

Landbruks- og matdepartementet
Postboks 8007 Dep
0030 OSLO

Vår saksbehandler
Sigrun Pettersborg

Vår dato
03.04.2024
Deres dato
22.03.2024

Vår referanse
24/00318-2
Deres referanse
24/684

Innspill fra Norges Bondelag - Oppskrift for mer lokalmat og -drikke

Vi viser til invitasjon til innspillsmøte 5. april 2024 og muligheten for skriftlig innspill i etterkant til *Oppskrift for mer lokalmat*.

Norges Bondelag er glad for at regjeringa har satt seg et mål om at omsetningen av lokalmat og drikke skal være på 25 mrd. kroner innen 2035.¹ Med mål om økt norsk sjølforsyning er økt etterspørsel etter norsk mat en nøkkel, og da er et rikt tilbud av lokalmat og -drikke viktig.

Produksjon og omsetting av lokalmat gir verdiskaping og sysselsetting i landbruket og tilstøtende næringer i lokalsamfunnet. Lokalmat skaper også en tettere kontakt mellom bonde og forbruker, og gjennom eksempelvis Bondens marked, gårdsbutikker og gårdsturisme kan lokalmat være viktig for omdømmet og forståelsen for verdien av landbruket.

I 2023 blei det omsatt lokalmat for nesten 11,8 mrd. kroner, så ambisjonen innebærer at omsetningen må øke med over 1 mrd. kroner i året fram til 2035. Det er et ambisiøst mål. Norges Bondelag legger vekt på at en oppskrift på mer lokalmat må stimulere lokalmatprodusenter og produsentmiljøer i hele landet. Med et mål om 25 mrd. kroner i omsetning i 2035 trengs det vekst i både utvalg, volum, tall på aktører, og vekst i verdiskapingen for lokalmat. Det må legges til rette for vekst både hos eksisterende og nye produsenter, og det er helt avgjørende å stimulere nye generasjoner til å ønske å produsere for det lokale markedet.

Hva er utfordringene for lokalmatnæringa i dag, og hva skal til for å få en positiv utvikling?

Mange produsenter av lokalmat og -drikke opplever som resten av landbruket utfordrende økonomi. Vi står overfor et generasjonsskifte også blant mange lokalmatprodusenter, og det er viktig at den nye generasjonen vil ta over. Da må økonomien være god nok.

Økte inntektsmuligheter må til for å sikre lønnsomhet og rekruttering både til landbruket generelt og til produksjon av lokalmat og -drikke.

Lokalmatprodusentene har ofte en lang og krevende hverdag der de eksempelvis går i fjøset morgen og kveld, yster ost midt på dagen, og driver med markedsføring og salgstiltak på kveldstid.

¹ Strategi for økt selvforsyning av jordbruksvarer, Meld. St. nr.11 (2023-2024)

For å få med nye generasjoner på løftet, er vi avhengig av gode avløser- og velferdsordninger, gode kompetansetilbud, reell risikoavlastning, samt tilgang til gode og robuste distribusjons- og salgskanaler.

Med om lag 1 500 lokalmatprodusenter i dag innebærer det nye målet at det må legges til rette for nye produsenter, men for å oppnå en slik vekst må også mange av de etablerte produsentene utvide sin virksomhet. Vekstfasen er krevende for mange gründervirksomheter, også de som er robuste i utgangspunktet. Økt aktivitet og utvidelser av drifta krever mer kapital og innleid arbeidskraft med tilhørende kostnader. Dette øker risikoen i tillegg til at det krever annen kompetanse enn produktutvikling og oppstart. For mange lokalmatprodusenter som må vurdere om de skal vokse videre innebærer det en betydelig personlig økonomisk risiko.

En oppskrift for mer lokalmat må legges til rette for oppskalering og robust vekst hos eksisterende og nye produsenter av lokalmat og -drikke.

Som vi påpekte i vårt innspill til Meld. St. gründere og oppstartsbedrifter sendt NFD 15.3.2024.² er mangelen på investormiljøer og investorkapital en betydelig hemsko for utviklinga i distrikta. I mange distriktskommuner er pantegrunnlaget derfor lavt grunnet et svakt eiendomsmarked. Mulighetene for å framskaffe tilstrekkelig lånekapital begrenses dermed sjøl om driftsøkonomien i prosjektet er tilfredsstillende. Det trengs generelt en bedre kapitaltilgang for næringsvirksomhet i distriktskommuner. De trenger tilskudd, garantier og gunstige lån. For lokalmatprodusenter som naturlig nok har konsesjonsbelagte landbrukseiendommer som utgangspunkt for næringsvirksomheten, er mulighetene enda mer begrensa.

Det er stort behov for risikoavlastning i form av offentlig toppfinansiering for å få til en tilstrekkelig samla kapitalpakke i mange distriktskommuner. Produsentene trenger bedre kapitaltilgang gjennom blant annet tilskudd, garantier og gunstige lån.

Hvordan kan man sikre forbrukere i hele landet tilgang til lokal mat og drikke?

Største salgsverdi av lokalmat og -drikke er i storhusholdningsmarkedet og ved direktesalg, til sammen 6,4 mrd kroner i 2023³. I dagligvarehandelen var omsetningen samme år på 5,4 mrd kroner. Rent kjøtt og andre kjøttprodukter utgjør største verdien. Volumet er fallende i dagligvare, men øker i andre kanaler. Tilgang til markedet gjennom dagligvare er vanskelig, særlig fordi mange produsenter ikke er leveringsdyktige hele året eller i ubegrensa kvantum. Det er også en utfordring at mye av innkjøpene er sentralstyrt fra dagligvarekjedene.

Som tallene fra Norsk Mat viser, er storhusholdning og direkte salg viktige omsetningskanaler for lokalmatprodusentene. Gjennom direktesalg påtar produsenten seg økt risiko gjennom egen foredling, investeringer og kostnader i selve bearbeidingen, men øg markedsmessig. For å sikre avsetning for varene er det viktig å legge til rette for risikoavlastning. Både reiseliv og storhusholdning er viktige kunder, men som pandemien viste er det sårbart å være avhengig av kun en slik kanal. Markedstilgang og tilrettelegging for nye salgskanaler må utvikles for å redusere denne risikoen.

Utvikling av markedstilgang og tilrettelegging for nye salgskanaler vil være reell risikoavlastning for produsenten. Norges Bondelag vil også påpeke at mottaks- og forsyningsplikt gjennom markedsordningene i landbruket er risikoavlastning for produsenten og sikrer produksjon over hele landet.

Bondens marked, gårdsbutikker og gårdsturisme er gode eksempler på lokalmat- og drikke som viktige omdømmebyggende tiltak for norsk landbruk. Det må legges til rette for bruk av alternative omsetningskanaler og mer direktesalg fra bonde til forbruker i lokale verdikjeder.

² https://www.bondelaget.no/getfile.php/131089041-1710750904/MMA/Dokumenter/H%C3%B8ringssvar/24_00220-2%20Meld.%20St.%20gr%C3%BCndere%20og%20oppstartsbedrifter%20998331_8_0.pdf

³ <https://www.norskmatt.no/content/uploads/sites/8/2023/11/Lokalmatrapport-2023.pdf>

Fysiske markedsplasser, alternative omsetningskanaler, sterkere prioritering av lokal mat når det jobbes med nasjonale reiselivsstrategier, og nødvendigheten av å utvikle en trygg, digital markedsplass for lokalmat- og drikke er nøkler for å nå målene.

På samme måte som norske bønder har gått sammen i samvirker for å styrke sin markedsrett og få solgt produktene sine så er produsentsamarbeid på ulikt nivå viktig både for produksjonsmiljø og -utvikling (klynger), distribusjon og markedsføring. For mange osteprodusenter har Tines distribusjon som er det eneste alternativet til kjedenes løsninger vært viktig for å nå markedet.

Det må legges til rette for samarbeid slik at lokale produsenter sammen både har tilgang på logistikk-løsninger og kostnadseffektiv distribusjon. Samvirkene bør inviteres til å bidra til slike løsninger.

Det er en generell utfordring at konkurransen for distribusjon av dagligvarer er svak. Distribusjonen er i all hovedsak integrert i dagligvarekjedene. Det er nå bare Ringnes og Tine som har egne distribusjonssystemer, og Ringnes vurderer å slutte med egen distribusjon.

Dagligvarekjedene bør pålegges å sette en egen pris på distribusjonen og betjene også de aktørene som ikke har avtale med kjeden.

Over tid har bondens og lokalmatprodusentens posisjon i verdikjeden for mat blitt svakere. Bonden og lokalmatprodusentens stilling i verdikjeden for mat må styrkes gjennom tiltak som bidrar til at matprodusentene får en rettferdig andel av verdiskapinga i verdikjeden for mat. Konkurransen og mer åpenhet innenfor grossist- og distributørleddet i dagligvarehandelen må sikres. Bonden er helt avhengig av en velfungerende verdikjede for å få varen helt fram til forbruker med en rettferdig andel av verdiskapinga.

Det er viktig for lokalmatprodusentene at regjeringa setter i verk tiltak for å bedre konkurransen i verdikjeden for mat.

Offentlig innkjøp kan også være en salgskanal for lokalmatprodusenter som staten kan benytte seg av for å løfte fram lokalmaten.

Norges Bondelag mener at hensynet til lokal matsikkerhet og ressurstilgang, verdiskaping og arbeidsplasser tilknyttet landbruksproduksjonen må ligge til grunn for strategier og retningslinjer for offentlige innkjøp.

Hvordan kan virkemiddelapparatet innrettes for å støtte opp under omsetningsmålet?

Matens opprinnelse må synliggjøres tydeligere, og opprinnelsesmerking bør utvides for å gi forbrukerne mulighet til opplyste valg også i storhusholdning og restauranter (HORECA) mv. Lokalmat har det samme behovet for tollbeskyttelse som alle norske landbruksvarer. Det er ikke rom for økte importkvoter, og importvernet må styrkes.

Generering og formidling av kunnskap er viktig for å øke lokalmatproduksjonen. For å lykkes med næringsutvikling er det viktig med kompetanse både på ferdigvaren som skal produseres og ikke minst mot markedet som skal nås. Den matfaglige oppfølgingen ivaretas i dag gjennom de regionale kompetansenava, men det er viktig at også annen kompetanse tilbys produsentene. Dette gjelder både markeds-kunnskap, markedsføring og forretningskunnskap. Den kompetansebygginga som tilbys produsentene må både bli dypere (videreutvikling) og bredere (flere felt inkl forretningsdrift og kommersiell kompetanse). Kompetansebehovet øker også dersom flere skal oppskalere sin produksjon. Dette krever et mer kommersielt fokus. Det må bli lettere å få tilgang til all den kompetansen lokalmatprodusenten trenger på en plass.

I jordbruksoppkjøret 2023 var det enighet om en kartlegging av kompetansebehov hos lokalmatprodusenter. Dette er ikke slutført. Norges Bondelag forventer at funnene fra kartleggingen legges til grunn i arbeidet med regjeringens «Oppskrift på mer lokalmat».

Rådgiving og kompetansetilbud må være lett tilgjengelig både for de som skal produsere og de som skal selge.

Som tidligere nevnt trengs det bedre kapitaltilgang for næringsvirksomhet i distriktskommunene, gjennom tilskudd, garantier og gunstige lån. Behovet er der også ut over oppstartsfasen. Mange nyetablerte virksomheter møter økonomiske utfordringer i fasen etter den innledende, f.eks. behovet for likviditet, ofte nevnt som «kapitalgapet». Offentlige kapitalinstrumenter bør fornyes og tilpasses slik at de kan avhjelpe nye virksomheter også utover den innledende etableringsfasen. Vi viser for øvrig til vårt innspill til Meld. St. gründere og oppstartsbedrifter sendt NFD 15.3.2024.⁴

Norges Bondelag ønsker at *Utviklingsprogrammet for landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping* fortsatt skal være et viktig verktøy i utviklingen av lokalmat- og drikke. Endringene vi avtalte i sluttprotokollen fra jordbruksavtalen i 2023 er ikke gjennomført, og med ny målsetting gjennom «oppskrift på mer lokalmat», vil vi ta initiativ til å modernisere programmet, slik at det faktisk er egnet til å håndtere de utfordringene og mulighetene som dagens og morgendagens lokalmatprodusenter møter.

Det bør settes delmål og fornuftige tidslinjer for Utviklingsprogrammet for å legge til rette for at vi faktisk kommer i mål til 2035.

Norges Bondelag mener det bør **utarbeides et nytt mandat for utviklingsprogrammet** for å bistå nye og etablerte lokalmatprodusenter i arbeidet med å nå nye markeder og øke sin verdiskaping. Mandatet må utarbeides med involvering av lokalmatprodusentene og deres organisasjoner, jf jordbrukets krav til jordbruksforhandlingene 2024.⁵

Verdipotensialet for norsk viltkjøtt er stort. En fersk rapport fra AgriAnalyse viser at volumet av norsk viltkjøtt bare av elg og hjort er om lag fire ganger volumet av norsk reinkjøtt, og potensialet for verdiskaping ved en økt kommersiell omsetning av kjøttet alene er anslått til 500 mill. kroner årlig. **Utviklingsprogrammet bør vurderes åpnet opp for finansiering av prosjekter som fremmer organisering av rettighetshavere for å skape nye produkter.** Dette kan bidra til økte inntekter for mange landbrukseiendommer, og er en strategisk viktig oppfølging av at LMD har overtatt ansvaret for viltloven og de høstbare viltressursene.

⁴ https://www.bondelaget.no/getfile.php/131089041-1710750904/MMA/Dokumenter/H%C3%B8ringssvar/24_00220-2%20Meld.%20St.%20gr%C3%BCndere%20og%20oppstartsbedrifter%20998331_8_o.pdf

⁵ <https://www.bondelaget.no/getfile.php/131093588-1714126538/MMA/%28beta%29%20bondelaget.no/Bakgrunnsbilder/Jordbrukets%20krav%202024%20DENNE.pdf>

Et bredt sett med virkemidler er nødvendig for å nå målet

Oppsummert mener Norges Bondelag satsing på lokalmat er viktig for å sikre økt norsk sjølforsyning og etterspørsel etter norske matvarer. For å få dette til er det nødvendig med et bredt sett med virkemidler for lokalmatprodusentene:

- **God økonomi gjennom økte inntektsmuligheter, gode avløser- og velferdsordninger**
- **Godt tilpasset og tilgjengelig kompetansetilbud**
- **Reell risikoavlastning**
- **Tilrettelegging for samarbeid mellom produsentene**
- **Legge til rette for mer lokalmat i offentlige innkjøp**
- **Tilgang til gode og robuste distribusjons- og salgskanaler**
- **Pålegge dagligvarekjedene å sette en egen pris på distribusjon og betjene også de aktørene som ikke ha avtale med kjeden**
- **Utarbeide nytt mandat og delmål, samt fornuftige tidslinjer for Utviklingsprogrammet**
- **Legge bedre til rette høsting og salg av viltprodukter, bl.a. gjennom Utviklingsprogrammet**
- **Krav om opprinnelsesmerking, også i storhusholdning og restaurant**
- **Styrking av importvernet**

Med vennlig hilsen

Sigrun Pettersborg

Bodhild Fjelltveit

Elektronisk godkjent, uten underskrift