



**DET KONGELIGE
LANDBRUKS- OG MATDEPARTEMENT**

Statsråden

Næringskomiteen
Stortinget
0026 OSLO

Deres ref
MH/fg

Vår ref
14/1883

Dato
20.11.2014

Dokument 8:26 S (2014-2015) Representantforslag fra stortingsrepresentantene Rasmus Hansson, Ingunn Gjerstad og Sveinung Rotevatn om endring av omsetningsloven for å redusere reklame for kjøtt

Jeg viser til brev datert 13.11.14 fra Stortinget v/næringskomiteen. Brevet gjelder forslag fra stortingsrepresentantene Rasmus Hansson, Ingunn Gjerstad og Sveinung Rotevatn om endring av omsetningsloven for å redusere reklame for kjøtt. Komiteen ber om departementets vurdering av det oversendte representantforslaget (heretter benevnt som forslaget).

Omsetningsrådet og opplysningsvirksomheten

Opplysningsvirksomheten er en del av markedsreguleringen som er hjemlet i Omsetningsloven. Markedsregulerende tiltak og opplysningsvirksomhet blir finansiert av råvareprodusentene gjennom avgifter på produksjonen. Unntaket er hagebruk der reguleringstiltak og opplysningsvirksomhet blir finansiert over statsbudsjettet (jordbruksavtalen). Det er i hovedsak ulike tiltak for regulering av produksjonen som finansieres gjennom omsetningsavgiften.

Omsetningsrådet vedtar bruken av avgiftsmidlene og godkjenner også budsjettet til opplysningskontorene. Jordbrukets organisasjoner har flertall i Omsetningsrådet, noe som har vært begrunnet i at jordbruket selv bærer det økonomiske ansvaret for eventuell overproduksjon.

Opplysningskontorene i landbruket jobber med generisk (merkenøytral) markedsføring og de videreformidler kunnskap om produktene, ernæring, tilberedning av mat samt kompetanse om markedet, spisevaner og forbrukerbehov.

Omfanget av opplysningsvirksomheten

Tabellen under viser omfanget av opplysningsvirksomheten (Regnskap for 2013 fra Omsetningsrådet og Totalkalkylen fra Budsjettnemnda for jordbruket).

	Midler til opplysningsvirksomhet (mill. kr)	Andel av de totale omsetningsavgiftsmidlene som går til opplysningsvirksomhet	Andel av salgsverdi på produsentnivå	Totale omsetningsavgiftsmidler (mill. kr)	Salgsverdi i totalkalkylen (mill. kr)
Melk	30,6	17 %	0,41 %	184,0	7 399,9
Kjøtt	61,6	18 %	0,76 %	334,8	8 122,2
Egg	8,0	11 %	0,82 %	70,1	976,6
Fjørfekjøtt	14,4	76 %	0,69 %	18,9	2 074,9
Hagebruk	20,3	87 %	0,73 %	23,3	2 793,0
Korn	2,1	11 %	0,09 %	18,1	2 327,2
Sum	136,9	21 %		649,1	23 693,8

Hagebruk er den sektoren hvor den største andelen av omsetningsavgiftsmidlene går til opplysningsvirksomhet, 87 %. På melk, kjøtt, egg og korn går mellom 11 og 18 % av omsetningsavgiftsmidlene til opplysningsvirksomhet. Grunnen til at fjørfekjøtt og hagebruksprodukter ligger så høyt er at man der i liten grad har avsetningstiltak, noe som normalt er det viktigste omsetningsavgiften brukes til. Innen hagebrukssektoren er det kun mulighet til å drive markedsregulering på eple og potet, og det forekommer sjelden. Etter dereguleringen av fjørfekjøttsektoren, er det ikke lenger mulighet til å gjennomføre avsetningstiltak i denne sektoren.

Forslaget viser til SIFOs oppdragsrapport nr. 4-2014 "Kjøtt og reklame" som er utarbeidet for Framtiden i Våre Hender. Rapporten viser til at den totale utgiften til annonseringen for kjøtt i norske medier og ulike reklamekanaler utgjorde 147 millioner kroner i 2010. Går en til regnskapet for Opplysningskontoret for egg og kjøtt for 2010, finner en at deres utgifter til mediekjøp på kjøtt var om lag 13 mill. kroner. Opplysningskontoret for egg og kjøtt sin andel utgjør med andre ord under 10 % av den totale kjøttannonseringen. SIFOs rapport (s 32) viser også at det i hovedsak er dagligvarekjedene og merkevareleverandørene som er avsendere av kjøttreklame.

Partene i jordbruksavtalen er kritiske til bruken av midler

Over lengre tid har partene i jordbruksoppjøret vært kritiske til bruken av midler til merkenøytral markedsføring. I Meld. St. 9 (2011–2012) Landbruks- og matpolitikken er dette omtalt slik:

Departementet har de siste årene, i forbindelse med jordbruksoppjørene, gitt signaler til Omsetningsrådet om at bransjen må øke sin egen finansieringsandel til opplysningskontoret for kjøtt og egg. Departementet og jordbruksavtalepartene har tidligere signalisert

at Omsetningsrådet må gjennomføre en løpende og kritisk vurdering av bruk av ressurser til merkenøytral markedsføring.

Omsetningsrådet er således allerede klar over at avtalepartene har vært bekymret for økningen i OEK sine budsjetter, og at de ønsker at markedsaktørene selv evt. må bidra til finansieringen av generisk markedsaktivitet. Dette er også omtalt i sluttprotokollene fra jordbruksoppgjørene i 2009, 2010 og 2013.

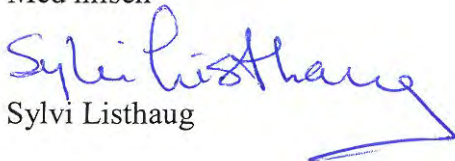
Omsetningsloven er allerede under utredning

Jeg vil vise til at jeg i mars 2014 satte ned et utvalg som skal evaluere systemet for balansering av råvaremarkedene i jordbruket. Utvalget ledes av professor Erling Hjelmeng. Utvalget skal gjennomgå dagens system for regulering av råvaremarkedene i jordbruket, og legge fram forslag til alternative måter å legge til rette for markedsbalansering på. Formålet med gjennomgangen er å legge til rette for økt konkurranse og bedre ressursutnyttelse i verdikjeden sett under ett. Utvalget skal konsentrere sitt arbeid om dagens markedsbalansering med utgangspunkt i Omsetningsrådets virksomhet. Utvalget skal vurdere behovet for endringer i Omsetningsloven, og det skal evaluere og vurdere opp mot mål om styrket konkurranse i verdikjeden, en kostnads-effektiv, lønnsom og bærekraftig matproduksjon og landbruk over hele landet.

Opplysningsvirksomheten er med andre ord ett av elementene som utvalgets er satt til å evaluere. Utvalget skal gjøre sin evaluering opp mot et bredt spekter av kriterier som jeg mener dekker de hensynene forslagsstillerne er opptatt av.

Utvalget skal legge fram sine forslag innen 1. juni 2015. Deres rapport vil gi et godt faktagrunnlag for også å diskutere opplysningsvirksomheten. Jeg vil ikke komme med forslag til endringer på dette området før utvalget har lagt fram sin rapport.

Med hilsen


Sylvi Listhaug