

# LOKALMAT

Fakta

fra NorgesGruppen / mai 2021



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 ønsket fra kundene. Samtidig bidrar det til å øke inntjeningen for små bedrifter, og opprettholder 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.

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 lanserte regjeringen en ambisjon om at samlet omsetning av lokalmat skal vokse til 10 milliarder innen 2025.

NorgesGruppen ønsker å bidra til at dette målet nås gjennom å øke salget i både dagligvare og andre salgskanaler. Målet er at veksten innen lokalmat skal ligge 2–5 prosentpoeng høyere enn NorgesGruppens dagligvarevekst.

I 2020 økte lokalmatsalget med 18 prosent i NorgesGruppens kjeder. Total omsetning av lokalmatvarer var 2,5 milliarder kroner i 2020.

## Høye ambisjoner for lokalmat

NorgesGruppen har en visjon om å være den ledende aktøren innen 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.

Gjennom MENY sitt Matskattstipend og satsinger som Jacobs Utvalgte, er målet å bidra til å løfte entreprenørskap og nyskaping på lokalmatområdet. For å hjelpe småskalaprodusenter gjennom koronakrisen, kuttet MENY i 2020 prisen på 3000 matskatter, uten å endre innkjøpsprisene. Kjeden ga også 10 prosent av omsetningen fra matskatter tilbake til småskalaprodusentene. Totalt delte MENY ut 10,2 millioner.

## EN MILLIARD I LOKALMAT

På ti år har MENY femdoblet salget av lokalmat, og omsetter nå norske, lokale produkter for nærmere en milliard kroner

## 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

NorgesGruppen har ca. 3000 lokalmatprodukter fra rundt 675 leverandører i butikkhyllene. 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 over 2500 lokalmatprodukter tilgjengelig i sitt sortiment og var klart beste kjede innen lokalmat i Nielsens undersøkelse *Norske dagligvare-kjeder 2019*. SPAR har i forbindelse med sitt 25-årsjubileum utviklet en egen ost sammen med Himmelspannet. KIWI har satt av et eget område til lokalmat hos KIWI XL. Deli de Luca har etablert en egen hylle med norske drikkevarer fra leverandører som Ask Brygghus, Askim frukt – og bærpresseri og Røyse frukt- og bærpresseri. ASKO servering har arbeidet aktivt med lokalmat og har stadig vekst innen denne kategorien produkter.

#### 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 lokalmatseminar 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 portalløsning. 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.

NorgesGruppen følger opp ambisjonene for lokalmatområdet med å tilrettelegge bedre for leverandørene, blant annet ved strategisk sparring og veiledning på områdene produkt, distribusjon og markedsføring. Nye leverandører inviteres til egne samlinger.

## SPØRSMÅL & SVAR

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

Mat fra traktene omkring deg gir ikke nødvendigvis mindre energiforbruk 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 stordriftsfordeler. 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 NorgesGruppen 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 butikkhyllene. 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  
Norskmat.no  
Norske dagligvarekjeder 2019, Nielsen.