

Innspill til utforming av oppskrift for mer lokalmat

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

Hovedutfordringen er etter mitt syn å skape økonomisk bærekraftige virksomheter som kan utvikle seg og bestå over tid.

Siden starten på lokalmatbølgen på 90 tallet er det skapt veldig mange gode produkter som er blitt borte igjen fra markedet fordi produsentene har lagt ned virksomheten.

Utviklingsmidlene som er brukt på disse produsentene har gitt kun kortvarige effekter.

Mange produsenter er drevet av idealisme og entusiasme, men uten normal betaling for arbeidet som legges ned så blir det ikke varige virksomheter. Bare innen Rørosmat er det borti 20 produsenter som har vært aktive en periode, men nå lagt ned virksomheten. Skal man bygge varige virksomheter innen lokalmat så må produksjonen opp på et høyere nivå enn det man kan produsere uten ansatte. Og det må utvikles virksomheter som ikke er helt avhengige av enkeltpersoner.

De siste åra er virkemiddelbruken dreid mere over på utvikling av eksisterende produsenter istedenfor oppstartsstøtte til nye produsenter uten de helt store ambisjonene. Men dette bør endres enda mere.

Tiltak for økt salg

For å beholde mest mulig av inntektene i næringa er det viktig at produsentene ikke blir helt prisgitt ulike grossister, men beholder kontroll over i alle fall førsteleddet.

Det er etter hvert bygget opp en del samarbeidsselskap etter mønster av Rørosmat SA rundt om i landet. Det er til stor hjelp for mange produsenter både for å skape et faglig og inspirerende miljø, og til å profesjonalisere salget og dermed grunnlaget for vekst. Men mange av disse selskapene har også for liten omsetning til å kunne bygge bærekraftige virksomheter. Dette skyldes i stor grad at etablerte virksomheter ikke er villig til å legge sitt salg inn i et felles lokalt salgsselskap. Rørosmat SA sin suksess skyldes i stor grad at alle lokalmatprodusentene, både store og små er med i Rørosmat SA og kjøper salgstjenester fra fellesskapet. Det er fra det offentlige brukt store summer på å stimulere til dannelse av lokalmatnettverk rundt om i landet. Men det er veldig få som greier å bygge seg opp til bærekraftig drift etter at prosjektperiodene er over. Skal man lykkes, så har jeg en klar oppfatning av at det må gjøres noe med driftsforutsetningene for produsenteide lokalmatnettverk.

Jeg mener det er viktig for næringa å beholde kontroll over mest mulig av verdikjeden ved at salget i første ledd skjer gjennom produsenteide selskaper istedenfor ulike private grossister.

Økt markedsføring

Stiftelsen Norsk Mat og markedsføringen av Spesialitetsmerket har hatt stor betydning for veksten innen lokalmat. De siste åra har bevilgningene deres til markedsføring av Spesialitet blitt nesten borte. Det må endres og markedsføringen må intensiveres kraftig!

Det er dessverre ikke all lokalmat som holder god nok kvalitet. For å få Spesialitetsmerke på et produkt så kreves det dokumentert kvalitet og godkjenning av en jury. Ved å sette inn betydelige ressurser på markedsføring av Spesialitetsmerkede produkter sikrer man at det er kvalitetsprodukter som markedsføres.

Kanskje er det lurt å nå oppdatere hele ordningen, og at departementet tar mere eierskap til Spesialitet på samme måte som for Nyt Norge.

Hotell og reiseliv

Butikkjedene gjør en meget god jobb for å fremme omsetninga av lokalmat. Men innen reiselivet er det veldig mye å gå på. Enkelte hoteller som bl a Britannia i Trondheim, alle hotellene i Lokalmathovedstaden Røros, og en del enkelthoteller rundt om ellers gjør en med meget god jobb med å fremme lokalmat. Og de tjener godt på det.

Men særlig innen de store hotellkjedene er det veldig mye å gå på med bruk og promotering av lokalmat. En mere aktiv bruk av lokalmat her vil være av stor betydning for å bygge Norge som reiselivsdestinasjon internasjonalt.

Offentlige innkjøp

Det offentlige må gå foran i bruk av lokalmat. Det er dessverre så langt fra tilfelle. Det er i dag jevnt over en særdeles firkantet praktisering av innkjøpsreglement der saksbehandlere av lettvindthets hensyn ofte skjuler seg bak EU reglement. Lite bruk av de rette kriterier ved utlysning av anbud på innkjøp av mat er et effektivt hinder for bruk av lokalmat i institusjoner, kantiner osv. Det må innføres regler om utforming av anbud med vektlegging av bl a miljø, kort transport, en minimumsandel med lokalmat og ikke bare pris. Anbudene må splittes opp i kategorier, og det må ikke tillates at det skal innhentes pris bare på spesifikke produkt fra en bestemt produsent. Anbud må gjøres langt mindre byråkratiske.

Samarbeid om produksjon

Kommuner, fylker og sentrale myndigheter har i mange år arbeidet for å få til samarbeid mellom lokalmatprodusentene om salg. Men jeg mener det er viktig for lokalmatnæringas framtid at det også utvikles samarbeid om produksjon. Før industrialiseringa av meieribruket begynte så var det et samvirkemeieri i nesten alle bygder. Nå er det tid for å tenke i de baner igjen. Om de mindre produsentene i ei bygd kan gå sammen og danne et felles foredlingselskap som kan jobbe med foredling av både kjøtt, mjølk og andre aktuelle råvarer, så vil det kunne skapes solide selskaper som består over tid. Da kan det ansettes folk i ulike funksjoner, og det hele blir uavhengig av enkeltpersoner.

Tilskudd til lokal mjølkeforedling

Grensa på 500 000 liter foredlet mjølk for å bli med i prisutjammingsordninga utelukker alle gårdsysterier fra å få ta del i ordninga. Vi ser at det kan være vanskelig å endre PU ordninga. Vi foreslår derfor at det opprettes en egen ordning med støtte minst på linje med PU ordninga for de som foredler mindre enn 500 000 liter pr år. Dvs et tilskudd på minst kr 1,39 pr liter foredlet mjølk kjøpt direkte fra produsent, og kr 0,53 pr liter mjølk levert fra Tine.

Toll

Utenlandske spesialoster har en alt for stor andel av ostemarkedet i Norge. Det finnes en mengde norske oster som minst like bra. Her må toll brukes mere aktivt for å gjøre norske oster mere konkurransedyktige.

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

Bærekraftige lokalmatprodusenter er avhengige av salg langt utover lokalmiljøet for å få nok volum til en økonomisk bærekraftig produksjon. Det er ikke mulig å administrere verken for den enkelte produsent eller kjøper. Det må et samarbeid til på produsentnivå.

Frakttilskudd

Jeg mener at et frakttilskudd for produsenteide lokalmatnettverk er en god løsning, og en bedre og mer effektiv anvendelse av midler enn en del av prosjektmidlene som gis til etablering av nettverk. Lokalmat utgjør alltid mindre volum pr forsendelse enn volumprodukt fra industrien, og fraktkostnadene blir da vesentlig høyere pr kg. Et frakttilskudd på f eks 50 % av kostnadene for lokalmatnettverk vil gi et incitament til etablerte produsenter til å bli med i fellesskapet og derved legge grunnlaget for økonomisk drivverdige lokalmatsammenslutninger.

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

Eget tilskudd til lokal foredling av mjølk på minimum samme nivå som de konkurransefremmende tiltaka i PU ordningen.

Frakttilskudd til produsenteide lokalmatnettverk

Utvidelse og tilpassning av Veksttilskuddsordningen i Innovasjon

Vesentlig økt tilskudd til markedsføring av lokalmat, særlig gjennom Stiftelsen Norsk mat til Spesialitet og BB.

Stille krav om minimum 50 % andel lokalmat i offentlige innkjøp

Gjennom ulike tilskuddsordninger prioritere virksomheter innen hotell og reiseliv som forplikter seg til økt bruk av lokalmat.

Ingulf Galåen

7374 Røros.

Grunder av Galåvolden Gård og Rørosmat.

Lang erfaring som tillitsvalgt i en rekke organisasjoner og selskaper innen lokalmat og landbruk.

