



Landbruks og matdepartementet

Postmottak@lmd.dep.no

Oslo, 3. mai 2024

Innspill – Oppskrift for mer lokalmat og drikke

Det vises til LMDs brev av 21.mars og til presentasjon på innspillsmøte 5.april andre sesjon.

Følgende spørsmål ønskes innspill på:

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

Utfordringene er varierte. Mange har hatt suksess de siste 5 årene og før det også, det være seg innen dagligvare, i gårdsbutikken eller på Bondens marked. For disse produsentene kan utfordringene være tilgang på kvalifisert Arbeidskraft, risikovillig kapital eller rett og slett innsatsfaktorer som bønder trenger for å produsere, både av dyr, areal og planter. Det er ofte, men ikke alltid en annen skalerbarhet i lokalmatnæringa enn i andre næringer. For andre produsenter har det over mange år vært krevende og blant annet pandemien satte en stopper for driften av ulike grunner. Hva er så årsakene til dette?

De som har lyktes har gjort dette fordi de har forstått og akseptert salgskanalens krav og forutsetninger, det være seg i egen gårdsbutikk, på Bondens marked eller i dagligvare. Grunnleggende er å forstå de kommersielle kravene for å lykkes og det er dette som må være det grunnleggende fokus fremover skal vi i felleskap lykkes med å løfte salget til de 25 mrd regjeringen har foreslått. Muligheten for å realisere et slik ambisiøst mål vil kreve økt samarbeid i verdikjeden ikke minst med salgsløddet for det er der størst volum potensialet ligger.

Omdømmetiltak som matfestivaler og ikke minst internasjonale mat og drikke arrangementer som Oste-VM og Sider-VM er på å løfte oppmerksomheten overfor forbruker og påvirke forbrukerpreferanser og valg. Den sterke veksten i salget av norsk håndverksost er et uttrykk for dette.

Konkrete tiltak:

- Gjennomfør en spørreundersøkelse bland de produsenter som har mottatt vekstmidler de siste 10 årene ifht. å få kartlagt suksessfaktorer
- Etabler en mentorordning i lokalmatnæringa etter mønster av landbruket ellers (NLR)

Næringsorganisasjonen HANEN - for gardsmat og bygdeturisme

Postboks 9354 Grønland, N - 0135 Oslo
Org. nr: 987 257 024, post@hanen.no, www.hanen.no



- Sikre nok midler til internasjonalt orienterte omdømme arrangementer
- Norsk utenriksstasjoner må i større grad enn i dag være en del av omdømmearbeidet for norske mat for å realisere ambisjonene i Matnasjonen Norge 2030.

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

Produsenteide nettverk for lokalmat har vært helt sentrale for å utvikle av produksjon av lokale mat og drikke produkter rundt i hele Norge. Å bidra til å styrke deres rolle vil kunne sørge for både produksjon av og tilbud på lokalmat i hele landet. Et lokalt reiseliv som etterspør lokale produserte mat og drikke produkter vil sikre etterspørsel hos de lokale produsentene og styrke sin egen konkurransekraft overfor gjester som vil ha unike opplevelser og er villig til å betale for dem. Det offentlig, kommuner, fylker og staten, har også en viktig rolle i å øke stoltheten og innkjøp av lokalet produserte produkter. Det å sikre god etterspørsel og samarbeid mellom produsenter vil gi lokal mat over hele landet.

Lokalmatprodusenten/bondens mulighet for å selge mer direkte via kanaler som Reko/Bondens marked og ikke minst gårdsbutikker må forsterke og videreutvikles. Det er en generasjonsutfordring innen ikke minst Bondens marked som må taes på alvor. Bondens marked er tross alt et av norsk landbruks viktigste merkevarer og gir en viktig synlighet av og oppslutning om lokalmatnæringa spesielt og norsk landbruk mer generelt. Den positive utviklingen innen etableringen av gårdsbutikker de siste årene bør forsterkes og profesjonaliseres. Dette er en utvikling som vil gi økte inntekter til produsentene både som salgspunkt og opplevelse innen reiselivet. Reiselivet er en næring i vekst og utgjør et stort potensial for lokale produsenter og for utvikling av konkurransekraft innen reiselivsnæringen selv.

Konkrete tiltak:

- Utrede muligheten for en tilskuddsordning for fraktstøtte til produsenteide matnettverk.
- Det må bli et klart krav om at minimum 25 % av offentlig innkjøp via stat, fylke og kommuner inneholder lokal mat og drikke. Et tydelig mål for en reel suksess for Matnasjonen Norge 2030
- Etablere et kompetansetilbud for å styrke gårdsbutikkene som et viktig salgsledd innen lokalt foredling.
- Videreutvikle samarbeidet etablert i lokalmat.no mellom dagligvare og organisasjonene innen landbruket/lokalmatnæringen inn mot reiselivets aktører.



- **Hvordan kan virkemiddelapparatet innrettes for å støtte opp under omsetningsmålet?**

Vi har i dag et omfattende og viktig virkemiddelapparat innen lokal mat og drikke, men det fragmentert og trenger fornyelse. Økt fokus på kommersielle forutsetninger blir viktig. Det

opprinnelige tilbudet med kort kurs innen ulike produkter og produksjoner som ble etablert for snart 20 år siden var viktig og relevant da, men i dag gir flere og flere i næringen uttrykk for et behov for lengre utdannelser slik som blant annet er etablert ved flere fagskoler

I dag er lokalmatnæringen en mye mer moden næring med behov for både økt fokus på merkantil kompetanse og lengre faglige tilbud med et mer akademisk / vitenskaplig fordypning. Her kan et økt samarbeid mellom eksisterende kompetansenettverk for lokalmat og FoU virksomheter som Nibio/Nofima være veien å gå. En bør også la seg inspirere av og samarbeid mer med kompetanse/ forskningsinstitusjoner i Norden og ellers i Europa. Eldrimner i Østersund i Sverige er en slik institusjon, men det finnes flere andre også. Behovet for både bedre samordning og økt samhandling er stort. En har i for liten grad benyttet den kommersielle kompetansen som naturlig er representert innen dagligvaresektoren.

Konkrete tiltak:

- Årlig kompetanse konferanse i regi av Landbruksdirektoratet der de ulike aktørene (Kompetansenettverkene, Nofima/Nibio, NLR, Stiftelsen Norsk mat, fagskoler, m.fl.) på feltet redegjør for sin innsats og utviklingstrekk på lokalmatfeltet. Dette for å stimulerer til økt samarbeidet mellom de ulike aktørene i virkemiddelapparatet.
- Vurdere sammensetning av styrene i kompetansenettverkene for å sikre rett faglig og kommersiell kompetanse.

Med vennlig hilsen

Næringsorganisasjonen HANEN
Bernt Bucher Johannessen
Daglig leder

Næringsorganisasjonen HANEN - for gardsmat og bygdeturisme

Postboks 9354 Grønland, N - 0135 Oslo
Org. nr: 987 257 024, post@hanen.no, www.hanen.no



Næringsorganisasjonen HANEN - for gardsmat og bygdeturisme

Postboks 9354 Grønland, N - 0135 Oslo
Org. nr: 987 257 024, post@hanen.no, www.hanen.no