

LOKALMAT

Fakta

fra NorgesGruppen / mars 2018



FOTO: Kimm Sævieth

Det har blitt viktigere for norske forbrukere å vite mer om matens historie og opprinnelse. Ved å satse på varer fra mindre leverandører med lokal forankring møter NorgesGruppen dette forbrukerbehovet. Samtidig hjelper dette små produsenter med å øke inntjeningen og opprettholde lokale arbeidsplasser.

Nærbutikken, lokale arbeidsplasser og produksjon av lokalmat er viktig for å opprettholde levedyktige lokalsamfunn i Norge. Gjennom en målrettet satsing på innkjøp og omsetning av lokalmat, og ved å gi betingelser som muliggjør drift av nærbutikker i distriktene, bidrar NorgesGruppen til sterkere lokalsamfunn i distrikts-Norge.

Mest lokalmat omsettes likevel i byer og tettbygde strøk. Lokalmat treffer både tradisjonalistene og de kvalitetsbevisste, fordi det dreier seg om tradisjon og stolthet på den ene siden, og om interesse tilknyttet matlaging og lokale råvarer på den andre.

Lokalmat vokser i Norge

I stortingsmeldingen *Garden som ressurs – marknaden som mål* fra 2015 lanserer regjeringen en ambisjon om at samlet omsetning av lokalmat i alle omsetnings-kanaler skal vokse til 10 milliarder innen 2025. NorgesGruppen ønsker å bidra til at dette målet oppnås gjennom å øke salget i både dagligvare og andre salgskanaler. Dialog med organisasjoner, produsenter og myndigheter om hvordan vi kan bidra på andre måter, for eksempel gjennom kompetanseheving og rådgivning, vil også være viktig.

Lokalmatmarkedet har vokst med 26 prosent til 4,9 mrd. siste tre år. I samme periode har dagligvaremarkedet vokst med 7,0 prosent. Veksten i lokalmatmarkedet har altså vært høyere enn for dagligvare generelt. I tillegg til omsetning i dagligvaremarkedet kommer salg gjennom Bondens marked, gårdsutsalg, matfestivaler, hoteller og restauranter.

Lokalmat vokser i NorgesGruppen

Målet er at veksten innen lokalmat skal ligge 2–5 prosentpoeng høyere enn NorgesGruppens vekst innenfor dagligvare. I 2017 vokste omsetningen av lokalmat med 7,4 prosent og dagligvare med 3,5 prosent i NorgesGruppen. Veksten var dermed godt over eget mål.

Høye ambisjoner for lokalmat

NorgesGruppen har en visjon om å være den ledende aktøren innenfor lokalmat og spesialiteter, og har siden 2005 hatt en egen ansvarlig for området. I 2011 startet en større satsing på lokalmat. Målrettet og systematisk arbeid har resultert i et bredt vareutvalg og økt synlighet.

HVA ER «LOKALMAT»?

Kortversjon:

Lokalmat

Utfyllende definisjon:

Mat og drikke med lokal identitet

Fullstendig definisjon:

Mat- og drikkeprodukter med en lokal identitet, særegen opprinnelse eller spesielle kvaliteter knyttet til produksjonsmetode, tradisjon eller produkthistorie



NorgesGruppens vekst innen lokalmat er høyere enn for dagligvare totalt

NorgesGruppen har ca. 3000 lokalmatprodukter fra rundt 650 leverandører i butikkyllene. Det kartlegges kontinuerlig aktuelle leverandører for å kunne tilby flere egnede, lokale produkter i butikkene. I «Jakten på Norges matskatter» har Meny-lauget funnet frem de beste lokalmatproduktene fra norske fylker. Meny har nå over 2500 lokalmatprodukter tilgjengelig i sitt sortiment og var klart beste kjede innen lokalmat i Nielsens undersøkelse *Norske dagligvare-kjeder 2017*. Meny opprettet i 2015 «Matskattstipendet», som i 2017 ga 500 000 til Himmelspannet i Hemsedal, 150 000 til Epleslang i Oslo og 100 000 til Grøstad fra Vestfold.

Også Kiwi og Spar satser på mat med lokal forankring: I alle Kiwis butikker finner du ol fra minst ett lokalt håndverksbryggeri. Kiwi satser på Hovelsrud økologisk kylling fra Ringsaker og denne finnes tilgjengelig i utvalgte Kiwibutikker. Spar lofter frem lokalmat gjennom konseptet «Kvalitet og tradisjon» med blant annet produkter fra Røros, Voss, Mydland og Gårdsand i alle butikker.

Flere løsninger for distribusjon

Lokalmatleverandørene kan benytte ulike distribusjonsløsninger for å få sine varer til NorgesGruppens butikker. De kan levere direkte til butikk, via produsentnettverk som Rørosmat, via regionale grossister eller via ASKO. NorgesGruppen samarbeider tett med lokalmatleverandørene om hvilken løsning som vil være best egnet for hver enkelt.

NorgesGruppen arrangerer hvert år et lokal-matseminar for samarbeidspartnere, lokale leverandører, presse og myndigheter. I tillegg til presentasjon av NorgesGruppens arbeid, bidrar også de eksterne deltakerne med innhold. Dette er en viktig arena for deling av kunnskap og debatt for de mange ulike interessentene som arbeider med lokalmat og spesialiteter.

Sikrer trygghet for kundene

Bransjeportalen til Matmerk, lokalmat.no, ble lansert i januar 2016 og bidrar til at leverandører og innkjøpere kan finne hverandre gjennom en portallosning. Gjennom lokalmat.no er det også etablert en felles bransjestandard for kvalitetssikring og dokumentasjon av mattrygghet. Det forenkler arbeidet for produsentene og gir trygghet for innkjøpere og forbrukere. NorgesGruppen har bidratt til opprettelse og drift av portalen som et ledd i satsingen på lokalmat.

Det er høye ambisjoner for videreutvikling av varegruppen lokalmat. NorgesGruppen følger opp ambisjonene med å tilrettelegge bedre for leverandørene, blant annet ved å bistå i den administrative håndtering, yte strategisk sparring og veilede leverandørene på områdene produkt, distribusjon og markedsføring. Nye leverandører inviteres til egne samlinger. Disse avholdes fire ganger i året i NorgesGruppens lokaler på Skøyen. Tiltakene hjelper lokalmatleverandørene til videre vekst og legger grunnlaget for at nye kan vokse frem.

NORGE HAR VERDENS BESTE OST

I 2016 ble osten Kraftkar fra Tingvollst kåret til verdens beste ost under «World cheese awards» i San Sebastian. I 2018 arrangeres verdensmesterskapet i Bergen. MENY lofter frem håndverksoster gjennom hele året og er med som hovedsponsor av mesterskapet.

SPØRSMÅL & SVAR

Er lokalmat og kortreist mat mer miljøvennlig enn mat fra internasjonale leverandører?

Mat fra traktene omkring deg gir ikke nødvendigvis mindre energi-forbruk og miljøutslipp enn mat som har reist langt og er dyrket i stor skala. Hva du putter på tallerkenen har som regel mer å si for hvor miljøvennlig maten er enn hvor langt den har reist.

Hvorfor er lokalmat ofte dyrere enn annen mat?

Mat som produseres i mindre skala vil ofte bli dyrere fordi produsenten ikke drar nytte av stor driftsfordeler. Råvarene kan være eksklusive, og det kan ta lengre tid å få dem frem eller bearbeide dem. Noe av lokalmaten bearbeides uten hjelp fra maskiner eller annen effektivisering i verdikjeden, og det er normalt fordyrende.

Hva skal til for å få distribusjon av lokalmat i NorgesGruppens butikker?

For å bli leverandør til Norges-Gruppen må produktene tilføre verdi til kunder og butikker. Det kan være i stor eller mindre skala. Noen produkter kan for eksempel ha eksistensgrunnlag i kun noen få butikker, men samtidig være av stor verdi i sitt lokale marked.

Dette mener NorgesGruppen

- Å styrke lokale produsenter og leverandører utgjør en del av NorgesGruppens samfunnsrolle. Som landets største dagligvarekjede og grossist er det viktig å bidra til at også små leverandører får den plassen de fortjener i butikkyllene. NorgesGruppen ser det som sitt ansvar å bistå med rådgivning og kompetanse til lokalmatleverandørene og skape arenaer for kompetansedeling.
- NorgesGruppen ønsker et mangfold av varer og leverandører i butikkene, og ser gjerne at lokale leverandører blir regionale eller nasjonale. Det handler om evne til vekst med tilstrekkelig råvaretilfang, men også om vilje til vekst. Ikke alle ønsker å bli store. For å oppnå gode resultater av lokalmatsatsingen må både de små, de mellomstore og de store leverandørene med.

KILDER

Meld. St. 31 (2014–2015) Garden som ressurs – marknaden som mål
Norskmatt.no
Norske dagligvarekjeder 2017, Nielsen.