netthandel være godt etablert blant kundene, og mengden av elektroniske bestillinger og ordrebekreftelser forventes å øke betydelig.

DE EGENEIDE SERVERINGSKJEDENE

Pizza & Kina Expressen

Piccolo Pizza som merkenavn ble avviklet i 2001, og halvparten av Piccolo-enhetene ble omprofilert til Pizza & Kina Expressen. Resterende enheter i Piccolo er nedlagt eller solgt.

Pizza- & Kina Expressen var i sin tid Norges første konsept for utkjøring av varm pizza og drikke direkte til forbruker. Pizza, kinamat og mineralvann kan bestilles over telefon, telefaks eller Internett med utkjøring innen 45 minutter. Kjeden består av 13 kjøkken/salgsheter.

Le Cafe

Le Cafe er et kontinentalt kafékonsept med ferske måltider, nytrukket kaffe, ulike kaffedrikker og kalde drikker. Le Cafe finnes primært på kjøpesentre og andre knutepunkter med høy gjennomstrømning av mennesker. Le Cafe består av 15 serveringssteder.

DE DELEIDE SERVERINGSKJEDENE

Dolly Dimples

Dolly Dimples er Norges største pizzakjede målt i antall enheter med ett tradisjonelt restaurantkonsept og ett såkalt pizzaslice-konsept med diskservering. Begge konseptene har utkjøringsservice i tillegg. Kjeden har som målsetting å fremstå som annerledes, moderne og innovativ. Dolly Dimples er en kjede i sterk vekst som ved inngangen til 2002 består av 55 serveringssteder.

Kaffebrenneriet

Kaffebrenneriet er Norges ledende fullservice kaffebar- og kaffespesialitetskjede med et bredt sortiment av kaffedrikker som kunden kan ta med eller drikke ved disken. Målsettingen er å være det beste stedet for kaffe til moderate priser, med fokus på service. Kjeden består av ni serveringssteder og et kaffebakeri som leverer produktene til Kaffebrenneriet.

Bon Appetit

Bon Appetit er et hurtigmatkonsept med hamburgere, baguetter og is som kjerneprodukter.

Målsettingen er å være blant landets ledende hurtigmatkjeder. Bon Appetit består av 25 serveringssteder, hovedsakelig beliggende på Vestlandet, men med ambisjon om å bli landsdekkende på sikt.

Big Horn Steak House

Big Horn er Norges ledende steakhousekjede med biff som hovedprodukt. Kjeden har et kvalitetssamarbeid med Gilde som ivaretar garantien om norsk kjøtt og Gildes ekstra kvalitetsgaranti. Kjeden består av 12 restauranter beliggende i de større norske byene. Etter en revisjon av kjedekonseptet i 2001 henvender kjeden seg nå til en bredere gruppe av befolkningen enn tidligere.



Kiosk og servicehandel



Gjennom kioskjeden Mix representerer NorgesGruppen ca. 17,5 prosent av servicehandelsmarkedet og ca. 47 prosent av kioskmarkedet i Norge. Mix er landets største kioskjede med 1 020 kiosker og servicebutikker og består av de fire delkonseptene Mix Kiosk, Mix Handleriet, Mix Mett & Go og Mix Scene 1. I tillegg kommer Jafs, som er et nytt fastfoodkonsept innenfor virksomhetsområdet Kiosk og servicehandel.

Mix Kiosk er et rent kioskvarekonsept, mens Mix Handleriet også har dagligvarer i tillegg til kioskvarene. Hos Mix Mett & Go finnes kioskvare og fastfood, og Mix Scene 1 har i tillegg hjemmeunderholdning. NorgesGruppen leverer dessuten kioskvare engros til Esso og Shell i Norge gjennom konsernets vareforsyningsvirksomhet.

Virksomhetsområdet består av 1020 kiosker og servicebutikker med en total årsomsättning på 6,1 milliarder kroner. Spillomsetningen utgjør 3,3 milliarder kroner og den tradisjonelle vareomsättning 2,83 milliarder kroner. Samtlige enheter i Mix-kjeden, både profilerte og uprofilerte, er kjøpmannseide. Konsernets inntekter fra dette virksomhetsområdet består primært av kjedavgifter fra profilerte medlemmer og engrosomsättning til samtlige enheter.

Mix økte i 2001 vareomsättning med 4 prosent, mens spillomsetningen økte med 6 prosent. Forskyvningene i forbruksmønsteret har fortsatt i 2001 med en forskyvning fra tradisjonelle kioskprodukter til stadig større innslag av telekort og fastfood.

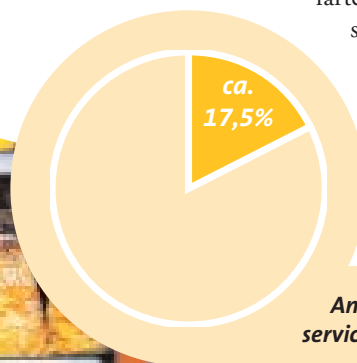
Fastfoodkjeden Jafs er et nytt salg- og markedsføringskonsept fra NorgesGruppen som ble startet i oktober 2001

med to butikker. Jafs skiller seg fra Mix Mett & Go ved et smalere sortiment og strammere konsept. Jafs har både riksdekkende og lokal markedsføring av mat, mens Mix Mett & Go konsentrerer sin riksdekkende markedsføring utelukkende om sukkervarer på riksbasis. Lokalt markedsfører Mix Mett & Go både sukkervarer og mat.

Jafs er utelukkende basert på frivillig kjedetilknypning, og utrullinga fortsetter i 2002 med en åpning omtrent hver fjortende dag. Det forventes at kjeden har 30 utsalgssteder ved slutten av året.

Arbeidet med å innføre butikkdata i virksomhetsområdets konseptbutikker fortsetter. 100 nye konseptbutikker tok i bruk butikkdata i 2001, og denne takten forventes å fortsette i 2002. Det vil bli fokusert på fortsatt utvikling av varegruppene sjokolade og sukkervarer. Mix har innført begrepet "godteributikken" i Norge og vil fortsette arbeidet med å forsterke oppbyggingen av dette begrepet. Videreutvikling av "mat i farten" vil være et sentralt tema sammen med utvikling av nye produkter.

Daglig Leder
Bjørn Ivar Aaseng,
Mix Hokksund.



Andel av
servicehandelsmarkedet

Fakta

- Antall utsalgssteder totalt: 1 020
- Ingen egneide utsalgssteder
- Netto vareomsättning: 6,1 milliarder kroner
- Konsernets inntekter kommer via kjedavgifter og engrosomsättning
- Kjede: Mix
- Markedsandel: 17,5 prosent av det norske servicehandelsmarkedet





*Kategorisjefene Britt Einarsen
og Ole Christian Fjeldheim.*

Innkjøp

NorgesGruppens innkjøpsvirksomhet er organisert i konsernområdet Kategori/Innkjøp. NorgesGruppen behandler det største volumet innenfor innkjøp og kategoristyring av daglige forbruksvarer.

NorgesGruppen gjennomgikk i 2001 en prosess for å avklare ansvaret innenfor de ulike virksomhetsområder, samt for å tydeliggjøre organisasjonsstrukturen. For Kategori/Innkjøp medførte denne prosessen at avdelingen ble tillagt hele ansvaret for innkjøp og leverandørforhand-

linger, kategoristyring, relasjonsbygging og sortimentsbeslutninger innenfor alle varegrupper. Kategori/Innkjøp følger trender og utvikling i forbrukers spise- og drikkevaner for å kunne skreddersy et sortiment tilpasset de ulike kjedekonseptene. NorgesGruppen er opptatt av innovasjon og skal være den ledende aktøren innenfor sortiment-, kategori-, og leverandørutvikling.

2001 var et år hvor matsikkerhet var gjenstand for betydelig oppmerksomhet, og konsernet har nå et tilfredsstillende system for krav til matsikkerhet og beredsskapsrutiner. Konsernområdet

er delt inn i dagligvare, kiosk/ bensin og storhusholdning. NorgesGruppen har et nært samarbeid med konsernets nordiske alliansepartnere, som er Axfood, Supergross og Tuko Logistic. Dette samarbeidet går både på felles forhandlinger/innkjøp, samt innkjøp av egne merkevarer gjennom selskapet United Nordic. NorgesGruppens egne merkevarer, med hovedvekt på Eldorado, Slakter'n, Fiskemannen og Rimco, hadde en meget positiv utvikling i 2001.

NorgesGruppens egne merkevarer er organisert i det heleide selskapet Unil A/L.



Miljøberetning

Forbrukerpolitikk og økt oppmerksomhet fra forbrukere har medført et større ansvar hos NorgesGruppen i forhold til grunnleggende krav til matsikkerhet.

Trygge matvarer

Den økte oppmerksomheten rundt matvarekvalitet og matsikkerhet stiller høyere krav til NorgesGruppen. Som landets største aktør i dagligvaremarkedet har gruppen et stort ansvar for å sikre forbrukerne trygg mat av god kvalitet gjennom sine utsalgssteder. Dette er imidlertid et krevende arbeid.

Leverandørene er mange, og produktene er inntatt flere ledd på veien fra produsent til forbruker. Derfor er det ikke nok at NorgesGruppen stiller krav til interne forhold. Skal man oppnå trygge matvarer må man også stille krav til sine samarbeidspartnere, og dette har NorgesGruppen gjort.

Kvalitet, Miljø, Matsikkerhet og Etikk (KMME)

NorgesGruppen har innført en KMME-policy som lyder slik:

- Vi skal utarbeide og innføre et aktivt kvalitetssystem som sikrer trygg mat, optimal påvirkning av det ytre og indre miljø, samt gode, sikre og utviklende arbeidsplasser. Dette systemet skal karakterisere NorgesGruppen i en slik grad at det skal merkes i samfunnet.
- Vi skal sikre at NorgesGruppen fremstår som en etisk høyverdig virksomhet. Dette skal synes i vår egen atferd overfor ansatte, samarbeidspartnere, leverandører, samfunnet og miljøet.

- Vi skal vise et selvstendig ansvar overfor menneskerettighetene, miljøet og det globale samfunn gjennom våre interne retningslinjer, den opplæring vi gir våre ansatte og de krav vi stiller til våre leverandører.

Dette betyr at konsernet stiller krav både til seg selv og til sine leverandører, for på sikt å kunne garantere matsikkerhet hele veien fra jord til bord.

NorgesGruppen er medlem av Global Food Safety Initiative. GFSI ble startet i mai 2000 og består av over 40 eksperter på matsikkerhet fra dagligvareaktører til handelsorganisasjoner. Videre har NorgesGruppen for egne merkevarer valgt BRC-standarden (British Retail Consortium). Konsernet har som målsetting at hele selskapets forsyningskjede skal innfri kravene til matsikkerhet i denne standarden.

Produktene skal være riktig merket, og informasjon om varen skal være lett tilgjengelig.

Miljøtiltak- og systemer

NorgesGruppen krever at alle leverandører sørger for god avfallshåndtering og reduserte avfallsmengder.

Miljøkrav skal være en del av årsavtalene med leverandørene. Det skal være optimal emballasje på produktene. Et prosjekt i Kiwi-kjeden ga betydelig reduksjon i avfall og kostnadsbesparelser på over en million kroner.

Sammen med en rekke andre aktører arbeider NorgesGruppen for at næringslivet skal ta hånd om eget avfall og gruppen har vært med på opprettelsen av flere av materialreturselskapene.

Det er inngått avtale med Resirk for retur av kanner og bokser. NorgesGruppen krever at alle butikkene er med på dette. NorgesGruppen tar ansvaret for at bilene som leverer varer også tar med seg returavfall fra butikkene.

NorgesGruppen anbefaler at bare vaskemidler med miljømerket Svanen brukes ved rengjøring i butikkene.

Avtale er inngått med ECOonline AS om å gjøre informasjon om kjemiske produkter tilgjengelig.

Tiltak for bedre matsikkerhet

Egen beredskapsplan er utviklet for kriseshendelser. I 2001 ble det gjennomført beredskapsøvelse i samarbeid med Gilde Norge som synliggjorde forbedringsområder som selskapet jobber videre med.

NorgesGruppen jobber for å tilstrebe en best mulig merking av produkter som kan fremkalle astma eller allergiske reaksjoner.

Rutiner for sporbarhet har blitt bedre og det er en tett dialog med de sentrale leverandører for å sikre at myndighetenes krav gjennomføres.





Ferskvarerjef Bjørn Brennodden,
Ultra Sandvika.

Produktinformasjon om ferskvarer (som fiskekaker) og matvarer som selges i løs vekt (som godterier) skal likevel bli bedre.

Etisk handel

NorgesGruppen ønsker å legge til rette for at norsk import bidrar til en sunn, sosial og økonomisk utvikling i opprinnelseslandene. Konsernet er derfor medlem av Initiativ for Etisk Handel (IEH).

Minstekravet til NorgesGruppens leverandører er at disse følger punktene under IEH-Plakaten (Intensjonserklæring for medlemmer av Initiativ for Etisk Handel). Dette er et ferdig utarbeidet og anerkjent kvalitetssystem.

NorgesGruppen har i tillegg inngått en intensjonsavtale med stiftelsen Max Havelaar som fremmer rettferdig handel.

Max Havelaar garanterer at småprodusenter og plantasjearbeidere i utviklingsland får gode handelsbetingelser og tryggere sosiale vilkår. Gjennom ordningen får bøndene direkte tilgang til vestlige markeder. Max Havelaar leverer bananer, juice, kaffe og te til Norges-Gruppen. Salget av disse varene har hatt en markert økning i 2001.

Økologi

Økologiske produkter er et eget satsingsområde. Etterspørselen er stigende, men det vil sansynligvis ta noe tid før man når de store volumene. Produktspekteret av økologiske matvarer vil gradvis bli utvidet. Frukt, kaffe, te, juice og meieri-produkter er noen av produktene som er i salg.

Også økologisk kjøtt er et produktområde som forventes å vokse. I Ultra-butikken i Sandvika er de opptatt av å

profilere økologiske matvarer, og sammen med leverandøren Gilde Norge satses det på økologisk kjøtt. Oksekjøtt og svinekjøtt, karbonader og kjøttkaker er blant produktene, og det er ikke bare kjøttet som er økologisk – også alle råvarer i blandingproduktene er økologiske. Som en følge av lavere volum og høyere produksjonskostnader ligger økologiske matvarer generelt noe høyere pris. Det antas derfor at store butikker i tett befolkede og kjøpsterke områder vil ha størst mulighet til å lykkes med økologiske produkter.

Sjåfør Morten Hagen,
Joh-System.





English summary

NorgesGruppen is the largest trading company in Norway, with retailing and wholesaling of everyday consumer goods as its most important business areas.

NorgesGruppen was established in December 1994 as a cooperative organisation for a number of individual retailers and wholesales in the grocery business. This collaboration has developed positively. Customers, wholesales, retailers and owners have also reaped financial benefits, and good long-term relationships have been constructed.

In 2000, NorgesGruppen was converted into a group of substantial size when it merged with large parts of the Joh Johansson group and a number of collaborating chain stores. Since then, the group has expanded further through acquisitions. Its principal shareholders are Joh Johansson AS, Brødrene Lorentzen AS, Johan Johansson, Aka AS and Centra Detalj AS. The group has about 1 965 shareholders in all. Revenues in 2001 totalled NOK 23 billion, and operating profit came to NOK 447 million.

The Norwegian grocery market amounts to NOK 100 billion. NorgesGruppen is a major player in this market with a market share of approximately 34 per cent.

Other key players in this market are Coop, Reitan Gruppen, Hakon Gruppen and Ica/Ahold.

Business concept

NorgesGruppen will be a leading trading company with a predominantly Norwegian ownership in the Nordic market for everyday consumer goods, based on a long-term approach, trust, expertise, efficiency and profitability throughout the value chain. Consumer requirements will be its guiding light, with a focus on quality and the environment.

HIGHLIGHTS OF 2001

NorgesGruppen had its first full operating year as a group in 2001, which was characterised by great activity and a number of exciting projects. A series of measures have been implemented which individually and collectively will help to reinforce the group's position and competitiveness. Big changes in chain composition, in-store postal services, further improvements in procurement terms, enhanced efficiency and a substantial information technology commitment are important headings when describing the year.

Group strategy implemented

A new strategic platform for the whole group was drawn up in the autumn of 2000, with a common vision and core values for all business areas and chain service centres. The strategy was implemented in a number of areas in 2001, and this work will continue during 2002.

Chain structure

The chain structure for groceries was significantly amended during 2001 through extensive rebranding in all the group's branded chains. This has created a number of new Meny, Spar, Joker and Kiwi shops.

In-store postal services

In collaboration with the Norwegian Post Office and Norske Shell, NorgesGruppen established sub-post offices in a number of grocery stores. Almost 500 shops were able to offer postal services at 31 December 2001.

Increased pressure on prices

Norwegian food prices attracted increased attention from the media and politicians in 2001, which helped to strengthen competition over price.

Reduced VAT on food

VAT on food was cut from 24 to 12 per cent on 1 July 2001, which involved considerable work on repricing goods in the stores. The press monitored this process closely to ensure that the whole reduction was passed on to the consumer.

Nordic procurement

Greater coordination of the procurement function was implemented by the purchasing department at NorgesGruppen together with the chain service centres. Work on Nordic procurement in cooperation with Swedish, Danish and Finnish partners was also given higher priority.

Increased focus on food safety

The basis for binding food safety requirements was laid during procurement negotiations with suppliers in 2001. These have now been implemented and are being monitored

through a dedicated quality assurance system. Emergency response exercises were also implemented to strengthen NorgesGruppen's ability to handle potential crises.

Information technology

It was decided to initiate a number of major IT projects during 2001 in various business areas. These aim to reinforce the ability of the business areas to handle large and complex processes in coming years.

BUSINESS AREAS

Two of the four main players in the Norwegian grocery trade have come under foreign-dominated ownership within a short space of time. Competition is tough, and new players are establishing themselves. Pressure on prices is increasing, as are quality requirements.

Coordination, enhanced efficiency and strategic choices of direction accordingly have an important place alongside day-to-day operations in NorgesGruppen. The group's diversity must be safeguarded while maintaining competitiveness. This demands an optimised chain structure and further efficiency improvements in the flow of goods. At the same time, the interaction between dealer-owned and directly-owned retail outlets must be strengthened. An entrepreneurial attitude is a source of inspiration and motivation, which must be stimulated and will help NorgesGruppen to maintain a leading position in a constantly changing market.

The group has divided its operations into four business areas – wholesaling, groceries, catering, and kiosk and convenience trade.

Wholesaling

Wholesaling operations at NorgesGruppen embrace JohSystem, the group's central unit for supplying goods, the regional Asko companies and the Storcash units. This business is responsible for the total flow of goods all the way from producer to consumer, and will ensure that this flow is efficient at all times. The central wholesaling unit is in charge of the group's overall logistical structure as well as managing and supervising the local wholesaling entities.



The job of the regional wholesaling units is to ensure the best possible flow of goods to NorgesGruppen's grocery stores, kiosks, catering establishment and other locations, and to such customers as the offshore business, hotels and hospitals.

With 22 warehousing/distribution centres, the wholesaling business had revenues of NOK 15.4 million in 2001 and represented around 75 per cent of NorgesGruppen's total consolidated turnover. Its market share in relation to Norway's other wholesaling groups is around 38 per cent, making it clearly the largest business of its kind in the country. 70 per cent of revenues derive from grocery retailing, 20 per cent from catering and cash-and-carry, and 10 per cent from convenience trade.

Groceries

The Meny, Spar and Kiwi marketing concepts give NorgesGruppen a broad and nationwide position in the grocery business. In addition come neighbourhood shop and regional large supermarket concepts.

Meny is the chain for supermarkets, Spar covers the small local supermarket segment, and Kiwi is the typical discount chain. The convenience store concept is called Joker, and also has nationwide coverage. Ultra represents a regional chain concept for large supermarkets. In addition come the Nærmat chain and a number of unbranded stores.

NorgesGruppen also collaborates closely with a number of independent regional chains and shops.

Catering

This business area includes a number of catering chains owned by NorgesGruppen Servering, as well as the group's wholesale deliveries to the catering sector.

The Big Horn, Bon Appetit, Pizza & Kina Expressen and Le Café catering chains are included in NorgesGruppen's consolidated revenues. In addition, the group is part-owner of Dolly Dimples and Kaffebrenneriet. The chains included 322 outlets in 2001, and total net revenues for all these concepts was NOK 1 003 million. Since the future strategy calls for a concentration on fast food, a number of operations which fell outside that core focus were sold in 2001.



Deliveries are made to 7 500 customers in the institutional catering market, the canteen/catering market, restaurants and hotels, and the rest of the tourist sector. NorgesGruppen accounted for about 62 per cent of wholesale revenues to these markets in Norway.

Kiosk and convenience trade

The Mix kiosk chain gives NorgesGruppen around 17.5 per cent of the convenience trade market and 47 per cent of the kiosk market in Norway. Mix is the country's largest kiosk chain, with 1 020 outlets.

This business area had total annual revenues of NOK 6.1 billion. Sales of football pools and lotteries accounted for NOK 3.3 billion and traditional sale of goods for NOK 2.8 billion. All Mix units are dealer-owned. Group revenues from this business area consist primarily of chain fees from branded members and wholesale deliveries to all the entities.

Procurement

NorgesGruppen's procurement operations are organised in the category/ procurement business area, and ranks as the Norwegian player handling the largest volumes in procurement and category management for everyday consumer goods.

The category/procurement area monitors trends and developments in consumer eating and drinking habits in order to tailor ranges of goods to suit the various chain concepts. NorgesGruppen is concerned with innovation, and aims to be the leading player in developing product range, product categories and suppliers. Axfood, Supergross and Tuko Logistic are the group's Nordic alliance partners for common negotiation/ procurement and for procurement of their own branded goods through the United Nordic company.

Food safety, quality, environment and ethics

As Norway's largest player in the grocery market, NorgesGruppen has a big responsibility for providing consumers with safe, good-quality food through its retail outlets. The issue of food safety is

attracting ever-growing attention, and NorgesGruppen sets standards both in-house and in negotiations with suppliers which aim to improve food safety and quality while taking account of environmental and ethical concerns. The group is a member of Global Food Safety Initiative, which was founded in May 2000 and embraces more than 40 food safety experts from global organisations. The group also cooperates with the Max Havelaar foundation to promote fair trade.

*Assisterende butikksjef
Anders Nilsson, Kiwi Solli.*



Aksjonærforhold og ledelse

Aksjekapital og eierstruktur

NorgesGruppen ASA hadde per 31. desember 2001 en aksjekapital på 3 794 889,80 kroner fordelt på 37 948 898 aksjer pålydende 0,10 kroner.

Aksjekapitalen har i løpet av 2001 økt med 170 214,80 kroner i forbindelse med fusjoner og emisjoner.

Selskapets fem største aksjonærer eide ved årsskiftet til sammen 33 602 676 aksjer, tilsvarende 88,55 prosent av aksjekapitalen. NorgesGruppen har totalt 1965 aksjonærer.

Aksjeklasser og stemmerett

Det er én aksjeklasse i NorgesGruppen. Hver aksje har én stemme i selskapets generalforsamling.

Informasjon til selvangivelsen

Riskbeløp per 1. januar 2001 er 0,11 kroner. Ligningsverdi per 1. januar 2001 er 0,00 kroner.

Verdipapirnummer

Aksjene er registrert i Verdipapirsentralen (VPS) med DnB som kontonfører/utsteder. Aksjene har verdipapirnummer ISIN NO 000-4527607.

Overdragelse av aksjer

Overdragelse av aksjer i NorgesGruppen ASA skal godkjennes av styret.

Konsernets ledelse

Per 1. mai 2002 består konsernledergruppen av følgende:

Sverre Leiro	<i>Konsernsjef</i>
Morten Nordheim	<i>Konsernansvarlig strategi og utvikling</i>
Per Roskifte	<i>Konsernansvarlig informasjon og samfunnskontakt</i>
Sverre Kjær	<i>Konsernansvarlig finans, økonomi og organisasjonsutvikling</i>
Knut Faremo	<i>Konsernansvarlig internasjonale allianser</i>
Tommy Korneliussen	<i>Konsernansvarlig regioner, eierskap og detalj</i>
Øyvind Andersen	<i>Konsernansvarlig Innkjøp/Kategori</i>
Espen Gjerde	<i>Konsernansvarlig Servering og Storbusholdning</i>
Torbjørn Johannson	<i>Konsernansvarlig Engros</i>
Christian Stabell Eriksen	<i>Leder Profilhuset Meny & Ultra</i>
Thorbjørn Theie	<i>Leder Profilhuset Spar</i>
Per Erik Burud	<i>Leder Profilhuset Kiwi</i>
Dagfinn Edvardsen	<i>Leder Profilhuset Mix</i>
Espen Kjøsberg	<i>Daglig leder NG Data AS</i>

Eierstruktur per 31.12.2001

	Antall aksjer	Eierandel	Stemmeandel
Joh. Johannson AS	25 347 076	66,79 %	66,79 %
Brødrene Lorentzen AS	2 948 820	7,77 %	7,77 %
Johan Johannson	2 750 033	7,25 %	7,25 %
Aka AS	1 601 524	4,22 %	4,22 %
Centra Detalj AS	955 232	2,52 %	2,52 %
Sum > 1 % eierandel	33 602 676	88,55 %	88,55 %
Sum øvrige	4 346 222	11,45 %	11,45 %
Totalt antall aksjer	37 948 898	100,00 %	100,00 %



Norgesgruppen

Parkveien 61
Postboks 2775 Solli
NO-0204 OSLO
Telefon: 24 11 31 00
Telefaks: 24 11 31 01
www.norgesgruppen.no
NO 819 731 322