

Til: postmottak@lmd.dep.no

Innspill til oppskrift om mer lokalmat

Utfordringer og tiltak for positiv utvikling i lokalmatnæringen

- **Markedsadgang og synlighet**

En av de største utfordringene er å nå ut til markedet og øke synligheten til lokale matprodusenter. Dette kan løses ved å styrke distribusjonsnettverkene, for eksempel gjennom samarbeid produsentene i mellom og etablering av lokale markeder og aktiviteter. I tilfelle av samarbeid med dagligvarekjeder må dette skje på produsentenes premisser, slik at ikke verdikjeden spiser opp all fortjeneste.

- **Kompetanse og ressurser**

Mange lokale produsenter mangler ressurser og kunnskap om markedsføring, driftseffektivitet og produktutvikling. Det er viktig å tilby opplæring, mentorordninger og tilgang til kapital for å styrke disse områdene. Produktutvikling er rimelig godt ivaretatt, men kurs- og opplæringstilbud innenfor kommersielle fagområder kan bli vesentlig bedre. Her må det i tillegg være et krav at tjenestetilbyder selv faktisk har arbeidet med problemstillingene, slik at hensynene til både «lavterskel» og praktisk anvendbarhet blir ivaretatt.

- **Regelverk og byråkrati**

Det kan være komplisert og kostbart å navigere i regelverket for matproduksjon. Noen ganger kan lokale matprodusenter derfor møte utfordringer med komplekse reguleringer og byråkratiske prosesser. Forenkling av regelverket og bedre tilgang til rådgivningstjenester vil bidra til å lette disse utfordringene og gjøre det enklere for små produsenter å følge regelverket for matproduksjon, distribusjon og -salg.

Sikring av tilgang til lokal mat og drikke for forbrukere i hele landet:

- **Distribusjonsnettverk**

Det er viktig å utvikle et effektivt distribusjonsnettverk som kan bringe lokale produkter til forbrukere i hele landet. Dette kan inkludere f.eks. etablering av lokale samarbeidsnettverk, nettbutikker for direkte salg, samarbeid med eksisterende distribusjons- og matleveringsnettverk. Digitalisering kan gi nye muligheter for markedsføring og salg av lokalmat. Støtte til gårdsutsalg og lokale markeder vil gi forbrukerne mulighet til å kjøpe lokalmat direkte fra produsentene.

- **Informasjonskampanjer**

Lokalmatprodusenter har ofte begrensede ressurser til å markedsføre seg og nå ut til et bredt publikum. Forbrukerbevissthet om viktigheten av å støtte lokale matprodusenter vil økes gjennom informasjonskampanjer, utdanning og markedsføring av lokal matkultur og -identitet. Forbrukerne er stadig mer bevisste på hva de spiser, og det er en økende interesse for lokalmat og kortreist mat.

- **Offentlige anskaffelser**

Offentlige institusjoner kan spille en rolle ved å øke bruken av lokale råvarer i sine innkjøp og dermed stimulere etterspørselen etter og salget av lokal mat og drikke.

Innretning av virkemiddelapparatet for å støtte omsetningsmålet

- **Finansiell støtte**
Tilgang til økonomisk støtte gjennom tilskudd, lån og investeringsfond vil hjelpe lokalmatprodusenter med å utvide virksomheten, modernisere utstyr, forbedre produktkvaliteten og øke egen kompetanse.
- **Kompetanseutvikling**
Støtte til kompetanseutvikling gjennom opplæringsprogrammer, workshops og veiledningstjenester vil bidra til å styrke evnen hos lokal matprodusenter til å lykkes i markedet. Her er det særlig viktig med kompetanse innenfor logistikk og økonomi samt posisjonering og markedsføring.
- **Nettverksbygging og samarbeid**
Stimulering av samarbeid mellom ulike aktører i verdikjeden, for eksempel mellom kommersielt kompetente produsenter, relevante distributører, forskningsinstitusjoner og offentlige myndigheter, vil skape synergier og fremme innovasjon og vekst i lokalmatnæringen.

Med vennlig hilsen

Salgslaget AS



Frode Kristensen

Daglig leder

20240403
fk/-