

# PLUG·IN·



Vitamin Well lyfter  
med coola exponeringar

Utrullningen som fick  
försäljningen att ta Skruf

Mush kopplar greppet om  
kunderna i strajpade kylar

## *Plugga in ett smart val*

**Martin Erlandsson, tidigare Ica-handlare:**

**”Med en mix av kyllosningar får du en flexibel butik  
– och sparar investeringskostnader.”**

# Vi brinner för kyliga lösningar



Mikael Fyrpihl  
vd



Niklas Lundkvist  
försäljningschef

I år fyller Nordic Cooling Solutions, NCS, tio år. När vi startade bolaget 2008 hade vi upptäckt en lucka i den professionella plug-in-kylmarknaden. Vi såg att det saknades en leverantör som erbjöd en helhetslösning. En leverantör som hanterar allt som har med utrustningen att göra, som service och rekonditionering, och som samtidigt kan erbjuda de bästa och mest säljande kylarna och frysarna.

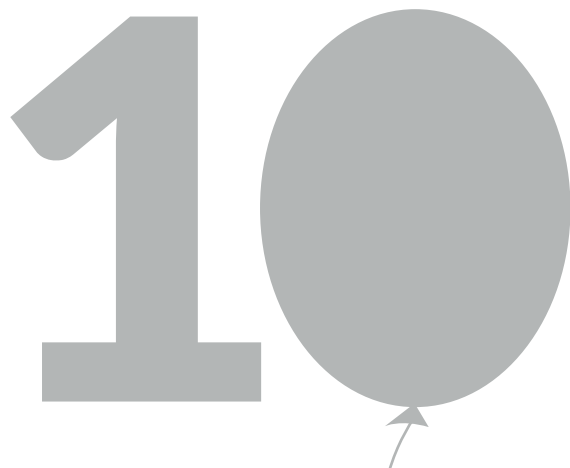
Vi har fyllt den luckan.

I dag är vi den ledande leverantören av plug-in-kylar och -frysar och vår tjänst NCS Total Solution, vår fullservicelösning, minskar kostnaderna för våra kunder.

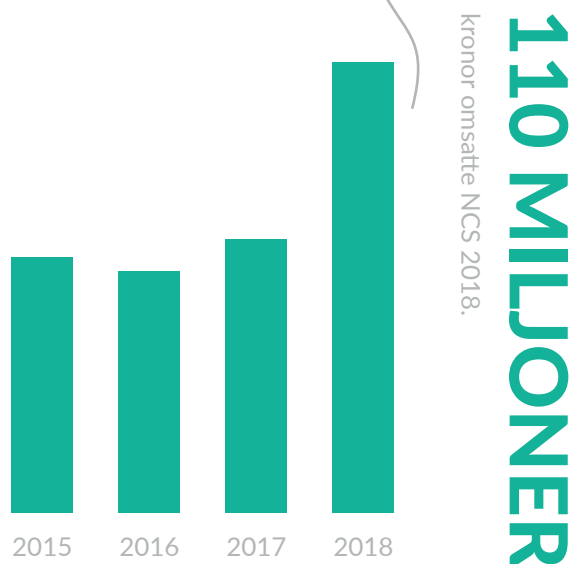
Nu tar vi klivet in i nästa fas. De här tio första åren har gjort oss redo, vi står rustade:

- Nyligen flyttade vi till nya lokaler med ännu större lagerkapacitet.
- Vi har startat ett nytt affärsområde, NCS Retail Solutions, för att hjälpa alla handlare som ännu inte har gjort den kylkonvertering som F-gasförordningen kräver.
- Vi har sprängt 100-miljonersvallen, ifjol omsatte vi 110 miljoner kronor.

I den här tidningen får ni möta några av våra fantastiska kunder – och lära känna oss. Vi kan produkter med kyla – men är ett bolag fyllt av människor med värme. Vi brinner för det vi gör! Hoppas att du märker det.



I år firar NCS, Nordic Cooling Solutions, tioårsjubileum.



# 14 000

Så många kylar och frysar levererade NCS förra året.



## PLUG-IN

**Produktion:** Innehållsbyrå Tell  
info@innehallsbyratell.se  
**Redaktör & skribent:** Helena Tell  
**Omslagsfoto:** Lennye Osbeck  
**Korrektur:** Hans Mejdevi,  
MEDIAMI  
**Tryckeri:** Stibo Complete

## NCS

NORDIC COOLING SOLUTIONS

**Kontakt:**  
Nordic Cooling Solutions  
0221-275 70  
info@go-ncs.se

Följ oss på   
Fler Plug-in-nyheter på go-ncs.se

# Fontanas finaste varor sticker ut i egen kyl

Konkurrensen i butikshyllorna är stor. Inte ens ett anrikt och välkänt varumärke som Fontana kan slå sig till ro.

- Syns man inte, så finns man inte, säger försäljningschefen Conny Lantz.

Fontana Foods grundare Frixos Papadopoulos är känd för att ha tagit halloumin till Sverige. Det är också han som har givit namn åt företagets premiumserie Frixos Finest, som innehåller oliver och olivoljor.

- Det är viktigt att jobba med produkterna i butikshyllorna och ännu viktigare att lyfta ut varorna på golvet för att fånga kunden. I dag är konsumenten medveten och påläst så vi arbetar mer och mer med att utbilda och informera i våra exponeringar.

För att synas använder Fontana, bland annat, plug-in-kylar.

- Senast har vi testat en mindre hyllkyl i snygg design som vi strajpade med Frixos Finest. De har fungerat bra.



FOTO: NCS

Fontana Foods har samarbetat med NCS sedan bolaget startade för tio år sedan.

## SPANING!

Många detaljister önskar flexibla lösningar i butikerna. De vill kunna anpassa sig efter exempelvis säsong eller trender.



FOTO: BIGSTOCK

**Snabba förändringar.** Det duggar tätt av retail-spaningar – ett tecken på att det är en bransch under stor omställning. När brittiska Retail Week listade vilka faktorer som påverkar butikernas utseende mest toppar behovet av snabba och enkla förändringar.

1. Flexibilitet
2. Upplevelse
3. Integrerad teknik
4. Marknadskänslan
5. Köpladans avveckling

## VILKEN ÄR DEN HETASTE TRENDEN INOM BUTIKSDESIGN?

**Arne Andersson**  
E-handelsexpert  
Postnord



”Kontaktlösa betalningar med så lite friktion för kunden som möjligt. Trenden drivs av Amazon Go. Jag har även kollat in självscanningsstationerna från Alibabas Freshippo (Hema). En upplevelse! Snygg mjuk design, inte alls så fyrkantiga som de i Sverige.”

**Olle Grönvalls**  
Redaktör  
Ica Nära Magasin



”Nätet ställer krav på att butikerna ska förändras. Många butiker strävar därför efter att ge kunder en större upplevelse. Fler jobbar med människans sinnen. Provsmaquingar, dofter och miljöer som får kunderna att trivas.”

**Pierre Ingvarsson**  
Projektledare  
Nitton93



”Upplevelse. De fysiska butikerna måste bjuda kunderna på en upplevelse, något som gör butiken till en destination som är värd att besöka igen och igen.”



# Kapa kostnaden med plug-in – och få större flexibilitet på köpet

Vid årsskiftet löper tidsgränsen för att byta köldmedia ut. Fortfarande finns handlare som brottas med frågan – och kalkylen.

– Jag vill hjälpa butikerna att hitta en smartare mix av olika kyllosningar inför 2020, säger Martin Erlandsson, tidigare Ica-handlare, numera försäljningschef på NSC Retail Solutions.



Med en plug-in-lösning hade Martin Erlandsson halverat kostnaden för kylkonverteringen i sin Ica-butik.

Den kylkonvertering som handeln ska göra till år 2020 innebär en miljonutgift, eller mer, för en butik.

– Det är sällan man som handlare gör en investering i den storleksklassen utan att kunna räkna hem den i ökad försäljning. Det är min erfarenhet, säger Martin Erlandsson.

Han sålde sin Ica Nära-butik i Eskilstuna strax före årsskiftet. Nu ansvarar han för NCS:s nya affärsområde Retail Solutions som vänder sig till handlarägda butiker som ännu inte har gjort det teknikskifte som f-gasförordningen medför och som är intresserade av flexibla och kostnadseffektiva kyllosningar.

– För min butik hade kylkonverteringen kostat 1,5–2 miljoner kronor. Jag hade svårt att få ihop den kalkylen. Det fick mig att kolla på plug-in-lösningar, säger Martin Erlandsson.

– Med en mix av plug-in och centralkyla hade jag halverat investeringskostnaden. Elkostnaden hade landat i nivå med en modern kylanläggning. En sådan lösning hade gett butiken andra framtidsutsikter, fortsätter han.

FOTO: LENNVE OSBECK



Flexibiliteten ökar med plug-in. "Alla som har byggt om en frysavdelning vet hur krångligt det är. Med plug-in är det bara att dra ur kontakten och flytta", säger Martin Erlandsson. FOTO: FRICON

Utöver den lägre kostnaden lyfter Martin Erlandsson fram flexibiliteten som en positiv fördel.

– Det händer mycket i dagligvaruhandeln, och det händer snabbt. Framtiden är inte given för alla. Som handlare vill vi ha flexibla butiker. Att snabbt kunna växla upp och växla ner, optimera, förändra, säsonganpassa, testa nytt eller avfärda idéer är modern butiksdrift.

**Det har varit full fart för Martin Erlandsson och NCS Retail Solutions de senaste månaderna.**

– Vi lanserade affärsområdet i januari. Jag trodde på förhand att det skulle dröja lite innan jag hade några bokade möten. Men det gjorde det inte. Det är superkul att besöka butiker och hjälpa handlarna att hitta en kostnadseffektiv och smart lösning, säger han.

Främst är det plug-in-frysar som efterfrågas av handlarna.

– Vi har unika samarbetsavtal med några av Europas största tillverkare, bland andra Fricon. Jag är riktigt imponerad av deras produkter. De har en frysgondol med överskåp som är yteffektiv, precis så smart och flexibel som jag önskar, säger Martin Erlandsson.

Fricon är ett portugisiskt företag – ett jättebolag som levererar till över hundra länder och med kunder som Walmart, Delhaize och Biedronka.

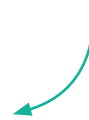
– Tillsammans har vi hittat ett system som gör att vi kan leverera kylar och frysar på studs, utan någon längre leveranstid. Sedan har vi elektriker som åker runt och installerar. Några kyltekniker, som det finns för få av, behövs inte med plug-in, säger Martin Erlandsson.

**Så det finns hopp för de som är ute i sista minuten?**

– Absolut!



Den yteffektiva frysgondolen med överskåp från Fricon.



Heta produkter och coola exponeringar

# Vitamin Well – ett piggt tillskott på hyllorna

Hälsointresset lyfter försäljningen av bars, proteinglassar och funktionsdryck.

Hajpen ger skjuts åt Vitamin Well.

– Men vi är inte ett bolag som har hakat på en trend, vi var med och startade den. I dag är vi den som driver utvecklingen, säger Henrik Skagervik, försäljningschef på Vitamin Well.

Vitamin Well, med varumärkena Vitamin Well, Nocco, Snackbros, Nobe aloe vera och Barebells, har växt kraftigt sedan starten.

– Många tror att vi startade för tre år sedan, men vi har funnits sedan 2008, säger Henrik Skagervik.

I dag finns Vitamin Wells produkter i matbutiker, på apotek, i servicehandeln, på kaféer, bensinstationer och på sportanläggningar och gym.

– Det var inte givet från start. Men vi har innovativa produkter som breddar produktkategorierna och ökar lönsamheten. Vi ökar värdet i de kategorier som vi kliver in i, säger Henrik Skagervik.

Sverige är Vitamin Wells största marknad, men övriga Norden är den som växer snabbast.

– Vi har precis haft ett trendbrott. Den svenska marknaden har mognat, störst pro-

NCS lagerchef Daniel Källberg i NCS nya, större lokaler i Köping. Nocco- och Barebells-kylarna är inne för rekonditionering, därefter ska de ut i butik igen.



Maxad Vitamin Well- och Nocco-exponering. Kylta drycker finns i displaykylen Avo Harmony 170-54.

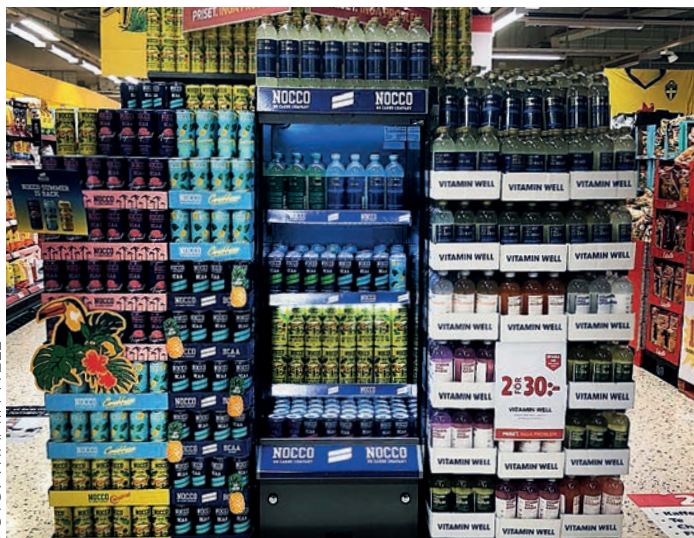


FOTO: HELENA TELL

FOTO: VITAMIN WELL

1. "Fitnessglassar" från Nocco och Barebells i frysen Rio.

2. En exponering som ingen kund missar. Den välfyllda impulskylen är en AHT AC XL.

3. Vitamin Well lägger stora resurser på att vara ute i butikerna och hålla fint i sina exponeringar. Nocco-dryckerna hålls kalla i den smidiga impulskylen Subster 85.



FOTO: VITAMIN WELL

centuell tillväxt har vår export till de nordiska marknaderna, säger Henrik Skagervik.

**Vitamin Well** har sedan starten arbetat med att bygga varumärkena genom ambassadörskap på sociala medier – och genom att synas i butik med snygga och smarta exponeringar.

– Vi lägger stora resurser på att vara ute i butikerna och hålla våra exponeringar fina, säger Henrik Skagervik.

Sedan 2010 köper de kylar och frysar genom NCS – och sedan några år tillbaka låter de NCS ansvara för allt kring utrusningen: Strajpning, service, underhåll, leveranser med mera.

– De har kunnat erbjuda oss den absolut bästa lösningen. Vi är ett bolag i tillväxtfas och kan inte skriva på några stora avtal om att beställ x antal kylar och frysar under ett år. Vi vill ha flexibla och följsamma lösningar. NCS är det enda kylbolaget i landet som kan erbjuda det, säger Henrik Skagervik.

– De har vågat riska tillsammans med oss. Det är en stora skillnad mot andra kylbolag.

**Vid årsskiftet flyttade** NCS till större lokaler. Delvis för att kunna hantera uppdraget åt Vitamin Well.

– Vi har vuxit tillsammans och lärt oss mycket av varandra och vårt samarbete. I dag levererar vi kylar och frysar åt Vitamin Well till Norge, Tyskland, Danmark, Storbritannien, Irland, Finland, och så klart, Sverige, säger Niklas Lundkvist, försäljningschef på NCS.

Lärt sig har även Vitamin Well gjort.

– Kylarna och frysarna måste ha hög kvalitet. De ska ha lång livslängd och liten energiförbrukning. Och hålla kylan mitt i sommaren. Det lärde vi oss efter en inköpsmiss i början, innan vi kom i kontakt med NCS.



Till så många av Vitamin Wells marknader levererar NCS kylar och frysar: Sverige, Norge, Finland, Danmark, Tyskland, Storbritannien och Irland.

**Vitamin Wells kylutrustning i siffror**

**2 770**  
frysar

**3 790**  
öppna kylar

**3 935**  
kylar med  
glasdörr



FOTO: VITAMIN WELL



FOTO: VITAMIN WELL



FOTO: HELENA TEL



FOTO: HGM

# Satsningen tog Skruf

Skruf har tagit klivet in på Willys, Hemköp, Citygross och Eko och är i dag kategorikaptan hos butikskedjorna.

En jätteoffensiv och den största utrullningen som har gjorts i snusbranschen.

– Det är långa upphandlingsprocesser men i dag är vi kategorikaptan i Axfood och Bergendahls butikskedjor, säger Peter Skoog, Senior Key Account Manager.

Affären innebar att Skruf klev in med ett nytt koncept bestående av snuskylar och LCD-skärmar.

NCS har hjälpt Skruf att hitta optimala kylar för deras verksamhet och syfte. Skruf landade i en lösning med fem kylar i olika storlekar från tre tillverkare, finska Aste och Coolcenter samt turkiska Klimasan.

Totalt har cirka 2 500 kylar levererats från NCS:s lager i Köping till butiker runt om i landet.

– En snuskyl används otroligt mycket så vi ställer väldigt höga krav på kvaliteten. Kylen ska hålla



## 2500

kylar, cirka, har NCS levererat åt Skruf.



Peter Skoog

i flera år och måste klara många öppningar, säger Peter Skoog.

– Vi vill även att kylan ska vara smidig och ergonomisk, att det ska vara lätt att fylla på och servera. Bra belysning och maximal användningsyta är också ett måste.

**Skruf har rattat** kategorin hos Axfoods och Bergendahls butikskedjor i lite drygt ett år.

– Som kategorikaptan är det vårt uppdrag att driva den totala snusförsäljningen. Förutom att synas i butik jobbar vår marknadsavdelning hårt med att få kunden att välja oss, säger Peter Skoog.

Utrullningen har varit lyckad. Skruf har ökat sina marknadsandelar – och även lyft försäljningen åt butikerna.

– ”The latest greatest” för oss just nu är vitt snus – eller real white och super white som det också kallas. Tobaksfritt snus med vita portioner som inte ska missfärga tänderna. Det exponerar vi lite extra just nu, säger Peter Skoog.

HGM håller blodsocker och kaffesug i schack på arbetsplatser genom mat- och mellanmålskonceptet Food Corner by HGM.

## Här bestämmer kunderna mini-butikens utbud

Peter Has, vd för HGM, ni har en önskeknapp i era butiker. Vad önskar kunderna?



– Just nu önskar många vegetarisk och veganskt. En stor del av innehållet har kommit till genom önskemål från kunderna.

**Vad säljer bäst?**

– Drycker av olika slag, men även nyttigare mellanmål, som yoghurt med granola och proteinbars.

**Vilka krav ställer ni på kylarna och frysarna i era butiker?**

– Att de klarar att hålla kylan vid många öppningar. Men de måste också vara tysta eftersom de ofta står i öppna landskap. Och så ska de vara snygga.

**På vilken typ av arbetsplatser finns era Food Corners?**

– Alla arbetsplatser som vill ge medarbetarna förmånen att enkelt få tillgång till bra måltider. Allt från kontor i city till tillverkningsindustrier och call centers.



# Arken Zoo har pluggat in frysboxar i butikskonceptet

Hos Arken Zoo syns vilka trender som är hetast för hussarna och mattarna. Plug-in-frysarna är fyllda med färskfoder till hund och katt.

I dag ses många husdjur som fullvärdiga familjemedlemmar. Zoofackhandeln måste därför erbjuda sina kunder, hussarna och mattarna, ett brett utbud med de senaste trenderna.

– Vår bransch speglar handeln i stort. Det som huse och matte vill ha, vill de även ge sina husdjur, säger Madeleine Lewitas Ohlsson, projektledare på Arken Zoo.

– Just nu är det mycket mönstrat på accessoarsidan. Efterfrågan på ekologiska produkter växer och försäljningen av foder med högre köttinnehåll ökar.

Trender som känns igen från andra branscher i detaljhandeln, med andra ord.

**Arken Zoo** har närmare 120 butiker i Sverige och ägs av



I Arkens Zoons butikskoncept ingår frysboxarna Master från den italienska tillverkaren Ucinque. FOTO: HELENA TELL

den nordiska snabbväxaren Musti Group, med varumärkena Musti ja Mirri, Musti, Arken Zoo och Djurmagazinet samt nättaktörerna Ani-

mail och Vetzoo i portföljen.

I samtliga svenska butiker finns frysar med glaslock från NCS.

– Sedan några år tillbaka

levererar NCS frysar till oss. Vi låter dem vara vita, ostrajpade, eftersom de ingår i vårt butikskoncept, säger Madeleine Lewitas Ohlsson.

## Trendigt foder får extra lyft i strajpade frysar

Efterfrågan på köttbaserat färskfoder, så kallat Barf-foder, har ökat de senaste åren.

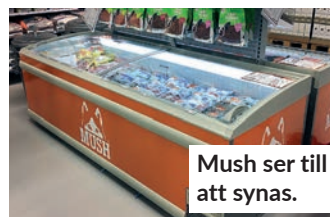
Fodertillverkaren Mush ser till att komma närmare konsumenterna genom varumärkesexponerade frysar i zoofackhandeln.

Rätt är hot, som Mush själva säger. Men trots att företaget har medvind i fodertrender-

na så behöver de ändå sticka ut i butik.

– Vi har 700 strajpade frysboxar i zoofackhandels butiker. De är extremt viktiga för oss eftersom de är den enda exponeringen vi har i butik, säger försäljningschefen Robban Rosén.

**Mush är Nordens** största tillverkare av Barf-produkter



och ägs av Finlands största privatägda slakteri, Snellman.

– Det gör att vi har extrem koll på vilka styckningsde-

taljer och köttbiprodukter som används, säger Robban Rosén.

Mush använder tjänsten NCS Total Solution.

– Förr tog det alldeles för mycket tid att hantera alla frysar. Nu låter vi NCS ta hand om allt åt oss, från garantiavtal till rekonditionering. Det sparar oerhört mycket tid.



Öppna impuls kylar på rad med produkter från Felix, Abba och Paulúns.

# Full snurr på kylarna får

När Orkla gjorde en stor omorganisation för knappt ett år sedan valde de att låta NCS ta helhetsansvar för deras externa kylar och frysar.

– Tidigare hade vi en tjänst hos oss som skötte administrationen – nu sköter NCS allt i stället, säger Linn af Ugglas, Trade & Action Manager på Orkla Foods Sverige.

Det gäller att vara kylig när man arbetar med varumärkesexponerade kylar och frysar.

Ett företag som Orkla Foods Sverige har hundratal plug-in-kylar och -frysar. De finns i butiker inom olika kedjor och på en mängd platser runt om i landet.

Förutom att veta var alla befinner sig geografiskt ska den som är ansvarig även ha koll på vilka som ska tvättas och kanske strajppas om, behöver service eller ska flyttas till en annan butik.

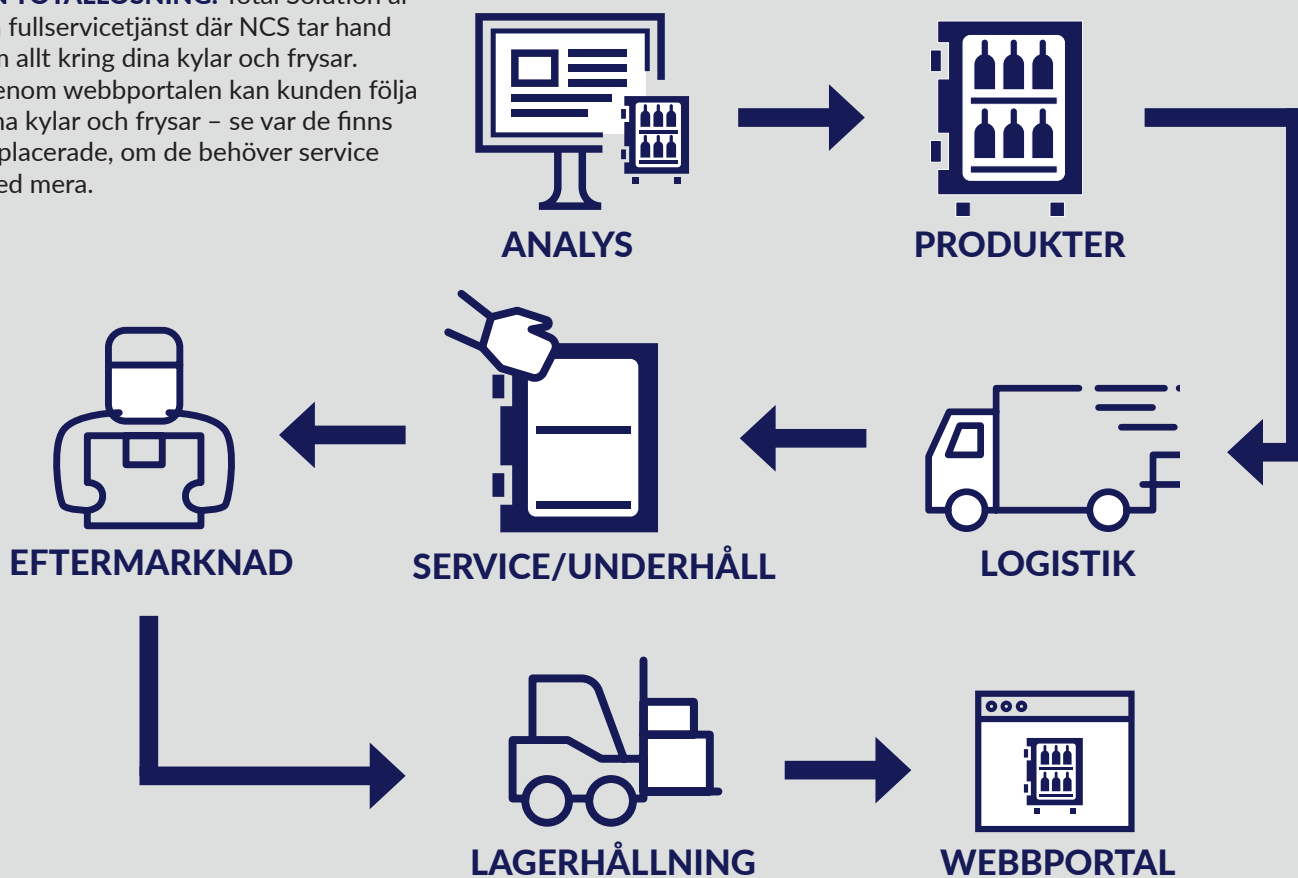
Den ansvarige ska även ha koll på avtal, garantipapper ... och så vidare.



Orklas kylar och frysar används till flera av deras produkter och varumärken.

## SÅ FUNKAR NCS TOTAL SOLUTIONS

**EN TOTALLÖSNING.** Total Solution är en fullservicetjänst där NCS tar hand om allt kring dina kylar och frysar. Genom webbportalen kan kunden följa sina kylar och frysar – se var de finns utplacerade, om de behöver service med mera.



# försäljningen att ta fart

Tidigare fanns en tjänst på Orkla med uppgift att administrera företagets kylar och frysar. Orkla hade även avtal med tre kylleverantörer.

– I samband med en omorganisation som vi gjorde förra sommaren togs den interna tjänsten bort. Då såg jag en möjlighet att lägga huvudansvaret för våra kylar och frysar på NCS, säger Linn af Ugglas.

– Nu sköter NCS – och fantastiska Anneli – allt åt oss.

Den fantastiska Anneli är Anneli Arnelind, kundansvarig på NCS och Orklas direktkontakt.

**460**  
av Orkla  
Foods plug-  
in-kylar  
och -frysar  
kommer från  
NCS.

– Hon fixar allt åt oss – och snabb är hon, säger Linn af Ugglas.

**Genom åren har Orkla handlat omkring 460 plug-in-kylar och -frysar av NCS.**

– Mest är det kylar och då öppna displaykylar och kylar med glasdörr. De används flitigt till flera av Orklas varumärken, berättar Anneli Arnelind.

För Orkla är det viktigt att kylarna lätt kan "kläs om".

– Det ska vara enkelt att alternera utseendet beroende på vilka produkter och varumärken som vi vill lyfta fram. Vi vill inte ha några

permanenta lösningar utan enkelt utbytbara dekaler.

**Orkla använder strajpade kylar och frysar** för att bygga varumärkena och få produkterna att sticka ut lite extra i butikerna.

– Men också för att vi är stolta över våra fantastiska varumärken, flera med svenskt ursprung och med tuffa hållbarhets- och miljömärkningar. Vi har flera svenska klassiker i vår portfölj, livsmedel som ligger konsumenterna varmt om hjärtat; Kalles kaviar, Grebbestads ansjovis och Abba-sill, för att nämna några.



FOTO: ORKLA FOODS

Kalles Kaviar samexponeras med äggen i en lättplacerad display-kyl.

VILL DU  
HA EN  
PRODUKT-  
KATALOG?

Mejla oss!  
info@go-ncs.se



# KOM IN I VÄRMEN – VI TAR HAND OM KYLAN

Hos oss hittar du de bästa och mest säljande kylarna och frysarna. Köp, leasa, välj ur vårt standardsortiment eller låt oss designa och tillverka exklusivt för ditt varumärke. Med vår tjänst Total Solution får du dessutom en smidig totallösning för allt praktiskt kring din kyl- eller frysutrustning.

LÄS MER PÅ [WWW.GO-NC.SE](http://WWW.GO-NC.SE)

**NCS**  
NORDIC COOLING SOLUTIONS

NORDIC COOLING SOLUTIONS AB  
0221-275 70 || [info@go-ncs.se](mailto:info@go-ncs.se)