
PER CHRISTIAN RÅLM (RED.)

Mat og industri 2013

Status og utvikling i norsk matindustri

UTGITT AV:

NORSK INSTITUTT FOR LANDBRUKSØKONOMISK FORSKNING

I SAMARBEID MED:

STATENS LANDBRUKSFORVALTNING

NHO - MAT OG LANDBRUK

NORSK NÆRINGS- OG NYTELSESMIDDELARBEIDERFORBUND

NHO - MAT OG DRIKKE

NORSK LANDBRUKSSAMVIRKE

FORSKNINGSRÅDET



OMSLAGSFOTO: ©TINE MEDIEBANK

2 0 1 3

Mat og industri

Status og utvikling i norsk
matindustri

PER CHRISTIAN RÅLM
(RED.)



Redaktør	Per Christian Rålm
Tittel	Mat og industri 2013. Status og utvikling i norsk matindustri
Prosjekt	Mat og industri 2013 (F078)
Utgiver	Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)
Utgiversted	Oslo
Utgivelsesår	2013
Antall sider	246
ISBN	978-82-7077-869-0
ISSN	1502-1491
Emneord	Norsk matindustri, matindustri, mat- og drikkevarer, næringsmidler, økonomiske nøkkeltall, omsetning, produksjon, rammebetingelser, råvarepriser, særavgifter, internasjonal handel, markedsutvikling, konjunkturer, konkurranse

Litt om NILF

- Forskning og utredning angående landbrukspolitikk, matvaresektor og -marked, foretaksøkonomi, nærings- og bygdeutvikling.
- Utarbeider nærings- og foretaksøkonomisk dokumentasjon innen landbruket; dette omfatter bl.a. sekretariatsarbeidet for Budsjettnemnda for jordbruket og de årlige driftsgranskingene i jord- og skogbruk.
- Utvikler hjelpemidler for driftsplanlegging og regnskapsføring.
- Finansieres av Landbruks- og matdepartementet, Norges forskningsråd og gjennom oppdrag for offentlig og privat sektor.
- Hovedkontor i Oslo og distriktskontor i Bergen, Trondheim og Bodø.

Forord

«Mat og industri 2013» er en årlig statusrapport for norsk matindustri, og publiseres i år for 14. gang. Rapporten beskriver status og trender på sentrale områder for norsk matindustri som struktur, verdiskaping, lønnsomhet, FoU-arbeid etc. I tillegg sees det nærmere på matindustriens rammebetingelser og konkurransevne. Statusbeskrivelsen komplementeres med en egen konjunkturundersøkelse gjennomført blant norske matindustribedrifter våren 2013. Årets rapport er utvidet med to kapitler. Kapittel 6 inneholder en mer detaljert beskrivelse av utviklingen i meieri – og kjøttbransjen. I kapittel 7 beskrives forhold i sluttmarkedet som er av betydning for industrien som helhet. Mat og Industri 2013 er en rapport som retter seg mot et bredt publikum; mot matindustrien selv og dens leverandører, distributører, ansatte, politikere, studenter og andre med interesse for norsk matindustri.

Oppdragsgiverne for rapporten har i år har vært NHO Mat og Landbruk, NHO Mat og Drikke, Norges forskningsråd, Norsk Landbrukssamvirke, Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund og Statens landbruksforvaltning.

Per Christian Rålm har vært prosjektleder og redaktør. Prosjektmedarbeidere har vært Sofie Kjernli-Wijnen, Ingunn Nebell og Stine Evensen Sørbye. Sindre Haugetraa og Siri Fauske har stått for klargjøring av manuskriptet for trykking.

Takk til prosjektets referansegruppe, med representanter for oppdragsgiverne, medarbeidere og andre ressurspersoner for godt samarbeid og nyttige innspill underveis. Takk også til Seksjon for industri- og FoU-statistikk og Seksjon for regnskapsstatistikk i SSB som har bidratt med mye av datamaterialet. En særlig takk rettes til Salah Eddine Ziade som har vært tilgjengelig for spørsmål knyttet til industristatistikken gjennom hele prosjektperioden. Til slutt takk til samvirkene, Nortura og TINE, som har bidratt med finansielle nøkkeltall og informasjon rundt disse.

Oslo, oktober 2013

Lars Johan Rustad
direktør

Innhold

SAMMENDRAG	1
SUMMARY	5
1 OM NORSK MATINDUSTRI	9
1.1 Norsk matindustri – en del av verdikjeden for mat.....	9
1.1.1 Stor avtaker av produkter fra norsk primærnæring	9
1.1.2 Sentral leverandør til forbrukermarkedet.....	11
1.2 Matindustriens bransjer.....	15
2 STATUS OG UTVIKLING.....	19
2.1 Struktur.....	21
2.1.1 Sysselsetting	21
2.1.2 Bedrifter.....	23
2.1.3 Industristruktur.....	25
2.1.4 Regional betydning.....	27
2.1.5 Kompetanse og utdanningsnivå	29
2.2 Produksjon, verdiskaping og produktivitetsutvikling.....	33
2.2.1 Produksjonsverdi	33
2.2.2 Verdiskaping: bruttoprodukt og bearbeidingsverdi	37
2.2.3 Produktivitetsutvikling	39
2.3 Lønnsomhet, lønnskostnader og investeringer.....	41
2.3.1 Lønnsomhetsindikatorer	41
2.3.2 Lønnskostnader	45
2.3.3 Investeringer.....	46
2.4 Handel med mat- og drikkevarer.....	50
2.4.1 Handel med næringsmidler og drikkevarer	50
2.4.2 Handel med næringsmidler av betydning for enkeltbransjene	51
2.5 Status og utvikling i EUs matindustri.....	54
2.5.1 Trender og utvikling.....	54
2.5.2 Handel med mat- og drikkevarer	57
2.5.3 Konkurranssevne og bærekraftig verdikjede	59
2.5.4 Forskning	63
2.5.5 Horisont 2020	64
3 RAMMEBETINGELSER	65
3.1 Nasjonal jordbrukspolitikk.....	65
3.2 Handelspolitiske avtaler	69
3.2.1 WTO - Landbruksavtalen	69
3.2.2 EØS; Artikkel 19 og protokoll 3.....	70
3.2.3 EUs landbrukspolitikk.....	72
3.2.4 EFTA: Bilaterale avtaler.....	73
3.2.5 Import fra utviklingsland og GSP-ordningen	74
3.2.6 Innenlands og utenlands bearbeiding av landbruksvarer 75	

3.3	Importvernet.....	77
3.3.1	Administrative tollnedsettelse.....	77
3.3.2	Kvoter	78
3.3.3	RÅK-ordningen.....	79
3.4	Avgifter og gebyrer.....	82
3.4.1	Kort om ulike særavgifter	84
3.4.2	Andre avgifter og gebyrer.....	87
3.5	Tilskuddsordninger	88
3.5.1	Direkte tilskudd; Frakt- og transportstøtte.....	88
3.5.2	Generelle tilskudd: SkatteFUNN.....	91
4	KONKURRANSEEVNE.....	93
4.1	Innledning.....	93
4.2	Økonomisk utvikling 2012/13.....	94
4.2.1	Norsk økonomi med moderate framtidsutsikter	94
4.2.2	En vaklende verdensøkonomi.....	97
4.2.3	Valuta.....	99
4.3	Konkurransesevne og lønnskostnader	100
4.4	Prisutvikling.....	102
4.4.1	Utvikling i internasjonale råvarepriser	102
4.4.2	Prisutvikling for utvalgte råvarepriser i Norge og EU ..	104
4.5	Internasjonal handel og markedsandeler	111
4.5.1	Markedsandeler.....	111
4.6	Forskning og utvikling.....	114
4.6.1	Strategier og programmer for forskning	115
4.6.2	Bruk av FoU-ressurser.....	119
4.6.3	Finansieringskilder.....	120
5	KONJUNKTUR- UNDERSØKELSEN	121
5.1	Formål og gjennomføring	121
5.2	Utvikling i matindustrien 2012	123
5.2.1	Økt omsetning og høyere priser	123
5.2.2	Stereke resultat før skattekostnad.....	124
5.2.3	Stabil sysselsetting.....	125
5.2.4	Stabile investeringer og økt innovasjon	127
5.2.5	Bransjevis oppsummering.....	129
5.3	Forventninger til 2013.....	130
5.3.1	Fortsatt tro på omsetningsvekst.....	130
5.3.2	Sysselsettingen forventes å forbli uendret.....	133
5.3.3	Økte investeringer, fortsatt innovasjonsvilje	134
5.3.4	Økt etterspørsel på hjemmemarkedet	135
5.3.5	Bransjevis oppsummering.....	137
5.4	FoU	138
5.4.1	Midler brukt til forskning.....	138
5.4.2	Innovasjon i fokus	140
6	KJØTT- OG MEIERIBRANSJEN	143
6.1	Kjøttbransjen	144
6.1.1	Innledning.....	144

6.1.2	Struktur i kjøttbransjen	146
6.1.3	Verdiskaping	152
6.1.4	Lønnsomhet	155
6.1.5	Dagligvaremarkedet for kjøttvarer	161
6.2	Meieribransjen	166
6.2.1	Innledning.....	166
6.2.2	Struktur i meieribransjen	168
6.2.3	Verdiskaping	175
6.2.4	Lønnsomhet	177
6.2.5	Dagligvaremarkedet for meierivarer	183
7	UTVIKLING I MATINDUSTRIENS SLUTTMARKEDER	187
7.1	De ulike markedene.....	187
7.2	Dagligvarekjeder og segmenter	190
7.3	Egne merkevarer (EMV)	193
7.4	De ulike paraplykjedene.....	194
7.4.1	Reitangruppen	195
7.4.2	Norgesgruppen	198
7.4.3	Coop Norge.....	201
7.4.4	ICA Norge.....	204
TEMADEL 1	207
Matvarebransjens faglige utvalg – MFU	207
TEMADEL 2	209
Rekruttering og kompetanse i matbransjen.....	209	
TEMADEL 3	211
Selvforsyningsgraden.....	211	
TEMADEL 4	213
ForMat - prosjektet.....	213	
REFERANSER	217
VEDLEGG	225
Vedlegg 1: Bransje- og næringsinndeling	225	
Vedlegg 2: Fylkesvis fordeling av sysselsatte	226	
Vedlegg 3: Internasjonal handel	227	
Vedlegg 4: Om forslag til ny WTO-avtale	233	
Vedlegg 5: Tollkvoter omfattet av tollkvoteforskriften.....	236	
Vedlegg 6: Avgifts- og tilskuddssatser.....	242	

Sammendrag

En sentral del av verdikjeden for mat

Norsk matindustri produserer varer hovedsakelig til det norske forbrukermarkedet og er en sentral del i en av de få komplette verdikjeder i Norge, verdikjeden for mat.

Matindustrien er en stor avtaker av produkter fra norsk primærnæring. Den landbruksbaserte delen av matindustrien, som foredler kjøtt, melk, egg, korn og poteter, har nærmest tilknytning til norsk jordbruksproduksjon. Den delen av matindustrien som driver med en høyere foredlingsgrad, såkalte RÅK-produkter, og fiskeindustrien, bruker også i stor grad norskproduserte råvarer i sin produksjon.

Med unntak av fiskebransjen, selger matindustrien produktene sine først og fremst i det norske markedet. Den største andelen av mat- og drikkevarer kjøpes i dagligvarebutikker og konsumeres i husholdningene. Den samlede forbruksutgiften til mat- og drikkevarer i norske husholdninger utgjorde om lag 225,2 mrd. kroner i 2012.

Viktig bidragsyter i industrien

Matindustrien er en av de største industrigrenene i Norge og har stor sysselsetting i distriktene med matindustribedrifter spredt ut over hele landet. Tilgang på kompetent arbeidskraft (både norsk og utenlandsk) er en sentral faktor i arbeidet med å styrke matindustriens

evne til å møte konkurranse fra utenlandske aktører. I perioden 2008 til 2012 økte andelen utenlandsk arbeidskraft fra 16,2 prosent til 24,1 prosent, hvorav nesten halvparten kom fra EU-land i Øst-Europa (46 %).

FAKTA OM MATINDUSTRIEN i 2012:

- Sysselsetter 48 600 mennesker
- Består av 2 011 bedrifter
- Produksjonsverdi 171,6 mrd. kr
- Bruttoinvesteringer 5,7 mrd. kr
- Driftsmargin (ekskl. samvirkene) på 3,9 % (2011)
- Egenkapitalrentabilitet (ekskl. samvirkene) på 1,8 % (2011)
- Lønnskostnader 22,1 mrd. kr (2011)
- Importerer næringsmidler og drikkevarer for 29,2 mrd. kr og eksporterer for 5,4 mrd. kr (ekskl. fisk)

Tall for 2011, og beregninger gjort for 2012, viser at sammenlignet med øvrig industri er utviklingen for matindustrien positiv. Det er en økning i flere sentrale konjunkturindikatorer, som antall sysselsatte, bedrifter, produksjonsverdi og verdiskaping. Verdiskapingen i matindustrien har vært sterkere enn i øvrig industri for perioden 1996–2012, særlig etter finanskrisen i 2008. Dette kan forklares med at matindustrien er mindre sårbar ovenfor konjunktursvingninger. Den faktoren i 2011 og i 2012 der industrien skiller seg merkbart bedre ut enn matindustrien, er økningen i bruttoinvesteringer. Her har industrien totalt hatt en økning, mens matindustrien har hatt en nedgang.

Møter økt konkurranse

De siste 15 årene har det vært en betydelig økning i import av mat- og drikkevarer, mens eksportutviklingen har vært langt mer moderat. Importverdien på «industriell»¹ mat er anslått til 29,2 mrd. kroner i 2012. Dette innebærer en økning på 6,6 prosent fra 2011. Eksportverdien er anslått til 5,4 mrd. kroner, en økning på 10,2 prosent fra 2011. EU er en av Norges viktigste handelspartnere, men også i EU har det vært en utfordring i matindustrien med svekkede markedsandeler til fordel for fremvoksende økonomier. EU har de siste årene hatt en bedring i handelsbalansen som følge av økt eksport.

Norsk matindustri opplever økt internasjonal konkurranse på hjemmemarkedet. Mens matindustriens hjemmemarkedsandel lå på 89 prosent i 1995, er denne nå på om lag 80 prosent. Norges konkurransevne i forhold til våre handelspartnere har de siste ti årene svekket seg bl.a. som følge av sterk lønnsvekst i industrien og en sterk norsk krone. Samtidig er økende prisforskjeller og prissvingninger på sentrale råvarer i EU og Norge med på å påvirke matindustriens konkurransevne. Norsk matindustri vil også fremover møte økende konkurranse gjennom økt internasjonalisering, endringer av handelsregimer og strukturelle endringer i samfunnet.

Forutsigbarhet

For å styrke konkurransevnen er forutsigbarhet i rammebetingelser en fordel for matindustrien. Gjennom Norges internasjonale forpliktelser blir den norske matindustrien stadig tettere knyttet opp mot omverdenen. EUs interne marked og, i økende grad, globale markedsforhold er med på å forme rammene. Mens det hersker stor usikkerhet om det er mulig å få til en ny WTO-avtale, har Norge og EU kommet frem til en ny avtale om utvidet handel med jordbruksvarer etter artikkel 19 i EØS-avtalen, noe som bl.a. vil gi økte importkvoter på ost inn til Norge.

Verdensøkonomien er inne i en usikker tid som gir svekket tiltro til markedene for matvarer. Norges handelspartnere har noen utfordrende år framfor seg, med høy statsgjeld, lav vekst og høy arbeidsledighet. Selv om det fortsatt er positive utsikter for norsk økonomi, er utviklingen hos våre handelspartnere av stor betydning for norsk industris konkurransevne.

I tillegg til sektorspesifikke rammebetingelser fra landbruks- og handelspolitikken, er det en rekke generelle faktorer som påvirker kostnadsnivået i norsk matindustri. Hvert år betaler matindustrien betydelige beløp i avgifter og gebyrer. I 2012 utgjorde innkrevede avgifter totalt 24,1 mrd. kroner. Av dette utgjorde særavgiftene 23,9 mrd. kroner eller 99 prosent av totalt innkrevd beløp.

¹ Næringsmidler- og drikkevarer (ekskl. fiskevarer). Vi gjør denne avgrensingen for å bedre synliggjøre importkonkurransen matindustrien møter. Se kap 2.4.1.

2 SAMMENDRAG

Nye kapitler i årets rapport

Det er en rekke nyanser og forskjeller mellom bransjene i matindustrien. Disse fanges ikke alltid opp i statistikken som omhandler hele matindustrien. I årets rapport går kapittel 6 grundigere inn i to bransjer med sentral betydning for norsk matindustri, kjøtt- og meieribransjen. Til tross for flere likheter viser undersøkelsene også ulikheter med tanke på forskjellig utvikling i vertikal integrering og EMV-produksjon, priser, lønnsomhet og småskalaproduksjon. Årets rapport inneholder også et nytt kapittel som omhandler utvikling i matindustriens sluttmarked (dagligvaremarkedet). Dagligvaresektoren har vært gjennom store endringer i løpet av de siste tiårene. Økt vertikalt integrasjon, kjededannelse og sentrale innkjøp, butikkstruktur og utvikling av EMV, er utviklingstrekk som hver på sin måte påvirker matindustriens sluttmarkeder.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

4 SAMMENDRAG

Summary

The food value chain plays a vital role

The Norwegian food industry mainly produces goods for the Norwegian consumer market, and plays a vital role in one of the few complete value chains in Norway; the food value chain.

The food industry processes the produce from the Norwegian primary sector. The food industry, based on produce from agriculture, processes products from meat, milk, eggs, cereals, and potatoes, and has close ties with Norwegian agricultural production. The fishing industry, as well as the industry of processed agricultural products, primarily uses Norwegian produce.

With the exception of the fishing industry, large parts of the food industry mainly sell their products to the Norwegian market. The principal share of food and beverages are bought in grocery stores and are consumed within the household. The total consumer expenses on food and beverages in Norway in 2011 were 238.1 billion NOK.

Important contributor in the industry

The food industry is one of the largest branches in the total manufacturing industry in Norway, with companies spread across the country, and with a high share of employment in rural areas. Access to skilled workers is a crucial variable in strengthening the competitiveness of the Norwegian food industry. From 2008 until 2012 the share of foreign labor increased from 16.2 percent to 24.1 percent, mostly migrating from Eastern European countries in the EU region (46 %).

FOOD INDUSTRY FACTS 2012:

- 48 600 employees
- Consists of 2 011 companies
- Production value of 171.6 billion NOK
- Investments of 5.7 billion NOK in
- Operating margin of 3.9 %
- Return on net capital of 1.8 % (2011)
- Labor costs of 22.1 billion NOK (2011)
- Imports food and beverages to a value of 29.2 billion NOK and exports to a value of 5.4 billion NOK (excl. fish)

Results for 2011, and calculations made for 2012, indicate a positive development in the food industry. There is an improvement in several important indicators, such as employment, number of firms, production value, and value added. Value added in the period 1996–2012 has grown stronger in the food industry than any other industry, especially after the financial crisis in 2008. This may be explained by the food industry's resilience to economic fluctuations. The only indicator in 2011 and 2012 where the food industry differs noticeably from other industry is gross investments. In this period gross investment increased in other industries, while it decreased in the food industry.

Increased competition

The past 15 years there has been a considerable increase in the import of food and beverages, while the development of exports has been moderate. The estimated value of imported industrial² food is 29.2 billion NOK in 2012, a 6.6 percent increase from 2011. The estimated value of exports is 5.4 billion NOK, an increase of 10.2 percent since 2011. EU is Norway's most important trading partner, but the food industry in the EU has also experienced challenges with decreasing market shares in favor of the emerging economies. The past few years EU's trading balance has improved as a result of increased exports.

The Norwegian food industry is facing increased competition in the home market. While the home market share was 89 percent in 1995, it is now 80 percent. The competitiveness has weakened over the past decade, not least due to both an increase in Norwegian wages and a strong Norwegian Kroner. At the same time, increasing differences in prices between Norway and the EU, and more volatile prices on important commodities, contributes to the competitiveness of the food industry. In the future the Norwegian food industry must expect increased competition as a result of globalization, changes in trade regimes, and structural changes in society.

Predictability

To strengthen the competitiveness of the food industry, predictability in the political framework is imperative. Through international commitments, the Norwegian food industry is progressively more tied to the outside world. The Norwegian policy is increasingly influenced by the internal market in the EU, as well as global market conditions. While there is uncertainty concerning the future of the WTO agreement, Norway and the EU have reached an agreement on increasing trade on agricultural goods under Article 19 of the EEA agreement. This article contains, among other things, increased import quotas for cheese.

The uncertainty in the world economy weakens confidence in the world food markets. Norway's trading partners have some challenging years ahead, with high national debts, low growth rates and high unemployment rates. Even though the Norwegian economy is strong, developments in our trading partners' economies affect Norwegian competitiveness.

In addition to the policy framework concerning trade, food, and agriculture, several other factors influence the production costs in the Norwegian food industry. The total amount of fees in 2012 was 24.1 billion NOK, of which 99 percent were collected as special duties.

² Food and drink products (excluding fish products).

6 SUMMARY

New chapters in this year's report

Chapter 6 in this report is a more thorough investigation of the development in the meat- and dairy industry. There are some similarities between the two different branches, but also several differences. More specifically, differences include development in vertical integration and private labels, consumer prices, profitability and small scale production. This year's report also includes a new chapter describing development in the consumer market that influences the development of the food industry. The grocery sector has gone through fundamental changes in the last decade, with four centralized grocery chains dominating the business. An increasing degree of vertical integration, formation of chains, centralization, structure among the retailers, and development of private labels are all features which characterize the evolving Norwegian grocery market.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

1 Om norsk matindustri

Norsk matindustri er Norges nest største fastlandsindustri. Matindustrien er sammensatt og består av svært ulike aktører – fra store børsnoterte foretak og samvirkebedrifter med mange tusen ansatte, til enkeltpersonforetak med hjemmeproduksjon. Bedriftene er spredt rundt om i hele landet og produserer matvarer som i all hovedsak er basert på norske råvarer. Matindustrien er en sentral del av verdikjeden for mat i Norge og produserer hovedsakelig varer til hjemmemarkedet. Norsk matindustri er dermed av stor betydning for forbrukervelferden. Matindustrien er samtidig den dominerende kunden for norsk jordbruk. Norske husholdninger bruker i gjennomsnitt 12 prosent av de totale forbruksutgiftene til mat og alkoholfrie drikkevarer.

1.1 Norsk matindustri – en del av verdikjeden for mat

1.1.1 Stor øvtaker av produkter fra norsk primærnæring



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Norsk matindustri består av virksomheter som benytter norske og utenlandske råvarer i ulikt omfang, og samspillet med norsk primærnæring varierer derfor mellom bransjer og etter produktsegment. Den delen av matindustrien som produseres basis landbruksvarer er relativt godt beskyttet gjennom importvernet og konkurrerer først og fremst på hjemmemarkedet.³ Derimot er den delen som produserer industrielt bearbejdede produkter, såkalte RÅK-varer, mer usatt for importkonkurranse.⁴ Årsaken er at for disse varene er det kun tollbeskyttelse for de jordbruksråvarene som inngår i varene, mens det er lagt opp til full konkurranse på bearbejdingsleddet. Drikkevareindustrien er, med unntak av enkelte drikkevarer som søtmeik og noen typer juice, i liten grad beskyttet med toll. Fisk- og fiskevarer er i hovedsak ikke beskyttet med toll.⁵ Fiskevarebransjen eksporterer det meste av sin produksjon og er avhengig av markedsadgangen på verdensmarkedet.

³ Handel med landbruksvarer mellom Norge og EU reguleres av EØS-avtalens artikkel 19 om basis landbruksvarer og protokoll 3 om bearbejdede landbruksvarer.

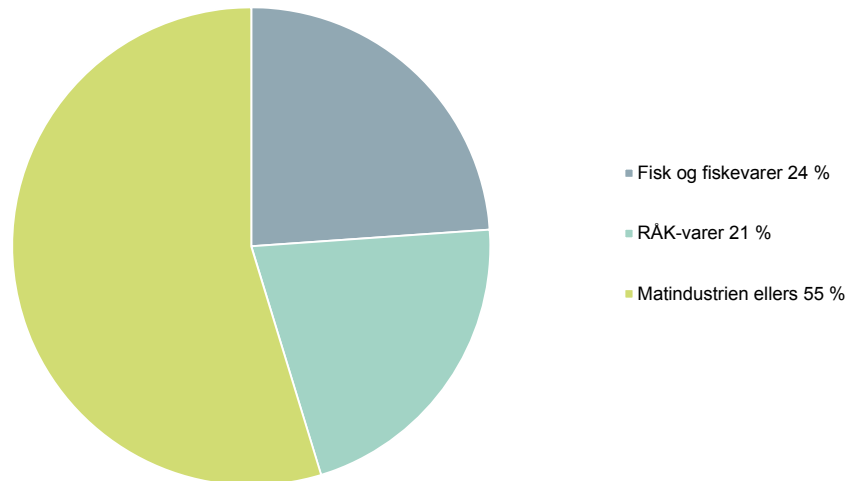
⁴ For mer om RÅK-ordningen, se avsnitt 3.2.2.

⁵ Fiskefôr står oppført med toll i tolltariffen, men her kan det søkes til SLF om tollfritak.

I 2011 hadde norsk matindustri en samlet produksjonsverdi på 163,3 mrd. kroner, hvorav 24 prosent kan knyttes til fiskevarebransjen, 21 prosent RÅK-industrien⁶ og 55 prosent til matindustrien ellers. Figur 1.1 viser fordelingen av produksjonsverdi mellom de ulike delene av matindustrien.⁷

Figur 1.1

Fordeling av produksjonsverdi på ulike deler av matindustrien, 2011



I all hovedsak kan det i eierstrukturen i norsk matindustri skilles mellom industri som er aksjeselskaper, og industri som er organisert som samvirker. Bedrifter innen fiskevarebransjen, drikkevarebransjen og sjokolade- og sukkervarebransjen er utelukkende aksjeselskaper, mens samvirkene preger kjøtt-, meieri- og kornbransjen. Holder vi fiskevarebransjen utenom, stod samvirkebedriftene for 41,7 prosent av den totale produksjonsverdien i norsk matindustri i 2012. Dette er en nedgang fra 2011 på 1,6 prosentpoeng.

⁶ RÅK-industrien produserer industrielt bearbeidede landbruksvarer som for eksempel pizza, yoghurt, syltetøy og div. bakervarer. For mer om RÅK, se avsnitt 3.2.2.

⁷ Grovt anslag. Forutsetninger for beregningen; den samlede produksjonen av RÅK-varer i norsk matindustri er beregnet av NILF med bakgrunn i SSBs industristatistikk (2012), omsetningstall (tilbakeregnet til produksjonsverdi) fra Nielsens markedsrapport (2012), Storhusholdningsmarkedsrapporten til Flesland Markedsinformasjoner (2012). Anslaget viser at RÅK-industriens produksjonsverdi lå på om lag 34,9 mrd. kroner inkludert øl og mineralvann i 2011.

1.1.2 Sentral leverandør til forbrukermarkedet

Den norske matindustrien selger hovedsakelig produktene sine på hjemmemarkedet. Unntaket fra dette er fiskerivarebransjen. Anslagsvis sto norsk produsert mat for 43,6 prosent av det totale matforbruket målt i kalorier (selvforsyningsgrad) i 2012.⁸ Dette er en nedgang fra 2011 (47,7 %), noe som hovedsakelig skyldes at andelen norsk produsert matkorn og poteter var lav i 2012.

Markedet for mat- og drikkevarer i Norge omfatter:

- Dagligvaremarkedet
- Servicemarkedet (kiosk og bensinstasjoner)
- Storhusholdningsmarkedet (hotell/restaurant, kantine/catering og institusjoner).

I tillegg foregår det noe omsetning av mat gjennom direkte salg, bondens marked, gårdsutsalg etc.

Den største andelen av mat- og drikkevarer kjøpes i dagligvarebutikker og konsumeres i husholdningene. Total omsetningen i dagligvare, service og storhusholdningsmarkedet var anslagsvis på 227 085 mrd. kroner i 2011. Fordelingen i de ulike markedene er vist i figur 1.2.⁹



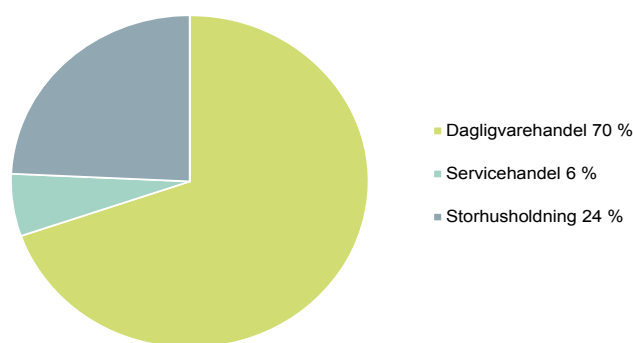
FOTO: © TINE MEDIEBANK

⁸ Beregnet av NILF for Helsedirektoratet, foreløpige tall for 2012.

⁹ Omsetningstallene inkluderer omsetning i dagligvarebutikker, kiosk/bensinstasjoner, spesialforretninger med mat- og drikkevarer, vinmonopol/taxfree, samt servering på hotell/ restauranter, kantiner/catering og institusjoner. Kilde: Flesland Markedsinformasjoner, *Storhusholdningsmarkedet 203/14* og Handelsbladet FK, *Dagligvarekartet 2013*. Utgitt av handelsbladet FK i samarbeid med Andhøy/Institutt for Bransjeanalyser AS oktober 2012.

Figur 1.2

Fordeling av omsetning i dagligvare-, service-, og storhusholdningsmarkedet, 2011 (målt i verdi)



Det norske dagligvaremarkedet kontrolleres av fire store aktører, NorgesGruppen, Coop, ICA og REMA 1000. Konsentrasjonen i Norge er blant de høyeste i Europa.¹⁰ Dagligvarehandelen omsatte i 2012 for totalt 148,1 mrd. kroner (eksklusiv mva.). Dette tilsvarer en økning på 3,1 prosent sammenlignet med året før. I dagligvaremarkedet i 2012 hadde NorgesGruppen en markedsandel på 38,5 prosent, Coop en markedsandel på 23,3 prosent, REMA 1000 en markedsandel på 22,2 prosent, og ICA Norge en markedsandel på 12,3 prosent. Bunnpris er en selvstendig detaljist som benytter REMA 1000 som grossist. De hadde en markedsandel i 2012 på 3,7 prosent.¹¹

Matindustribedriftene har ofte et forpliktende samarbeid med de ulike dagligvarekjedene. Samarbeidet mellom matindustrien og dagligvarekjedene kan ha ulike former, enten i form av partnerskap, gjennomvertikal integrasjon eller gjennom produksjon av egne merkevarer (EMV) for dagligvarehandelen.

Distribusjon av dagligvarer til de ulike delmarkedene

Dagligvarer distribueres på tre måter; av dagligvarekjedene (grossistfunksjonen er integrert i dagligvarekjedene), leverandørene selv (direkte distribusjon), eller ved selvstendige grossister. Distribusjonen har ofte en viktig forretningsstrategisk betydning og kan også inngå i konkurransepolitiske vurderinger.

I dagligvaremarkedet har de fire dagligvarekjedene gradvis tatt over industriens egen distribusjon. I 2005 gikk 50 prosent av distribusjon gjennom kjedenes engrosvirksomhet. I 2008/09 var kjedenes distribusjon oppe i 70–80 prosent og andelen er økende.¹² TINE og noen av bryggeriene er blant de få som fortsatt har et eget distribusjonsapparat.

¹⁰ NOU 2013:6, «God handelsskikk i dagligvarekjeden», <http://www.regjeringen.no/pages/38312195/PDFS/NOU201320130006000DDDPDFS.pdf>.

¹¹ Nielsen (2013), *Markedsrapporten 2013, Dagligvarer i Norge*, Nielsen, Oslo.

¹² Meld. St. 9 (2011–2012), Velkommen til bords, Landbruks- og matdepartementet, <http://www.regjeringen.no/pages/36314528/PDFS/STM201120120009000DDDPDFS.pdf>.

I storhusholdningsmarkedet har NorgesGruppen ca. 70 prosent av grossistmarkedet, mens Servicegrossisten, som eies av en rekke selvstendige grossister har en markedsandel på ca. 24 prosent.¹³ Nylig inngikk Servicegrossisten en samarbeidsavtale med REMA 1000. Dette vil kunne styrke deres posisjon på dette markedet.¹⁴

I servicemarkedet er NorgesGruppen gjennom Asko servicehandel og Reitan Convenience¹⁵ med Engrospartner de største grossistene. Disse dekker til sammen 85 prosent av markedet.¹⁶

Utvikling i konsumet av mat- og drikkevarer

Matindustriens kunder er i all hovedsak norske forbrukere. Tabell 1.1 er basert på SSBs nasjonalregnskapsstatistikk og gir en oversikt over utviklingen i konsumet av mat- og drikkevarer.¹⁷

Tabell 1.1

Konsum i norske husholdninger per år, 1996–2012 (i løpende priser mill. kroner)

	1996	2000	2006	2010	2011	2012
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	73 022	88 763	107 628	132 504	137 621	143 203
Alkoholholdige drikkevarer	11 293	15 135	18 321	21 316	21 810	22 163
Hotell- og restaurantmark.	25 890	33 495	39 644	53 037	56 631	59 811
Totalt konsum av mat- og drikkevarer	110 205	137 393	165 593	206 857	216 062	225 177

¹³ NOU 2013:6 «God handelsskikk i dagligvarekjeden», <http://www.regjeringen.no/pages/38312195/PDFS/NOU201320130006000DDDPDFS.pdf>.

¹⁴ REMA 1000 har i år inngått et innkjøps- og distribusjonssamarbeid med Servicegrossistene i storhusholdningsmarkedet, <http://www.mynewsdesk.com/no/reitangruppen/pressreleases/rema-1000-inn-i-storhusholdningsmarkedet-inngaar-samarbeid-med-servicegrossistene-856894>.

¹⁵ Reitan Servicehandel endret navn til Reitan Convenience våren 2012.

¹⁶ NOU (2011), 4 «Mat, makt og ævmakt - om styrkeforholdene i verdikjeden for mat», <http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/dok/nou-er/2011/nou-2011-4.html?id=640128>, 19.09.2012.

¹⁷ SSB (2013), Tabell 09172, Konsum husholdninger. Vi har vasket bort tobakk og hotelltjenester ved å benytte Tabell 04882. Utgift per husholdning per år, etter vare- og tjenestegruppe. Siste års priser.

I 2012 var den beregnede samlede avgiften til mat- og drikkevarer i norske husholdninger på 225 178 mrd.¹⁸ kroner. Verdien av det totale forbruket av mat- og drikkevarer har økt med 104,3 prosent fra 1996 til 2012, og økte med 4,2 prosent fra 2011 til 2012. Hotell- og restaurantmarkedet er det markedet med kraftigst vekst i perioden 1996–2012 (131 %). Alkoholholdige drikkevarer og matvarer og alkoholfrie drikkevarer i husholdningene har vokst med henholdsvis 96,3 prosent og 96,1 prosent.

Forbruk av mat- og drikkevarer som ikke er inkludert i statistikken i tabell 1.1 er blant annet forbruk på institusjoner som sykehus, fengsler, etc. Innkjøpskostnaden på institusjonsmarkedet utgjorde om lag 2,1 mrd. kroner i 2012.¹⁹ Forbruk i institusjonsmarkedet, sammen med forbrukstallene for husholdninger, gir et samlet totalt forbruk av mat- og drikkevarer på 227,3 mrd. kroner i 2012.

Husholdningenes utgifter til mat- og drikkevarer²⁰

I 2009 brukte en gjennomsnittshusholdning ca. 46 530 kroner på matvarer og alkoholfrie drikkevarer. Dette utgjør 11,8 prosent av den totale forbruksutgiften. Inkludert alkoholholdige drikkevarer blir andelen på 13,5 prosent. Siden 1997 har andelen av det totale forbruket som går til mat og alkoholfrie drikkevarer gått svakt ned (0,4 %).

Tabell 1.2

Utgift per husholdning per år (i kroner)

	1997–1999	2001–2003	2005–2007	2007–2009*
Forbruksutgift i alt	266 554	304 767	365 131	395 093
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	32 409	35 042	41 379	46 530
Andel utgifter til mat og alkoholfri drikkevarer av totale forbruksutgifter (i %)	12,2	11,5	11,3	11,8

* 2007–2009=2009-priser

¹⁸ Dette tallet er noe lavere enn det tallet som ble presentert i fjor. Årsaken er at vi i år har fjernet tobakk fra datagrunnlaget.

¹⁹ Flesland Markedsinformasjoner (2013), *Storhusholdningsmarkedet 2013/14*.

²⁰ SSB (2013), Tabell 04882, Utgift per husholdning per år, etter vare- og tjenestegruppe. Siste års priser. Det er blitt gjennomført en ny forbrukerundersøkelse, men nye tall kommer ikke før etter at denne rapporten er blitt publisert.

1.2 Matindustriens bransjer²¹

Matindustrien omfatter alt fra enkeltmannsforetak med hjemmeproduksjon på gården, til store børsnoterte foretak og samvirker med mange tusen ansatte. Bedriftene er spredt over hele landet og produserer matvarer som i stor grad er basert på norske råvarer. De ulike bransjene innen matindustrien har ulikt råvarebehov og -tilgang, og dermed også ulike politiske rammebetingelser. Dette er med på å påvirke strukturen i de enkelte bransjene. Matindustrien deles opp i ulike bransjer basert på råvarer og produkter. Bransjene er som følger:²²

- kjøttbransjen
- fiskevarebransjen
- frukt- og grøntbransjen (inkl. konserverindustrien og potetindustrien)
- olje- og fettbransjen
- meieribransjen (inkl. iskrem)
- kornvarebransjen
- dyrefôrbransjen
- bransjen for andre næringsmidler (inkl. sjokolade- og sukkervarebransjen, bakervarebransjen og bransjen for næringsmidler ellers)
- drikkevarebransjen.

Matindustrien er i kontinuerlig endring: nye produkter og merkevarer lanseres, anleggsstrukturen endres og eierskap kan endres (det siste punktet gjelder ikke samvirkene). Dermed er det også



FOTO: © TINE MEDIEBANK

krevene å ha fullgode oppdaterte oversikter over utviklingen for alle aktørene i denne industrien. De aktørene som er nevnt i det følgende, er aktører som ut fra størrelse og forretningsstrategi har hatt betydning for utviklingen innen de ulike bransjene.

²¹ Informasjon om de ulike bedriftene er først og fremst hentet fra Brønnøysundregisteret gjennom Ravninfo.no.

²² Vedlegg 1 gir oversikt over bransjeinndelingen og varegrupper som tilhører de ulike bransjene.

Stor og delvis fragmentert kjøttbransje

I kjøttbransjen slaktes, bearbeides og konserveres typiske produkter som pølser, kjøttdeig, diverse typer pålegg og ulike typer rent kjøtt. Råvarene er i stor grad norsk kjøtt av storfe, kylling, svin, sau og reinkjøtt. I kjøttbransjen finnes det flere relativt store selskaper sett i norsk målestokk. Det største selskapet er Nortura, som er et samvirke eid av norske bønder. Nortura har også markedsreguleringsansvar innen denne sektoren. Nortura hadde en omsetning på om lag 19,2 mrd. kroner i 2012.

Det er også andre bedrifter i kjøttbransjen med milliardomsetning, slik som Grilstadkonsernet, Nordfjord Kjøtt AS, Cardinal Foods AS, Primagruppen og Fatland-konsernet AS med bl.a. produksjonsbedriften Skjeggerød. I kjøttbransjen finnes det en underskog av små og mellomstore bedrifter. Etter bakervarebransjen og fiskevarebransjen er kjøttbransjen den bransjen med flest antall bedrifter.

Stor fiskevarebransje med lite foredling

Fiskevarebransjen fryser, tørker, salter og røyker fisk, og er den nest største bransjen etter kjøttbransjen. I motsetning til de fleste andre bransjene i norsk matindustri er fiskevarebransjen for det meste eksportrettet. De største selskapene i bransjen er Marine Harvest ASA og Lerøy Seafood Group ASA, med en omsetning på hhv. 15,6 og 9, 4 mrd. kroner i 2012. Disse selskapene, samt flere av de andre store selskapene i fiskevarebransjen, driver både med fangst/oppdrett og foredling av fisk. Fangst og oppdrett blir definert som primærproduksjon og denne delen av aktiviteten går ikke inn som en del av SSBs industristatistikk. Fiskevarebransjen består på samme måte som kjøttbransjen, av en rekke mindre bedrifter. Disse er naturlig nok i hovedsak spredd langs kysten.

Meieribransjen domineres av noen få, store aktører

Meieribransjen foredler melk og produserer ost, yoghurt, smør og andre meieri-produkter basert på melk fra norske kyr og geiter. I denne bransjen er også iskremproduksjon. TINE er samvirkeeid av norske melkebønder, og er det klart største foretaket i meieribransjen. TINE hadde en omsetning på 16,4 mrd. kroner i 2012. TINE Råvare ivaretar markedsreguleringen av melk og har plikt til å motta melk fra alle norske melkeprodusenter, men har også ansvaret for at alle industriaktørene forsynes med melk til samme pris. Synnøve Finden og Q-meieriene har etablert seg som konkurrenter til TINE. Q-meieriene kjøper melk fra TINE Råvare, men har også egne bønder som leverer direkte til meieriene i Gausdal og på Jæren. Synnøve Finden kjøper all melk fra TINE Råvare. Synnøve Finden hadde i 2012 en omsetning på 1,02 mrd. kroner. Q-meieriene 2012 omsetning 1.2 mrd. kroner. Innen iskrem er Diplom-Is og Hennig-Olsen de største aktørene på det norske markedet. Diplom-Is er eid av TINE og hadde i 2012 en omsetning på 924 mill. kroner og en markedsandel på ca. 54 prosent²³. Hennig-Olsen hadde samme år en omsetning på 687mill. kroner.

²³ Basert på tall fra AC Nielsen (2012), Gjengitt i Nationen, 03.04.2013, hentet fra: <http://www.nationen.no/2013/04/03/naring/diplom-is/gjellerasen/brevik/konkurransekraft/8020886/>, 19.09.2013.

Tre store aktører i frukt- og grøntbransjen



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Denne bransjen omfatter kun frukt og grønnsaker som bearbeides i industrien, da frisk frukt og grønnsaker distribueres fra produsent og direkte til forbrukermarkedet via blant annet Nordgrønt, Norgesgrønt og Gartnerhallen/Bama. I denne bransjen finner man konserverindustrien som produserer syltetøy, saft, frosne og konserverte grønnsaker etc., og potetindustrien som bl.a. produserer potetmos, potetmel og potetgull. De største selskapene i denne bransjen er Bama Industri, som produserer bearbeidet frukt og grønnsaker, og HOFF SA, som produserer en rekke potetprodukter. Bama Industri er eid av BAMA Gruppen og hadde i 2012 en omsetning på 583 mill. kroner²⁴. HOFF SA (tidligere Norske Potetindustrier SA) er et samvirke og omsatte i 2012 for 406 mill. kroner. I tillegg til disse to aktørene har Findus også en stor produksjon innen dette markedet. Findus Norge AS er en del av Findus Group med virksomhet i Europa og Asia. De produserer bl.a. dypfryst fisk, ferdigretter, grønnsaker og wok. Juiceprodusenter som A/S Røra fabrikker og Lerum (Fabrikker AS) inngår også i denne bransjen. TINE har også en betydelig juiceproduksjon.

Korn- og melbransjen domineres av to møller

Kornvarebransjen produserer matmel og andre mølleprodukter som frokostblandinger m.m. Det finnes to store møller som produserer mel i Norge, Lantmännen Cerealia AS og Norgesmøllene AS. Norgesmøllene AS er eid av Felleskjøpet Agri og stiftelsen Fritt ord og hadde en omsetning på 1,1 mrd. kroner i 2011²⁵. Lantmännen Cerealia AS er eid av svenske bønder. Andre store selskaper i kornvarebransjen er Fiskå Mølle AS, som også produserer dyrefôr, Idun Industri som produserer ingredienser til matindustrien og HOFF SA, som blant annet produserer stivelsesprodukter basert på poteter. I tillegg finnes det fortsatt flere mindre lokale møller rundt om i landet.

Bransjen for andre næringsmidler er stor og fragmentert

Bransjen for andre næringsmidler omfatter sjokolade- og sukkervarebransjen, bakervarebransjen og bransjen for næringsmidler ellers.

Bakervarebransjen produserer bl.a. brød, konditorvarer, kjeks, flatbrød, knekkebrød etc. Bakervarebransjen er den bransjen som har flest bedrifter i norsk matindustri. I bakervarebransjen finnes det noen store bedrifter slik som Bakers AS, som ble kjøpt av NorgesGruppen fra Orkla i 2011. Bakers AS hadde en omsetning på om lag 1,25 mrd. kroner i 2012. Andre store er Mesterbakeren AS og GOMAN Bakeriet (eid av Coop Norge Industrier) med en omsetning på hhv. 869 og 810 mill. kroner i 2012.²⁶ I gjennomsnitt har bakervarebransjen imidlertid de minste bedriftene i norsk matindustri.

²⁴ Omsetningstall fått fra Hanne Linnert, informasjonssjef i Bama, 13.06.2013.

²⁵ Ingen oppdaterte tall på Ravninfo.no.

²⁶ Tallene fra Ravninfo omtaler Mesterbakeren AS og Gomanbakeren Holding AS.

Sjokolade- og sukkervarebransjen produserer i hovedsak godterier. De tre største selskapene i denne bransjen er Mondelez Norge AS (tidligere Kraft Foods Norge), Nidar (eid av Orkla Confectionery & Snacks) og Brynhild-gruppen. I 2012 hadde Mondelez i Norge en omsetning på ca. 2,2 mrd. kroner, mens Nidar hadde en omsetning på 1,2 mrd. kroner både i 2011 og i 2012. I tillegg finnes det flere mindre selskaper, som for eksempel Hval Sjokoladefabrikk ASA, og små lokale sjokoladerier.

Bransjen for næringsmidler ellers produserer i hovedsak bearbejdede varer som pastavarer, supper, sauser, te og kaffe, smakstilsetninger m.m. Store aktører innen denne bransjen er bl.a. Orkla Branded Consumer Goods, som i august 2012 kjøpte opp Rieber & Søn AS. Orklas Merkevarerområde omfatter de fem forretningsenhetene Orkla Home & Personal, Orkla Confectionery & Snacks, Orkla Foods, Orkla International og Orkla Foods. De er en stor aktør i norsk matindustri og omsatte i 2012 for 28,5 mrd. kroner²⁷. Orkla Foods omfatter primært mat- og drikkevarervirksomheter i Norden og Baltikum. De omfatter bl.a. Stabburet. Rieber & Søn var før de ble kjøpt opp av Orkla, en av Norges største matindustriforetak og hadde en samlet omsetning på 4,3 mrd. kroner med markeder i bl.a. Norge, Danmark, Tsjekkia og Russland. Kaffehuset Friele er en annen bedrift under kategorien næringsmidler ellers. De lagrer, brenner, blander, kverner og pakker kaffe, og hadde i 2012 en omsetning på 942 mill. kroner.

Drikkevarerbransjen - Utenlandske eiere dominerer øl, mineralvann og leskedrikker
Drikkevarerbransjen produserer øl, mineralvann og leskedrikker. Store produsenter i norsk drikkevarerbransje er Ringnes AS (eid av Carlsberg Group) og Coca-ColaEnterprises Norge AS. Ringnes hadde en omsetning på hhv. 3 mrd. kroner i 2011²⁸ og Coca-Cola Enterprises Norge AS på 2,5 mrd. kroner i 2012. Som den tredje største aktøren i drikkevarerbransjen kommer Hansa Borg Bryggerier AS med en omsetning på 1,1 mrd. kroner i 2012. I tillegg finnes det flere regionale bryggerier, som Mack i Tromsø, Oskar Sylte Mineralvannfabrikk AS i Molde, Aass i Drammen, og Grans i Sandefjord (REMA Industrier eier 50 %). Lerum i Sogndal produserer blant annet nektar og saft fra frukt og bær. Arcus produserer brennevin basert på norsk potetsprit.

²⁷ Orkla (2012), Årsrapport 2012, hentet fra <http://www.orkla.no/aarsrapport/2012>, 05.09.2013.

²⁸ Eneste publiserte tall på Ravninfo.no er for 2011.

2 Status og utvikling

Norsk matindustri er, sett bort fra verkstedindustrien, den største industrigrenen på fastlandet og har dermed en sentral rolle i norsk økonomi. Matindustrien sysselsetter om lag 48 600 personer, har anlegg spredt utover hele landet og står dermed for en betydelig andel av sysselsettingen i distriktene.

Foreløpige tall for 2011 og beregninger gjort for 2012, viser at sett under ett er utviklingen for matindustrien positiv. Det er en økning i flere sentrale konjunkturindikatorer som antall sysselsatte, bedrifter, produksjonsverdi og verdiskaping. Til tross for at matindustrien i de store linjene følger utviklingen i resten av industrien, er det noen forskjeller. Verdiskapingen i matindustrien har vært sterkere enn i øvrig industri for perioden 1996–2012, særlig etter finanskrisen i 2008. Dette kan forklares med at matindustrien er mindre sårbar ovenfor konjunktursvingninger. Den faktoren i 2011 og i 2012 der industrien skiller seg merkbart bedre ut enn matindustrien, er økningen i bruttoinvesteringer. Her har industrien totalt hatt en økning, mens matindustrien har hatt en nedgang. Handelsstatistikken viser at importen av næringsmidler og drikkevarer fortsetter å øke. I 2012 utgjorde importverdien om lag 20 prosent av den totale produksjonsverdien i matindustrien.

Lønnsomhetsindikatorene som presenteres i dette kapitlet gjelder kun for 2011, og er uten samvirkene. Driftsmarginen til matindustrien (ekskl. samvirkene) har hatt en nedgang siden 2000. I 2011 er imidlertid driftsmarginen for matindustrien (ekskl. samvirkene) og industrien totalt (ekskl. samvirkene) tilnærmet lik. Resultatgrad og kapitalrentabilitetstall faller betydelig i 2011 både i matindustrien og i industrien totalt.

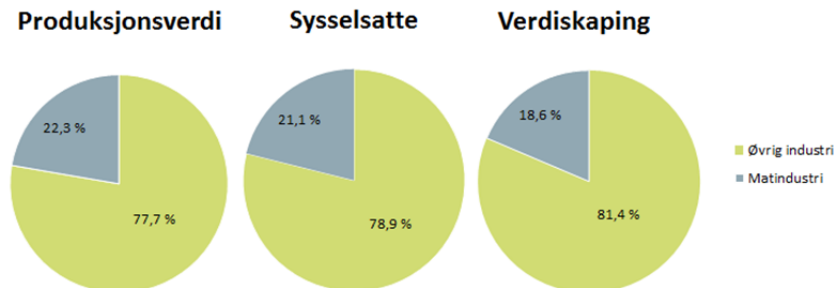
Nytt i årets rapport er en kartlegging av utenlandsk arbeidskraft i de ulike bransjene i matindustrien, og utdanningsnivået på den utenlandske arbeidskraften. Kartleggingen viser at i matindustrien hentes det både høyere utdannede og arbeidskraft med lavere utdanning fra utlandet.

Til tross for positive tall sett under ett, er det viktig å understreke at det er klare variasjoner mellom bransjene i matindustrien. Årets rapport viser at på noen indikatorer knyttet til lønnsomhet og investeringer, hadde flere bransjer i matindustrien en nedgang i 2011.

I 2011 var andelen av produksjonsverdi 21,2, sysselsatte 20,2 og verdiskaping 16,4. Matindustriens betydning i norsk industri har økt innenfor samtlige kategorier i 2012 (jf. figur 2.1).

Figur 2.1

Matindustriens betydning i norsk industri, 2012



Om statistikkgrunnlaget

Kapitlet 2.1 på nøkkeltall er spesialbestilt fra SSBs industristatistikk. NILF har bearbejdet rådatafiler fra SSB og revidert de historiske tallene. Oversiktene med utvalgte nøkkeltall over samtlige bedrifter i industrien tar utgangspunkt i 5-sifret næringskode for perioden 1996–2011. For årene 2003–2011 er tallene oppgitt fra SSB NACE 2007, mens for årene 1996–2002 er tallene oppgitt fra NACE 2002. NILF har anvendt korrelasjonstabell over gammel og ny NACE, slik at tallene skal være sammenlignbare. For fullstendig oversikt se vedlegg 1. Data fra SSB er bearbejdet av NILF slik at samtlige bedrifter med en omsetning på mindre enn 50 000 kr er fjernet. Videre er bedrifter med «null» i både ansatte og sysselsatte fjernet. Tall for 2012 er berejnet av NILF med utgangspunkt i nasjonalregnskapet, og bør anses som foreløpige. Kilde: SSB (2013). *Industristatistikk 1998–2011*. Datafiler mottatt av Salah Eddine Ziade, 30.mai 2013.

2.1 Struktur

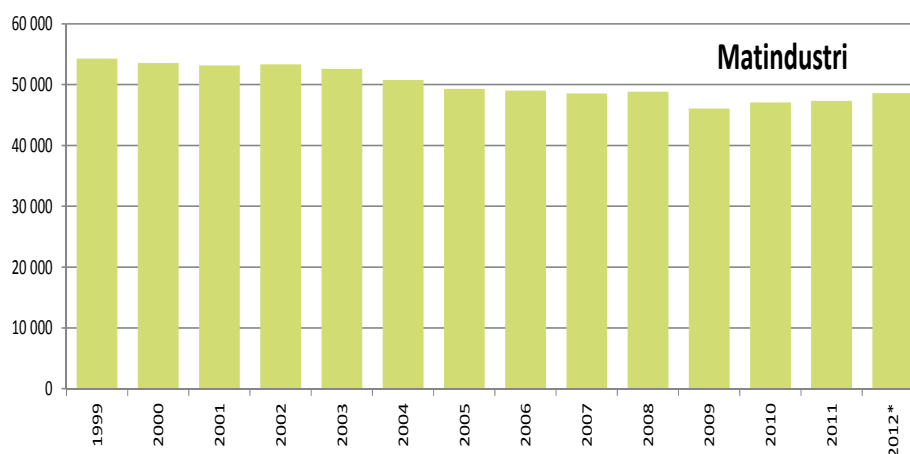
2.1.1 Sysselsetting

Beregninger for 2012 viser at norsk industri sysselsatte 230 300 personer, hvorav 48 600 personer i matindustrien.²⁹ Det betyr at matindustrien sysselsetter om lag hver femte ansatte i industrien.

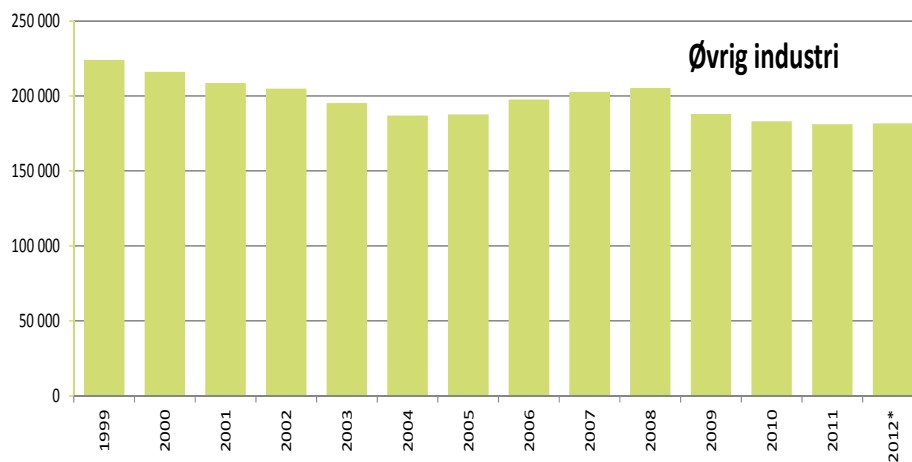
Fra 1999 til 2012 ble antall sysselsatte i matindustrien redusert med 10,5 prosent (jf. figur 2.2). I samme periode var nedgangen i antall sysselsatte i øvrig industri 18,9 prosent. Med øvrig industri menes all industri i Norge unntatt matindustri. I øvrig industri har utviklingen i antall sysselsatte fulgt en litt annen utvikling enn i matindustrien. Fra 1999 til 2005 gikk antall sysselsatte i øvrig industri ned med 16,3 prosent, deretter økte sysselsettingen i tre år, før den gikk ned med om lag 8,4 prosent i forbindelse med finanskrisen i 2008/09. De to siste årene har sysselsettingen vært relativt stabil. I matindustrien derimot har sysselsettingen gått jevnt nedover frem til 2009 (med unntak av et par år). Imidlertid ser vi en positiv utvikling i antall sysselsatt de siste årene. I perioden 2009–2012 har sysselsettingen i matindustrien økt med 5,5 prosent. Til sammenligning har antall sysselsatte i øvrig industri gått ned med 3,4 prosent.

Figur 2.2

Utvikling i antall sysselsatte i matindustrien (øverst) og øvrig industri (under), 1999–2012



²⁹ Her benyttes nasjonalregnskapstall for 2012 for å beregne 2012 tall. Dette er basert på endring i produksjonsverdi mellom 2011–2012 i SSBs nasjonalregnskapsstatistikk tabell 09175: Lønn, sysselsetting og produktivitet, etter næring, tid og statistikkvariabel.

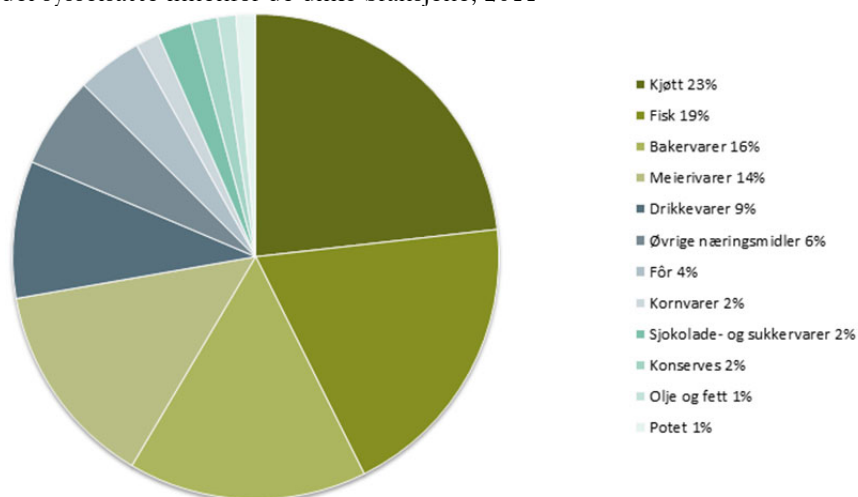


* Se fotnote 29

Av bransjen i matindustrien er det kjøttbransjen som sysselsetter flest. Om lag 23 prosent av alle sysselsatte i matindustrien tilhører kjøttbransjen (jf. figur 2.3).

Figur 2.3

Andel sysselsatte innenfor de ulike bransjene, 2011



Tabell 2.1 viser utviklingen i antall sysselsatte i de ulike bransjene i matindustrien. Meieribransjen skiller seg ut med den mest positive veksten i antall sysselsatte fra 2009 til 2011 (11,9 %).³⁰ Denne økningen bidro vesentlig til den positive utviklingen i antall sysselsatte for hele matindustrien i perioden 2010–2011. Andre næringer som har hatt en positiv vekst i antall sysselsatte i tilsvarende perioden er fiskevarebransjen, sjokolade- og sukkervarebransjen, olje og fett og fôrbransjen.

³⁰ Deler av dette skyldes endringer i klassifiseringer i statistikken for meieribransjen, og kan ikke tolkes som reel vekst i sysselsetting.

Tabell 2.1

Antall sysselsatte i industrien totalt, matindustrien totalt og bransjevis fordeling i matindustrien (2009–2011), samt prosentvis endring fra 2009 til 2011

Sysselsatte	2009	2010	2011	%-vis endring 2010/2011
Industrien totalt	234 098	230 085	228 456	-0,7 %
Matindustri	46 075	47 082	47 319	0,5 %
Kjøtt	12 048	11 361	10 981	-3,3 %
Fisk	8 735	8 974	9 187	2,4 %
Potet	541	658	616	-6,4 %
Konserves	932	855	832	-2,7 %
Olje og fett	659	569	582	2,3 %
Meierivarer	5 132	5 807	6 498	11,9 %
Kornvarer	651	754	742	-1,6 %
Bakervarer	7 940	7 723	7 523	-2,6 %
Sjokolade- og sukkervarer	1 053	1 072	1 085	1,2 %
Øvrige næringsmidler	2 860	2 905	2 897	-0,3 %
Fôr	1 692	2 005	2 058	2,6 %
Drikkevarer	3 832	4 399	4 318	-1,8 %

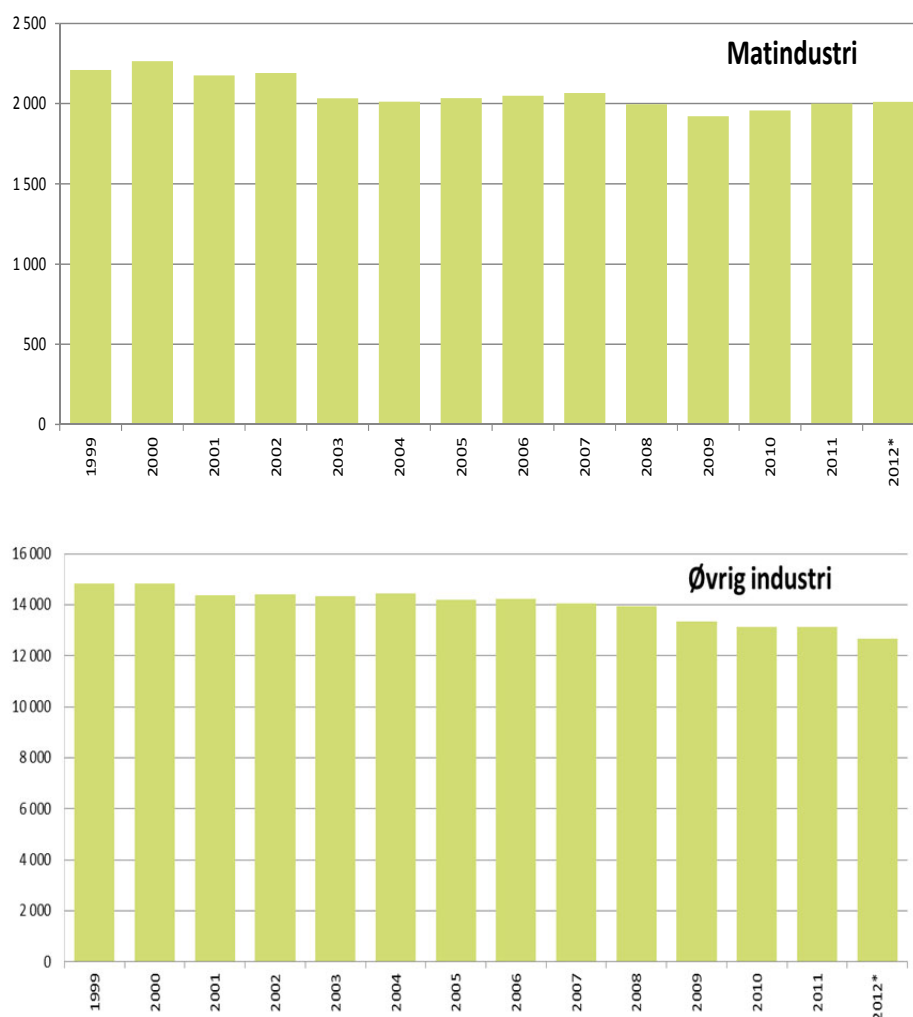
2.1.2 Bedrifter

Beregninger for 2012 viser at det var 14 671 bedrifter i norsk industri, hvorav 2011 bedrifter tilhørte matindustrien.³¹ Det innebærer at om lag 14 prosent av bedriften innenfor norsk industri befinner seg i matindustrien. Ser man på perioden fra 1999–2011 har antall bedrifter i matindustrien gått ned med 9,5 prosent, mens antallet bedrifter i øvrig industri har blitt redusert med 11,4 prosent (jf. figur 2.4). Foreløpige anslag for 2012 viser at antall bedrifter i matindustrien har økt marginalt (0,5 %) sammenlignet med 2011, mens antall bedrifter i øvrig industri gikk ned med 3,7 prosent.

³¹ Her benyttes nasjonalregnskapstall for 2012 for å beregne 2012 tall. Dette er basert på endring i produksjonsverdi mellom 2011–2012 i SSBs nasjonalregnskapsstatistikk tabell 09175: Lønn, sysselsetting og produktivitet, etter næring, tid og statistikkvariabel.

Figur 2.4

Utvikling i antall bedrifter i matindustrien (øverst) og øvrig industri (nederst), 1999–2012



* Se fotnote 31

Det er en variasjon mellom bransjene i matindustrien både med tanke på struktur og utvikling i antall bedrifter (jf. tabell 2.2.) Bakervarebransjen har 30,2 prosent av bedriftene i matindustrien i 2011. Deretter kommer fiskevarebransjen (21,5 %) og kjøttbransjen (16,2 %). Kjøttbransjen er også den bransjen med flest antall sysselsatte i matindustrien. Olje- og fettbransjen hadde den største prosentvise økningen av antall bedrifter fra 2010 til 2011 (12,5 %) etterfulgt av drikkevarebransjen (10,4 %). Målt i antall bedrifter hadde kjøttvarebransjen den største faktiske økningen fra 2010 til 2011 (15 bedrifter).

Tabell 2.2

Antall bedrifter i industrien totalt, matindustrien og bransjevis fordeling i matindustrien³² (2009–2011), samt prosentvis endring fra 2010 til 2011

Bedrifter	2009	2010	2011	%-vis endring
				2010/2011
Industrien totalt	15 263	15 096	15 144	0,3 %
Matindustri	1 922	1 958	2 001	2,2 %
Kjøtt	311	310	325	4,8 %
Fisk	423	423	431	1,9 %
Potet	25	25	24	-4,0 %
Konserver	47	49	52	6,1 %
Olje og fett	36	32	36	12,5 %
Meierivarer	95	120	119	-0,8 %
Kornvarer	48	51	50	-2,0 %
Bakervarer	624	601	604	0,5 %
Sjokolade- og sukkervarer	25	33	36	9,1 %
Øvrige næringsmidler	126	124	127	2,4 %
Fôr	101	113	112	-0,9 %
Drikkevarer	61	77	85	10,4 %

2.1.3 Industristruktur

Med unntak av noen store matbedrifter er flesteparten av matbedriftene i Norge små og mellomstore bedrifter (mindre enn 100 sysselsatte per bedrift, jf. tabell 2.3). I 2011 var 73,5 prosent av bedriftene i matvareindustrien småskalabedrifter (med under 20 sysselsatte). Likevel utgjorde disse kun 18,2 prosent av den totale sysselsettingen i matindustrien. De store matindustribedriftene (100 eller flere sysselsatte) sto på sin side for 5,2 prosent av bedriftene, og 45,0 prosent av sysselsettingen i matindustrien. I perioden 2009–2011 har veksten i bedrifter innenfor matindustrien hovedsakelig skjedd i bedrifter med 1–4 sysselsatte og 50–99 sysselsatte.

³² For inndeling i bransjer, se vedlegg 1.

Tabell 2.3

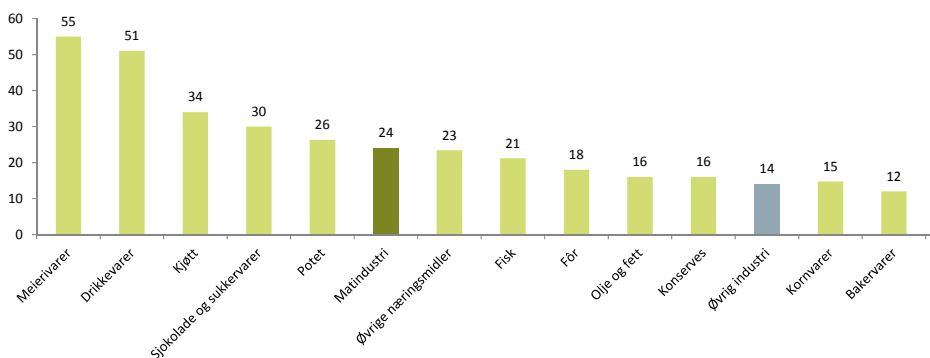
Antall bedrifter og sysselsatte etter sysselsettingsgruppe, 2009–2011

	Bedrifter			Sysselsatte		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
1-4 sysselsatte	712	727	770	1 418	1 409	1 496
5-19 sysselsatte	718	711	701	7 306	7 301	7 097
20-49 sysselsatte	277	297	313	8 383	9 159	9 613
50-99 sysselsatte	108	119	112	7 362	8 154	7 839
100 + sysselsatte	107	104	105	21 606	21 059	21 274
Sum	1 922	1 958	2 001	46 075	47 082	47 319

I 2011 hadde en gjennomsnittlig bedrift i matindustrien 24 sysselsatte. Til sammenligning hadde en gjennomsnittlig industribedrift 14 sysselsatte. Matindustribedriftene er i gjennomsnitt vesentlig større målt i sysselsetting enn øvrige industribedrifter. Innen matindustrien er det drikkevarebransjen og meieri-bransjen som har flest sysselsatte per bedrift, mens kornbransjen og bakervarebransjen har færrest sysselsatte per bedrift (se figur 2.5).

Figur 2.5

Gjennomsnittlig antall sysselsatte per bedrift, totalt og bransjevis, 2011

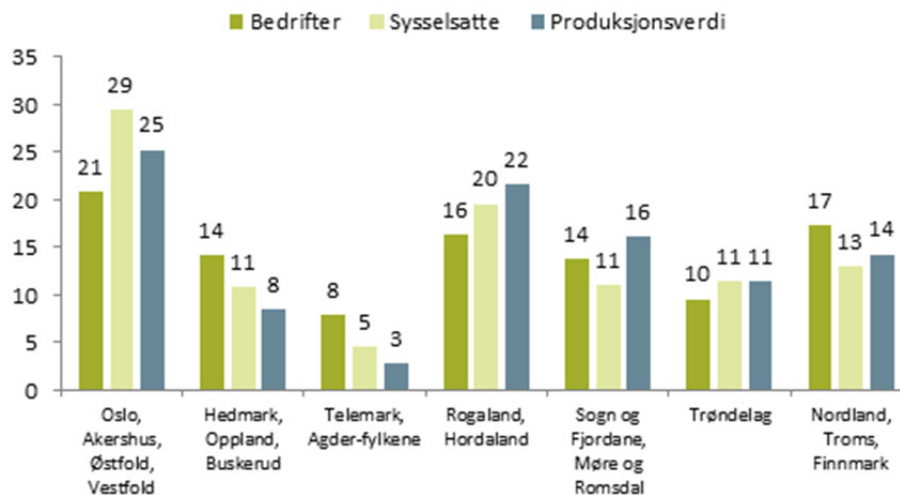


2.1.4 Regional betydning

Norsk matindustri er spredt over hele landet og er en viktig bidragsyter til sysselsetting i distriktene. Figur 2.6 viser den prosentvise fordelingen av bedrifter, sysselsatte og produksjonsverdi for matindustrien i ulike regioner i 2011.³³ Østlandet (Oslo, Akershus, Østfold og Vestfold) har den prosentvis største andelen av både antall bedrifter, sysselsetting og produksjonsverdi i 2011, mens Telemark og Agderfylkene har minst.

Figur 2.6

Nøkkeltall i matindustrien fordelt på regioner, 2011 (i prosent)



Tabell 2.4 viser fordelingen av sysselsatte i de ulike bransjene mellom regioner. For flertallet av bransjene i matindustrien (kjøtt, konserver, olje og fett, meieri, korn, bakervare og sjokolade- og sukkervare) er andelen sysselsatte høyest på det sentrale Østlandet (Oslo, Akershus, Østfold og Vestfold). Innen potetindustrien er det Hedmark, Oppland og Buskerud som har flest sysselsatte (52 %). I fiskevarebransjen holder 41 prosent av de sysselsatte til i Finnmark, Troms og Nordland. Rogaland og Hordaland har størst andel sysselsatte både innen dyrefôrbransjen (32 %) og bransjen for øvrige varer (43 %).

³³ Med produksjonsverdi menes omsetning korrigeret for endringer i beholdning av ferdige varer, varer i arbeid og varer og tjenester kjøpt for videresalg.

Tabell 2.4

Fordeling av sysselsatte i industrien og matindustrien, totalt og bransjevis fordelt mellom regioner, 2011 (i prosent)

	Oslo Akershus Østfold Vestfold	Hedmark Oppland Buskerud	Telemark Agder- fylkene	Rogaland Hordaland	Sogn og Fjordane Møre og Romsdal	Trøndelag	Nordland Troms Finnmark
Industri	25	15	11	22	12	8	7
Matindustri	29	11	5	20	11	11	13
Kjøtt	37	15	2	19	9	13	6
Fisk	3	1	1	16	25	13	41
Potet	25	52	6	3	2	10	2
Konserves	44	30	7	7	6	7	0
Olje og fett	40	0	0	7	36	0	18
Meierivarer	32	13	7	21	9	12	6
Kornvarer	41	10	5	35	1	8	0
Bakervarer	31	14	10	20	8	10	8
Sjokolade og sukkervarer	59	1	1	2	0	36	0
Øvrige næringsmidler	35	10	3	43	2	5	3
Fôr	14	12	1	32	13	13	14
Drikkevarer	54	6	10	14	5	7	5



FOTO: © TINE MEDIEBANK

2.1.5 *Kompetanse og utdanningsnivå*³⁴

Andelen av ansatte med universitets- eller høyskoleutdanning i matindustrien øker. Høyere krav til utdanning og kompetanse i bransjene henger sammen med teknologisk utvikling og kan indikere at kravene til produktutvikling, kvalitetsstyring og dokumentasjon m.m. er høyere. Færre arbeidsoperasjoner utføres manuelt og automatisering og produksjonsovervåking tar over. Tilgang på kompetente medarbeidere er forhold som har betydning for bedriftenes verdiskaping, og for bedriftenes endrings- og omstillingsevne. Riktig kompetanse er i tillegg viktig for å styrke matindustriens evne til å møte konkurranse fra utenlandske aktører. Tabell 2.5 gir en oversikt over utdanningsnivået til sysselsatte i matindustrien fordelt på bransjer for 4. kvartal 2012.³⁵ Olje- og fettbransjen er den bransjen hvor andelen sysselsatte med universitet og/eller høyskoleutdanning er høyest, mens bakervarebransjen har lavest andel sysselsatte med høyere utdanning. Denne bransjen har imidlertid også en stor andel med uspesifisert utdanning.³⁶

Tabell 2.5

Utdanningsnivå for sysselsatte, 4. kvartal 2012 (i prosent)

	Grunn- skole	Videre- gående	Universitet og høyskole		Uspesifisert
			< 4 år	> 4 år	
I MATINDUSTRIEN	29,5	46,7	9,7	3,8	10,4
Kjøttbransjen	28,4	50,5	7,9	2,8	10,4
Fiskevarebransjen	30,3	37,1	9,3	2,6	20,8
Frukt- og grøntbransjen*	30,7	48,8	8,4	4,2	7,8
Olje- og fettbransjen	18,5	49,8	18,7	9,8	3,3
Meieribransjen	24,8	54,7	11,6	6,0	2,9
Kornvarebransjen	28,0	53,6	11,2	4,7	2,6
Bakervarer	35,4	43,4	7,6	2,3	11,3
Øvrige næringsmidler**	28,2	47,0	12,1	5,5	7,2
Dyrefôrbransjen	23,3	55,3	10,6	8,5	2,2
Drikkevarebransjen	31,8	46,6	12,7	3,6	5,4

* Omfatter potetbransjen og konserverbransjen

** Inkl. sjokolade- og sukkervarebransjen

³⁴ Kompetanse- og utdanningsstatistikken som her presenteres er på NACE 4-siffernivå. Det innebærer potet og konserver ikke er skilt ut, men inngår begge i gruppen frukt- og grøntbransjen, samt at sjokolade- og sukkervarebransjen inngår i gruppen øvrige næringsmidler.

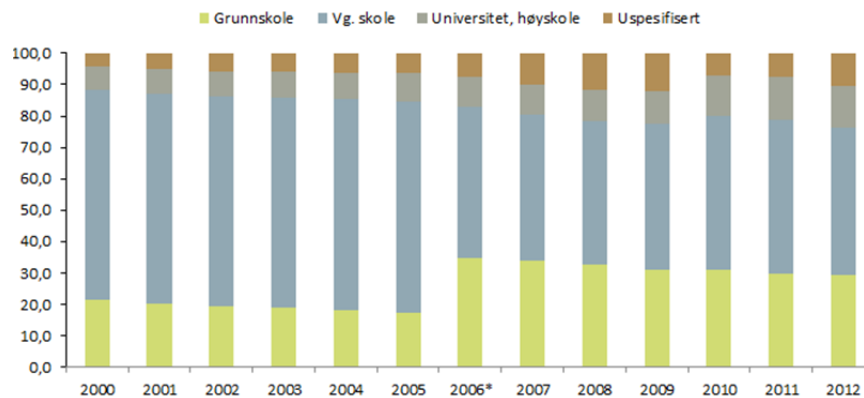
³⁵ SSB (2013), *Sysselsatte etter næring og utdanningsnivå*, datafil mottatt fra Pål Nordby, 26.06.13.

³⁶ I 2012 var 77,5 prosent av arbeiderne i den uspesifiserte kategorien utenlandsk arbeidskraft. Størsteparten kom fra EU-land i Øst-Europa og Asia.

Andelen sysselsatte med universitet og/eller høyskoleutdanning har økt fra 7,6 prosent i 2000 til 13,4 prosent i 2012. Andelen sysselsatte med videregående skole som høyeste utdanning dominerer i matindustrien med en andel av sysselsatte på 46,7 prosent. Andelen med utdanning på grunnskolenivå i matindustrien har siden 2006 gått ned fra 34,7 prosent til 29,5 prosent i 2012, samtidig som andelen med uspesifisert utdanningsnivå økte fra 7,5 prosent i 2006 til 10,4 prosent i 2012. Utvikling i sammensetningen av utdanningsnivået i matindustrien er illustrert i figur 2.7.

Figur 2.7

Utvikling i utdanningsnivå i matindustrien, fra 4. kvartal 2000 til 2012 (prosentvis andel fordelt på type utdanning)³⁷



*Se fotnote 37

Matindustrien i Norge benytter utenlandsk arbeidskraft i stor grad.³⁸ I perioden 2008 til 2012 økte andelen utenlandsk arbeidskraft fra 16,2 prosent til 24,1 prosent.³⁹ I 2012 var nesten halvparten av den utenlandske arbeidskraften i matindustrien fra EU-land i Øst-Europa (46 %).

³⁷ Uspesifisert utdanning kan i en viss grad tilskrives personer som har utdanning fra utlandet (hovedsakelig innvandring). F.o.m 2006 har SSB fulgt nye internasjonale retningslinjer for hvor mye utdanning som kreves på grunnskolenivå. Derfor har man fått et skifte i tallmaterialet fra 2006. Videre er det fra og med 2010 gjort en større undersøkelse for å kartlegge utdanningen til innvandrere. Dette har ført til at kategorien uspesifisert er redusert fra 2010.

³⁸ Utenlandske arbeidstakere defineres her som innvandrere. SSBs definisjon på innvandrere er: Som innvandrer regnes her en person født i utlandet av to utenlandsfødte foreldre. Statistikken gjelder kun dem som er registrert bosatte, det vil si at de ifølge Det sentrale folkeregisteret forventes å oppholde seg her i landet i minst seks måneder.

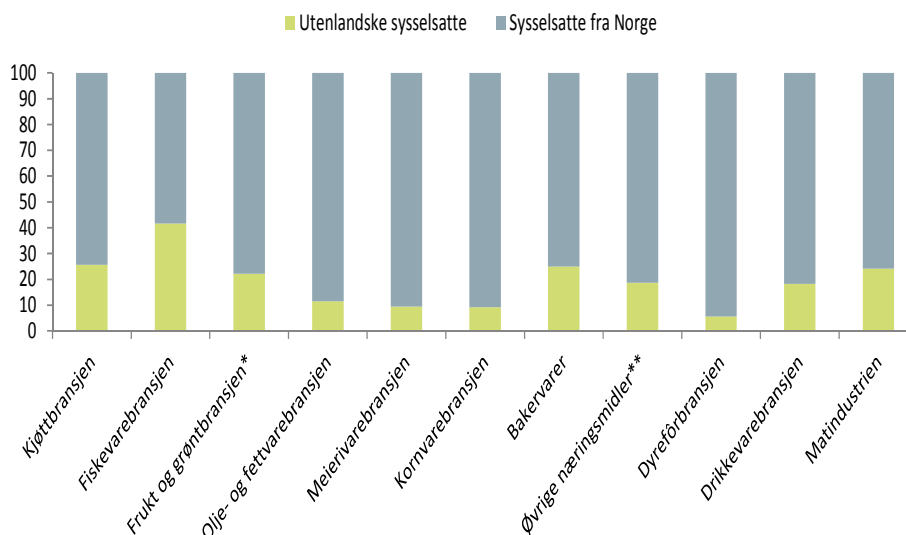
³⁹ SSB (2013), *Sysselsatte etter næring, utdanningsnivå og landbakgrunn*, datafil mottatt fra Pål Nordby, 18.09.13.

Det er også en betydelig andel utenlandsk arbeidskraft fra Asia (26 %). Figur 2.8 gir en oversikt over andel utenlandske sysselsatte i de ulike bransjene.

Fiskerivarebransjen benytter i størst grad utenlandsk arbeidskraft (41,6 %), mens dyrefôrbransjen hadde den laveste andelen (5,7 %).

Figur 2.8

Andel utenlandsk arbeidskraft i de ulike bransjene og matindustrien samlet, 4. kvartal 2012



* Omfatter potetbransjen og konserverbransjen

** Inkl. sjokolade- og sukkervarebransjen

Mye tyder på at matindustrien har behov for utenlandsk arbeidskraft med varierende kompetanse (jf. figur 2.9). I 2012 var om lag 26 prosent av alle ansatte i matindustrien med mer enn fire års utdanning på høyskole eller universitetsnivå, utenlandske. Disse kom hovedsakelig fra EU-land i Øst-Europa (55,7 %). Figur 2.7 viste at antall arbeidere som faller innunder kategorien *uspesifisert utdanning* har økt siden 2000. Årsaken til dette er mest sannsynlig økt bruk av utenlandsk arbeidskraft i matindustrien. I 2012 var 88,2 prosent av de sysselsatte i kategorien *uspesifisert utdanning* fra andre land enn Norge. Av de utenlandske sysselsatte i matindustrien er 38 prosent i kategorien *uspesifisert utdanning*. Ettersom mange av de utenlandske arbeidstakere er plassert i gruppen *uspesifisert utdanning*, er det vanskelig å trekke noen sterke slutninger om hva slags utenlandsk kompetanse norsk matindustri er mest avhengig av.

Figur 2.9

Arbeidskraft fordelt på landbakgrunn og utdanningsnivå, 4. kvartal 2012

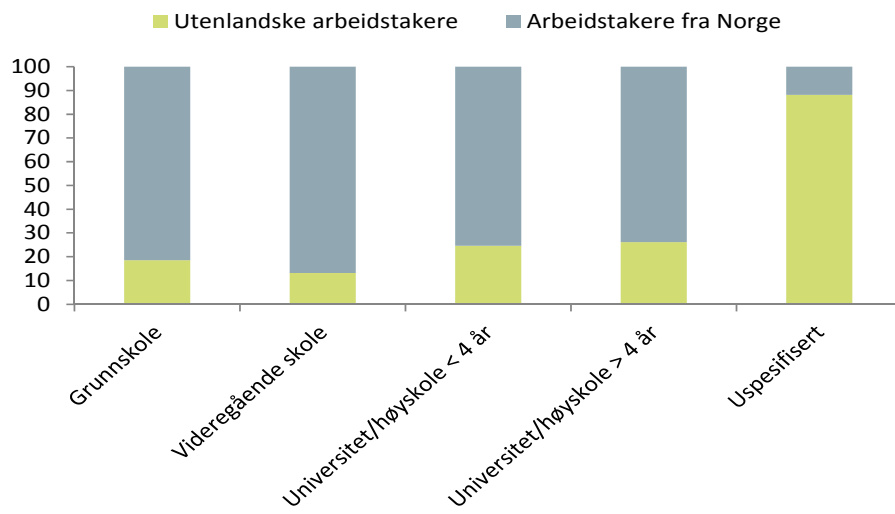


FOTO: © TINE MEDIEBANK

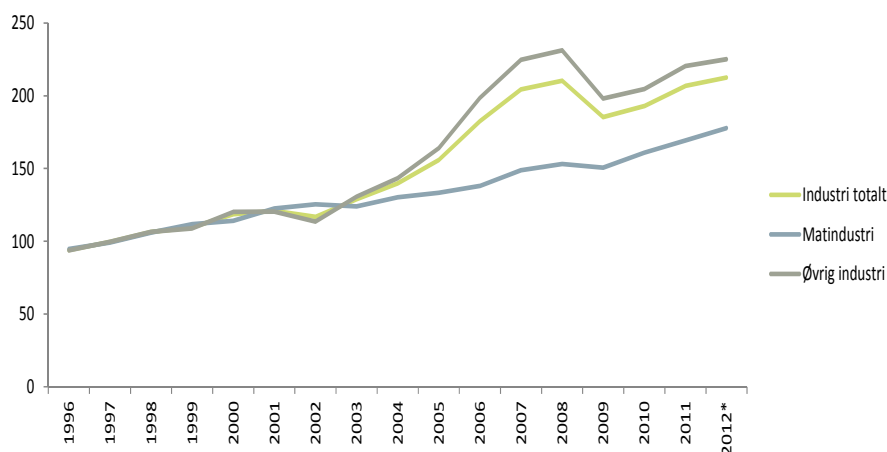
2.2 Produksjon, verdiskaping og produktivitetsutvikling

2.2.1 Produksjonsverdi

Aktivitetsnivået i matindustrien måles her ved å benytte produksjonsverdi.⁴⁰ Beregninger for 2012⁴¹ viser at norsk industri hadde en samlet produksjonsverdi på 769,9 mrd. kroner i 2012, hvorav 171,6 mrd. kroner (22,3 %) kan tilskrives matindustrien.⁴² Fra 1996 til 2012 har matindustrien hatt en svakere vekst i produksjonsverdien enn øvrig industri (jf. figur 2.10). Samtidig ser matindustrien ut til å ha vært mindre påvirket av konjunkturer i løpet av perioden. Fra 1996 til 2012 økte matindustriens produksjonsverdi med 87,7 prosent, mens øvrig industri økte med 126,0 prosent. Beregninger for 2012 viser en vekst i produksjonsverdien på 5,7 prosent i matindustrien og 2,2 prosent i øvrig industri.⁴³

Figur 2.10

Utvikling i produksjonsverdi for industrien totalt, matindustrien og øvrig industri, 1996–2012 (i løpende priser, indeks gjennomsnitt 1996–1998=100)



* Se fotnote 41

⁴⁰ Med produksjonsverdi menes omsetning korrigert for endringer i beholdning av verdige varer, varer i arbeid og varer og tjenester kjøpt for videresalg.

⁴¹ Her benyttes nasjonalregnskapstall for 2012 for å beregne 2012 tall. Dette er basert på endring i produksjonsverdi mellom 2011–2012 i nasjonalregnskapsstatistikken tabell 09171: produksjon og inntekt, etter nærings statistikkvariabel og tid, for å fremskrive industritallene.

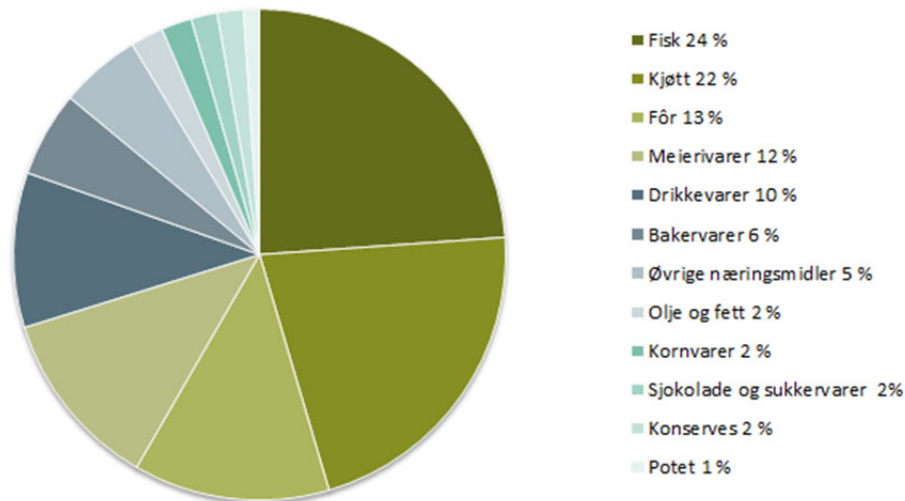
⁴² Dette er beregninger for 2012, mens kap. 1 omhandler tall fra 2011 (163,3 mrd. kr).

⁴³ Øvrig industri er industrien totalt, fratrukket matindustrien i henhold til standard for næringsgruppering «SN 2007».

Fiskevarebransjen og kjøttbransjen er de bransjene i matindustrien med størst produksjonsverdi. I 2011 stod de for henholdsvis 24 prosent og 22 prosent av matindustriens totale produksjonsverdi (jf. figur 2.11). Potet-, konserver- og kornvarebransjen har lavest produksjonsverdi.

Figur 2.11

Matindustriens produksjonsverdi fordelt på bransjer, 2011 (i prosent)



De ulike bransjene har hatt ulik vekst i produksjonsverdien i perioden fra 1996 til 2011 (jf. tabell 2.6). Produksjonsverdien i fiskevarebransjen har økt mest både målt i faktiske tall og i prosent (21,3 mrd. kr og 120,8 %). Kornvarebransjen har hatt den laveste veksten målt i faktisk verdi og i prosent (519, 3 mill. kr og 18,8 %). Fra 2010 til 2011 var det fiskevarebransjen som hadde den største økningen i produksjonsverdien målt i kroner (2,8 mrd. kr), mens olje- og fettvarebransjen fikk det kraftigste fallet (346,1 mill. kr).

Tabell 2.6

Produksjonsverdi i industri totalt, matindustri totalt, og i matindustriens bransjer (2009–2011), i mill. kroner, samt prosentvis endring fra 2010 til 2011

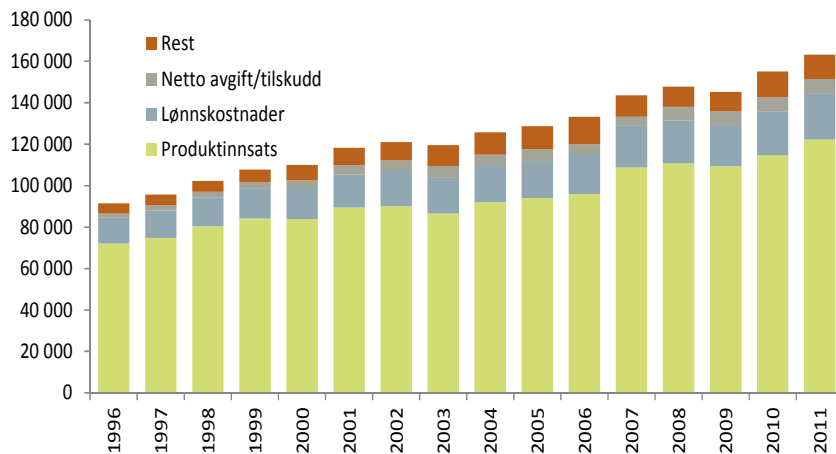
	2009	2010	2011	%-vis endring 2010/2011
Industri	671 612	698 791	748 987	7,2
Matindustri	145 284	155 152	163 294	5,2
Kjøtt	36 710	32 982	35 175	6,6
Fisk	29 903	36 190	39 001	7,8
Potet	1 729	1 670	1 711	2,4
Konserves	3 233	2 929	2 816	-3,9
Olje og fett	3 935	3 888	3 542	-8,9
Meierivarer	16 949	18 740	19 390	3,5
Kornvarer	2 902	3 232	3 279	1,4
Bakervarer	9 198	9 286	9 141	-1,6
Sjokolade- og sukkervarer	2 438	2 643	2 820	6,7
Øvrige næringsmidler	7 004	7 731	8 703	12,6
Fôr	15 418	19 269	21 108	9,5
Drikkevarer	15 865	16 592	16 608	0,1

I figur 2.12 vises utviklingen av matindustriens produksjonsverdi splittet i produktinnsats og bearbeidingsverdi fordelt på lønnskostnader, netto avgift/tilskudd og «rest». Hovedvekten av produksjonsverdien er produktinnsatsen. I 2011 utgjorde produktinnsatsen 74,8 prosent av produksjonsverdien, mot 78,9 prosent i 1996.

I denne perioden har produktinnsatsen økt med 69,5 prosent. Lønnskostnader er den nest største driveren til produksjonsverdien. Siden 1996 har lønnskostnadene økt med 75,5 prosent, og utgjorde 13,6 prosent av produksjonsverdien i 2011, mot 13,8 prosent i 1996. Netto avgifter og tilskudd har i løpet av perioden 1996 til 2010 økt med 290 prosent. De utgjorde 2,0 prosent av produksjonsverdien i 1996 mot 4,4 prosent i 2011.

Figur 2.12

Matindustriens produksjonsverdi fordelt på produktinnsats, bearbeidingsverdi til markedspriser (lønnskostnadene og netto avgift/tilskudd), 1996–2011 (i mill. kroner)



Tabell 2.7 viser at det er store forskjeller i utviklingen i lønnskostnadenes andel av produksjonsverdi mellom de ulike bransjene i matindustrien. Når perioden 1996–1998 sammenlignes med perioden 2009–2011, har lønnskostnadenes andel økt for øvrige næringsmidler, meieribransjen og kornvarebransjen. Sjokolade- og sukkervarer skiller seg ut med den største nedgangen. I perioden 2009–2011 var lønnskostnadens andel av produksjonsverdien størst innen bakervarebransjen, og lavest fôr- og olje- og fettbransjen.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Tabell 2.7

Lønnskostnadenes andel av produksjonsverdi

	Gjennomsnitt 1996–1998	Gjennomsnitt 2009–2011	Endring i perioden
Øvrige næringsmidler	14,2	18,5	29,8 %
Meierivarer	12,0	15,3	27,8 %
Kornvarer	9,0	12,2	36,1 %
Kjøtt	12,0	14,4	20,5 %
Potet	15,6	15,5	-0,3 %
Gjennomsnitt matindustri	13,8	13,6	-1,3 %
Konserves	13,8	13,8	-0,2 %
Olje og fett	8,9	8,8	-1,0 %
Bakervarer	29,3	27,4	-6,4 %
Fôr	6,6	6,0	-10,0 %
Fisk	14,0	11,3	-19,4 %
Drikkevarer	17,9	13,8	-22,8 %
Sjokolade- og sukkervarer	24,9	18,8	-24,7 %

2.2.2 Verdiskapning: bruttoprodukt og bearbeidingsverdi

Her måles verdiskapningen som bruttoprodukt. Brutttoprodukt er et nasjonalregnskapsbegrep og defineres som produksjonsverdi minus produktinnsats. Brutttoprodukt presenteres her i basisverdi (løpende priser), det vil si at produktsubsidier er inkludert, men ikke merverdiavgift eller andre produktskatter.

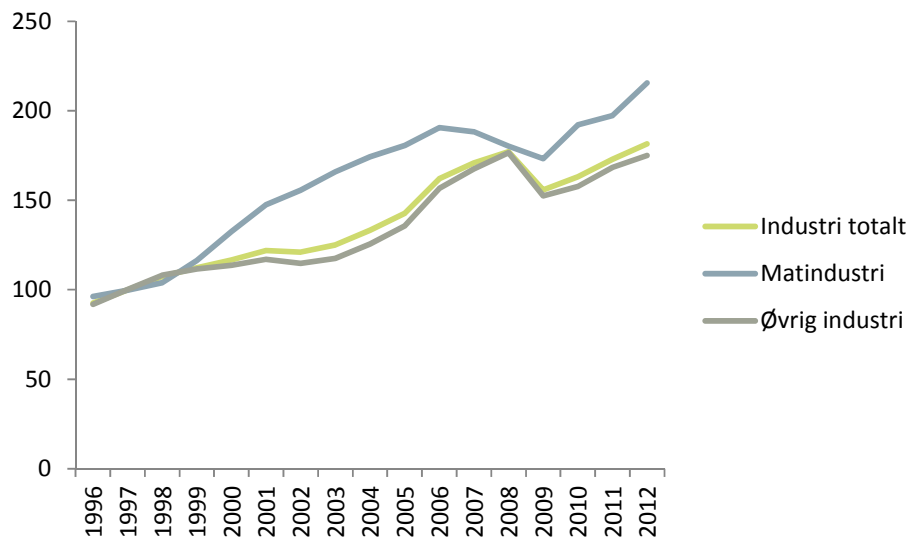
Den samlede verdiskapningen målt i bruttoprodukt i norsk industri var på 199,1 mrd. kroner i 2012, hvorav 37,1 mrd. kroner (18,6 %) kan tilskrives matindustrien.⁴⁴ Matindustriens verdiskapning har hatt en noe sterkere utvikling enn industrien totalt i perioden fra 1996 til 2012 (jf. figur 2.13). I denne perioden økte matindustriens verdiskapning med 123,8 prosent, mens industriens verdiskapning økte med 96,0 prosent. Fra 2011 til 2012 økte matindustriens verdiskapning med 9,2 prosent, mens

industrien totalt økte med 4,9 prosent.

⁴⁴ Tallene for matindustrien er hentet fra nasjonalregnskapet. Matindustrien vil her bety nærings-, drikkevare- og tobakksindustri (NACE 3-siffernivå). Men fra og med 2009 var det ingen tobakksindustri i Norge.

Figur 2.13

Utvikling i verdiskaping (bruttoprodukt) for industrien og matindustrien, 1996–2012 (i løpende priser, indeks gjennomsnitt 1996–1998=100)



Bearbeidingsverdi til markedspriser er produksjonsverdien fratrukket kjøp av varer og tjenester og spesielle offentlige avgifter (varer og tjenester som er kjøpt direkte for videresalg trekkes ikke fra). Dette korrigeres for endringer i beholdningen av råvarer og konsumvarer. Spesielle offentlige tilskudd for tilvirkede/solgte varer og andre offentlige tilskudd/refusjoner er inkludert.

Verdiskaping i enkeltbransjer belyses gjennom bearbeidingsverdien. I matindustrien lå bearbeidingsverdiens (verdiskapingens) andel av produksjonsverdien på 25,2 prosent i 2011, mens gjennomsnittet for industrien totalt var på 25,7 prosent.

2.2.3 Produktivitetsutvikling

Produktivitetsvekst betyr vekst i produksjonen per enhet av de ressursene som er satt inn i produksjonen. Det enkleste og mest brukte produktivitetsbegrepet er arbeidskraft, som måler veksten i produksjon per timeverk, eventuelt bruttoprodukt per timeverk (som benyttes her) Et annet mye brukt produktivitetsbegrep er «totalfaktorproduktivitet» (TFP). Veksten i TFP defineres som den delen av produksjonsveksten som ikke kan tilskrives endringer i andre innsatsfaktorer, som for eksempel kapital eller produktinnsats.

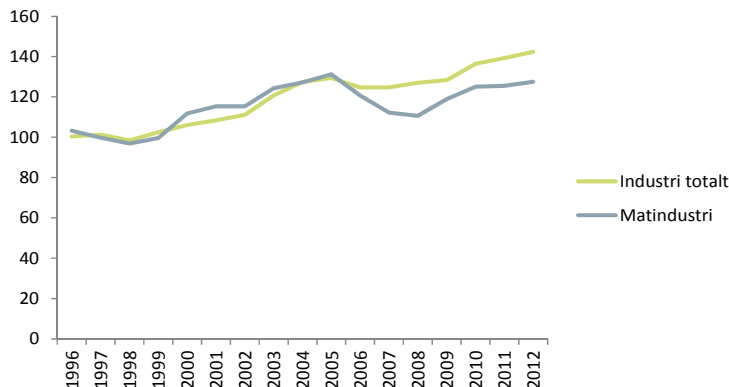
SSB(2013). Økonomiske analyser 1/2013

Produktivitetsveksten spiller en sentral rolle når en skal anslå hvor sterk lønnsveksten kan være uten å svekke konkurransen overfor utlandet. Figur 2.14 viser at fra 1996 til 2012 økte arbeidskraftproduktivitet⁴⁵ i industrien med 41,9 prosent. Matindustrien hadde en øking på 23,5 prosent i samme periode. Også de siste årene har matindustrien hatt en noe lavere vekst i arbeidskraftproduktiviteten enn gjennomsnittet for industrien. Fra 2011 til 2012 økte matindustriens arbeidskraftproduktivitet med anslagsvis 1,6 prosent, mens den

økte med 2,3 prosent i industrien totalt. Det er spesielt tre faktorer som vil bidra til økt arbeidsproduktivitet ved metoden benyttet her: reduksjon i antall timeverk, rimeligere produktinnsats eller økt produksjonsvolum. Forskjellene i utvikling i arbeidskraftproduktivitet mellom industrien samlet sett og matindustrien, tyder på at matindustrien i denne perioden har hatt relativt svakere vekst i en eller flere av disse faktorene sammenlignet med gjennomsnittet i industrien.

Figur 2.14

Utvikling i arbeidskraftproduktivitet i matindustrien og industrien totalt, 1996–2012



⁴⁵ Arbeidskraftproduktivitet er definert her som: Bruttoprodukt i faste 2005-priser (basisverdi) dividert på utførte timeverk for lønnstakere og selvstendig næringsdrivende.

Arbeidskraftproduktivitet kan være et lite spesifikt mål, ettersom arbeidskraften kan bli mer produktiv ved at den utstyres med mer kapital eller andre ressurser.⁴⁶ Veksten i arbeidskraftproduktivitet deles derfor gjerne opp i «bidrag fra kapitalinnsats», og bidrag fra «total faktorproduktivitet» (TFP). TFP kan være et vel så godt produktivetsmål som arbeidskraftproduktivitet, og defineres som den del av veksten i produksjonen som ikke kan tilskrives økt bruk av arbeidskraft eller kapital.⁴⁷ I perioden 2004 til 2011 lå den gjennomsnittlige årlige veksten i arbeidskraftproduktivitet i industrien på 1,4 prosent (jf. tabell 2.8). TFP stod for 85,7 prosent av denne veksten. I 2012 ligger TFP høyere enn arbeidskraftproduktiviteten, som følge av en negativ endring i kapitalintensiteten.

Tabell 2.8

Prosentvis endring i arbeidskraftproduktivitet i industrien, spesifisert etter bidrag fra endring i kapitalintensiteten og total faktorproduktivitet, 1973–2012⁴⁸

	Arbeidskraft- produktivitet	Endring i kapitalintensiteten	Total faktorproduktivitet
1973–1983	2,2	0,9	1,3
1984–1991	1,9	0,7	1,2
1992–2003	1,7	0,5	1,2
2004–2011	1,4	0,2	1,2
2012	2,3	-0,2	2,5

Kilde: SSB økonomiske analyser 1/2013.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

⁴⁶ Men arbeidskraftproduktivitet er et enklere begrep å beregne enn TFP, ettersom den ikke bygger på høyst usikre anslag på realkapital.

⁴⁷ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/dok/nouer/1996/nou-1996-9/19.html?id=340449>.

⁴⁸ Arbeidskraftproduktiviteten er målt ved bruttoprodukt per timeverk. Kapitalintensitet beskriver forholdet mellom kapitaltjenester og timeverk. Tallene er beregnet slik at veksten i arbeidskraftproduktiviteten er lik TFP-veksten pluss vekstbidraget fra kapitalintensitet.

2.3 Lønnsomhet, lønnskostnader og investeringer

Konkurranssevnen til en næring avhenger av næringens lønnsomhet og dens evne til å belønne innsatsfaktorene.⁴⁹ Økonomisk lønnsomhet er en forutsetning for å skaffe kapital, som igjen er nødvendig for investeringer, innovasjon og en langsiktig utvikling av virksomheten. En lønnsom næring må både kunne hevde seg i konkurranse med utenlandske bedrifter på produktmarkedene, og med andre innenlandske næringer i arbeidsmarkedet.

2.3.1 Lønnsomhetsindikatorer⁵⁰

Lønnsomhet over tid i industribedrifter måles som regel ved å bruke driftsmargin kombinert med kapitalrentabilitetsmål.

Lønnsomhetsindikatorene som presenteres i dette avsnittet omfatter kun aksjeselskaper. Samvirkebedriftene er holdt utenfor i dette delkapittelet.⁵¹

Driftsmargin

Siden 2002 har matindustrien hatt en lavere driftsmargin enn gjennomsnittet i industrien (jf. figur 2.15). Finanskrisen i 2008 førte imidlertid til at

gjennomsnittlig driftsmarginen i industrien sank under nivået til driftsmarginen i matindustrien i 2009. I 2011 falt driftsmarginen i matindustrien med 0,1 prosentpoeng, mens den falt den med 1,5 prosentpoeng for hele industrien.⁵²

Driftsmargin er forholdet mellom driftsresultat og omsetning/driftsinntekter, her presentert i prosent. Driftsmarginen til en bedrift forteller hvor mye bedriften får igjen for hver omsatte krone (før renter og skatt). En høy driftsmargin betyr at en bedrift tjener mye per omsatte krone.

⁴⁹ Meld.st.13 (2012–2013), Perspektivmeldingen 2013.

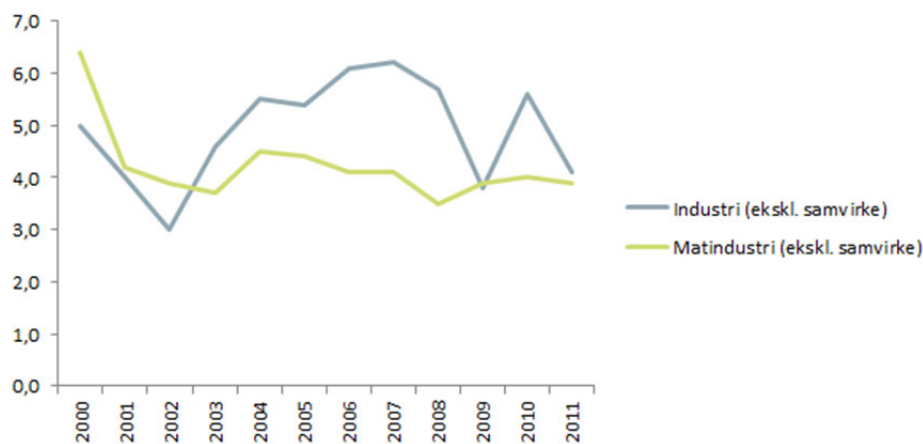
⁵⁰ Kilde: SSB (2013), *Tabell 08674: Industri. Nøkkeltall for ikke-finansielle aksjeselskaper (F)*, <http://statbank.ssb.no/statistikkbanken>, 19.06.13.

⁵¹ Årsaken til dette er at samvirke ikke er inkludert i SSBs foretaksstatistikk.

⁵² Hovedårsaken til fallet i driftsmarginen for hele industrien er et fall i driftsmarginen for papir- og papirvareindustrien. I 2010 lå den på 3,1 prosent, mens i 2011 ligger den på -13,8 prosent.

Figur 2.15

Utvikling i driftsmargin for matindustrien og industri totalt (ekskl. samvirkene), 2000–2011 (i prosent)



Avkastning på kapital (rentabilitet)

Driftsmarginen sier noe om den hvordan den «daglige» driften går, men fanger ikke opp utviklingen i foretakenes kapitalposter. For eksempel bør renteutgifter telle

Rentabilitet, som i dette tilfellet omfatter total kapitalrentabilitet og egenkapitalrentabilitet, er et nøkkeltall for lønnsomhet som viser den avkastningen man får på kapitalen. Total kapitalrentabilitet er definert som «ordinært resultat før skattekostnad pluss rentekostnader i prosent av sum gjeld og egenkapital per 31. desember». Egenkapitalrentabilitet er definert som «ordinært resultat i prosent av egenkapital per 31. desember».

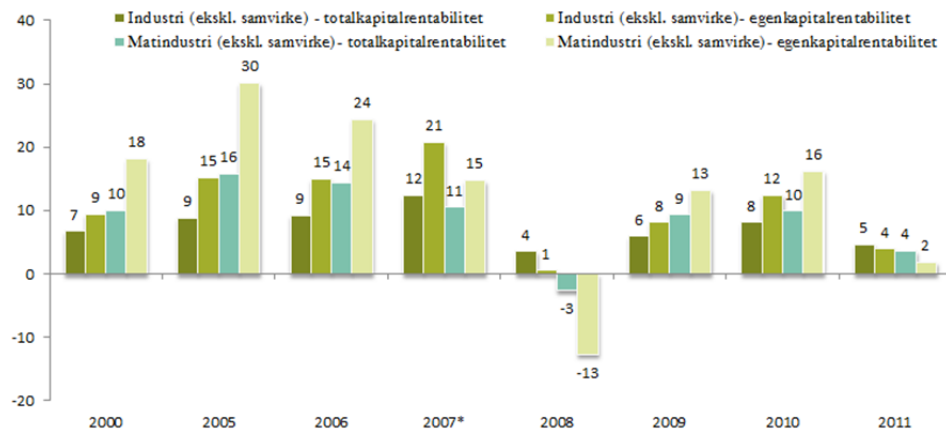
med i vurderingen av foretakenes konkurranseevne. Det er to sentrale rentabilitetsbegreper; totalrentabilitet og egenkapitalrentabilitet.

Figur 2.16 viser utviklingen i totalrentabilitet og egenkapitalrentabilitet for hele industrien og for matindustrien i perioden 1999 til 2011. Etter et utfordrende år som følge av finanskrisen i 2008/9, bedret totalrentabiliteten og egenkapitalrentabiliteten seg både i

matindustrien og i industrien samlet sett 2010. Tall fra 2011 viser imidlertid betydelige fall, både for matindustrien og for industrien totalt. Totalrentabiliteten i matindustrien var på 3,6 prosent i 2011, mens egenkapitalrentabiliteten var på 1,8 prosent. Det innebærer en betydelig forverring av totalrentabiliteten og egenkapitalrentabiliteten på henholdsvis 6,3 prosentpoeng og 14,4 prosentpoeng fra året før. For industrien totalt var total kapitalrentabiliteten på 4,6 prosent og egenkapitalrentabiliteten var på 3,9 prosent i 2011. Dette innebærer at avkastningen på kapital i matindustrien var noe dårligere sammenlignet med industrien totalt.

Figur 2.16

Utvikling i total- og egenkapitalrentabilitet i industrien totalt og i matindustrien (ekskl. samvirke), 2000, 2005, og 2007–2011 (i prosent)



* Øvergang til ny tabell, men endringene i datamaterialet som følge av dette er relativt små

Resultatgrad, egenkapitalandel og likviditetsgrad

Resultatgraden viser hvor stor del som tilfaller selskapet av hver krone det omsettes for, altså hvor stor lønnsomheten er i forhold til de totale inntektene.

Resultatgraden har variert mye fra år til år både i matindustrien spesielt og i industrien generelt (jf. tabell 2.9). I 2011 lå resultatgraden i matindustrien på 2,9 prosent, noe som var betydelig lavere enn i 2010 (13,6 %). Resultatgraden for hele industrien har også falt, men den har falt mer i matindustrien. I 2011 var egenkapitalandelen i matindustrien sunket til tilsvarende nivå som industrien, etter å ha ligget over en lenger periode. Likviditetsgraden i matindustrien var litt bedre sammenlignet med hele industrien i 2011.

Resultatgraden måler hvor stor andel ordinært resultat før skatt utgjør av drifts-inntektene. Egenkapitalen er den delen av totalkapitalen som tilhører eierne, og fremkommer som verdien av eiendelene fra trukket gjeld.

Egenkapitalandelen sier noe om hvor mye egenkapital bedriften har i forhold til totalkapitalen.

Likviditetsgraden er forholdet mellom bedriftens omløpsmidler og kortsiktig gjeld, det vil si bedriftens evne til å dekke sine betalingsforpliktelser etter hvert som de forfaller.

Tabell 2.9

Resultatgrad, egenkapitalandel og likviditetsgrad for industrien og matindustrien (ekskl. samvirkene), 2000, 2005, og 2007–2011 (i prosent)

	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Industri (ekskl. samvirkene)							
Resultatgrad	6,7	14,0	19,4	2,1	8,4	13,5	5,8
Egenkapitalandel	35,8	44,2	42,2	36,2	40,7	43,0	42,9
Likviditetsgrad	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,2	1,1
Matindustri (ekskl. samvirkene)							
Resultatgrad	5,7	23,3	13,9	-7,6	11,1	13,6	2,9
Egenkapitalandel	32,5	45,5	51,1	41,5	44,4	46,1	42,7
Likviditetsgrad	1,2	1,2	1,5	1,3	1,4	1,2	1,2



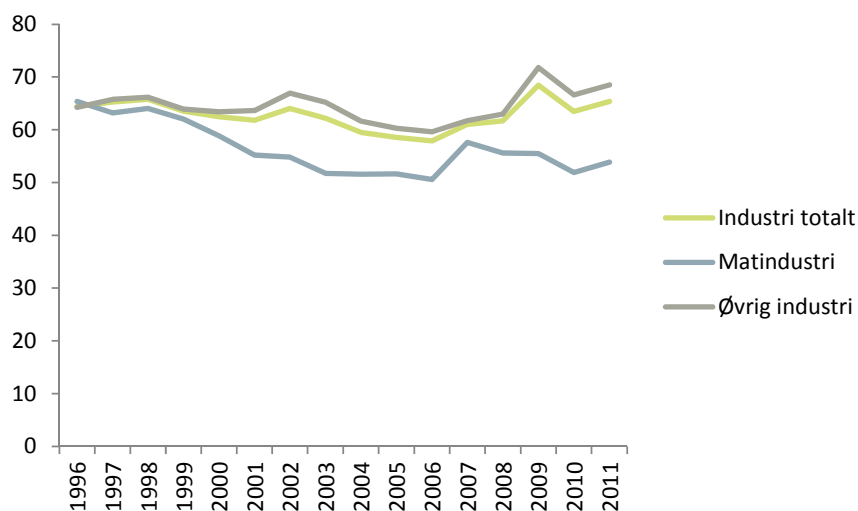
FOTO: © TINE MEDIEBANK

2.3.2 Lønnskostnader

Utvikling i lønnskostnadene er av stor betydning for matindustrien. I 2011 var matindustriens totale lønnskostnader på om lag 22,1 mrd. kroner. Figur 2.17 viser utviklingen i lønnskostnader for matindustrien, øvrig industri og industrien totalt i prosent av bearbeidingsverdien (i løpende markedspriser). I 1996 utgjorde matindustriens lønnskostnader ca. 65 prosent av bearbeidingsverdien mens den for øvrig industri og industrien totalt lå på 64 prosent. Siden 1996 har lønnskostnadene, målt i prosent av bearbeidingsverdien, gått mer ned i matindustrien enn i øvrig industri.

Figur 2.17

Lønnskostnadenes andel av bearbeidingsverdien (i løpende markedspriser) for matindustrien, øvrig industri og industrien totalt, 1996–2011 (i prosent)

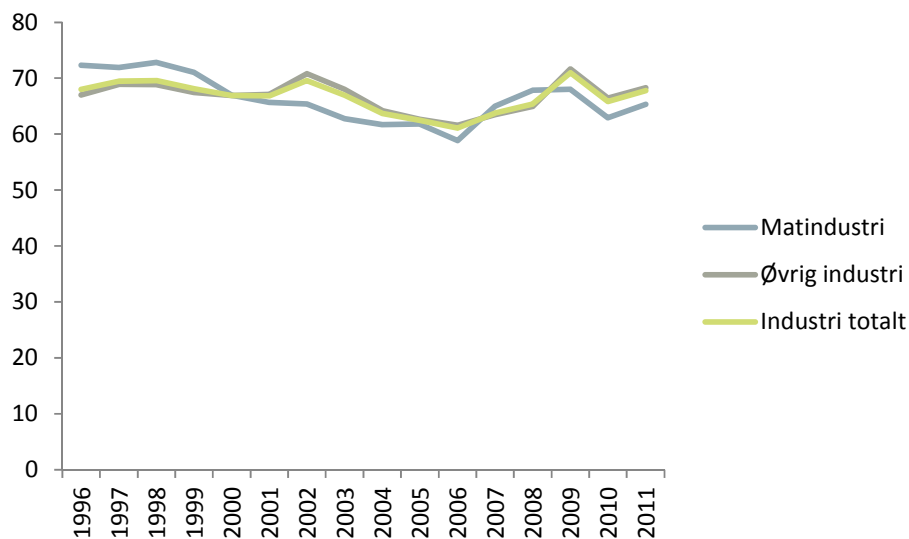


I figur 2.17 gis det inntrykk av at matindustrien gjør det betydelig bedre enn øvrig industri fordi en mindre andel av matindustriens bearbeidingsverdi går til lønnskostnader. Det er imidlertid viktig å være klar over at matindustrien betaler særavgifter som vil påvirke dette forholdet. For å inkludere disse beregnes lønnskostnadenes andel til faktorpriser⁵³ (jf. figur 2.18). I figur 2.18 er industriens totale andel og øvrig industri omtrent uendret, mens andelen lønnskostnader i matindustrien har økt sammenlignet med i figur 2.17. Disse beregningene viser at matindustrien har et netto bidrag i form av skatter til staten, og at dette bidraget er høyt sammenlignet med øvrig industri.

⁵³ Bearbeidingsverdi til faktorpriser er lik bearbeidingsverdi til markedspriser tillagt tilskudd fra staten og med fradrag for avgifter med unntak av merverdiavgift, investeringsavgift og arbeidsgiveravgift.

Figur 2.18

Lønnskostnadenes andel av bearbeidingsverdien (i løpende faktorpriser) for matindustrien, øvrig industri og industrien totalt, 1996–2011 (i prosent)



2.3.3 Investeringer

Bruttoinvesteringer

Bruttoinvesteringene i norsk industri er beregnet til 20,4 mrd. kroner i 2012, hvorav 5,7 mrd. kroner tilskrives matindustrien.⁵⁴ Matindustriens andel av industriens totale bruttoinvesteringer har økt betydelig de siste årene, fra 22 prosent i 1996 til 27,8 prosent i 2012.

Bruttoinvestering er anskaffelse av ny realkapital.

Bruttoinvesteringer regnes her som anskaffelse av varige driftsmidler minus salg av varige driftsmidler. Investeringsarbeid som utføres av bedriftens egne arbeidere til eget bruk regnes også som anskaffelse av varige driftsmidler.

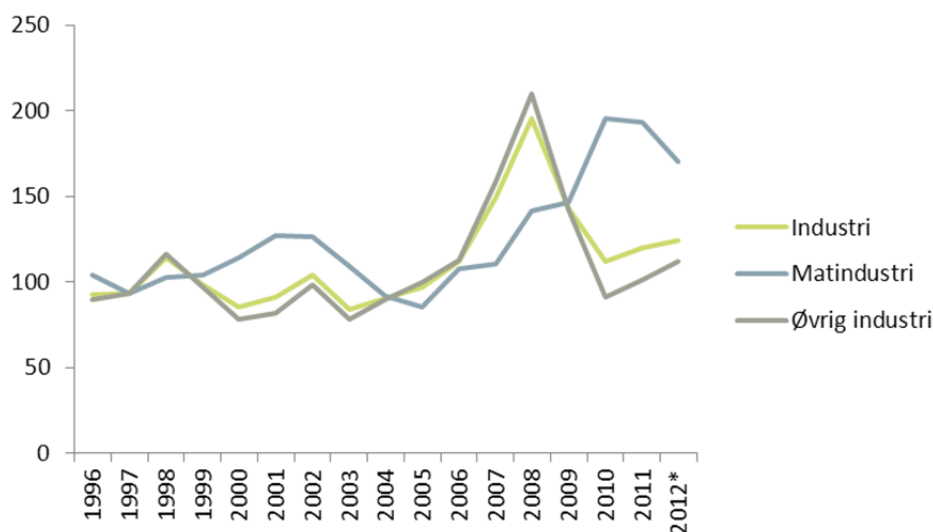
Matindustrien har hatt en stabil vekst i bruttoinvesteringer de senere årene, og skiller seg dermed fra øvrig industri (jf. figur 2.19). Spesielt i etterkant av finanskrisen har investeringene i øvrig industri hatt betydelige svingninger, mens de har vært mer stabile i matindustrien. Dette kan være et eksempel på at øvrig industri er mer konjunkturutsatt enn matindustrien.

⁵⁴ Her benyttes nasjonalregnskapstall for 2012 for å beregne 2012 tall. Dette er basert på endring i bruttoinvesteringer i fast realkapital (løpende priser) i SSBs nasjonalregnskapsstatistikk tabell 09181: Investeringer og kapitalbeholdninger, etter næring, tid og statistikkvariabel.

I 2008 var det én forholdsvis stor investering i industrien som produserer kjemiske råvarer som slo kraftig ut på statistikken. Matindustrien har hatt en jevn investeringsvekst fra 2005 til 2010. Fra 2010 til 2011 avtok veksten i bruttoinvesteringer i matindustrien med 1,3 prosent. Hovedårsaken til dette er svakere investering i kjøttbransjen. Beregninger for 2012 viser et ytterligere fall i bruttoinvesteringer i matindustrien på 11,7 prosent. Likevel har veksten i bruttoinvesteringer i perioden 1996 til 2012 vært betydelig høyere i matindustrien (64 %), sammenlignet med industri totalt og øvrig industri (33,7 % og 24,8 %).

Figur 2.19

Utvikling i bruttoinvesteringer i matindustrien, øvrig industri og industri totalt, 1996–2012 (indeks gjennomsnitt 1996-1998=100)



* Se fotnote 54

Regnet som andel av produksjonsverdi, ligger bruttoinvesteringene i matindustrien på 3,9 prosent, mens bruttoinvesteringene i industrien totalt ligger på 2,6 prosent. I matindustriene varierer investeringsnivået en del fra bransje til bransje (jf. tabell 2.10). I forhold til produksjonsverdi, var investeringsnivået høyest i meieribransjen i 2011. Denne bransjen har opplevd sterk vekst i bruttoinvesteringer de siste to årene. Kjøttbransjen derimot stod overfor historisk lave bruttoinvesteringer i 2011. Årsaken til disse kontrastene vil bli belyst i kapittel 6.

Tabell 2.10

Bruttoinvesteringer i industrien og matindustrien totalt og bransjevis (2009–2011), målt i mill. kroner, og som prosent av produksjonsverdi i 2011

	2009	2010	2011	% av produksjonsverdi i 2011
Industri	23 534	18 485	19 741	2,6
Matindustri	4 870	6 516	6 430	3,9
Kjøtt	934	1 180	351	1,0
Fisk	852	1 748	1 289	3,3
Potet	38	41	53	3,1
Konserves	76	84	94	3,3
Olje og fett	124	250	100	2,8
Meierivarer	699	1 664	2 376	12,3
Kornvarer	68	165	67	2,0
Bakervarer	372	353	281	3,1
Sjokolade og sukkervarer	234	111	96	3,4
Øvrige næringsmidler	268	229	188	2,2
Fôr	923	260	942	4,5
Drikkevarer	282	433	594	3,6

Utenlandske direkteinvesteringer

Utenlandske direkteinvesteringene i Norge i 2011 lå på 1 068,2 mrd. kroner. I norsk industri var utenlandske direkteinvesteringer i 2011 på 214,6 mrd. kroner.

Utenlandske direkte investeringer er investeringer der en investor har til hensikt å etablere en varig økonomisk forbindelse, og å utøve effektiv innflytelse på virksomheten i et annet land. I praksis brukes 10 prosent eierandel som grense for å skille mellom direkteinvestering og porteføljeinvestering. Utenlands eierskap i norsk matindustri gjelder kun for aksjeselskap. En direkteinvestering omfatter investors andel av innskutt og opptjent egenkapital i investeringsobjektet, samt investors gjelds- og fordringsforhold med investeringsobjektet.

Sammenlignet med 2010 er dette en økning på 19,7 prosent (jf. tabell 2.11).⁵⁵ I matindustrien utgjorde de utenlandske direkte investeringene i 2011 7,3 mrd. kroner. Dette er en økning på 7,4 prosent fra 2010. I 2011 sto matindustrien for 3,4 prosent av de totale utenlandske direkteinvesteringene i industrien. Egenkapitalandelen av investeringene lå på 42,5 prosent i matindustrien i

2011, mens egenkapitalandelen i industrien totalt var på 43,3 prosent.

⁵⁵ SSB (2013), *Direkte investeringer i Norge. 1998–2009*, <http://www.ssb.no/a/kortnavn/di/tab-2013-01-16-02.html>, 24.06.13 og SSB (2013), Tabell 06601, Direkte investeringer i Norge, Balanseposter, etter næring (mill. kr).

Tabell 2.11

Utenlandske direkte investeringer i Norge, 2000–2011 (i mrd. kroner)

	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
I industrien	58,0	137,9	147,5	167,0	163,1	179,3	214,6
– %-andel egenkapital	71,7	50,4	49,8	43,0	42,9	37,4	43,3
– %-andel netto lånefordringer ⁵⁶	28,3	49,6	50,2	57,0	57,1	62,6	56,7
I matindustrien	6,9	11,5	9,1	7,7	9,1	6,8	7,3
– %-andel egenkapital	57,8	82,8	63,0	70,9	57,5	50,6	42,5
– %-andel netto lånefordringer	42,2	17,2	37,0	29,1	42,5	49,4	57,5

Investorer fra EU-land sto for til sammen 62,9 prosent (671,6 mrd. kroner) av de utenlandske direkteinvesteringene i Norge i 2011. Sverige er det landet som investerer mest i Norge (173,3 mrd. kroner i 2011). Blant øvrige land er det USA som står for de største investeringene i Norge, med 97,3 mrd. kroner. De største utenlandske investeringene i norsk industri i 2011 var innen utvinning av råolje og naturgass. Det utgjorde 28,1 prosent av de totale utenlandske investeringene i 2011.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

⁵⁶ Netto lånefordring er definert som investors fordringer på investeringsobjektet fratrukket investeringsobjektets fordringer på investor.

2.4 Handel med mat- og drikkevarer⁵⁷

Det finnes en rekke definisjoner og inndelinger av handelsstatistikken. I dette delkapitlet benyttes følgende inndelinger for å fremstille handel med mat: *handel med landbruksvarer*, *all handel med mat- og drikkevarer* og *handel som kan knyttes mot matindustrien (næringsmidler og drikkevarer)*.

I 2012 ble det ifølge SLF *importert landbruksvarer* til en verdi av 43 mrd. kroner.⁵⁸ Dette tilsvarer en vekst på 9 prosent sammenlignet med 2011.

Norges *handel med mat- og drikkevarer* har økt betydelig de siste 10–15 årene. SSB beregner at den totale importen av mat- og drikkevarer i 2012 var på 32,2 mrd. kroner og 3 mill. tonn. Dette var en vekst fra 2011 på 4,9 prosent målt i verdi og 9,3 prosent målt i kvantum. Eksporten av mat- og drikkevarer utgjorde 53,5 mrd. kroner og 2,5 mill. tonn.⁵⁹ Sammenlignet med 2011 var dette en nedgang i verdi på 2,2 prosent målt i verdi, men en vekst på 4,4 prosent målt i kvantum.

Eksporten av mat- og drikkevarer ekskl. fiskevarer utgjorde i 2012 kun 2,7 mrd. kroner og 0,2 mill. tonn.⁶⁰ Sammenlignet med 2011 var dette en økning på 4,6 prosent målt i verdi, men en nedgang på 0,3 målt i kvantum. Dette kan indikere at eksportøkning skyldes prisøkninger.

2.4.1 Handel med næringsmidler og drikkevarer⁶¹

Tallene over omfatter all handel med mat- og drikkevarer i 2012. Av dette var importen av mat- og drikkevarer som er definert som «industrielle»⁶² (næringsmidler og drikkevarer) på 29,2 mrd. kroner i 2012 (jf. figur 2.20). Eksporten (ekskl. fisk) lå på beskjedne 5,4 mrd. kroner. Fra 1996 til 2012 økte importen av næringsmidler med 272,4 prosent og eksporten med 84,5 prosent. Fra 2011 til 2012 økte importverdien med 10,3 prosent og eksportverdien med 10,2 prosent.

⁵⁷ Det finnes en rekke definisjoner og inndelinger av handelsstatistikken, se <https://www.ssb.no/utenriksokonomi/statistikker/muh/maaned/2013-09-16?fane=om#content>.

⁵⁸ SLF (2013), «Omverden til norsk landbruk og matindustri 2012». SLF definerer landbruksvarer som varer som omfattes av tolltariffens kapitler 1-24 og 35, med unntak for kapittel 3 og posisjonene 15.04, 16.04, 16.05, 35.06 og 35.07.

⁵⁹ SSB (2013), Tabell 08809: Utenrikshandel med varer, etter varegruppe (en- og tosifret SITC) og land/handelsområdet/verdensdel. Inkluderer undergruppene 01-07, 09 og 11.

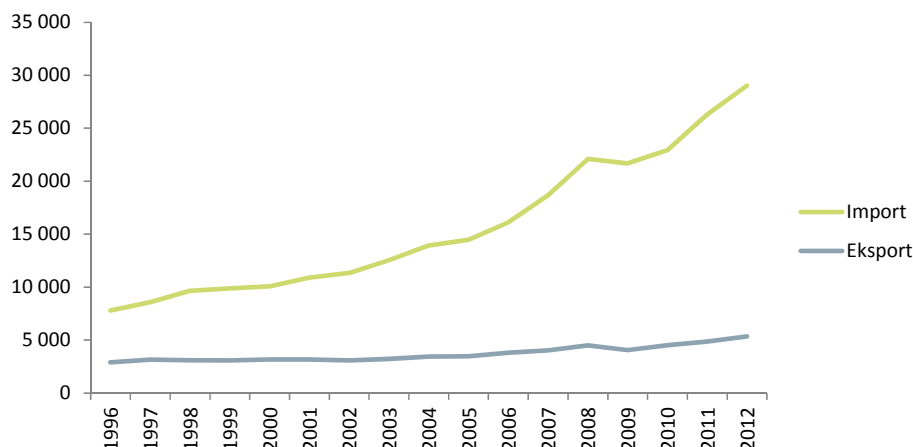
⁶⁰ Undergruppe 03 Fisk og fiskevarer fjernet fra eksporttallet.

⁶¹ Her benyttes CPA (*Statistical Classification of Productivity by activity in the European Community*). Det er en gruppering av handelsstatistikken som er nært knyttet til næring, det vil si at karakteristiske produkter innen hver næring kan knyttes til næringsgrupperingene i matindustrien. Data: SSB (2013), *Utenrikshandelsstatistikken 2013*, datafil mottatt fra SSB, 17.01.13, og Korrelasjonsmatrise fra Eurostat (2013), RAMON: CPA 2008-CN2012.

⁶² Se fotnote 61.

Figur 2.20

Utvikling i handelen med næringsmidler og drikkevarer (ekskl. fisk- og fiskevarer), 1995–2012 (mill. kr)



I 2012 lå importverdien av bearbeidet fisk og fiskevarer på 5,0 mrd. mens eksportverdien av bearbeidet fisk og fiskevarer lå på 24,9 mrd. kroner. Det betyr at importverdien av næringsmidler og drikkevarer inklusiv fisk utgjorde 34,0 mrd. kroner i 2012, mens eksportverdien utgjorde 30,3 mrd. kroner. Sammenlignet med produksjonsverdien for matindustrien (171,6 mrd. kr) utgjorde den totale importverdien i 2012 om lag 20 prosent av produksjonsverdien.

2.4.2 Handel med næringsmidler av betydning for enkeltbransjene

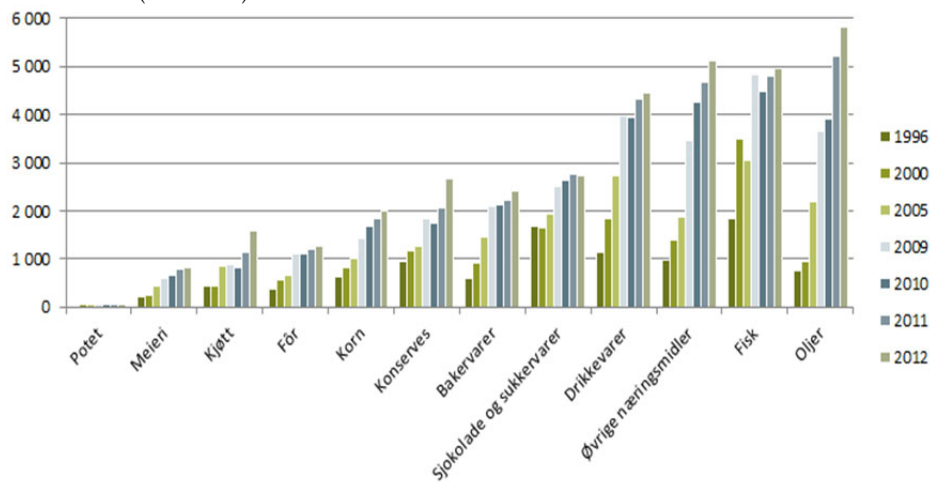
Importen og eksporten av næringsmidler fordeler seg ulikt mellom de ulike bransjene i matindustrien og varierer fra år til år. Omfanget av importerte næringsmidler kan si noe om hvordan importkonkurransen er for de ulike bransjene i matindustrien. Figur 2.21 viser importen av næringsmidler og drikkevarer (inkl. fisk og fiskevarer) for de ulike bransjene. Importen er størst innenfor næringsmiddelgruppene oljer (5,8 mrd. kr), fisk (5,0 mrd. kr), øvrige næringsmidler⁶³ (5,1 mrd. kr) og drikkevarer (4,5 mrd. kr). Fra 1996 til 2012 har importveksten vært størst for oljer med en økning på 658 prosent, mens potet har hatt lavest importvekst med 64 prosent. Fra 2011 til 2012 var det en importøkning innenfor samtlige næringsmiddelgrupper med unntak av sjokolade og sukkervarer. Importen økte mest innen kjøtt med 39,1 prosent, deretter kom konserver (28,5 %) og oljer (11,6 %).

⁶³ Gruppen øvrige næringsmidler inneholder gruppene:

10.83. Bearbeiding av te og kaffe; 10.84. Produksjon av smakstilsetningsstoffer og krydderier; 10.85. Produksjon av ferdigmat; 10.86. Produksjon av homogeniserte matprodukter og diettmat og; 10.89. Produksjon av næringsmidler ikke nevnt annet sted.

Figur 2.21

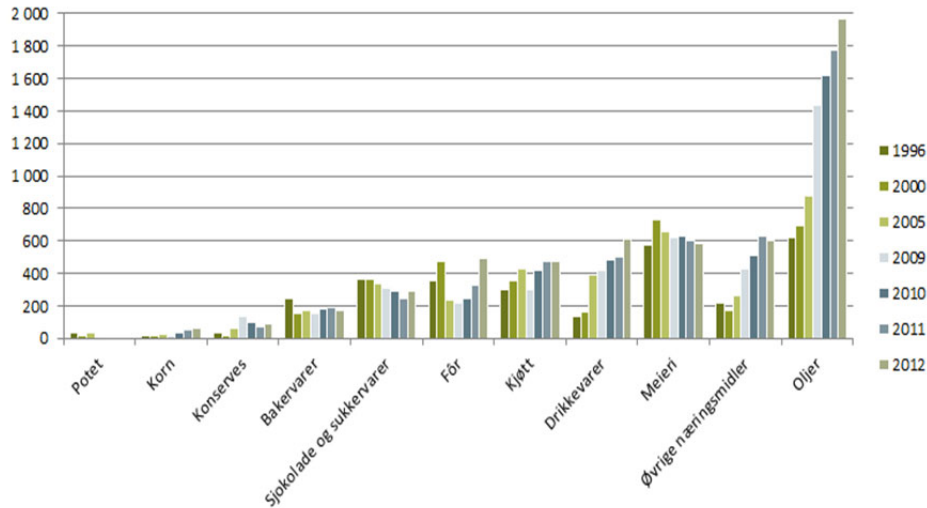
Import av næringsmidler og drikkevarer (inkl. fisk og fiskevarer), 1995–2012 (i mill. kr)



Av eksport er det kornvarer som har økt mest i perioden 1996–2012, med 344 prosent, men dette er fra et svært lavt utgangspunkt. Eksporten av potet har gått mest tilbake (89,0 %). Fra 2011 til 2012 var det eksporten av fôrvarer som økte mest (50,3 %), mens eksporten av bakervarer gikk mest tilbake (6,3 %) (jf. figur 2.22). I 2012 er eksportverdien størst innen fiskebransjen (24,9 mrd. kr), og innen olje- og fettbransjen (2,0 mrd. kroner).

Figur 2.22

Eksport av næringsmidler og drikkevarer (ekskl. fisk og fiskevarer), 1995–2012 (mill. kr)



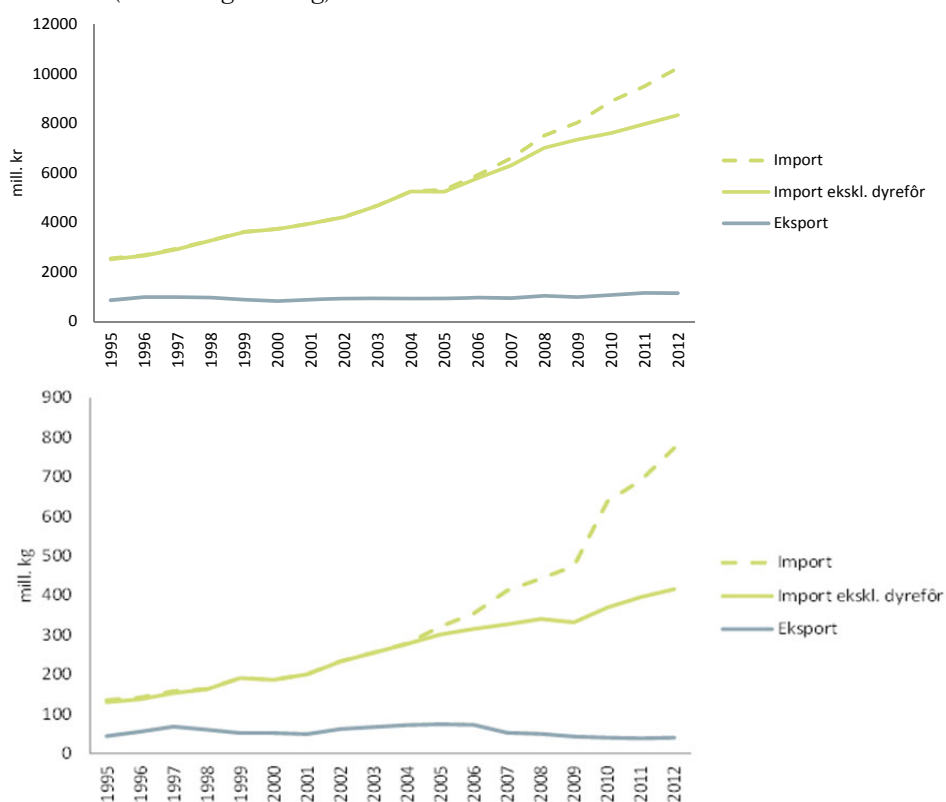
Handel med RÅK-varer⁶⁴

RÅK varer er industrielt bearbejdede jordbruksvarer som er definert i protokoll 3 i EØS-avtalen. I 2012 utgjorde importverdien av industrielt bearbejdede jordbruksvarer, såkalte RÅK-varer, om lag 10,3 mrd. kr, hvorav dyrefôr stod for 1,9 mrd. kr (hovedsakelig fiskefôr). Eksportverdien var 1,2 mrd. kr i 2012, hvorav dyrefôr stod for en ubetydelig del (0,0004 mrd. kr).

Importen av RÅK-varer har økt kraftig siden 1995, mens det har vært små endringer i eksporten (se figur 2.23). Fra 1995 til 2012 økte importverdien (ekskl. dyrefôr) med 230,7 prosent, mens eksportverdien har økt med 32,3 prosent. Fra 2011 til 2012 økte importverdien (ekskl. dyrefôr) med 4,6 prosent, mens eksportverdien sank med 0,6 prosent.

Figur 2.23

Utvikling i handelen med industrielt bearbejdede jordbruksvarer, 1995–2012 (mill. kr og mill. kg)



⁶⁴ SLF (2013). RÅK-varer defineres som bearbejdede landbruksvarer som omfattes av EØS-avtalens protokoll 3. Datafil over disse varenumrene i tolltariffen og statistikk på handel med dyrefôr mottatt fra Thor Henning Roaas i SLF den 06.02.13.

2.5 Status og utvikling i EUs matindustri

Matindustrien er den største industrisektoren i EU målt ut i fra omsetning, verdiskapning og sysselsetting. Den spiller derfor en sentral rolle i EUs økonomi. Matindustrien i EU er en relativt stabil bransje og har vært mindre rammet av den negative økonomiske utviklingen enn mange andre bransjer i EU. De største matvareprodusentene i EU er Tyskland, Frankrike, Spania, Italia og Storbritannia.⁶⁵

2.5.1 Trender og utvikling

Matindustrien er en pilar i EUs økonomi, og er i mange land en av de tre største industrisektorene. Matindustrien omsetter mesteparten av sine varer i de nasjonale og regionale markedene. Konsum av mat er relativt stabil og prisen lite priselastisk, så matindustrien i EU regnes blant de mest robuste industrigrenene. Samlet sett bidro matindustrien i EU i 2012 med 14,9 prosent av industriens totale omsetning (16 prosent i 2011), 12,9 prosent av verdiskapingen (13,8 prosent i 2011) og 15 prosent av sysselsettingen (mot 14,6 prosent i 2011).

I perioden 2008–2011 har produksjonsvolumet i matindustrien i EU økt med 2,6 prosent. Dette står i motsetning til gjennomsnittet i industrien som har hatt en nedgang i produksjonsvolum på 4,2 prosent i samme periode. Sysselsettingen har holdt seg stabil de siste årene, med 4,25 millioner sysselsatt i matindustrien både i 2010 og 2011.

FAKTA OM EUs MATINDUSTRI:

- Største industrisektor i EU, med en omsetning på **1017 mrd. EUR**
- Sysselsetter ca. **4,25 mill. mennesker**
- Fragmentert industri, med **287 000 bedrifter***
- Eksporterer for ca. **76,2 mrd. EUR** til tredjeland og bidrar til en positiv handelsbalanse på **13,2 mrd. EUR**
- En av verdens største eksportører av mat, med **16,5 % av det globale eksportmarkedet**, men andelen er nedadgående
- EUs forbrukere bruker ca. **14,5 % av husholdningsinntektene** sine på mat

**Data fra 2010*

⁶⁵ Hvis ikke annet er nevnt bygger dette kapitlet på:

FoodDrinkEurope (2013), *Data and Trends of the European food and drink industry 2012*, [http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Data_Trends_\(interactive\).pdf](http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Data_Trends_(interactive).pdf), 20.06.2013.

EUs matindustri er fragmentert og består av noen få store multinasjonale selskaper, og en rekke små og mellomstore matindustribedrifter (SMB). SMB i EU defineres som bedrifter med under 250 ansatte, og står for 63,4 prosent av sysselsettingen, 49,3 prosent av total omsetning og 48,7 prosent av total verdiskaping. SMB utgjør 99,1 prosent av alle bedrifter i matindustrien. De store selskapene konkurrerer på det internasjonale markedet med globale merkevarer og et stort produktspekter, mens de små matindustribedriftene er konsentrert om regionale og nasjonale markeder.

De største bransjene i EUs matindustri, målt i omsetning, er kjøtt, «andre næringsmidler», brød, kaker og ferske bakervarer, drikkevarer og meieriprodukter. De står for 76 prosent av omsetningen. Bransjen for «andre næringsmidler» står for 16 prosent av total omsetning og 13 prosent av sysselsettingen innen EUs matindustri. Kjøtt- og meieribransjen står for hhv. 20 og 13 prosent av total omsetning og 21 og 8 prosent av total sysselsetting i matindustrien. Brød, kaker og ferske bakervarer er den største bidragsyteren til verdiskaping (20 prosent av matindustriens samlede verdiskaping). Mer enn halvparten av alle matindustribedriftene i EU driver innenfor denne bransjen, som også representerer 11 prosent av total omsetning og 32 prosent av total sysselsetting.

Omsetning

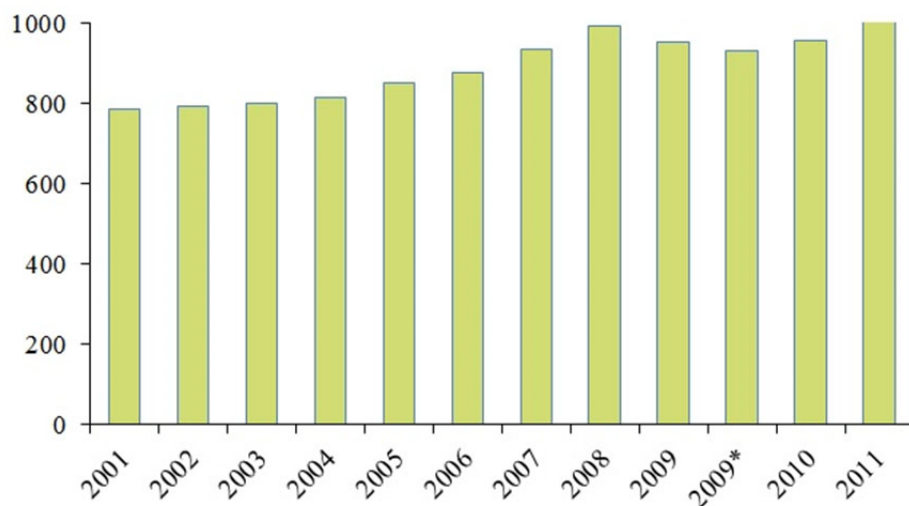
I 2011 hadde matindustrien i EU en samlet omsetning på om lag 1017 mrd. EUR⁶⁶, dvs. 14,9 prosent av industriens totale omsetning i EU. Figur 2.24 gir en oversikt over utviklingen i matindustriens samlede omsetning fra 2001 til 2011. Fra 2001 til 2008 var det en vekst i omsetningen, men i 2009 gikk omsetningen ned med 6,4 prosent i forhold til året før. Fra 2010 til 2011 økte omsetningen igjen med 6,4 prosent.

For flertallet av EUs medlemsland var matindustriens netto omsetning bedre i 2011 sammenliknet med 2010. Matindustrien i Romania hadde en omsetningsvekst på 7,1 prosent, i Estland var veksten på hele 50 prosent da man på et år gikk fra 1 milliard euro i omsetning til 1,5 milliarder euro. I Polen opplevde matindustrien en vekst i omsetningen på 24,3 prosent. Kun Storbritannia og Hellas opplevde en nedgang i omsetning. I Sverige økte omsetningen med 11,6 prosent og i Danmark var økningen på 38,8 prosent i 2011.

⁶⁶ I 2011 var 1 EUR lik 7,79 NOK i gjennomsnitt, ifølge Norges banks årsgjennomsnitt av daglige kurser.

Figur 2.24

Utvikling i omsetning i EUs matindustri, 2001–2011 (i mill. EUR)⁶⁷



* Oppdatert i CIAA Data & Trends 2012

Målt i omsetning er Tyskland, Frankrike, Italia, Storbritannia og Spania de største produsentene av mat- og drikkevarer i EU (jf. figur 2.25). Disse landene står for til sammen 75,3 prosent av den totale produksjon av mat- og drikkevarer i EU. Rangeringen av landene med størst matindustri er lik som i 2010. Estland, Latvia og Kypros er de landene med lavest omsetning på 1,5–1,6 mrd. EUR. Danmark, Sverige og Finland hadde hhv. 25,4, 19,2 og 11,3 mrd. EUR i omsetning i 2011.

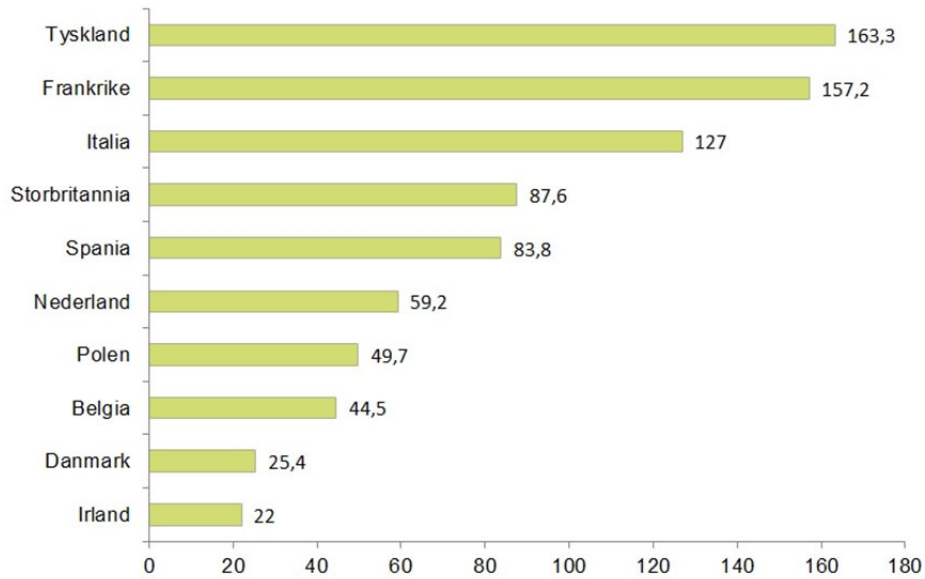


FOTO: © TINE MEDIEBANK

⁶⁷ Omsetning i perioden 2002–2004 omfatter EU-25, mens omsetning i perioden 2005–2011 omfatter EU-27.

Figur 2.25

Omsetning i EUs matindustri, 10 største land, 2011 (i mrd. EUR),
(for Nederland brukes tall fra 2010)



2.5.2 Handel med mat- og drikkevarer

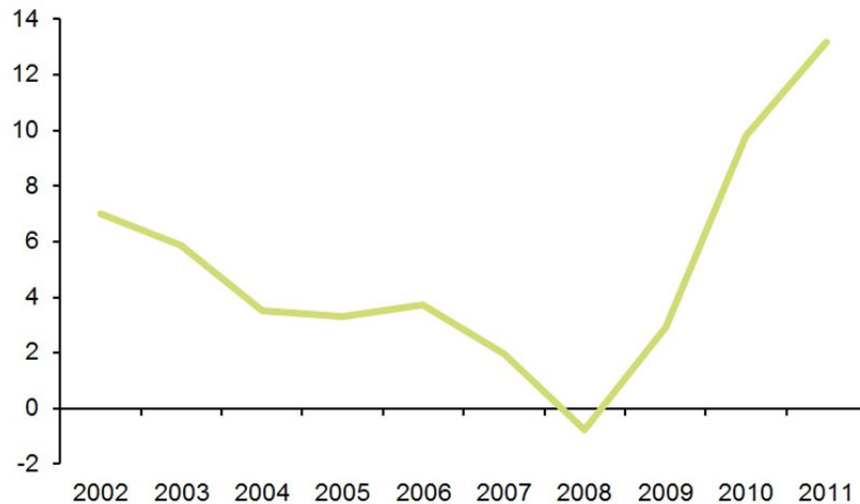
EU er nettoeksportør av mat- og drikkevarer, og hadde en positiv handelsbalanse på 13,2 mrd. EUR i 2011. Fra år 2002 hadde EUs handelsbalanse en ensidig nedgang, men fra 2008 til 2011 har handelsbalansen blitt vesentlig forbedret, først og fremst som følge av økt eksport. EUs eksport av matvarer økte med 17 prosent fra 2010 til 2011. Samtidig økte matvareimporten med 13 prosent.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Figur 2.26

Handelsbalanse for matindustrien i EU, 2002–2011 (i mrd. EUR)



USA er EUs viktigste handelspartner (jf. tabell 2.12). I 2011 eksporterte EU mat- og drikkevarer til USA for 12 mrd. EUR. Dette er en økning på 10 prosent fra året før. Andre viktige eksportmarkeder er Russland, Sveits, Japan og Kina. Også Norge er et viktig eksportland. Det er også interessant å merke seg at eksporten av matvarer til Kina økte med 48 prosent fra 2010 til 2011 og at eksporten til Hong Kong økte med 45 prosent. I 2011 passerte eksporten til Hong Kong eksporten til Norge. Brasil, Argentina, USA og Kina var de fire landene som hadde størst eksport av matvarer til EU i 2011. Den samlede importen fra disse landene utgjorde 33 prosent av total matimport i EU. Norges handel med mat- og drikkevarer med EU økte i 2011, men Norge er fremdeles en netto importør av mat- og drikkevarer fra EU.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

*Tabell 2.12*⁶⁸

EUs største handelspartnere i 2011 (i mill. EUR) og prosentvis endring i handelen fra 2010 til 2011

EKSPORT			IMPORT		
Land	I mill. EUR	Endring i prosent, 10/11	Land	I mill. EUR	Endring i prosent, 10/11
USA	12,001	9,94	Brasil	6,998	16,8
Russland	7,242	9,66	Argentina	5,378	2,8
Sveits	4,679	7,84	USA	4,085	11,5
Japan	3,705	9,71	Kina	4,064	12,8
Kina	3,545	48,14	Sveits	3,557	11,6
Hong Kong	2,787	45,16	Indonesia	3,140	22,1
Norge	2,711	19,11	Thailand	2,830	18,2
Canada	2,282	7,24	Tyrkia	2,133	12,7
Australia	1,723	14,94	Norge	1,972	10,8
Saudi Arabia	1,677	23,86	New Zealand	1,761	14,6

2.5.3 Konkurransesevne og bærekraftig verdikjede

Den økonomiske situasjonen i EU har aktualisert betydningen av velfungerende verdikjeder for mat. Prisene på jordbruksvarer fluktuerer, både innad i EU og på verdensmarkedet. I EU har situasjonen på verdensmarkedet bidratt til større risiko og mindre forutsigbarhet for alle ledd i verdikjeden. Det er en bekymring for at slike forhold kan få negative konsekvenser for både produsenter, distributører, arbeidstakere i sektoren og konsumenter.⁶⁹ De siste årene har vært utfordrende for EUs matindustri. EUs globale konkurransevne, en bærekraftig verdikjede og svingninger i råvarepriser har vært tema som har preget diskusjonen rundt matindustrien. Til tross for at EUs matindustri har stått relativt stødig gjennom økonomiske nedgangstider, og at EUs handelsbalanse i 2011 var sterkere enn den har vært på mange år, har EU likevel mistet markedsandeler de senere årene til fordel for fremvoksende økonomier. EUs andel av global eksport var i 2011 kun 16,5 prosent mot 20,5 prosent i 2002 og 25 prosent i 1998.

På bakgrunn av matindustriens konkurransesituasjon, formulerte en høynivågruppe (High Level Group on the Competitiveness of the Agro-Food Industry 2008–2010) flere sektor-spesifikke anbefalinger i 2010. Europakommisjonen har utarbeidet en oppfølgingsplan for å styrke matindustriens konkurransevne.⁷⁰

⁶⁸ Tallene er basert på produkter listet i NACE Rev 2 kode 10 og 11 og omfatter fisk.

⁶⁹ European Commission (2012), High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain, Third meeting Report.

⁷⁰ EU Kommisjonen (2009), *Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, A better functioning food supply chain in Europe*, http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication16061_en.pdf, 27.06.13.

Anbefalingene dekker en bred sammenfatning av virkemidler på mange områder. Det skulle blant annet arbeides for å få bedre innsyn i det private markedet for landbruksvarer, og utarbeides en mekanisme for å overvåke priser og prissetting i verdikjeden for matvarer.⁷¹ Det sistnevnte tiltaket førte til oppretting av en prisoversikt i Eurostat sommeren 2010, som skal gjøre det mulig å sammenligne prisindekser for landbruksvarer på ulike nivå i verdikjeden i ulike land.⁷²

I 2010 besluttet Europakommisjonen å utvide Høynivågruppens omfang og medlemskap, og opprettet et Høynivåforum (High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain) med et mandat som gjelder ut 2014.⁷³ Forumet består av 46 medlemmer. Dette er representanter fra EUs medlemsland, og representanter fra interessegrupper i de ulike leddene i verdikjeden. Norge er representert i forumet med en observatør. Forumet leder arbeidet med å følge opp anbefalingene til Høynivågruppen og skal i 2013 og 2014 gi råd til kommisjonen på en rekke områder av betydning for verdikjeden for mat. De skal blant annet identifisere nye utfordringer i verdikjeden for mat. Dette inkluderer netthandel, transport, skatt på mat og hvordan få konsumentene til å ta bærekraftige valg.

Under Høynivåforumet er det opprettet tre ekspertplattformer innen temaene kontraktsforhold mellom bedrifter i verdikjeden for matvarer (B2B), instrumenter for å overvåke matvarepriser, og konkurranseevne i verdikjeden. Den fjerde ekspertplattformen som tok for seg agro-logistikk ble avvirket fordi problemstillingen allerede er inkludert i plattformen som jobber med konkurranseevnen i verdikjeden. Plattformen for kontraktsforhold (B2B) har konsentrert arbeidet om å identifisere og bli enig om hvordan urimelig forretningspraksis kan karakteriseres. Samtidig skal gruppen identifisere eksempler på god forretningspraksis, samt foreslå tiltak de mener er nødvendig for å sikre en god forretningspraksis. Det er blant annet utarbeidet et dokument om vertikale kontraktsforhold, med forslag til prinsipper for god forretningspraksis, og med eksempler på god og urimelig forretningspraksis.⁷⁴

Ekspertplattformen konkurranseevne i verdikjeden har fire prioriterte arbeidsområder; sosiale forhold i verdikjeden, matmerking, innovasjon og det indre markedet for mat.

⁷¹ European Commission (2013), *High Level Group on Competitiveness*, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/high-level-group/index_en.htm, 25.06.13.

⁷² Eurostat (2011), *European Food Prices Monitoring Tool*, Eurostat, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/hicp/methodology/prices_data_for_market_monitoring, 18.8.11.

⁷³ European Commission (2013), *Forum for a Better Functioning Food Supply Chain*, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/forum_food/index_en.htm#h2-, 26.06.13.

⁷⁴ European Commission (2011), *Vertical relationships in the Food Supply Chain: Principles of Good Practice, B2B platform*, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/competitiveness/good_practices_en.pdf.

Plattformen som jobber med matpriser har trukket fram samarbeid mellom nasjonale statistikkbyråer som viktig for å styrke overvåkingen av matpriser.⁷⁵

I England er det etablert et eget regelverk kalt Grocery Supply Code of Practice (GSCOP) for dagligvarehandelen som regulerer ulike sider ved forretningspraksisen mellom matindustrien og handelen. GSCOP trådte i kraft i 2010 og omfatter Storbritannias største dagligvarehandler. I 2013 ble The Grocery Code Adjudicator Act iverksatt, der man opprettet et system og en funksjon for å overvåke implementeringen og håndhevingen av GSCOP.⁷⁶

I Finland har de nasjonale konkurransemyndighetene vurdert konkurranseforholdene i dagligvaresektoren. De har blant annet foreslått å endre grensen for når det skal gjennomføres en vurdering av om en aktør er dominerende til 30 % markedsandel.⁷⁷

Konkurranseevne

For å styrke matverdikjedens konkurranseevne ble det i høynivågruppens arbeid utarbeidet to oppfølgingstiltak:

- Fremme og støtte opp om restrukturering og konsolideringer i landbrukssektoren, både i forhold til distriktspolitikk og oppmuntring til etablering av frivillige produsentorganisasjoner, og i forhold til drøftinger om landbrukspolitikken etter 2013.
- Fremme og støtte opp om de 30 anbefalinger som ble utarbeidet av høynivågruppen i 2009, deriblant:⁷⁸
 - Fortsatt støtte til en mer markedsorientert jordbrukspolitikk i EU.
 - Tilstrekkelig tilbud av konkurransedyktig prisede råvarer.
 - Bedre støtte til SMB for styrket entreprenørskap.
 - Fremme SMB adgang til verdensmarkeder for matnæringens SMB.
 - Gripe markedsmuligheter gjennom bilaterale handelsforhandlinger.
 - Bedre definering av posisjonering i globale markeder og forbedret støtte til eksportbedrifter.
 - Bedre forskning og innovasjonsinnsats.

⁷⁵ High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain (2011), Second meeting of the High Level Forum, Tuesday, 29 November 2011, Mid-term report, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/competitiveness/midterm_report29112011_en.pdf.

⁷⁶ Taylor Wessing (2013), *The Grocery Code Adjudicator Act 2013*, <http://www.taylorwessing.com/news-insights/details/the-grocery-code-adjudicator-act-2013-2013-06-26.html>.

⁷⁷ Ministry of employment and the economy (2013), Programme for promoting healthy Competition, Finland, http://www.tem.fi/files/34284/Programme_for_promoting_healthy_competition_19092012.pdf.

⁷⁸ Landbruks- og matdepartementet (2009), *EU: konkurransekraft i landbruksbasert matnæring*, <http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/aktuelt/nyheter/2009/april-09/eu-konkurransekraft-i-landbruksbasert-ma.html?id=556154>, 15.02.10.

Ekspertplattformen som skulle se på konkurranseevne i verdikjeden kom frem til at merking av mat gir fordeler for både konsumenter og produsenter. Ny teknologi og innovasjon kan være med å utvikle merking av mat i fremtiden. De har fremmet et forslag om å lage en database for produsenter med informasjon om lovgivningen som omhandler merking. Dette vil redusere kostnadene, spesielt for små og mellomstore bedrifter, som igjen vil øke deres konkurranseevne.⁷⁹

Andre forhold som kommer til å få stor betydning for konkurranseevnen i EUs matindustri, er reformen av EUs landbrukspolitikk (CAP) som er vedtatt i 2013. Ett av hovedpunktene i reformen handler om å få en mer balansert verdikjede for mat og bedre konkurranseevne.⁸⁰

Bærekraftig verdikjede

Gjennomgangen av matindustriens konkurransesituasjon i EU har ført til en økt forståelse av en helhetstenkning i matvarekjeden, som inkluderte både tilbuds- og etterspørselssiden. Hensikten er å se generell bærekraftig konkurransekraft i en sammenheng, fra jord til bord. Det har vært en spesiell oppmerksomhet på å bedre forholdene for små og mellomstore matindustribedrifter bl.a. når det gjelder støtte til entreprenørskap, tilgang til finansiering, markedsadgang etc. Problematiskeringen av strategier for egne merkevarer (EMV) og markedsaktforhold er også temaer som vies betydelig oppmerksomhet.

Siden 2007 har prisene i alle ledd av verdikjeden for mat i EU steget. For å kontrollere denne prisutviklingen, og for å redusere prisfluktuationene, har konkurransetilsynene i EU strammet inn håndhevingen av konkurranse-loven. European Competition Network har gitt ut en rapport⁸¹ som gir en oversikt over de viktigste sakene konkurransetilsynene i EU har behandlet de siste årene, samtidig som betydningen av tilsyn for å nå målet om velfungerende verdikjede for mat belyses. Sammenhengen mellom verdensmarkedsprisene og EU sine matpriser er ikke enkel. Dette kan komme av asymmetri og ikke-linearitet i pristransmisjonen i EU. Hvor mye som veltes over fra råvarekostnad til konsumpris varierer sterkt mellom de forskjellige landene i EU. Det har vært en debatt i EU der flere har trukket fram at bondens andel av verdiskapingen er synkende, blant annet fordi jordbrukssektoren er fragmentert, og at dette fører til at primærleddet har mindre forhandlingsmakt sammenlignet med andre deler av verdikjeden for mat. Dette synet viser seg også gjeldende i nye resolusjoner fra Europaparlamentet og rapporter om den kommende CAP reformen.

⁷⁹ High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain (2011), *Expert platform on the competitiveness of the agro-food industry, Report on Food Labeling Practices*, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/competitiveness/labelling_report_en.pdf, 26.06.13.

⁸⁰ European Commission (2013), *Legal proposals for the CAP after 2013*, http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/legal-proposals/index_en.htm, 26.06.13.

⁸¹ European Competition Network (2012), *ECN Activities in the Food Sector, Report on Competition Law Enforcement and Market Monitoring Activities by European Competition Authorities in the Food Sector*.

2.5.4 *Forskning*

Investeringene i matindustrien i EU ligger på et lavt nivå sammenlignet med andre land. Utgiftene til forskning og utvikling som andel av omsetning, er i EUs matindustri betydelig lavere enn for eksempel i Japan, USA og Norge. Likevel har EU klart å opprettholde verdiskapningen i matindustrien. Som et ledd i EUs vekststrategi, «EU 2020», har EU uttalt et mål om å investere 3 % av BNP i FoU-aktiviteter.⁸²

EUs teknologiplattform (ETP) Food for Life⁸³

Den europeiske bransjeorganisasjonen for matindustrien, FoodDrinkEurope (tidl. CIAA), etablerte i 2005 en europeisk teknologiplattform. Målet med plattformen er å styrke matindustriens konkurransevne gjennom å styrke innovasjonsprosesser. Plattformen er et nettverk der aktører fra sektoren kan samles og sette en agenda for fremtidig forskning. På denne måten kan investeringer samkjøres og det er større muligheter for å skape synergieffekter. Store europeiske matforetak som bl.a. Mondelez, Coca-Cola, PepsiCo og Unilever er deltagere i plattformen. Det er formet syv grupper som skal fokusere på syv forskjellige satsingsområder:

1. Forbedre helse, velvære og holdbarhet,
2. Å tilby trygge matvarer som forbrukerne har tillit til,
3. Mat og forbrukere,
4. Matforedling, kvalitet og innpakning og emballering,
5. Bærekraftig og etisk matvareproduksjon,
6. Forvaltning av verdikjeden for mat,
7. Innovasjon støttet av kommunikasjon og teknologioverføring.

Det er tatt spesielt hensyn til at satsingsområdene skulle følge målene og strukturen satt i Horisont 2020. For å sikre en felles forståelse i EU, er det viktig at også forskningsstrategien for matsektoren er basert på en felles visjon siden denne vil kunne bli sentral for matsektorens fremtidige konkurransevne. ETP støtter opprettelsen av et kunnskaps- og innovasjonssamfunn (KIC) for matvarer i 2014 ved European Institute of Innovation and Technology (EIT). Dette vil bidra til å øke bevisstheten om og betydningen av midlene til forskning i matindustrien.

⁸² EU kommisjonen (2013), *The 5 targets for the EU in 2020*, http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/targets/index_en.htm, 24.06.13.

⁸³ ETP (2012), European Technology Platform “Food for Life” Strategic Research and Innovation Agenda (2013-2020 and Beyond), http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/SRIA_Executive_Summary_web_.pdf.

2.5.5 Horisont 2020⁸⁴

I 2014 settes EUs nye rammeprogram for forskning og innovasjon i kraft. Regjeringen meddelte i mai at Norge ønsker å bli et fullverdig medlem av Horisont 2020. Programmet vil ha tre hovedsatsningsområder:

- Grunnforskning som finansierer nysgjerrighetsdrevet, nyskapende forskning og storskala forskningsinfrastruktursamarbeid.
- Finansiering av industrielt lederskap og konkurranseevne.
- Finansiering av forskning og innovasjon for å løse felles samfunnsutfordringer.

Tidligere har det eksistert separate programmer for forskning og innovasjon, men dette er første gang disse feltene er blitt slått sammen til et helhetlig program. Dette vil gi forskere, innovasjonsmiljøer og norsk samfunns- og næringsliv store muligheter for forskning og innovasjon.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

⁸⁴ Kunnskapsdepartementet (2013), *Regjeringen sier ja til Horisont 2020*, <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/aktuelt/nyheter/2013/regjeringen-sier-ja-til-horisont-2020.html?id=727028>, Lest 24.06.13.

3 Rammebetingelser

Mat- og drikkeindustrien er som øvrig norsk næringsliv påvirket av de generelle rammebetingelsene som legges for eksempel gjennom skatte- og avgiftspolitikken og i lover og regler for arbeidslivet. Et høyt lønns- og kostnadsnivå i Norge, svingninger i valuta og verdensmarkedspriser påvirker handelen med mat. I jordbrukspolitikken legges rammene for råvareproduksjonen for store deler av norsk mat- og drikkeindustri. Gjennom internasjonale avtaler knyttes den norske matindustrien i økende grad opp mot europeisk og global matindustri. Store nasjonale og internasjonale utfordringer knyttet til klimaendringer, prissvingninger og befolkningsvekst, gjør det svært viktig med gode rammebetingelser for å sikre verdikjeden for mat i årene som kommer.

Etter flere års forsøk på å få til en WTO-avtale, er det i dag fortsatt stor usikkerhet om en fremtidig ny avtale. Tross liten fremgang i WTO-forhandlingene på nåværende tidspunkt, er det likevel blitt fremforhandlet flere bilaterale handelsavtaler, og det er knyttet stor spenning til en eventuell avtale mellom USA og EU. I Norge er blant annet resultatet fra de siste Artikkel 19 forhandlingene implementert fra og med 1. januar 2012.

I tillegg til jordbruks- og handelspolitikken, setter også avgifter og tilskudd viktige rammer for norsk matindustri. Selv om mange av tilskuddsordningene er lagt på primærleddet, er tollsatser, importkvoter, RÅK-ordningen, PU-ordningen, frakt- og transporttilskuddene og SkatteFUNN eksempler på ordninger som er av betydning for matindustrien.

3.1 Nasjonal jordbrukspolitikk

Innenfor rammen av handelspolitiske avtaler som WTO og EØS, har Norge et betydelig handlingsrom for å føre en nasjonal jordbrukspolitikk. Denne utgjør en viktig rammebetingelse for norsk matindustri fordi den i stor grad legger premissene for prisene på jordbruksråvarer, og dermed kostnadsnivået for matindustrien. De tre hovedpilarene i den norske landbruksmodellen er: Importvernet, jordbruksavtalen og markedsordningene.⁸⁵ Disse ligger til grunn for den norske landbruks- og matpolitikken, og skal bidra til forutsigbarhet for landbruket og norsk næringsmiddelindustri.

Velkommen til bords

I april 2012 vedtok stortinget Meld. St. 9 (2011–2012) «Landbruks- og matpolitikken. Velkommen til bords», bestående av fire overordnede mål for norsk landbruks- og matpolitikk: *Matsikkerhet, landbruk over hele landet, økt verdiskapning og bærekraftig landbruk*. Det vektlegges i meldingen at landbrukets viktigste oppgave er å produsere trygg og ren mat til egen befolkning.

⁸⁵ Norsk landbrukssamvirke (2013), hentet fra: <http://www.landbruk.no/Naeringspolitikk/Nasjonalt>, 18.09.2013.

For å styrke den globale matsikkerheten, samt imøtekomme SSBs anslag om en befolkningsvekst i Norge på 20 prosent de neste 20 årene, ønsker man å legge til rette for økt produksjon av landbruksvarer og dermed opprettholde selvforsyningsgraden omtrent på dagens nivå. Gjennom distriktpolitisk innretting av virkemidler, ønsker regjeringen også å videreutvikle inntekts- og velferdspolitikken i landbruket, samt sikre et landbruk med variert bruksstruktur over hele landet. Regjeringen har som mål å legge grunnlaget for en fremtidsrettet landbruks- og matpolitikk, med fokus på bærekraftig jordbruk og forvaltning av jorden.

Regjeringen stadfester i meldingen at det skal sikres rammevilkår som gjør det mulig å være konkurransedyktig når det gjelder import, blant annet gjennom at ordningene for prisnedskrivning for RÅK-varer videreføres. Det understrekes at importvernet skal sikre et handlingsrom for å føre en nasjonal landbrukspolitikk.

Jordbruksforhandlingene og Jordbruksavtalen

Hovedavtalen for jordbruket trådte i kraft 1. september 1950, men har siden den gang blitt vesentlig endret. I 1992 ble en ny avtale grunnlag for Jordbruksforhandlingene slik de er i dag, der avtalen sees på som en næringsavtale mellom næringsorganisasjonene og Staten. Hovedavtalen regulerer prosessen og fremgangsmåten ved jordbruksforhandlingene og inngåelse av jordbruksavtalen.⁸⁶ I de årlige jordbruksforhandlinger mellom Staten og næringsorganisasjonene forhandles det blant annet om priser på flere sentrale jordbruksvarer, tilskudd og andre virkemidler for å nå målsettingene satt i landbruksmeldingen. Det er Norges Bondelag og Norsk Bonde- og småbrukarlag som har forhandlingsansvar på vegne av jordbruket. Statens forhandlingsleder sitter i Landbruks- og matdepartementet.

Markedsordningene

Markedsordningene i jordbruket omfatter markedsregulering, prisbestemmelser og prisutjevning, importvernet, og enkelte tilskuddordninger tilknyttet primærprodukter i jordbruket. Også flere av fraktordningene har betydning for markedsordningene. Markedsreguleringen er hjemlet i Omsetningsloven, og har som hensikt å balansere tilførselen av jordbruksråvarer på markedet. Vesentlige mål er å oppnå den prisen som er fremforhandlet i jordbruksavtalen (målpris) eller planlagte prisløype som er lagt til grunn for råvarene (volummodellen), sikre forutsigbarhet og jevn og sikker avsetning av råvarer fra alle primærprodusenter i alle deler av landet gjennom mottakplikten, og sikre foredlingsindustrien en stabil tilførsel av råvarer (forsyningsplikten) basert på konkurransenøytrale prinsipper. Ved overproduksjon av en råvare benyttes foruten vanlige prismekanismer, tiltak som lagring, produksjonsplanlegging og eksport (ikke i volummodellen). Ved underproduksjon kan det åpnes for midlertidig import. Da fordeles norsk råvare basert på historisk fordeling. Tiltakene i markedsreguleringen er basert på selvfinansiering.

⁸⁶ Bondelaget (2013), hentet fra:
http://www.bondelaget.no/getfile.php/Dokumenter/Jordbruksforhandlingene%202011/Avtaleguide2012_2013hele.pdf, 19.09.2013.

Dette gjøres gjennom en omsetningsavgift som kreves inn på omsetning av melk, kjøtt av svin, sau/lam, storfe/kalv, egg, korn og pelsdyrskinn. For frukt og grønt har staten siden 1983 finansiert kollektiv dekning av omsetningsavgiften over Jordbruksavtalen.

Vedtaket om bruk av omsetnings- og avgiftsmidlene fattes av Omsetningsrådet. Unntaket er egg, kylling og kalkun, hvor satsene vedtas av Landbruks- og matdepartementet. Omsetningsrådet kan gjennomføre såkalte markedstiltak med formål om å sikre avsetning av norske jordbruksvarer.

I 2013 gikk omsetningsavgiften på svinekjøtt og egg opp, mens avgiften på storfe, lam og fjørfe gikk ned. Ytterligere ble omsetningsavgiften på melk kraftig redusert med 7 øre per liter fra 1. juli 2013. Bakgrunnen for reduksjonen var lavere reguleringskostnader og økte inntekter til fondet fra overproduksjonsavgiften

For korn, kjøtt av gris, lam/sau og storfe/kalv, er omsetningsavgiften satt som en maksimalsats. Innenfor denne grensen kan Omsetningsrådet endre avgiften gjennom året etter behov. TINE, Nortura og Norske Felleskjøp har som markedsregulatorer ansvar for markedsreguleringen innenfor sine sektorer.

Fra målpris til volummodell

Som følge av at Norge har utnyttet den maksimale internstøtten i gjeldene WTO-avtale (AMS, se kap. 3.2), har det vært behov for å gjennomføre endringer i markedsreguleringssystemene. I 2007 ble målprisen på fjørfekjøtt fjernet og erstattet av en referansepris. Referanseprisen fastsettes med basis i prisuttak på engrosnivå i foregående avtaleår. Den gir grunnlag for administrering av tollvernet, men ikke for markedsregulering finansiert av omsetningsavgiften.

Sterk prisvekst på verdensmarkedet fra 2007 samt økt kostnadsvekst for flere sentrale innsatsfaktorer i jordbruket, bidro til unormalt høye målpriser ved jordbruksoppkjøret i 2008 (også store produksjonsvolumer på flere produkter i 2008, særlig korn). For å hindre at det i liknende situasjoner ikke ville komme i konflikt med gul boks i WTO-avtalen, ble målprisen for storfekjøtt avvirket og markedsordningen for storfe lagt om fra målpris- til volummodellen, med virkning fra 1. juli 2009. Nortura er fremdeles markedsregulator, men i stedet for å regulere for å oppnå en fremforhandlet målpris, fastsetter Nortura nå en planlagt gjennomsnittlig engrospris for hvert halvår, og en planlagt prisløype. I jordbruksforhandlingene blir det avtalt en maksimalpris. Markedspriser over dette nivået vil resultere i administrative tollreduksjoner. Fra og med 1. juli 2013 gjelder volummodellen også for sau, lam og egg.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Målpris

I de årlige jordbruksforhandlingene avtales det målpriser på ulike varer og varegrupper av jordbruksprodukter. I henhold til gjeldende jordbruksavtale skal målprisene være priser som jordbruket reelt sett skal kunne oppnå ut fra balanserte markedsforhold, det fastsatte importvernet og de markedsreguleringsmulighetene som er til disposisjon. Dessuten vil prisfastsettelsen gjennom målprissystemet være et hovedvirkemiddel for å regulere markedene for jordbruksvarer. Jordbruksavtalens målpriser gjelder normalt for ett avtaleår, vanligvis fra 1. juli–30. juni. Målprisene knyttes til korn, melk, svinekjøtt, poteter, epler og et utvalg grønnsaker.

Volummodell

Modellen går ut på å balansere markedet innenfor fastsatte tollsatser og ut fra dekningsgrad og forsyningsbalanse (volumindikatorer). Virkemidler er pris (opp mot en øvre maksgrense) og noen volumregulerende tiltak som bl.a. sesongregulering og unntaksvis eksportregulering.

Importvernet

Importvernet skal sikre avsetningen av norske råvarer til priser som er avtalt i jordbruksavtalen uten å skape store forstyrrelser i markedet. Samtidig skal importvernet legge til rette for en nødvendig import av landbruksprodukter som et supplement til norsk produksjon ut fra hensynet til forbrukere og næringsmiddelindustri.

Importvernet er utformet slik at det skal være en preferanse for norske råvarer når disse er tilgjengelige. Men samtidig skal det være rom for import hvis markedssituasjonen skulle tilsa det, det vil si hvis etterspørselen er større enn nasjonal produksjon.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

3.2 *Handelspolitiske avtaler*

Det er en rekke handelspolitiske avtaler som omfatter matområdet. Viktigst er den multilaterale WTO-avtalen fra 1995 og EØS-avtalen fra 1994 med senere endringer. Begge avtalene har etter hvert fått betydelige konsekvenser for utformingen av norsk landbrukspolitikk, særlig de handelspolitiske tiltakene. Utover dette har Norge bilaterale handelsavtaler med en rekke andre land.

3.2.1 *WTO - Landbruksavtalen*

Verdens handelsorganisasjon (WTO) er en verdensomfattende organisasjon som dekker både varehandel, tjenestehandel og immaterielle rettigheter. WTO har per mars 2013 159 medlemsland, alle med en stemme og med vetorett. Ett av hovedmålene i WTO er å liberalisere handel mellom land. Gjeldende WTO-avtale ble implementert 1. januar 1995 og gir føringer for Norges handel med matvarer. WTOs landbruksavtale innebærer forpliktelser knyttet til bl.a. markedsadgang, eksportstøtte og samlet støtte til jordbruket. Avtalen innebærer i tillegg en viss harmonisering av regelverk knyttet til plante- og dyrehelse, kvalitet og opprinnelsesmerking mv. Dette er for å hindre at slike bestemmelser urettmessig blir benyttet som handelshindringer.

Etter innføringen av WTO-avtalen i 1995 ble det kvantitative importvernet for jordbruksvarer erstattet med et tollbasert importvern. Norge måtte også, i likhet med andre land, protokollere en bindingsliste med tollsatser, tollsatsreduksjoner og kvoter for minimumsimport og videreføring av eksisterende importmuligheter.⁸⁷ I disse bindingslistene ble tollsatsene fastsatt i både kroneverdi og prosentverdi. Satsene er Norges maksimalt tillatte tollsatser i henhold til forpliktelsene i WTO-avtalen. Innenfor dette taket står Norge fritt til å bestemme tollsatsene samt om det skal benyttes krone- eller prosenttoll.

Ved innføringen av WTO-avtalen i 1995 forpliktet medlemslandene seg også til å redusere den interne støtten til landbruket med 20 prosent fra 1995-nivå. Støtten til landbruket deles inn i gul, blå, og grønn boks, der fargene indikerer hvor markedsforstyrende støtten er. Gul støtte, også kalt Aggregate Measurement of Support (AMS), anses å være mest produksjons- og handelsvridende, og er derfor underlagt restriksjoner. Denne støtten består i all hovedsak av to elementer: (1) Markedsprisstøtte og (2) Produksjonsavhengig budsjettstøtte. Markedsprisstøtten beregnes som differansen mellom administrativ målpris og en fast ekstern referansepris (verdensmarkedspris 1986–1988) multiplisert med innenlands produsert volum. Dette innebærer at det ikke beregnes AMS for produkter der det ikke finnes målpris.

⁸⁷ Utenriksdepartementet (1995), hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/nou-er/1995/nou-1995-5/17/2.html?id=427424>,
19.09.2013.

Det maksimale taket på gul støtte blir ikke påvirket av eventuelle endringer i de internasjonale prisene. Eksempler på produksjonsavhengig støtte er grunntilskudd og transportstøtte.

Det er per i dag ingen restriksjoner når det gjelder blå eller grønn støtte. Produksjonstilskuddene, distriktstilskuddene og driftstilleggene er viktige ordninger i blå boks. Areal- og kulturlandskapstilskuddene ble flyttet over i grønn boks i forbindelse med opprettingen av nasjonale og regionale miljøprogram i 2007. Andre viktige ordninger i grønn boks er støtte til økologisk jordbruk, investeringsstøtte og velferdsordninger (avløsertilskudd). Importkvoter og eksportstøtte er også viktige elementer i WTO-avtalen. Disse omtales nærmere under kapittel 3.3.

Pågående forhandlinger: Doha-runden

I 2001 ble det startet opp en ny forhandlingsrunde i WTO i forbindelse med ministerkonferansen i Doha, også kalt «Doha agendaen». Doha-forhandlingene er nå inne i sitt ellefte år, og man har foreløpig ikke klart å komme til enighet om en endelig avtale. I løpet av det siste året har en mulig forhandlingsløsning og en ferdigstilling av en ny WTO-avtale virket fjernere enn tidligere år.

I desember 2008 la jordbruksforhandlingenes leder, ambassadør Crawford Falconer, frem et utkast til revidert rammeverk. I denne skissen gjensto det 10 uavklarte spørsmål (se vedlegg 4 for detaljer). I forhandlingene på landbruksområdet legger norske myndigheter vekt på at det skal være mulig å utforme en nasjonal landbrukspolitikk som tar hensyn til kulturlandskap, biologisk mangfold og distriktspolitikk, samtidig som de fremmer hvert lands rett til å ha egen matproduksjon. Handelsliberalisering med mat er et vanskelig tema, og det råder stadig stor usikkerhet rundt tekstens 10 uavklarte spørsmål. Generaldirektør Roberto Azevêdo har uttalt seg positivt før den 9. ordinære ministerkonferansen i WTO, som arrangeres i år på Bali 3.-6. desember. På landbruksområdet er aktuelle tema for møtet tollkvoteadministrering, støtte for å oppnå matvaresikkerhet og eksportstøtte.⁸⁸

3.2.2 EØS; Artikkel 19 og protokoll 3

EØS-avtalen knytter Norge til EUs indre marked. Den ble inngått mellom Norge (EFTA) og EU i 1994. Politikk- og næringsspørsmål innen landbruk er i prinsippet unntatt fra EØS-avtalen, med unntak av veterinære saker. Avtalen inneholder likevel bestemmelser om økt handel med jordbruksråvarer i artikkel 19 og en avtale for handel med bearbejdede landbruksvarer i protokoll 3.

⁸⁸ LMD (2013), hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/dok/regpubl/prop/2012-2013/prop-164-s-20122013/5.html?id=728551>, 14.08.2013.

Utviklingen i EUs landbrukspolitikk har betydning for norsk landbruk og matindustri på flere områder. Norge er for eksempel forpliktet til å følge EUs bestemmelser på mattrygghet (blant annet gjennom veterinæravtalen). Utformingen av EUs landbrukspolitikk har også betydning for graden av sammenfall i interesser mellom EU og Norge i internasjonale prosesser, som i WTO-forhandlingene.

Artikkel 19

Avtalene inngått med utgangspunkt i artikkel 19 i EØS-avtalen, omfatter tollreduksjoner for landbruksvarer og etablering av importkvoter for enkelte varer. I henhold til artikkel 19 skal Norge og EU, med to års mellomrom, gjennomgå vilkårene for handelen av basis landbruksvarer (melk, kjøtt, grønnsaker mv.) med sikte på en gradvis liberalisering. Forhandlingene skal skje innenfor rammen av partenes respektive landbrukspolitikk. Videre reduksjoner av handelshindringer skal skje på gjensidig fordelaktig basis.

I januar 2010 ble Norge og EU enige om en ny avtale etter artikkel 19. Denne trådte i kraft fra 1. januar 2012. Avtalen innebærer blant annet en gjensidig økning av importkvotene for ost fra 4 500 tonn til 7 200 tonn. Den opprinnelige kvoten på 4 500 tonn fordeles etter historisk prinsipp, mens den utvidede mengden (utover 4 500 tonn) blir fordelt på auksjon. Fra 2014 vil hele kvoten bli importert under et nytt importsystem som skal bidra til større grad av likebehandling av importørene.

I tillegg til ost omfatter avtalen tollfrie kvoter for blant annet storfekjøtt (900 tonn), kylling (800 tonn) og gris (600 tonn). Disse kvotene er midlertidige, og vil senere inngå i en eventuell ny WTO-avtale. Norge har videre gitt toll-lettelser eller importkvoter på enkelte innsatsvarer til konserves- og forindustrien, samt en liten økning i de eksisterende kvotene for skinker, pølser, kjøttboller og andebryst. I avtalen av 2010–2011 (St.prp. nr. 62s) er det også redusert toll på blomster, grønnsaker, bær, stivelse, oljer, juicer, mat til kjæledyr m.m. Som en konklusjon fra EØS-rådsmøtet i 2012, er det enighet om at Norge og EU skal ha en gjennomgang av vilkårene for handel med landbruksvarer i løpet av 2013/2014.

Protokoll 3

Protokoll 3 omfatter handelen med industrielt bearbejdede landbruksvarer, såkalte RÅK-varer. Protokoll 3 trådte i kraft i 2002. Senere har avtalen blitt reforhandlet, og gjeldende protokoll 3-avtale ble implementert 1. november 2004.

Tanken bak protokoll 3 er at man skal legge til rette for full konkurranse på bearbejdingsleddet, samtidig som man tar hensyn til at det er ulik landbrukspolitikk i Norge og EU. Tollsats for RÅK-varer beregnes i de fleste tilfeller ut fra produktets innhold av viktige jordbruksråvarer, med utgangspunkt i prisdifferansen mellom Norge og EU i 1994. Disse varene får derfor en langt lavere tollsats enn hva som er tilfellet for basis landbruksvarer, og er dermed i langt større grad utsatt for importkonkurranse enn basis landbruksvarer. Tilsvarende avtaler har Norge også med en rekke andre land.

3.2.3 EUs landbrukspolitikk

Landbrukspolitikken i EU (CAP), utgjør en betydelig andel av EUs felles budsjett, og er en viktig del av unionens felles politikk og fordeling mellom medlemsland.

*Reform av EUs felles landbrukspolitikk – The Common Agricultural Policy (CAP)*⁸⁹

EUs medlemsland ble i år enige om en felles landbrukspolitikk gjeldende for perioden, 2014–2020. Dette ble vedtatt i Rådet, Europakommisjonen og Europaparlamentet. Hovedsakelig er det snakk om en videreføring av strategier og hovedlinjer som har blitt gjennomført de 10 siste årene, men den nye politikken innebærer en større anerkjennelse av bøndernes sentrale rolle som forhandlingspart, for at verdikjeden for mat skal fungere mest mulig effektivt. Det satses blant annet sterkt på å innføre tiltak for utjevne de relativt store forskjellene i nivå på direkte støtte mellom medlemsland. Land som historisk sett har hatt høye støttenivå har mottatt relativt mye budsjettmidler, og omvendt. Fra og med 2019 skal derfor ingen medlemsland motta mindre enn 75 prosent av EU-gjennomsnittet. Politikken har også som hensikt å utjevne forskjellene i støttenivå mellom gårdsbruk, og samtidig knytte en større andel av direktetilskuddet til miljøfremmende produksjonsmetoder (30 %). For å sikre rekruttering og oppmuntre til generasjonsskifte i jordbruket, legges det i reformen opp til å styrke unge bønders økonomi gjennom ulike støtteordninger⁹⁰. Utover dette skal midlene til forskning, innovasjon og kunnskapsformidling også økes kraftig. Den nye CAP trer i kraft 1. januar 2014.

Bilaterale forhandlinger: EU og USA

Som følge av et turbulent økonomisk klima og med håp om nye vekstmuligheter, gikk den første forhandlingsrunden om en frihandelsavtale mellom EU og USA, Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP), av stabelen i juli 2013. Dette kan bli historiens største bilaterale avtale, og kan danne verdens største frihandelsområde. Det forventes at handel med jordbruksvarer kommer til å bli et av de vanskeligste forhandlingsområdene. Virkningene av en slik avtale kan få store økonomiske og utenrikspolitiske konsekvenser for Norge.

Økt fokus på matmakt

Det har de siste årene blitt rettet økt oppmerksomhet mot styrkeforholdene i verdikjeden og handelens mulighet til å opprettholde høye forbrukerpriser, tross nedgang i produsentpriser på matmarkedet i EU. Det har derfor blitt iverksatt et omfattende arbeid for å komme frem til tiltak for en bedre fungerende matvarekjede. Europakommisjonen avsluttet første del av utredningsarbeidet i desember 2012, hvor man har kommet frem til en felles forståelse av uredelig handelspraksis. Et ferdig rammedirektiv/retningslinjer skal stå klart i løpet av 2014 (se kap. 2.5.3 for ytterligere omtale).

⁸⁹ Norsk Landbrukssamvirke (2013), hentet fra: <http://www.landbruk.no/Nyheter/Nyhetsartikler/Naeringspolitikk/Reform-av-EUs-felles-landbrukspolitikk>, 29.08.2013.

⁹⁰ Unge jordbrukere får 25 prosent ekstra støtte de fem første årene etter etablering.

Innstramminger i regelverket for mattrygghet

Europakommisjonen gjennomførte i 2012 den største regelverksrevisjonen siden 2002/2004. Det ble lansert et nytt lovforslag som tok sikte på å stramme inn og forenkle regelverket for mattrygghet.⁹¹ Selv om regelverksrevisjonen har pågått lenge, er det grunn til å tro at skandalen med bruk av hestekjøtt i flere foredlingsbedrifter i EU har bidratt til innstrammingsforslagene. Norge vil bli påvirket gjennom EØS avtalen. Det foreslås blant annet en obligatorisk innkreving av avgifter for å finansiere offentlig kontroll av matkjeden. Dette bidrar til større sikkerhet for forbrukerne, men økte kostnader på produksjonsleddet. Kommisjonen har mål om ikrafttredelse av den nye lovpakken i 2016.

3.2.4 EFTA: Bilaterale avtaler

I tillegg til WTO og EØS-avtalen har Norge inngått handelspolitiske forpliktelser gjennom EFTA (European Free Trade Area). EFTA har per 1. januar 2013 inngått handelsavtaler med 26 grupper av land som dekker 36 nasjoner.⁹² EFTA har ingen felles landbrukspolitikk, slik at temaet fremforhandles bilateralt for hvert land. Et viktig mål for EFTA-landene og Norge er å oppnå parallellitet i forhold til EUs tredjelandsavtaler. I de bilaterale forhandlingene tilbyr Norge derfor i stor grad de samme vilkårene som innrømmes overfor EU på landbruksvarer utenfor kvoter. Som i WTO, definerer EFTA fisk som en industrivare. Norge har sterke eksportinteresser på dette området, mens vi for landbruk i hovedsak har defensive interesser. Under handelspolitiske forhandlinger skilles det vanligvis mellom jordbruksråvarer og bearbeidede jordbruksvarer. Bearbeidede jordbruksvarer omfattes i større grad av frihandel.

Nye tollkvoter fra EFTA-landene

EFTA-landene har blitt enige om en revidert EFTA-konvensjon som trådte i kraft 1. juli 2013. Avtalen omfatter bl.a. kjøtt, pølser og juice. Det innføres nye tollkvoter og den eksisterende ostekvoten utvides fra 90 til 200 tonn. Endringene medfører at EFTA-landene i større grad likestilles med EU når det gjelder tollsatser.

EFTA forhandler frihandelsavtaler bl.a. med tollunionen Russland, Hviterussland og Kasakhstan, en avtale det tas sikte på å slutføre i løpet av første halvdel av 2014. Videre arbeides det med å fremforhandle frihandelsavtaler med India, Indonesia, Vietnam, Malaysia, Bosnia–Herzegovina og flere land i Mellom–Amerika. Forhandlinger med Thailand og Algerie har blitt innledet, men står for tiden på vent på grunn av politiske forhold. I 2012 ble frihandelsavtalen med Ukraina og Peru ratifisert (avtalene trådte i kraft hhv. 1.6.2012 og 1.7.2012).

⁹¹ Europaportalen (2013), hentet fra:

<http://www.regjeringen.no/nb/sub/europaportalen/tema/landbruk-og-mat/nyheter-landbruk-mat.html?contentid=732032&cid=686537>, 29.08.2013.

⁹² EFTA (2012), *Free trade agreements*, hentet fra: <http://www.efta.int/free-trade/free-trade-agreements.aspx>, 16.8.2013.

I tillegg har EFTA signert avtaler med både Colombia, Montenegro og Hong Kong, men disse må behandles i Stortinget før avtalene ratifiseres. Norges bilaterale diskusjoner med Kina står i stampe etter fredsprisutdelingen i 2010. Disse foregår for øvrig uavhengig av EFTA.

3.2.5 *Import fra utviklingsland og GSP-ordningen*⁹³

Gjennom GSP-ordningen (General System of Preferences) gir Norge preferansetoll på import fra alle utviklingsland. Det innebærer at Norge gir tollnedssettelse på 10 til 100 prosent på utvalgte tekstil- og landbruksvarer. GSP-ordningen aksepteres gjennom unntaksklausulen i WTO-avtalen. Ordningen har blitt endret og utvidet flere ganger siden den ble innført i 1971. Systemet er i dag iverksatt for omtrent 90 land og områder, der 35 av disse er såkalte minst utviklede land (MUL).⁹⁴ Fra 1. januar 2013 har noen land blitt tatt ut av ordningen, mens andre har skiftet kategori, basert på utviklingsstatus. Det har i tillegg blitt innført en ny landgruppe, GSP+, som omfatter de 35 minst utviklede landene. Disse vil blant annet få tollfrihet på tekstilvarer og klær, samt 50 og 100 prosent tollreduksjon på visse næringsmidler.⁹⁵

I tillegg ble det innført en ny tollfri GSP-kvotepå 40 000 tonn melasse til dyrefôr i 2013. I forbindelse med overgangen til prosenttoll, ble det innført en ny kvote på 500 tonn biffer og fileter av storfekjøtt som kan importeres til gammel kronetoll. Kvotene for hermetisk skinke og hermetisk tunge fra GSP-land ble slått sammen til en felles kvote. Også kvotene for brekkbønner, snittbønner og hermetiske erter ble slått sammen til en felles kvote.⁹⁶

Norge innførte i 1995 det som kalles nulltoll-ordningen, som innebærer null toll på alle varer fra de minst utviklede landene (de såkalte MUL-landene). Hvilke land som til en hver tid dekkes av GSP- og nulltollordningen bestemmes ut fra OECDs DAC-liste (listen inneholder en oversikt over land som er godkjente som mottakere av offisiell utviklingshjelp). I 2008 inkluderte Norge også lavinntektsland med en befolkning på under 75 millioner i nulltollordningen. Det innebar en økning fra 50 land til 64 land. Formålet med ordningen er å øke importen fra utviklingsland. Botswana, Namibia og Swaziland har i dag en særordning i GSP. Dette medfører at de får langt bedre tollpreferanser enn for andre land med samme inntektsnivå.

⁹³ Tollvesenet (2008), *GSP-Generelle tollpreferanser for import av varer fra utviklingsland*, http://www.toll.no/templates_TAD/Article.aspx?id=118824&cepslanguage=NO&parentid=66246, 16.08.11.

⁹⁴ Tollvesenet (2013), hentet fra: http://www.toll.no/templates_TAD/Article.aspx?id=267309&cepslanguage=no, 19.09.2013.

⁹⁵ Tollvesenet (2013), *GSP- handel med U-land*, hentet fra: http://www.toll.no/templates_TAD/Article.aspx?id=267309&cepslanguage=no, 19.08.2013.

⁹⁶ Mail fra Aslak Berg, SLF, 20.08.2013.

Dette innebærer blant annet tollfri import av kjøtt fra sau, lam og storfe, innenfor såkalte indikative tak. For Namibia og Botswana er det innført et indikativt tak på tollfri import på 2700 tonn utbenet storfekjøtt, og for Swaziland et tak på 500 tonn storfekjøtt. Gjennom EFTAs frihandelsavtale med Den sørafrikanske tollunion (SACU) har Botswana, Namibia og Swaziland i tillegg en kvote på 500 tonn storfekjøtt. Til sammen utgjør tollfrie importvolumer fra SACU-landene 3 700 tonn benfritt storfekjøtt. For kjøtt fra sau og lam er det indikative taket på tollfri import fra de tre landene på 400 tonn. Ordningen med kvantumsregulert innførsel av storfekjøtt og kjøtt fra sau og lam fra Botswana, Namibia og Swaziland, opprettholdes og videreføres i 2013.

Fra og med 7. mars 2008 ble det gjennomført endringer i forskrift om sikkerhetsmekanisme ved import av landbruksvarer under GSP-ordningen. Sikkerhetsmekanismen innebærer at når import fra GSP-land fører til vesentlig markedsforstyrrelse eller fare for dette, kan man iverksette tiltak for å fjerne markedsforstyrrelsen. Dette kan innebære helt eller delvis å oppheve preferansetoll-behandlingen for den gjeldende varen med umiddelbar virkning.⁹⁷ Denne mekanismen har ikke blitt benyttet.

Opprinnelsesmerking er en viktig del av systemet med tollpreferanser. Dette er for å sikre at varene kommer fra de landene som systemet er tenkt å hjelpe. EU reviderte og forenklet sitt regelverk nylig, og Norge benytter de samme reglene.

3.2.6 *Innenlands og utenlands bearbeiding av landbruksvarer*⁹⁸

Ordningen med *innenlands bearbeiding* gir virksomheter adgang til å bearbeide ufortollede landbruksvarer som skal føres ut av landet igjen. Hensikten med ordningen er at når norsk landbruksbasert næringsmiddelindustri produserer for eksportmarkedet, skal de få tilgang til råvarer på et kostnadsnivå på linje med konkurrerende næringsmiddelindustri. Toll- og avgiftsdirektoratet har hovedansvaret for ordningen. Statens landbruksforvaltning (SLF) foretar en landbruks- og næringspolitisk vurdering som er grunnlag for bevilgningen til innenlands bearbeiding i Norge.⁹⁹

Ordningen med *utenlands bearbeiding* gir mulighet for at både industrielt bearbeidede jordbruksvarer og andre landbruksvarer kan føres ut av Norge for bearbeiding i utlandet. Deretter kan de gjeninnføres til Norge uten at det ilegges toll på varen. Det er bare råvarer som tilføres i utlandet som skal ilegges toll.

⁹⁷ Landbruks- og matdepartementet (2008), FOR 2008-03-07 nr. 228: Forskrift om sikkerhetsmekanisme ved import av landbruksvarer fra utviklingsland omfattet av ordningen for generelle tollpreferanser.

⁹⁸ SLF (2012), Utenlands bearbeiding, <https://www.slf.dep.no/no/internasjonalt/handel/import/utenlands-bearbeiding#behov-for-bearbeiding-av-norske-varer-i-utlandet->, 20.9.2012.

⁹⁹ SLF (2012), Innenlands bearbeiding, <https://www.slf.dep.no/no/internasjonalt/handel/import/innenlands-bearbeiding#hva-innebaerer-ordningen->, 20.9.2012.

Virksomheter som ønsker å benytte seg av ordningen, må søke SLF før varene sendes ut av landet for bearbeiding. Kjøtt, kjøttvarer og meierivarer er kvantumsbegrenset ved tollkvoter. Disse auksjoneres ut for en treårig kvoteperiode.¹⁰⁰ For industrielt bearbeidede jordbruksvarer som omfattes av råvarekompensasjon (RÅK-varer), skal det beregnes toll av andelen av den gjeninnførte varen som er tilført i utlandet. Tollen beregnes også i henhold til RÅK-forskriften. For andre landbruksvarer skal det beregnes vanlig toll av det som er tilført varene i utlandet.¹⁰¹ Søknad om tollnedsettelse sendes til Statens landbruksforvaltning (SLF) og innvilges for et år om gangen.

Meld. St. 9 (2011–2012) vektlegger at ordningen med utenlands bearbeiding av landbruksvarer vil videreføres slik den er. Det understrekes at ordningen er ment som en unntaksbestemmelse, og at foredlingen av norske råvarer som en hovedregel skal skje i Norge.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹⁰⁰ Den første auksjonen ble gjennomført 20. september 2007, og gjaldt for den treårige kvoteperioden fra 1.1.2008 - 31.12.2010. Forrige auksjonsrunde ble gjennomført 18. november 2010 og gjelder for årene 2011, 2012 og 2013.

¹⁰¹ Tollvesenet (2009), *Utenlands bearbeiding av landbruksvarer*, <http://www.toll.no>, 22.02.09.

3.3 *Importvernet*

Med importvernet mener vi den toll som ilegges ved import av landbruksvarer. Rammene for importvernet er fastsatt i WTO-avtalen og EØS-avtalen. Stortinget fastsetter anvendte satser innenfor de rammene som legges i handelsavtalene. SLF er delegert myndighet til å redusere de anvendte satsene ytterligere (administrative tollnedsettelse). Videre består det norske importvernet av nasjonale ordninger og bestemmelser vi har forpliktet oss til. Meld. St. 9 (2011–2012) understreker betydningen av at importvernet skal sikre handlingsrom for å føre en nasjonal landbrukspolitikk og ivareta målsettingene for jordbruket og matindustrien.

Endringer i importvernet - Omlegging til prosenttoll

Ved framlegging av Statsbudsjettet for 2013 foreslo Regjeringen en omlegging fra krone- til prosenttoll for seks toll-linjer innen storfekjøtt, lammekjøtt og ost. De ble gjeldende fra og med 1. januar 2013. 14 faste og halvfaste oster ble unntatt fra omleggingen, blant annet å sikre forbrukerne et mangfold av importerte oster.

3.3.1 *Administrative tollnedsettelse*

Tollvernet for landbruksvarer skal administreres med sikte på å sikre avsetningsgrunnlaget for norsk produksjon. Dette skal blant annet skje i henhold til jordbruksavtalens prisbestemmelser, og hindre uønskede markedsforstyrrelser. Formålet er å legge til rette for at import av landbruksprodukter skal fungere som et supplement til norsk produksjon, ut fra hensynet til forbrukere og matindustri. Det er SLF som har myndighet til å fastsette reduserte tollsatser for enkelte jordbruksvarer. Disse tollnedsettelsene kan enten være generelle eller individuelle:

- *Generelle tollnedsettelse* gjøres automatisk gjeldende for alle som importerer den aktuelle varen innenfor en tidsbegrenset periode. Disse tollnedsettelsene iverksettes ofte for å sikre tilførsel av landbruksvarer til forbrukeren og matindustrien i perioder med lite norsk produksjon.
- *Individuelle tollnedsettelse* innvilges enkelte virksomheter/personer etter søknad på enkeltvarer. De individuelle tollnedsettelsene gjelder for ett år om gangen.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

3.3.2 Kvoter

Vedlegg 5 gir en oversikt over kvotene som forvaltes av SLF, og som er regulert i «Forskrift om fordeling av tollkvoter for landbruksvarer». Toll- og avgifts-direktoratet forvalter kvoter som omfattes av GSP-ordningen. Disse er ikke omfattet av tabellen i vedlegg 5.

Kvoter på import¹⁰²

Kvotene for import inn til Norge spenner over mange ulike produkter som for eksempel kjøtt og kjøttprodukter, ost, korn, egg, meieri og enkelte typer frukt, bær og grønnsaker. Norge har i tillegg til allerede omtalte kvoter, nasjonalt fastsatte kvoter for blant annet import på kraftfôrråvarer og matkorn. Nasjonalt fastsatte kvoter er en mekanisme som blir brukt for å supplere markedet, og varierer derfor fra år til år, både når det gjelder størrelse og tollsats. Andre kvoter er permanente konsesjoner som sikrer andre land markedsadgang til det norske markedet. Fra og med 2012 har Norge 76 importkvoter for landbruksvarer, jf. vedlegg 5. De tollkvotene som ikke auksjoneres, fordeles enten ut fra historiske andeler eller ut fra søknadstidspunkt etter førstemann- til-mølla-prinsippet. WTO-kvotene har en toll på om lag 25 prosent av ordinær toll. For de andre kvotene er det ingen eller svært lav toll. Kvoter under GSP-ordningen kommer i tillegg.

Sentrale kvoter:

- EØS-kvotene for frø, frukt, issalat og tørkede poteter (auksjon).
- EØS- og EFTA-kvotene for ost.
- WTO-kvotene for kjøtt, egg, smør, epler, pærer og kål (auksjon).
- EØS- og WTO-kvotene for høy (auksjon f.o.m. 2012).
- GSP- kvotene for storfekjøtt fra Namibia, Botswana og Swaziland (auksjon).
- WTO-kvotene for viltkjøtt (auksjon/søknad).
- Matkorn og karbohydratråvarer til kraftfôr (auksjon).

Kvoter på eksport til EU

Da ti øst- og mellomeuropeisk land ble medlem i EU 1. mai 2004, falt Norges frie markedsadgang for sjømat bort for disse landene. Som en erstatning for dette bortfallet fikk Norge blant annet, økte tollfrie EU-kvoter for sild og makrell.¹⁰³ Tilsvarende fikk Norge tollfrie kvoter for å kompensere for bortfallet av frihandel til Romania og Bulgaria da disse landene ble medlem av EU i 2007.

I tillegg til kvoter for fisk, gis det tollfrihet inn til EU for en del landbruksvarer, som frukt og grønnsaker, ost samt en del andre bearbeidede landbruksvarer. For ost økte Norges kvote inn til EU fra 4 000 til 7 200 tonn med implementeringen av den nye artikkel 19-avtalen. Jarlsberg har vært det dominerende eksportproduktet i denne sammenhengen. Det er stor variasjon i utnyttelse av kvotene fra norsk side.

¹⁰² SLF (2010), *Tollkvoter*, <http://www.slf.dep.no>, 10.03.10.

¹⁰³ Finansdepartementet (2005), *St.prp. nr. 1 (2005–2006), Skatte-, avgifts- og tollvedtak*.

3.3.3 RÅK-ordningen

Bearbeidede landbruksvarer, eller såkalte RÅK-varer, er i langt større grad utsatt for importkonkurranse enn tradisjonelle landbruksvarer og er regulert i protokoll 3 i EØS-avtalen (se kap. 3.2.2). Tollen som er fastsatt i protokoll 3, tar utgangspunkt i prisforskjellene mellom råvarer fra Norge og EU-land i 1994. For å utjevne ytterligere forskjeller grunnet ulik utvikling i råvarepris over tid, kan partene benytte seg av prisnedskrivning (PNS) og/eller eksportstøtte (XR).

Prisnedskrivning (PNS) gis til industrielt bearbeidede jordbruksråvarer som omfattes av RÅK-ordningen. PNS skal bidra til å utjevne differansen mellom importert jordbruksråvare og norskprodusert jordbruksråvare. Hensikten er at norsk matindustri skal kunne produsere og levere industrielt bearbeidede jordbruksprodukter til det norske markedet basert på bruk av norske jordbruksråvarer.

Eksportstøtte (XR) skal bidra til å utjevne differansen mellom importert jordbruksråvare og norskprodusert jordbruksråvare. Hensikten er at norsk matindustri kan levere industrielt bearbeidede jordbruksprodukter som er basert på norske jordbruksråvarer til eksport og spesialmarkeder. WTO-taket for utbetaling av eksportstøtte til bearbeidede landbruksvarer har f.o.m. 2000 årlig vært på 36,4 mill. kroner.

Utbetalinger under RÅK-ordningen

Når prisene til produsentene i Norge øker mer enn i EU, vokser prisp-gapet mot EU. Eksportstøtte (XR) og prisnedskrivning (PNS) skal kompenseres for dette gapet. Både XR og PNS beregnes ut fra forbruk av bestemte (norske) råvarer som er brukt i ferdigvarer spesifisert i protokoll 3.

Til den delen av RÅK-industrien som søker om tilskudd, ble det i 2012 utbetalt om lag 156 mill. kroner. Av dette var 25,6 mill. kroner eksportstøtte og 129,8 mill. kroner gikk til prisnedskrivning (jf. tabell 3.1). Fra 2011 til 2012 gikk utbetalt PNS ned med 7,4 prosent. Dette tilsvarer et underforbruk på 9,5 millioner sammenlignet med bevilgning. Underforbruket skyldes i stor grad lavere salg av pizza enn forutsatt.¹⁰⁴ Utbetalt XR i samme perioden gikk også ned med 3,3 prosent, og ga et underforbruk på 2,4 millioner

sammenlignet med bevilgning. Samlet mengde som mottok tilskudd har også sunket kraftig sammenlignet med 2010. En viktig årsak til dette er at iskremindustrien ikke lenger søker om tilskudd (tilskuddssatsene for de viktigste råvarene i iskrem ble f.o.m. 1. januar 2011 satt til 0 kr).

Kjøtt og melk er de råvarene som får mest prisnedskrivning, og mottok hhv. 35 og 54 prosent av totalt utbetalt PNS i 2012. Kjøtt og melk sto for hhv. 13 og 71 prosent av totalt utbetalt XR i 2012.

¹⁰⁴ SLF (2012), Markedsrapport 2012, Pris- og markedsvurderinger av sentrale norske landbruksvarer.

Tabell 3.1¹⁰⁵

Utbetalt eksportstøtte (XR) og prisnedskrivning (PNS) fordelt på råvare, 2010–2012
(i 1 000 kroner)

Råvare	XR			PNS		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Melk ¹⁰⁶	20 063	17 969	18 306	107 228	67 397	70 141
Egg	3 508	3 369	2 927	8 132	9 927	10 035
Mel og korn	908	1 006	765			
Potet	3 732	675	357	13 416	7 278	4 312
Kjøtt	4 083	3 525	3 304	46 832	55 607	45 345
TOTALT	32 294	26 544	25 659	175 608	140 210	129 833



FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹⁰⁵ SLF (2012), Prisnedskrivning og RÅK-tilskudd, Datafil mottatt av Øyvind Bråthen, 15.08.2013, Statens landbruksforvaltning (SLF), Oslo.

¹⁰⁶ Mellom 2010 og 2011 ser man et drastisk fall i utbetalt PNS-støtte for meierivarer (spise-is).

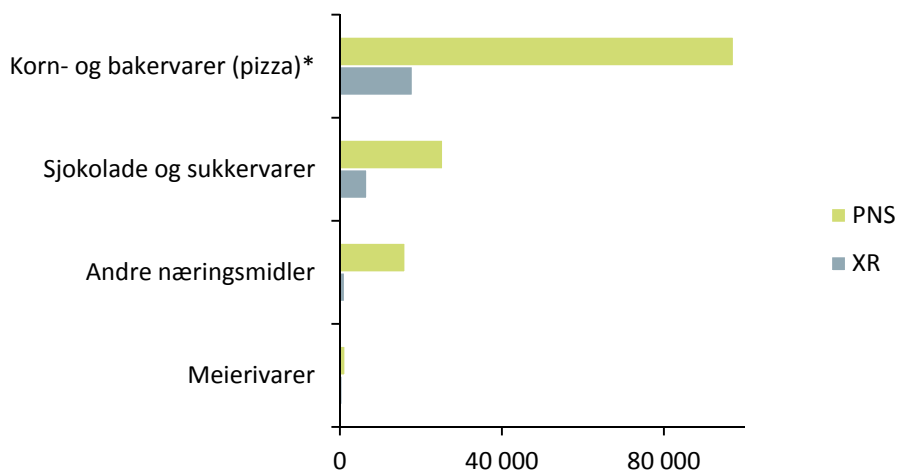
1) F.o.m 1. januar 2011 ble tilskuddssatsene/PNS-satsene for de viktigste råvarene i iskremproduksjon satt til 0 kr. Utbetalingene for PNS-tilskudd utbetales andre måneden etter at salget har funnet sted, så utbetalingene for meierivarer i 2011 skyldes altså et etterslep fra salg utført i november og desember 2010.

2) Mengde råvare det ble søkt støtte for falt også, som følge av endringene i PNS-satsene f.o.m 1. januar 2011.

På bransjenivå, er det korn- og bakevarebransjen som mottar mest støtte totalt sett (jf. figur 3.1). Likevel er det viktig å være oppmerksom på at denne støtten ikke går til å skrive ned råvarekostnaden knyttet til matmel i bakervarene, men til andre råvarekomponenter i ferdigvaren, som for eksempel meierivarer, egg og kjøtt.

Figur 3.1

Utbetalt eksportstøtte (XR) og prisnedskrivning (PNS) per bransje, 2012 (i 1 000 kroner)



*Ingredienser til pizza, kjøtt og ost

Årsaken til at registrert PNS-støtte for Korn- og bakevarebransjen er såpass stor i 2012 er fordi den blant annet omfatter post [19.05] *Brød, kaker og annet bakverk* fra Tolltariffen. Utbetalinger under denne posten er stor, hovedsakelig grunnet utbetalinger til pizza med kjøtt, som i 2012 utgjorde om lag 89 % av utbetalingene.

3.4 Avgifter og gebyrer¹⁰⁷

Avgifter er hovedsakelig begrunnet med å skaffe staten inntekter til omfordeling og finansiering av offentlige aktiviteter, men kan også være et virkemiddel for å prise eksterne uønskede effekter av forbruk og produksjon.

Hvert år betaler matindustrien betydelige beløp i avgifter og gebyrer. I 2012 utgjorde innkrevde avgifter totalt 24,1 mrd. kroner. Av dette utgjorde særavgiftene 23,9 mrd. kroner eller 99,4 prosent av totalt innkrevd beløp. Matproduksjonsavgiften opphørte 01.01.2012. De ulike bransjene belastes i ulik grad av avgiftene (jf. figur 3.2).

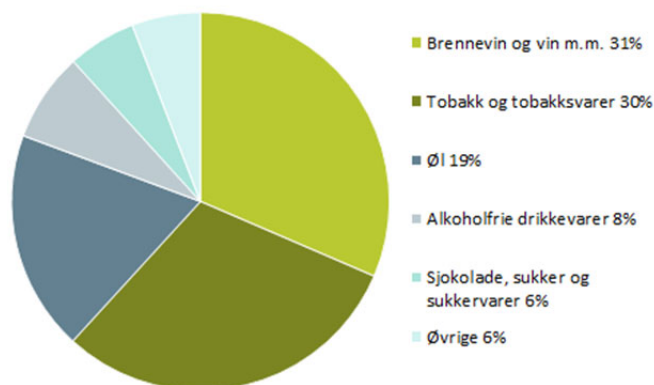
Generelle avgifter, som merverdiavgiften, gjelder tilnærmet alle varer og tjenester, og er som oftest fiskalt begrunnet, dvs. at de kun har til hensikt å skaffe staten inntekter.

Særavgifter betales ved innførsel, produksjon eller innenlandsk omsetning av nærmere angitte varer og enkelte tjenester. Særavgiftenes mål er å bidra til å skaffe staten inntekter samt redusere forbruket av helse- og miljøskadelige produkter. Særavgiftene som nevnes i dette avsnittet er særavgifter på nærings- og nytelsesmidler fra matindustrien.

Gebyrer er generelt en betaling for en spesifikk tjeneste som utføres, som for eksempel tilsyn og kontroll utført av Mattilsynet.

Figur 3.2

Fordeling av avgifter på mat- og drikkevarer, 2012



¹⁰⁷ Hvis ikke annet er nevnt bygger dette avsnittet på kildene:

Toll- og avgiftsdirektoratet (2013), *Særavgifter på nærings- og nytelsesmidler*, Datafil mottatt av Erik Forvik, 5.6.2013. Mattilsynet (2013), *Kjøttkontrollgebyr*, Datafil mottatt av Eirin O. Breivik, 17.06.13 og SLF (2013), *Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL)*, *Årsmelding og regnskap for 2012*, Statens landbruksforvaltning (SLF), Rapport-nr.: 09/2013.

Produktavgiftene utgjør tilsammen 94 prosent av avgiftsbelastningen. I tillegg kommer særavgifter som grunnavgift på engangsemballasje og miljøavgift på emballasje, og andre avgifter som forskningsavgift. Disse utgjorde tilsammen 6 prosent av avgiftene i 2012. Forholdet er noe endret sammenliknet med 2011, hovedsakelig på grunn av avviklingen av matproduksjonsavgiften.

Fra 2004 til 2012 har totalt innkrevd avgift økt med 26 prosent. Det siste året har totalt avgiftsbeløp sunket med 2 prosent. Tabell 3.2 viser utviklingen i innkrevd avgiftsbeløp for mat- og drikkevarer, fordelt på ulike kategorier.¹⁰⁸

Tabell 3.2

Oversikt over avgifter for mat- og drikkevarer, 2004–2012 (i mill. kroner)

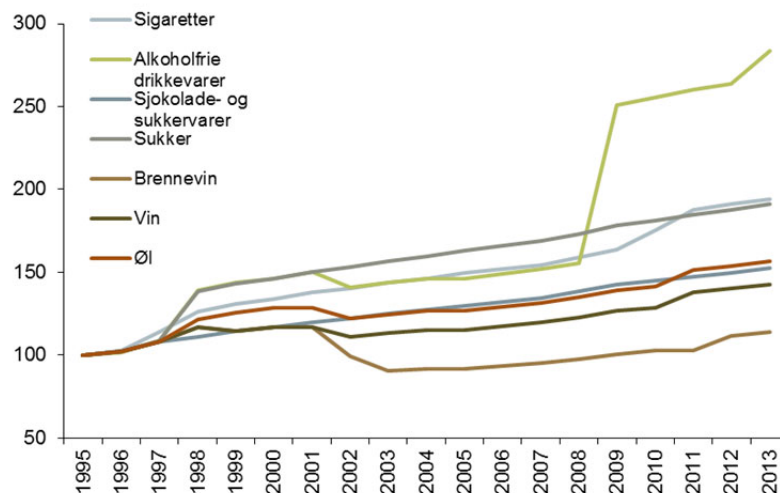
	2004	2006	2008	2010	2012
Produktavgifter totalt	17 950,5	18 632,5	20 449,3	21 854	22 703,3
– Tobakk og tobakkvarer	6 798,9	6 642,6	7 298,7	7 436,1	7 314,9
– Sukker	208,0	192,6	193,6	196,4	193,2
– Sjokolade- og sukkervarer	967,3	1 044,2	1 089,6	1 165,4	1 220,6
– Alkoholfrie drikkevarer	962,0	1 014,8	1 068,5	1 735,8	1 835,1
– Øl	3 758,8	3 965,9	4 312,2	4 347,2	4 550,9
– Brennevin, vin m.m.	5 255,5	5 772,4	6 486,7	6 973,2	7 588,7
Miljøavgift totalt	177,2	481,3	495,9	453,3	339,4
– Kartong/pappemb.	17,6	240,7	211,0	158,0	85,8
– Plastemballasje	57,4	89,5	91,0	71,8	49,3
– Metallemballasje	63,0	106,8	141,0	162,6	140,0
– Glassemballasje	39,2	44,3	52,9	60,9	64,4
Grunnavgift, engangsemballasje	461,8	593,0	729,8	807,5	936,4
Forskningsavgift	74,7	93,0	115,5	128,4	140,3
Matproduksjonsavgift	422,6	425,7	539,5	561,0	-
SUM AVGIFTER	19 086,8	20 225,4	22 330,0	23 804,1	24 119,48

¹⁰⁸ Innkrevd avgift er et produkt av omsatt mengde og avgiftssatser. Variasjonene i avgiftsbeløpene gjennom tidsserien kan skyldes endringer i omsetningen av de ulike produktene, endringer i avgiftssatsene samt at nye produkter er inkludert i avgiftsordningene.

Innkrevd avgiftsbeløp varierer betydelig mellom de ulike avgiftskategoriene, men de fleste har hatt tilnærmet lik utvikling i avgiftssatsene de siste årene (se figur 3.3).

Figur 3.3

Utviklingen i avgiftssatser for utvalgte produkter, 1995–2013 (indeks 1995=100)



De siste årene har alle produktgruppene hatt en relativt lik årlig økning i avgiftssatsene, med unntak av oppsvinget i avgiften på alkoholfrie drikkevarer i 2009. Det skyldes at avgiften ble satt opp til nivået for lettøl slik at avgiften ble 61 prosent høyere sammenlignet med året før. Vedlegg 6 gir en oversikt over utvikling i avgiftssatsene t.o.m. 2013.

3.4.1 Kort om ulike særavgifter

Avgift på tobakk

Tobakksavgiften er inndelt i seks forskjellige varegrupper: sigarer, sigaretter, røyketobakk, skråtobakk, snus, samt sigarettpapir/sigaretthylser. Totalt innkrevd tobakksavgift i 2012 var på 7,3 mrd. kroner, en nedgang på ca. 4,3 prosent fra året før.

Avgiftssatsene har økt hvert år fra 1995 til 2013. Fra 2012 til 2013 økte avgiftene for skråtobakk og snus med 2,1 prosent, mens avgiften for de resterende varegruppene innen tobakk økte med om lag 1,7 prosent. Avgiftssatsene på sigarettpapir og hylser økte med 2 prosent.

Avgift på alkoholholdige drikkevarer

Alkoholavgiften er en volumavgift med progressive satser etter alkoholinnhold. Innkrevd avgift registreres på to poster: «vin og brennevin» og «øl». Samlet innkrevd avgiftsbeløp på brennevin og vin har økt hvert år siden 2000 og utgjorde 7,6 mrd. kroner i 2012. Dette er en økning på 3,5 prosent fra 2011. For øl utgjorde avgiften i 2012 om lag 4,55 mrd. kroner, en økning på 0,4 prosent fra året før. Innkrevd ølavgift har økt med 21,1 prosent fra 2004 til 2012.

Avgiftssatsene på alkoholholdige drikkevarer med under 22 prosent alkoholinnhold, økte med om lag 1,9 prosent det siste året. Avgiftssatsen for alkohol over 22 prosent alkoholinnhold per liter, økte med nesten 1,9 prosent fra 2012 til 2013.

Innkrevd avgift på alkoholfrie drikkevarer var i 2012 på 1,84 mrd. kroner, en økning på 2,8 prosent fra 2011. Avgiftssatsen på alkoholfrie drikkevarer har økt med en til tre prosent hvert år fra 2002 til 2012. Unntaket er 2009 da avgiftssatsen ble satt opp til nivået for lettøl (0,7-2,7 % VOL), sammenlignet med året før ble det en stor økning på 61,3 prosent. Fra 2012 til 2013 økte avgiftssatsene med 7,4 prosent.

Avgift på sjokolade- og sukkervarer

Varene som omfattes av denne avgiften er fortrinnsvis godteripregede varer med og uten tilsatt sukker eller søtningsmiddel. Innkrevd sjokolade- og sukkervareavgift utgjorde 1,22 mrd. kroner i 2012, en økning på 4 prosent fra 2011. Avgiftssatsen for sjokolade- og sukkervareavgiften har årlig steget med 2–3 prosent siden år 2000.

Avgift på sukker

Sukkeravgiften er i hovedsak lagt på sukkervarer til forbruker, men den gjelder også for institusjonshusholdninger, bevertningsvirksomheter etc. Sukker som nyttes til ervervsmessig fremstilling av varer er fritatt for avgift. Sukkeravgiften er en vektavgift som gjelder sukker, sirup og sukkeroppløsninger. Innkrevd sukkeravgift utgjorde 193,2 mill. kroner i 2012, en økning på 5,3 prosent fra året før. Avgiftssatsen økte med 1,8 prosent fra 2012 til 2013, og utgjør 7,18 kr/kg i 2013.

Avgifter på drikkevareemballasje

Dagens avgiftssystem for drikkevareemballasje består av en miljøavgift og en grunnavgift.

Miljøavgiften består av en emballasjeavgift på kartong/papp, plast, metall og glass. Totalt innbetalt miljøavgift på emballasje var i 2012 på 339,4 mill. kroner, ned 17,9 prosent fra året før. Innkrevd avgift for kartong/pappemballasje gikk ned med 26,5 prosent i forhold til 2011. Denne avgiften utgjorde 25,3 prosent av den totale innkrevede miljøavgiften på emballasje. Innkrevd miljøavgift på glass- og plastemballasje utgjorde 113,6 mill. kroner i 2012. Innkrevd miljøavgift på plastemballasje ble redusert med 37,6 prosent, men den økte for glassemballasje (opp 7,2 %). I 2012 utgjorde innkrevd miljøavgift på metallemballasje 140 mill. kroner, 41 prosent av totalt innkrevd miljøavgift.

Avgiftssatsen for miljøavgift på drikkevareemballasje er avhengig av returandel for fraksjonen, og om emballasjen er av glass, metall, plast eller papp/papir. Miljødirektoratet fastsetter og endrer returandelen for ett år av gangen (se vedlegg 6).

Grunnavgiften ilegges engangsemballasje, det vil si drikkevareemballasje som ikke kan brukes om igjen i sin opprinnelige form og dermed er uavhengig av returandel. En del produkter som melk og melkeprodukter, varer i pulverform-, kakao-, korn- og soyabaserte melkeerstatningsprodukter og morsmelkerstatning, er fritatt fra avgiften.¹⁰⁹ Totalt innkrevd grunnavgift utgjorde i 2012 936 mrd. kroner. Det innkrevede beløpet økte med 8,3 prosent fra 2011 til 2012. Avgiftssatsen utgjør 1,08 kroner per engangsemballasje i 2013, en økning på 1,9 prosent fra året før.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹⁰⁹ Grunnavgiften har vært foreslått avviklet, også av Særagiftsutvalget, for bl.a. å redusere grensehandelen og fordi den ikke lenger regnes som en miljøbegrunnet avgift.

3.4.2 Andre avgifter og gebyrer

Matproduksjonsavgift

Matproduksjonsavgiften ble innført i forbindelse med etableringen av Mattilsynet i 2004, og erstattet da den tidligere næringsmiddelavgiften. I Jordbruksoppgjøret 2011 ble det vedtatt å avvike matproduksjonsavgiften f.o.m. 1.1.2012.

Forskningsavgift¹¹⁰

Forskningsavgiften har som formål å sikre økonomisk grunnlag for forskning knyttet til hele matvarekjeden, fra primærleddet til industri- og forbrukerleddet.

Forskningsavgiften er en verdiavgift som kreves inn på alle norskproduserte landbruksprodukter, og på de fleste importerte råvarer og ferdigvarer av mat og fôr.

I 2012 utgjorde forskningsavgiften 140,3 mill. kroner, en økning på 9,7 prosent fra året før. Avgiftsatsene var for det meste uendret fra 2012 til 2013. Satsen for egg økte med ca. 8 prosent og satsen for honning forble uendret.

Kjøttkontrollgebyr¹¹¹

Kjøttkontrollgebyret skal finansiere tilsyn og kjøttkontroll etter matloven.

Gebyrpliktig kjøttkontroll omfatter en rekke ulike veterinærundersøkelser og kontroller av slaktet. Alle slakterier plikter å betale gebyret til Mattilsynet.¹¹²

Innkrevd kjøttkontrollgebyr har variert de siste årene, og utgjorde 63,9 mill. kroner i 2012, en økning på 0,3 prosent fra året før.

Arbeidsgiveravgift¹¹³

Alle arbeidsgivere skal betale arbeidsgiveravgift av lønn og annen godtgjørelse for arbeid og oppdrag som ikke er utført av selvstendig næringsdrivende. Avgiften betales til Folketrygden og er en verdiavgift beregnet av bruttolønn. Norge er delt inn i fem geografiske soner der det er gitt prosentvise satser for hver enkelt sone.

Differensiert arbeidsgiveravgift har vært et sentralt distriktpolitisk virkemiddel, og arbeidsgiveravgiften har fungert som et av de viktigste og mest effektive når det gjelder å bevare hovedtrekkene i bosettingsmønsteret i distrikts-Norge. Landbruk og fiskeri samt matindustri basert på råvarer fra disse næringene og som drives i avgiftssone Ia og IVa, har lavere avgiftssats enn andre næringer. Satsene er holdt uendret siden 2007.

¹¹⁰ SLF (2013), *Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL), Årsmelding og regnskap for 2012*, Rapport-nr.: 09/2013 og SLF (2013), *Omsetnings-, forsknings-, og øverproduksjonsavgift 2013, Avgifter - gjeldene satser 2013*.

¹¹¹ Mattilsynet (2013), *Kjøttkontrollgebyr*, e-post mottatt fra Eirin Osnes Breivik, 17.06.13.

¹¹² For sesongslakterier og mobile slakterier gjelder spesielle regler for gebyrfastsettelse.

¹¹³ Lovdata (2012), *Stortingsvedtak om fastsetting av avgifter mv. til folketrygden for 2013*.

3.5 Tilskuddsordninger

Tilskuddsordninger er et sentralt virkemiddel i norsk landbrukspolitikk for å sikre fortsatt jordbruksproduksjon, variert kulturlandskap og levende bygder. De fleste tilskuddsordningene er derfor lagt på primærleddet. Enkelte tilskuddsordninger berører imidlertid matindustrien mer direkte, som frakt- og transporttilskuddene og SkatteFUNN.

Andre tilskudd med direkte relevans for norsk matindustri gis blant annet gjennom ordningen for prisnedskrivning ved produksjon av rektifisert sprit og potetstivelse. Fra og med 1. januar 2011 ble forskriften om prisnedskrivning ved produksjon av rektifisert sprit utvidet til også å gjelde potetstivelse. Formålet med ordningen er å sikre avsetning av norskproduserte avrenspoteter. Utover dette gis det også et matkorntilskudd, som har som formål å skrive ned prisen på matkorn som inngår som råvarer i matmelproduksjon. Virksomheter som anvender norsk korn til produksjon av matmel, gryn eller andre cerealprodukter beregnet på innenlandsk forbruk, får utbetalt et matkorntilskudd. Tilskuddet utbetales av Statens landbruksforvaltning etter søknad fra tilvirkerne. Fra og med 1. juli 2013 vil det kun bli utbetalt tilskudd ved forbruk av norsk korn.¹¹⁴

3.5.1 Direkte tilskudd; Frakt- og transportstøtte

Frakttilskudd

Hensikten med frakttilskuddene er at de skal kompensere for høyere transportkostnader for produsenter i distriktene. Tilskuddet har dermed indirekte virkning på prisene til matindustrien. Det gis i dag frakttilskudd i følgende ordninger:

- Frakttilskudd på kjøtt
- Frakttilskudd på egg
- Frakttilskudd på korn og kraftfôr.

Tabell 3.3 gir en oversikt over utbetalt frakttilskudd for de ulike varegruppene fra 2009 til 2012, samt budsjettert frakttilskudd for 2013.¹¹⁵ I 2012 ble det utbetalt til sammen 281 mill. kroner. Det er en nedgang på 6,8 prosent fra 2011. For 2013 er det budsjettert med 342,5 mill. kroner i frakttilskudd, en økning på 21,8 prosent sammenlignet med 2012.

¹¹⁴ SLF (2013), *Tilskudd til korn*, hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/korn-og-kraftfor/tilskudd>, 26.09.2013.

¹¹⁵ SLF (2013), *Frakttilskudd egg, korn og kraftfôr*, mottatt e-post fra Øyvind Breen, 06.06.13, SLF (2013), *Utbetalt frakttilskudd kjøtt (2011–2012)*, mottatt e-post fra Patricia Hofmo Risopatron, 08.07.13 og Landbruks- og matdepartementet (2013), *Jordbruksavtale 2013–2014*, http://www.regjeringen.no/upload/LMD/Vedlegg/Jordbruksavtale_2013-2014_end_260613.pdf.

Fraktilskuddsordningen for kjøtt ble endret med virkning fra og med 1. januar 2011. Hovedformålet med innfraktordningen er å utjevne fraktkostnader ved innfrakt av slakt fra produsent til slakteri slik at pris til produsent sikres. Endringen i 2011 skulle bidra til en mer målrettet ordning gjennom at midlene gis til de lange innfraktene. Det er kun transporten til nærmeste aktuelle slakteri regnet fra produsent som skal være tilskuddsberettiget. Den nye ordningen innebærer også at «nullsonen» rundt slakterianleggene som ikke gir grunnlag for tilskudd, utvides fra 10 til 50 km. Anlegg med mindre slaktevolum enn 1 500 tonn per år, defineres som små slakterier og behandles særskilt i innfraktordningen. Bevilgningen til ordningen økte med 60 mill. kroner ved omleggingen.¹¹⁶

Formålet med *fraktilskuddsordningen for egg* er å medvirke til å utjevne fraktkostnader ved innfrakt av egg fra produsent til godkjente eggpakkeri, samt å bidra til å effektivisere innfrakten og stimulere til omsetning via godkjente eggpakkerier. For egg som går inn i fraktilskuddsordningen utbetales det ordinær sats pr. kg i hver sone (kr 0,26 for avtaleåret 2013–2014 i gjennomsnitt for sone 0–6). Gjennomsnittet er 0,82 dersom man inkluderer Nord–Norge.¹¹⁷

Tabell 3.3

Utbetalt fraktilskudd 2009–2012 og budsjettert fraktilskudd 2013 (i 1000 kroner)

	2009	2010	2011	2012	2013
Egg	9 738	7 888	6 460	7 776	8000
Korn	83 051	77 173	87 677	63 774	85 500
Kraftfôr	64 912	65 924	75 524	84 684	119 000
Kjøtt	56 748	69 360	132 009	124 922	130 000

*Fraktilskuddsordningen for korn*¹¹⁸ har til hensikt å utjevne regionale råvareprisforskjeller ved å gi støtte til transport av korn fra overskudds- til underskuddsområder. Det ytes også fraktilskudd for frakt av økologisk korn fra kornprodusent til nærmeste mottaksanlegg. Formålet med tilskudd til frakt av kraftfôr (stedsfraktilskudd) er å utjevne fraktkostnader ved omsetning av kraftfôr til husdyrproduksjon. Statens landbruksforvaltning har fastsatt nytt fraktreregulativ for kraftfôr fordelt etter kommune med virkning fra 01.01.13.¹¹⁹

¹¹⁶ Landbruks- og matdepartementet (2010), *Prop. 133S. (2009–2010). Jordbruksoppgjøret 2010 - endringer i Statsbudsjettet for 2010 m.m.*

¹¹⁷ SLF (2013), *Tilskudd kjøtt og egg*, <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/kjott-og-egg/tilskudd#innfraktilskudd-paa-egg>.

¹¹⁸ SLF (2013), *Tilskudd korn*, <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/korn-og-kraftfor/tilskudd#fraktilskudd>.

¹¹⁹ Landbruks- og matdepartementet (2013), *Jordbruksavtale 2013–2014*, http://www.regjeringen.no/upload/LMD/Vedlegg/Jordbruksavtale_2013-2014_end_260613.pdf.

*Transporttilskudd/fraktutjevning innen meierisektoren*¹²⁰ administreres under pris-utjevningsordningen for melk, og er en intern utjevningsordning for meierisektoren som ikke involverer offentlig støtte. Det gis *innfraktilskudd* til meieriselskaper som henter melk hos egne melkeprodusenter. Tilskuddet gis per liter og hver kommune har en egen sats. Formålet er å utjevne for ulike transportkostnader fra produsent til meieri.

Det utbetales også et *distribusjonstilskudd* for distribusjon av melk til Nord-Norge og for distribusjon av skolemilk. Dette tilskuddet er på hhv. 0,13 kr/l og 0,17 kr/l. Det har ikke vært endringer i tilskuddet de senere årene.

Q-meieriene kan i tillegg kreve et *distribusjonstillegg* på 60 øre/liter for distribusjon av flytende melkeprodukter til dagligvaremarkedet fra anlegg som tilhører konsernet, og er oppad begrenset til 80 mill. liter.¹²¹

*Transportstøtte*¹²²

Den regionale transportstøttens siktemål er å redusere de konkurransemessige ulemper som følger av lange transportavstander, vanskelige transportforhold og spredt bosetting i enkelte distrikter. Ordningen tar sikte på å kompensere for en del av de merkostnader til transport som påføres bedrifter som ligger perifert i forhold til mer sentrale områder i Norge. Transportstøtte gis til enkeltbedrifter og beregnes som en prosentvis andel av den totale transportkostnaden for hver enkelt forsendelse. I 2012 ble det utbetalt ca. 26,8 mill. kroner i regional transportstøtte.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹²⁰ SLF (2013), *Melk, prisutjevningsordningen*, <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/melk/prisutjevning#utjevning>.

¹²¹ SLF (2013), *Melk, prisutjevningsordningen*, <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/melk/prisutjevning#utjevning>.

¹²² Kommunal- og regionaldepartementet (2011), *Nasjonale retningslinjer for regional Transportstøtte*, http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Vedlegg/REGA/Nasjonale_retningslinjer.pdf
Transportstøtte, mottatt e-post fra Mee Eline Eriksson, 02.07.2013.

3.5.2 *Generelle tilskudd: SkatteFUNN*

Fra og med inntektsåret 2002 ble SkatteFUNN¹²³, innført. Det er en skattefradagsordning for virksomheter som gjennomfører eller kjøper forsknings- og utviklingsprosjekter med det formål å fremskaffe ny kunnskap, informasjon eller erfaringer som er nyttige for virksomheten. Ved godkjent prosjekt har små og mellomstore bedrifter (SMB) og store bedrifter krav på henholdsvis 20 og 18 prosent fradrag i skatt for kostnader knyttet til FoU-aktiviteter. Øvre grense for kostnader til egenutførte FoU-prosjekter som kan inngå i fradagsgrunnlaget er 5,5 millioner kroner per inntektsår. Øvre grense for kostnader til FoU-prosjekter utført i samarbeid med godkjente forskningsinstitusjoner er 11 millioner kroner per inntektsår.¹²⁴

SkatteFUNN er hjemlet i skatteloven og administreres av Norges forskningsråd i samarbeid med Innovasjon Norge. Svært mange bedrifter over hele landet har økt sin FoU-innsats gjennom SkatteFUNN-prosjekter de senere årene.

Fra 2002 til utgangen av 2012 har SkatteFUNN godkjent omtrent 22 582 prosjekter, og over 9 600 bedrifter har vært involvert i ett eller flere godkjente prosjekter. I 2012 hadde SkatteFUNN totalt 3 811 aktive prosjekter, mens det ble godkjent 1 654 nye prosjekter, av totalt 1 976 søknader dette året. Samlet kostnadsbudsjett for nye prosjekter i SkatteFUNN var i 2012 på til sammen 4,8 mrd. kroner.

¹²³ Norges Forskningsråd (2013), *Årsrapport 2012 for SkatteFUNN* og Norges Forskningsråd (2011), *Årsrapport 2012 for SkatteFUNN*.

¹²⁴ Norges Forskningsråd (2013), *Om skattefunn*, http://www.forskningsradet.no/prognnett-skattefunn/Om_SkatteFUNN/1222340152207, lastet ned 03.07.2013.



4 Konkurransesevne

Verdensøkonomien er inne i en usikker tid, noe som også får betydning for de globale markedene for matvarer. Norges handelspartnere har fortsatt noen utfordrende år framfor seg, med høy statsgjeld, lav vekst og høy arbeidsledighet. Selv om utsiktene for norsk økonomi isolert sett er positive, gir utviklingen hos våre handelspartnere grunn til bekymring. Norsk industris konkurranseevne i forhold til våre handelspartnere, målt i relative timelønnskostnader i industrien, har de siste ti årene blitt svekket. Dette kommer som en følge av blant annet en sterk lønnsvekst i norsk industri og en styrket norsk krone. Økende prisforskjeller på råvarer mellom Norge og EU, og sterkere prissvingninger utenfor Norge, er tilleggsmomenter som er av betydning for matindustriens konkurranseevne. I en slik virkelighet kan forsknings- og utviklingsarbeid være av stor betydning for å bidra til at konkurranseevne for matindustrien i Norge opprettholdes og videreutvikles.

4.1 Innledning

Utviklingen i norsk og internasjonal økonomi får betydning for utviklingen i matindustrien på flere måter. Endringer i valutakurser påvirker konkurranseevnen. Lønnskostnadene er en av de enkeltfaktorene som betyr mest for kostnadene ved norsk industriproduksjon. Foruten lønnskostnadene, vil kostnadskomponenter knyttet til kapital, energi og annen vareinnsats ha betydning for

Konkurranseevne kan forklares som evnen til å opprettholde en rimelig balanse i utenriksøkonomien over tid, samtidig som en har full og effektiv ressursutnyttelse og en akseptabel inntektsfordeling.

mulighetene til å kunne hevde seg internasjonalt. For matindustrien vil spesielt råvarekostnader knyttet til norskproduserte innsatsvarer normalt ha stor betydning for kostnadsbildet. På samme måte vil strukturforhold og stordriftsfordeler med for eksempel spesialiserte produksjonslinjer spille inn. Utviklingen i produktivitet kan motvirke en bestemt utvikling i timelønnskostnadene. Kapitalkostnader er en faktor som har betydning for konkurranseevnen. I lys av den tettere integrasjonen i de internasjonale kapitalmarkedene skulle det i utgangspunktet være mindre grunn til å vente store forskjeller mellom land. I praksis viser det seg imidlertid at mange bedrifter, spesielt små og mellomstore, fortsatt låner mest i nasjonal valuta. En annen faktor som påvirker inntjeningen direkte, er produktprisene. Høye produktpriser kan kompensere for høyere kostnader i produksjonen, eller bidra til at den totale inntjeningen blir høyere. Dersom kostnadene er stabile og/eller går ned, eller hvis bedriftene blir presset i konkurranse med andre, vil lavere produktpriser kunne bli satt.

4.2 Økonomisk utvikling 2012/13¹²⁵

Matindustrien anses som en sektor som blir mindre påvirket av konjunktorendringer i økonomien sammenlignet med andre industrigrener. Det kommer blant annet av at produktprisene på mat har en lav priselastisitet. Likevel viser erfaringene de siste årene at konkurranseevnen til norsk matindustri må forstås i lys av utviklingen i norsk og internasjonal økonomi. Det fremkommer også mer tydelig at renter og valutakurs er viktige faktorer for matindustrien.

4.2.1 Norsk økonomi med moderate framtidsutsikter

Norge er en liten, åpen økonomi som er svært avhengig av samhandel med utlandet. Derfor er utviklingen hos våre handelspartnere viktig for den norske økonomien. Statistisk sentralbyrå (SSB) venter at den svake internasjonale konjunkturutviklingen fortsetter, og ikke vil bedre seg vesentlig før om et par års tid. Konsekvensene for Norge blir svak vekst for tradisjonelle eksportnæringer, samtidig som låntakere får glede av lave nominelle renter.

Norge er bedre rustet til å takle eventuelle utfordringer enn mange andre land. Statens Pensjonsfond Utland («oljefondet») gir Norge en viktig trygghet, og representerer en økonomisk buffer hvis utfordringene skulle bli for store. Det betyr at den norske stat kan finansiere ekstraordinære tiltak uten å ta opp statsgjeld. I tillegg har Norge en stor offentlig sektor, som bidrar til å opprettholde en viss stabilitet i offentlig verdiskapning. Likevel er det en grunn til bekymring dersom en for stor andel av samlet verdiskapning tilskrives bidraget fra oljenæringen, eller at etterspørselen fra denne næringen utkonkurrerer andre industrier i Norge.

Statistisk sentralbyrå (SSB) kan melde at konjunkturoppgangen i norsk økonomi tok et hvileskjær mot slutten av 2012. Det har vært en moderat vekst i sysselsettingen og økt arbeidsledighet. Dette er en utvikling som har fortsatt inn i begynnelsen av 2013. Ledigheten har økt på grunn av lav vekst og en økning i arbeidsstyrken som forklares av stor arbeidsinnvandring. Produksjonsveksten har tatt seg opp ved starten av 2013.

Produktivitetsveksten ble høyere i fjor og inn i 2013 enn vi har kunnet observere tidligere i oppgangen, som startet i 2010. Oppgangen i

norsk økonomi blir drevet av husholdningenes etterspørsel og etterspørselen fra petroleumsvirksomheten. SSB anslår at prisveksten fortsatt blir moderat framover, klart under inflasjonsmålet på 2,5 prosent. Norsk økonomi kan ifølge SSB sine beregninger komme inn i en moderat høykonjunktur fra 2015.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹²⁵ Dette kapitlet bygger på SSB (2013), *Økonomiske analyse, Konjunkturtendensene, 3/2013*.

Veksten i produksjon, sysselsetting og produktivitet vil bli moderate sammenlignet med et mer normalt konjunkturmønster. Dette henger sammen med svak vekst i næringsinvesteringene. Ledigheten vil endre seg lite og bare synke svakt framover fra dagens nivå.

Den økonomiske veksten målt ved brutto nasjonalprodukt (BNP) Fastlands-Norge, var 3,4 prosent i 2012. I 1. kvartal 2013 har aktivitetsveksten tatt seg opp igjen etter at veksten mot slutten av 2012 var svak.

Ifølge Arbeidskraftundersøkelsen (AKU) har det vært en økning i arbeidsledigheten på et halvt prosentpoeng det siste halvåret. I 2012 var sysselsettingsveksten 2,2 prosent. Moderat vekst har ført til en svakere utvikling i arbeidsmarkedet. Veksten i industrisysselsettingen økte med 0,6 prosent i 1. kvartal 2013, og var sterkere enn veksten i samlet sysselsetting. I 1. kvartal var det om lag uendret sysselsetting i varehandel. Prognosene tilsier imidlertid at økningen i ledigheten ikke kommer til å vedvare. Sysselsettingsveksten forventes å forbli ganske høy, men ikke så høy som i de to foregående årene. Ledigheten forventes likevel ikke til å gå mye ned på grunn av høy arbeidsinnvandring og økt yrkesdeltaking fra eldre arbeidstakere.

Konsumprisindeksen (KPI) brukes som et mål på prisstigning/inflasjon. Den baserer seg på utviklingen i priser på matvarer, elektrisitet, olje, importerte varer og valutakursen. Veksten i KPI har lenge holdt seg lav. Lav prisstigning de senere årene skyldes stadig fall i prisene på importerte konsumvarer. Dette kan forklares av en lav internasjonal prisvekst og en sterk krone. Likevel vil økte strømpriser føre til økt inflasjon fram til over sommeren. En lav prisøkning på matvarer har de siste årene bidratt til å trekke KPI ned. Dette kan tyde på at forhold som konkurranse om markedsandeler i dagligvaremarkedet og økt import er med på å bidra til en moderat prisvekst. Fra februar til mars 2013 falt matvareprisene, mens de steg igjen i april. Dette må ses i sammenheng med et prisfall i mars da det ble registrert en rekke påsketilbud. Årets jordbruksoppgjør vil ifølge Landbruks- og matdepartementet isolert sett øke matvareprisene til konsumentene med om lag en halv prosent. Økt tilgjengelighet av prisinformasjon, og en forventet økning i omfanget av nettbasert handel vil trolig bidra til å dempe veksten i konsumprisindeksen fremover på grunn av økt konkurranse i markedene.

Importen av matvarer er av betydelig og økende omfang, også av råvarer som foredles i næringsmiddelindustrien. Importerte konsumvarer falt i pris de senere årene. Dette forklares med utviklingen i internasjonale priser og valutakurser, samt effektiviseringstiltak og lavere marginer innen varehandel og transport.

Husholdningenes konsum tok seg opp i 1. kvartal 2013 etter et svakt andre halvår i 2012. Varekonsumet var 1,8 prosent høyere i 1. kvartal 2013 enn i 4. kvartal i fjor. Ekspansiv pengepolitikk med lave renter har stimulert husholdningenes konsum og boligmarkedet. Inntektsveksten i husholdningene er høy, og det er grunn til å regne med at konsumet vil fortsette å vokse klart framover.

En videre oppgang i norsk økonomi vil ikke få drahjelp fra utlandet med det første, så innenlandsk etterspørsel må være drivkraften bak en videre oppgang i norsk økonomi. Den vil bli hjulpet godt på vei av lave renter.

Tradisjonell eksport har økt lite i flere kvartaler. Dette skyldes en svak vekst i internasjonale markeder og svekket norsk konkurranseevne. Mange norske bedrifter har opplevd at en kostnadsmessig svekkelse går utover konkurranseevne.

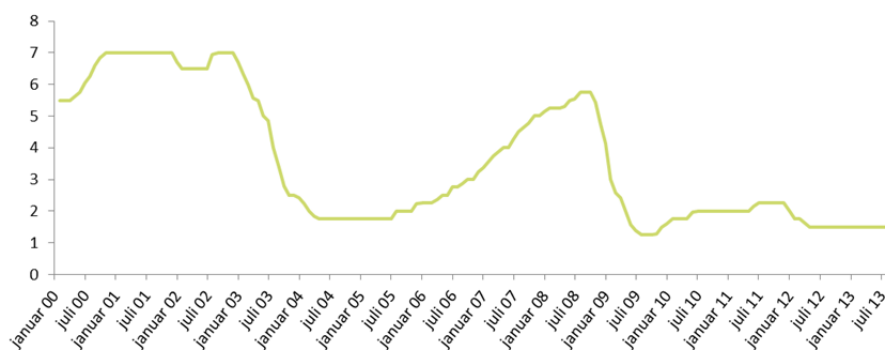
Styringsrenten har siden mars 2012 vært på 1,5 prosent. Bakgrunnen for dette er statsgjeldskrisen i mange land og finanskrisen. Til tross for det lave nivået på renten, har det vært stor renteforskjell mellom Norge og EU. Renten i euroområdet ligger under 0,2 prosent. Som en følge av dette har krona styrket seg mot euroen. Den sterke kronen svekker lønnsomheten og aktiviteten i norsk konkurranseutsatt næringsliv. Kostnadene til bedriften er i norske kroner, mens produktet skal selges i euro. En sterk krone vil føre til en høy pris på varen i euro, mens en svak krone ville gitt en lavere pris.

Framtidige investeringsprosjekters lønnsomhet blir dempet av en svak internasjonal utvikling og større usikkerhet enn normalt. SSB venter at investeringsveksten vil ta seg opp fra om lag 1 prosent i 2013 til om lag 5 prosent i 2016. For eksportorienterte industribedrifter ventes en investeringsvekst fra om lag 1 prosent i 2013 til vel 12 prosent i 2016.

Produktivitetsveksten i industrien er for tiden klart høyere enn i øvrig næringsliv. Dette skyldes blant annet at bruttoproduktet i de viktigste leverandørnæringene til oljevirksomheten i industrien vokser mye.

Figur 4.1

Styringsrente satt av Norges Bank (foliorente), januar 2000–august 2013¹²⁶



¹²⁶ Norges Bank (2013), *Norges Banks styringsrente. Månedsgjennomsnitt*, <http://www.norges-bank.no/no/prisstabilitet/rentestatistikk/styringsrente-manedlig/>, 18.09.2013.

4.2.2 *En vakkende verdensøkonomi*

Verdensøkonomien er fremdeles i en konjunkturedgang. Gjeldskrisen i Europa påvirker hele verdensøkonomien, blant annet gjennom at Europa er en viktig handelspartner for både USA, Kina og andre fremvoksende økonomier. Norges handelspartnere vil samlet sett ikke passere konjunkturbunnen før i 2015.

Euroområdet er inne i en rekordlang resesjon. BNP falt med 0,8 prosent i 1. kvartal i år sammenlignet med kvartalet før. Den økende arbeidsledigheten i mange av de europeiske økonomiene bidrar til den negative utviklingen. Med økende arbeidsledighet følger reduserte husholdningsinntekter, som igjen fører til lavere etterspørsel etter varer og tjenester i økonomien. Lavere konsum og færre folk i arbeid gjør at staten får stadig lavere skatteinntekter til å betale ned gjeld. Det medfører kutt i offentlige utgifter, blant annet gjennom oppsigelser av offentlig ansatte, kutt i lønn og offentlig tjenestetilbud, og dårligere velferdsordninger. Arbeidsledigheten har passert 12 prosent for hele euroområdet, og ligger betydelig høyere i land i Sør-Europa. I Spania var arbeidsledigheten på over 27 prosent i 1. kvartal 2013. I Frankrike har arbeidsledigheten økt fra 10 til 11 prosent det siste året.

Den europeiske sentralbanken (ESB) har forsikret at den vil ta alle virkemidler i bruk dersom utviklingen blir svakere enn ventet. Dette signalet har ført til lavere renter til de mest gjeldsbelastede medlemslandene i Sør-Europa, men også en svakere euro. Italia ser ut til å kunne oppleve en viss vekst i annen halvdel av 2013, mens situasjonen i Spania er mer uvis. Bankene i Spania kan i tiden som kommer bli tvunget til å ta store tap på sine utlånsporteføljer. Høy arbeidsledighet og dårligere utsikter enn forventet har ført til at statsminister Mariano Rajoy har annonsert flere tiltak. Disse skal blant annet bidra til å redusere byråkratiet og støtte opp om kredittgivningen til små og mellomstore bedrifter. Den spanske regjeringen har innrømmet at den vil trenge minst to år til for å komme under EUs grense for budsjettunderskudd på 3 prosent.

Veksten i USA dempes av skatteøkninger og utgiftskutt, og er dermed meget moderat. I 2012 vokste BNP med 2,2 prosent sammenlignet med året før. Arbeidsledigheten er høy, men på vei nedover. I april var arbeidsledigheten på 7,5 prosent, dette er en nedgang fra toppen på 10 prosent i 2010. Nedgangen skyldes svak vekst i arbeidsstyrken, men dette kan forklares av at det er mange som har gitt opp å søke arbeid. Det er tre millioner færre sysselsatte i 2012 sammenlignet med toppen i 2007. En normalisering i arbeidsmarkedet vil trolig ligge flere år fram i tid. Husholdningenes samlede gjeld har blitt redusert siden 2008, og gjeld som andel av disponibel inntekt er redusert fra 130 til 105 prosent. En betydelig del av husholdningene har fått sin gjeld ettergitt. Dette er en medvirkende faktor til reduksjonen. Finanspolitikken er strammet inn, noe som vil legge en demper på veksten fremover.

Japan har siden i fjor høst ført en ultraekspansiv pengepolitikk. Japanske yen har svekket seg mot Japans viktigste handelspartnere og gitt aksjekursene et kraftig oppsving. I 1. kvartal 2013 vokste Japans økonomi igjen.

Europa er et viktig eksportmarked for de fremvoksende økonomiene. De økonomiske problemene i euroområdet har ført til redusert etterspørsel. Kinas vekst har avtatt, og var i 1. kvartal 2013 på 6,6 prosent målt som årlig rate. Dette er lavere enn kvartalet før da veksten var på 8,2 prosent. Kommunistpartiet i Kina har et vekstmål på 7,5 prosent, og det ser ut til at de skal klare å nå dette målet i årene fremover.

Brasiliansk økonomi ser ut til å ha nådd vekstbunnen. Det forventes at økt aktivitet i forbindelse med fotball-VM i 2014 vil bidra til økte vekstrater fremover. Den britiske økonomien har vært i stagnasjon siden slutten av 2010, og ligger an til å få en svak utvikling videre på grunn av finanspolitiske innstramminger. Den indiske økonomien har de siste årene hatt en periode med svak vekst. I siste kvartal 2012 økte veksten til 5,3 prosent etter å ha nådd et bunnivå i 2. og 3. kvartal 2012, da den knapt var i overkant av 3 prosent. Veksten i Afrika sør for Sahara (utenom Sør-Afrika) var på 5,8 prosent. Denne utviklingen kommer av høye internasjonale råvarepriser og en relativt sterk utvikling i husholdningenes konsum.

Oljeprisen har i 2011 og 2012 ligget rett over 110 dollar fatet. I februar 2013 falt oljeprisen til noe under 100 dollar fatet, men tok seg opp mot slutten av mai måned til like over 100 dollar fatet. Som gjennomsnitt over de første fem månedene i 2013, har oljeprisen vært om lag 110 dollar per fat. SSB antar at oljeprisen vil holde seg noenlunde konstant og falle fra dagens nivå til rundt 100 dollar fatet mot slutten av 2014.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

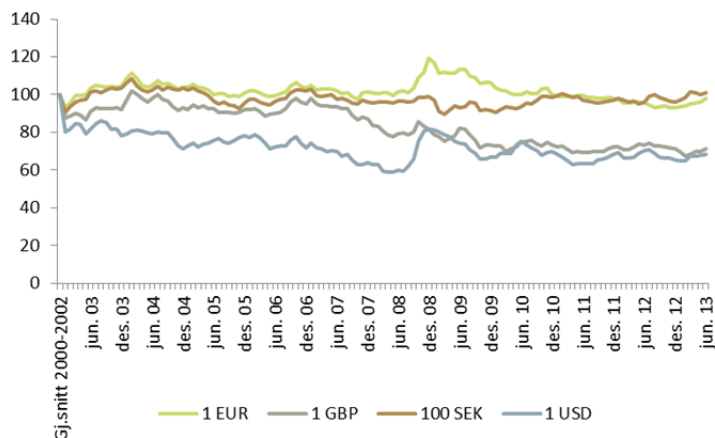
4.2.3 Valuta

Valutakursen påvirker prisen på importerte og eksporterte varer. De siste årene har det blitt stadig større fokus på valutakursens betydning for utviklingen i økonomien i et land. Finanskrisen førte til at kronen svekket seg med drøyt 18 prosent i andre halvår av 2008. De siste tre årene har svingningene i kronekursen vært noe mindre, og kronen har vist en styrkende trend.¹²⁷ Etter rentemøtet i juni 2013 svekket kronen seg igjen på grunn av signaler fra Norges Bank om et mulig rentekutt til høsten. Med en positiv utvikling i norsk økonomi, samtidig som andre land møter store økonomiske utfordringer, varierer den norske kronen mest mot amerikanske dollar og euroen. I gjennomsnitt kostet 1 euro 7,47 kroner i 2012, mot 7,79 kroner i 2011. Gjennomsnittet for de seks første månedene i 2013 var på 7,52 kroner. Amerikanske dollar nådde en topp i juli 2012, men har siden det svekket seg mot kronen. Gjennomsnittet for en dollar i 2012 var på 5,82 kroner mot 5,73 kroner det første halvår 2013.

Valutakursen (vekslingskursen) angir hvor mye en valuta er verdt målt i en annen valuta. I Norge er den flytende valutakurs der vekslingskursen bestemmes av tilbud og etterspørsel. En *sterk norsk krone* betyr at vi må betale lite for utenlandsk valuta, og det er dermed dyrt for andre land å kjøpe norske varer. En *svak norsk krone* impliserer at importen blir dyrere, men at det går godt for eksportnæringen. Dette er sentralt når Norge skal handle mat- og drikkevarer med utlandet.

Figur 4.2

Utvikling i utvalgte valutakurser, 2003–2013 (indeks 2000–2002=100)



¹²⁷ NOU 2013:7 Grunnlaget for inntektsoppgjørene 2013, <http://www.regjeringen.no/pages/38321651/PDFS/NOU201320130007000DDDPDFS.pdf>.

4.3 Konkurransesevne og lønnskostnader¹²⁸

Lønnskostnader er en stor og viktig andel av kostnadene i industrien. Foreløpige beregninger for 2012 viser at lønnskostnadsandelen i industrien utgjør 77 prosent. Som et resultat av finanskrisen, steg lønnskostnadsandelen i norsk industri markert i 2009. De tre siste årene har lønnskostnadsandelen falt noe tilbake igjen, men den ligger fortsatt på et høyere nivå enn før finanskrisen. Utgangspunktet for årets lønnsoppgjør var en beregnet årslønnsvekst fra 2011 til 2012 på 4,2 prosent for ansatte i NHO-bedrifter i industrien. Årslønnsveksten i Virke-bedrifter i varehandelen er beregnet til 3,3 prosent. Høy turnover og økt innslag av unge arbeidstakere trakk lønnsveksten i varehandelen ned.

Å sammenligne lønnskostnader på tvers av landegrenser er utfordrende både på grunn av ulik oppbygning av skattesystem og på grunn av ulike oppfatninger av hva som legges i begrepet lønn. Samtidig kan forskjeller i lønnskostnader også forklares gjennom forskjeller i utdanningsnivå og teknologiutnyttelse. Vi har derfor ikke forsøkt å sammenligne lønnskostnadene for matindustrien på tvers av landegrenser. Beregningsutvalget for inntektsoppgjørene utarbeider imidlertid årlig en rapport der de omtaler utviklingen i lønn og inntekt.

Norges konkurransevne svekkes

Det tekniske beregningsutvalget for inntektsoppgjørene anslår at konkurransevnen til norsk industri, sett i forhold til våre handelspartnere, og målt i relative timelønnskostnader i felles valuta, de siste ti årene har hatt en gjennomsnittlig svekkelse på om lag 1,1 prosent årlig.¹²⁹ De viktigste årsakene er sterk lønnsvekst i industrien og en styrket norsk krone. Veksten i timelønnskostnadene i Norge fra 2011 til 2012 anslås til 4,3 prosent (målt i nasjonal valuta), 1,6 prosentpoeng høyere enn hos våre handelspartnere. Det høye kostnadsnivået fører til en usikker konkurransevne for norsk næringsliv internasjonalt.

I 2012 var timelønnskostnadene for norske industriarbeidere 69 prosent høyere enn hos våre handelspartnere i EU, mot 61 prosent året før. Differansen økte kraftig i perioden 2004–2007 som følge av høy lønnsvekst og en sterk krone. Finanskrisen dempet denne effekten noe, men den økte vesentlig igjen i perioden 2009–2012. Årsaken til at differansen er både den høye lønnsveksten, men også at den norske økonomien har et generelt høyt produktivets- og inntektsnivå.

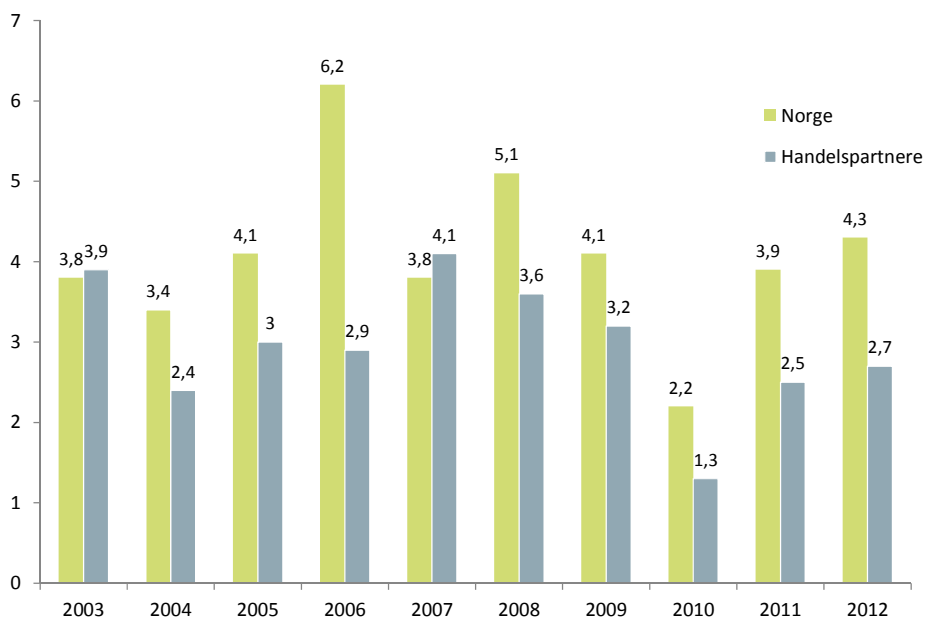
¹²⁸ NOU 2013:7 Grunnlaget for inntektsoppgjørene 2013, <http://www.regjeringen.no/pages/38321651/PDFS/NOU201320130007000DDDPDFS.pdf>.

¹²⁹ I tidligere rapporter har relativ timelønnskostnadsvekst i felles valuta vært høyere. Nedgangen kommer av at 2002, som var et år da kronen styrket seg betydelig, går ut av tiårsperioden.

Lønnskostnaden i Norge, målt ved et handelsvektet gjennomsnitt med felles valuta, har økt mer enn for våre handelspartnere hvert år de siste 10 årene, med unntak av i 2007, (jf. figur 4.3). Den gjennomsnittlige veksten i lønnskostnader per time for arbeidere i industrien er beregnet til 4,1 prosent de siste ti årene for Norge, og 3,0 prosent for våre handelspartnere.

Figur 4.3

Prosentvis endring i lønnskostnader per time fra året før for norsk industri og for våre viktigste handelspartnere, 2003–2012 i Det tekniske beregningsutvalget for inntektsoppgjørene



4.4 Prisutvikling

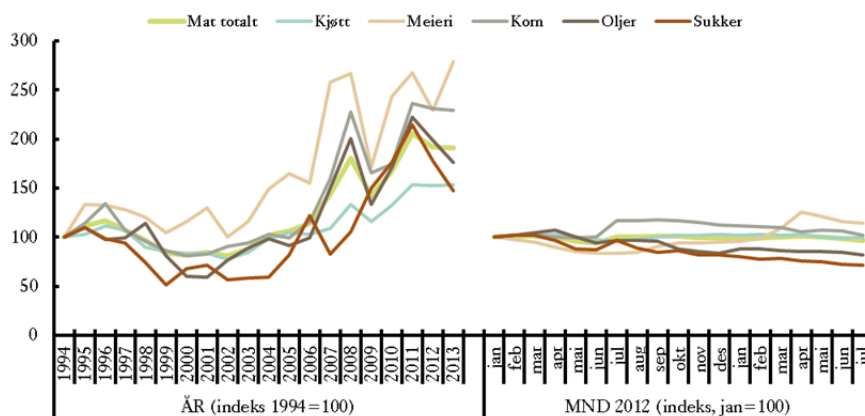
I dette avsnittet gis det en oversikt over prisutviklingen for jordbruksråvarer internasjonalt, og prisutviklingen for enkelte utvalgte råvarer i matindustrien i Norge og i utvalgte EU-land.

4.4.1 Utvikling i internasjonale råvarepriser

Etter en lang periode med relativt lave og stabile råvarepriser, økte prisene på jordbruksråvarer i de internasjonale markedene betraktelig i 2007. Den kraftige prisveksten fortsatte frem mot sommeren 2008, for deretter å falle i løpet av høsten. Prisnedgangen skulle vise seg å være kortvarig. I 2010 økte matråvareprisene igjen, og i 2011 nådde FAOs internasjonale matvareindeks det høyeste nivået som er registrert siden FAO begynte å gi ut den internasjonale råvareprisindeksen i 1990. For første halvdel av 2013 ligger indeksen for mat totalt på samme nivå som i hele 2012. I 2012 var indeksen 192 for mat totalt, mens den lå på 191 i juli 2013. Til sammenligning lå den på 206 i 2011. Indeksen på kjøtt og korn har holdt seg stabile i 2013 sammenlignet med året før, mens prisene på oljer og sukker har gått ned. Det er kun meieri som har sett en økning i prisene fra 2012 til 2013. Figur 4.4 viser utviklingen i FAOs indeks for de internasjonale prisene på råvarer til mat i perioden 1994 til og med juli 2013.

Figur 4.4

Utviklingen i internasjonale priser på jordbruksråvarer, 1994–7:2013¹³⁰



Utviklingen sommeren 2013 illustrerer situasjonen som råder i det globale matråvaremarkedet. Matvareindeksen lå litt under det forventede nivået, men ligger likevel høyere enn i juni i fjor. Nedgangen skyldes en nedgang i sukkerprisene og meieriprisene. Korn- og oljeprisene har holdt seg stabile, mens kjøttprisene økte med 2 prosent i juni.

¹³⁰ FAO (2013), *FAO Food Price Index*, <http://www.fao.org/worldfoodsituation/wfs-home/foodpricesindex/en>, 10.7.2013.

OECD-FAO spår i sin årlige publikasjon «Agricultural Outlook»¹³¹ at råvareprisene kommer til å legge seg på et høyere nivå enn de var før 2007. Råvareprisene er historisk høye. På kort sikt forventes det at produksjonen tar seg opp slik at prisen på avlinger faller. Kjøttprisene forventes å holde seg høye på grunn av knappe lagerbeholdninger. På lang sikt ser man for seg økte priser på både avlinger og kjøtt.

Høye oljepriser er en viktig faktor for prisutviklingen på matråvarer. Høyere oljepris driver ikke bare opp produksjonskostnadene i landbruket men øker også etterspørselen etter sukkerrør eller mais som råstoff til biodrivstoff. Det forventes at produksjon av biodrivstoff fram mot 2022 vil øke med omtrent 70 prosent fra nivået i 2010–2012. Mesteparten av denne produksjonen vil foregå i Brasil, USA og EU.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Til tross for økte priser, forventes det lavere produktivitsvekst i landbruket. Det siste tiåret har produktivitsveksten i landbruket vært på omtrent to prosent globalt, men er forventet å ligge på omtrent 1,5 prosent per år for neste tiårsperiode. Største del av produktivitsveksten i landbruket vil skje i utviklingsland. For eksempel forventer OECD-FAO at utviklingsland vil stå for 80 prosent av veksten i kjøttproduksjonen de neste ti årene. Fremvoksende økonomier som Brasil, Kina, Indonesia og Thailand har de siste årene tatt større markedsandeler internasjonalt, og det forventes at denne trenden vil fortsette de neste årene. Også Russland og Ukraina har investert tungt i landbrukssektoren, og forventes å spille en større rolle på det internasjonale markedet de neste årene.

Forbruket i utviklingsland er forventet å øke på grunn av høy befolkningsvekst, økende kjøpekraft, urbanisering og kostholdsendringer. Økt produksjon er en forutsetning for stabile priser de neste tiårene. OECD-FAO vektlegger at produksjonsøkningen må skje på en bærekraftig måte. Redusert matavfall og svinn vil være viktige tiltak både for å møte en økt etterspørsel og for å øke produktiviteten i verdikjeden for mat.

Omtrent 25 prosent av matjorda i verden er alvorlig forringet, og matproduksjonen i mange land påvirkes av vannmangel. Også fiskebestanden er flere steder overbeskattet. Klimaendringene og hyppigheten av ekstremvær vil kunne få betydninger for fremtidig matproduksjon. Forskning, utvikling og investering i landbruket er i denne sammenheng en viktig premiss for fremtidens matforsyning.

¹³¹ OECD-FAO (2013), Agricultural Outlook 2013–2022, <http://www.oecd.org/site/oecd-faoagriculturaloutlook/>.

4.4.2 *Prisutvikling for utvalgte råvarepriser i Norge og EU*

Nedenfor følger en oversikt over prisutviklingen for noen utvalgte råvarer til matindustrien i Norge og EU, fra 1994 og frem til i dag. Prisene i EU er basert på markedspriser i ett eller flere EU-land. EU-prisene er omregnet til norske kroner etter det aktuelle årets gjennomsnittlige valutakurs. Prisendringer som er beregnet i teksten er gjort med utgangspunkt i priser i norsk valuta. Prisene er ikke justert for inflasjon.

Når man skal se på prisutviklingen i Norge og EU, er det noen forhold man må være klar over:

- Prisene er offentlig tilgjengelige priser i Norge og EU. De reelle råvareprisene, dvs. de priser som bedriftene faktisk betaler er ofte en annen. Dette er forretningssensitiv informasjon som ikke er offentlig tilgjengelige. Rabattordninger, innkjøpsavtaler osv. vil med andre ord ikke gjenspeiles i prisene som presenterer her.
- Utenlandske prisserier kan representere litt andre produkttyper og kvaliteter enn norske råvarer. Dette innebærer at sammenligninger av priser egner seg best til å illustrere en utvikling over tid (ikke nivåforskjeller), forutsatt at rabattsatser og lignende ikke har endret seg vesentlig.¹³²

Å sammenligne norske råvarepriser med utvalgte EU-priser over tid kan imidlertid være nyttig av flere årsaker:

- Ved en dårlig norsk sesong, vil det oppstå et behov for å importere råvarer.
- Det er press på å bygge ned norsk tollvern.
- Bearbejdede landbruksvarer, såkalte RÅK-varer, inngår i et system der man forsøker å utligne råvareprisforskjeller mellom EU og Norge. Ettersom kompensasjon gjennom tollsatser er bundet i EØS-avtalen, vil en økt råvareprisforskjell mellom norske og europeiske aktører resultere i økte kostnader for den norske statskassen.

¹³² NILF kan ikke utelukke at dette har skjedd for enkelte av produktene i den aktuelle tidsperioden.

Storfekjøttssortering¹³³

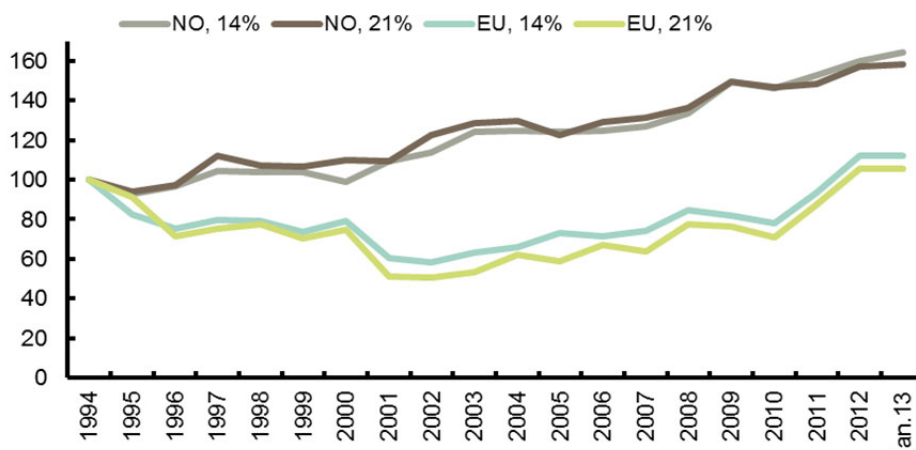
Figur 4.5 viser at prisutviklingen i Norge er høyere enn i EU for storfekjøttssortering 14 % og 21 % helt siden prissammenligningen startet i 1994.¹³⁴ Fra 1994 til 2012 har prisen på norsk storfekjøttssortering 14 % økt med 60 prosent, mens prisen i EU har gått ned med ca. 12 prosent i samme periode. Den ulike prisutviklingen i Norge og EU skyldes først og fremst forhold i EU i 1996 og rundt årtusenskiftet. Disse ga et kraftig fall i EU-priser. Storfekjøttssortering 14 % og 21 % har imidlertid i hele perioden hatt tilnærmet lik prisbane.

Fra 2010 til 2012 gikk den norske prisen opp med ca. 9 prosent, mens prisen i EU gikk opp med 44 prosent. Storfeproduksjonen har sunket sterkt i EU de siste årene på grunn av endringer i melkeproduksjonen med økt effektivitet per dyr og færre kyr. Til tross for at melkeproduksjonen i Norge har fulgt samme utvikling, har dette gitt en sterkere prisvekst for storfekjøtt i EU sammenlignet med Norge.¹³⁵

Ved inngangen av 2013 var den norske prisen på storfekjøtt 2,7 prosent høyere enn gjennomsnittsprisen for 2012. Prisen er forventet å øke noe frem til sommeren 2013 for deretter å stabilisere seg. For EU er prisen uendret ved begynnelsen av 2013, men den er også forventet å øke noe utover året. Forventningene om ytterligere prisøkninger på storfekjøttssorterere skyldes trolig en fortsatt underdekning i markedet for storfekjøtt både i Norge og EU.

Figur 4.5

Prisutvikling for storfekjøttssortering 14 % og 21 % i Norge og EU, 1994–2013 (indeks 1994=100)



¹³³ Nortura (2013), *Priser*, datafil mottatt av Raymond Wold-Schatzer, 16.02.13 (kun referanse for siste år oppgitt).

¹³⁴ Nivåene 14 % og 21 % refererer til sorteringens fettprosent, der lavere fettprosent i sorteringen er et uttrykk for at slaktet er blitt magrere.

¹³⁵ Informasjon via e-post fra Runa Himle i SLF den 30.08.2013.

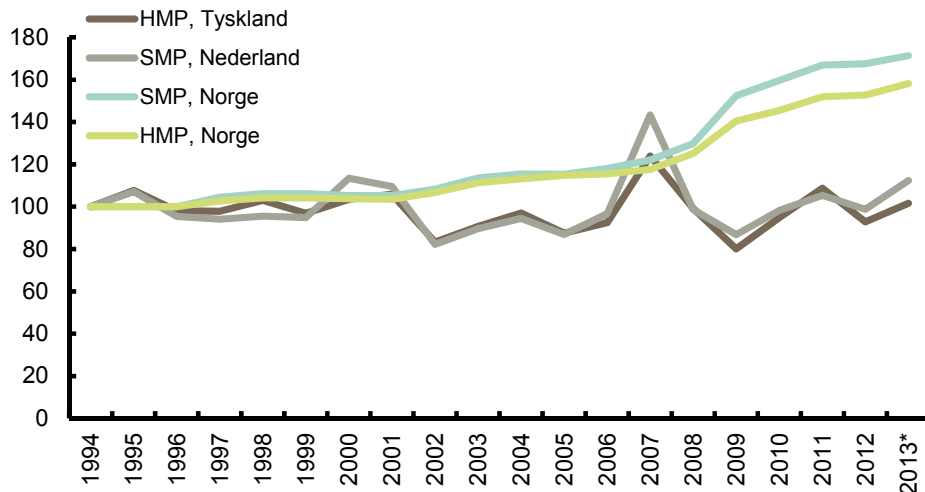
Melkepulver¹³⁶

Skummetmelkepulver er en av de største handelsvarene i både norsk og europeisk matindustri. Figur 4.6 viser at prisene på melkepulver i Norge og i EU hadde en noenlunde lik utvikling frem til 2001, men at utviklingen deretter har vært avvikende. Prisen på skummetmelkepulver og helmelkepulver i Norge har økt med hhv. 67,6 prosent og 52,8 prosent i perioden 1994–2012. I EU har prisen på skummetmelkepulver og helmelkepulver gått ned med hhv. 1,3 prosent og 7,2 prosent i samme periode.

I første halvår i 2013 har prisene på skummetmelkepulver og helmelkepulver i EU økt noe mer enn de norske prisene. Årsaken er mest sannsynlig rekordhøye priser på melkepulver i New Zealand, som er verdens største eksportør av melkepulver.¹³⁷ På bakgrunn av årets jordbruksoppgjør og mangel på melkefett i det norske markedet, er det grunn til å forvente at de norske prisene kommer til å øke noe i løpet av året.¹³⁸

Figur 4.6

Prisutvikling for skummetmelkepulver (SMP) og helmelkepulver (HMP) i Norge og EU, 1994–2013* (indeks 1994=100)



* Gjennomsnittlig priser mellom jan.-jun. i 2013

¹³⁶ TINE (2013), *Norske priser*, datafil mottatt av Åge Klafstad, 04.01.13, og Produiivel (2012), *Marketprices by products*, <http://www.produiivel.nl/pz/noteringen>, 07.08.13 (kun referanse for siste år er oppgitt).

¹³⁷ SLF(2013), <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/melk/marketed-og-pris/store-svingninger-i-pris-pa-melkepulver-i-oseania>, 30.08.13.

¹³⁸ TINE Ingrediens har prisoppdateringer 1. oktober hvert år. Nåværende pris for 2013 gjelder til og med 30.09.13. Prisjusteringer den 1. oktober vil hovedsakelig blir styrt av resultatene fra jordbruksforhandlingene.

Ost¹³⁹

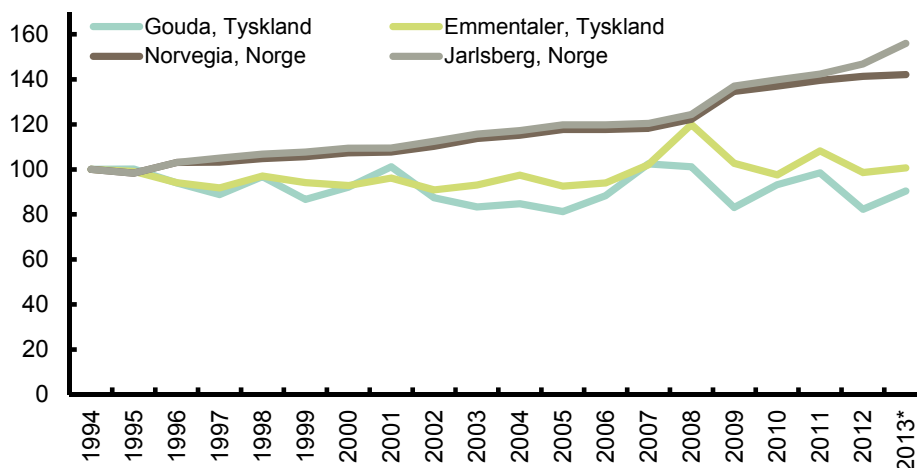
I Norge har prisen på ost til industrien økt jevnt siden 1994, med et prishopp i 2009 (jf. figur 4.7). I EU har prisen på ost vært relativt stabil, med unntak av 2008 da prisen på tysk Emmentaler steg.

Fra 1994–2012 økte prisene på Jarlsberg og Norvegia med hhv. 46,9 og 41,3 prosent i Norge. I EU har prisene på Gouda gått ned med 17,7 prosent fra 1994 til 2012 mens Emmentaler har gått ned med 1,4 prosent. Ost til industri i EU i 2012 hadde et prisfall første halvår. Dette skyldes økt tilbud og lavere etterspørsel på eksportmarkedene, forårsaket av fallende pris på melkeråstoff på verdensmarkedet.¹⁴⁰

I første halvår i 2013 har prisene på Gouda og Emmentaler i EU økt med hhv. 9,8 og 2,1 prosent. Tilsvarende har prisen på Norvegia og Jarlsberg bare økt med hhv. 0,6 og 6,2 prosent. Det er imidlertid forventinger om en prisøkning på norsk blokkost på 4,5 % i forbindelse med prisjusteringer den 1. oktober.¹⁴¹

Figur 4.7

Prisutvikling for ost i Norge (Jarlsberg og Norvegia) og EU (Emmentaler og Gouda), 1994–2013* (indeks 1994=100)



* Gjennomsnittlig priser mellom jan.-jun. i 2013

¹³⁹ TINE (2012), *Norske priser*, datafil mottatt av Åge Klafstad, 03.01.12, og Produivel (2012), *Marketprices by products*, <http://www.produivel.nl/pz/noteringen>, 03.01.12 (kun referanse for siste år er oppgitt).

¹⁴⁰ USDA (2012), hentet fra http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Dairy%20and%20Products%20Annual_Warsaw_EU-27_10-11-2012.pdf.

¹⁴¹ Viser til e-post fra Åge Klafstad i TINE den 02.09.13.

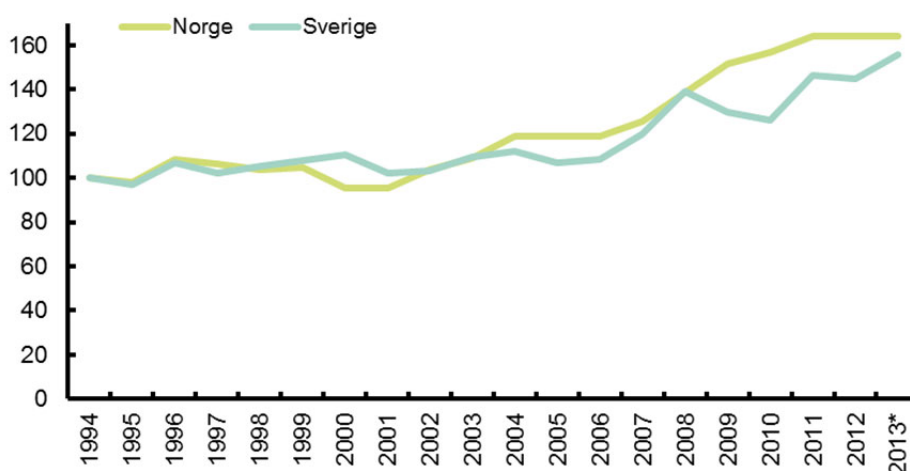
Hvetemel¹⁴²

Prisutviklingen på hvetemel var relativt lik i Norge og EU i perioden 1994–2008 (jf. figur 4.8, Sverige illustrerer EU priser). Fra 2008 til 2010 falt prisen på mathvete i EU. Hovedårsakene var store kornavlinger i Tyskland og Frankrike kombinert med relativt store kornlagre. Mot slutten av 2010 og ved inngangen av 2011 økte de internasjonale prisene på hvetemel. Sviktende avlinger i Russland og Ukraina, samt et påfølgende eksportforbud i Russland i august 2011, bidro til de økte internasjonale hvetepriene. I Norge har prisen på hvetemel siden 2009 og frem til i dag steget kraftigere enn i EU. Dette kan blant annet forklares av økt målpris på mathvete i 2012 og at matkorntilskuddet ble mer enn halvert 1. januar 2012.

Tall for første halvår i 2013 viser uendrede priser på siktet hvetemel i Norge til industri. Beregninger for Sverige viser at prisen ligger 7,2 prosent høyere for første halvår 2013 enn gjennomsnittlig pris for 2012.

Figur 4.8

Prisutvikling for hvetemel i Norge og Sverige, 1994–2013* (indeks 1994=100)



* Gjennomsnittlig priser mellom jan.-jun. i 2013

¹⁴² SLF (2012), *Norsk pris*, datafil mottatt av Kjetil Tysdal, 27.01.11, og SCB (2012), Producentprisindex (PPI) etter produktgrupp, <http://www.ssd.scb.se>, 26.01.12.

Sukker¹⁴³

I Norge er det tollfri import av sukker og prisene er påvirket av endringer i prisene på verdensmarkedet. EU har en beskyttet og regulert sukkerproduksjon. EUs reform av sukkerregimet i 2005 reduserte den garanterte minsteprisen på sukker med 36 prosent over en fireårsperiode.¹⁴⁴ Formålene med dette var å senke produksjonen i EU, fjerne dumping av subsidiert EU-sukker på verdensmarkedet og dermed redusere presset på sukkerprisene i markeder utenfor EU. Før reformen var Norge et gunstig «dumpingmarked» for det subsidierte overskuddssukker fra Danmark og Sverige. Prisene var dermed svært lave. Utviklingen etter 2005 tyder på at det har blitt slutt på denne praksisen og prisforskjellene mellom EU og Norge har økt. Fjerning av overskuddsproduksjon og eksportstøtte har bidratt til at sukkerprisene i Norge fra 2005 til 2012 har økt med 129 prosent, mens økningen i EU har vært på 12 prosent i samme periode. Dette er til tross for at siden 2011 har prisen på sukker i Norge hatt en større nedgang sammenlignet med EU.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Det er flere faktorer som har bidratt til kraftige prisøkning på sukker på verdensmarkedet i perioden 2009–2011. Redusert sukkerekspport fra EU er en faktor, men andre viktige faktorer er svake avlinger i ledende produsentland (Brasil, Indonesia og India) kombinert med høy etterspørsel etter sukkerrør til produksjon av biodrivstoff.

Sammenlignet med gjennomsnittet for 2012, har sukkerprisen i Norge og i EU for første halvår i 2013, blitt redusert med henholdsvis 12,7 prosent og 5,3 prosent. EU-kommisjonen har ønsket en sterkere prisnedgang, og det forventes tiltak på tilbudssiden for å få ned prisene ytterligere.¹⁴⁵ Det kan se ut som om resultatet av reformen i 2005 har ført til færre større produsenter og at dette har medført større sannsynlighet for stilltiende prissamarbeid, mindre konkurranse og påfølgende treg prisnedgang etter en pristopp. Til tross for en sterk økning i sukkerprisen i Norge ligger den fortsatt lavere enn i EU.

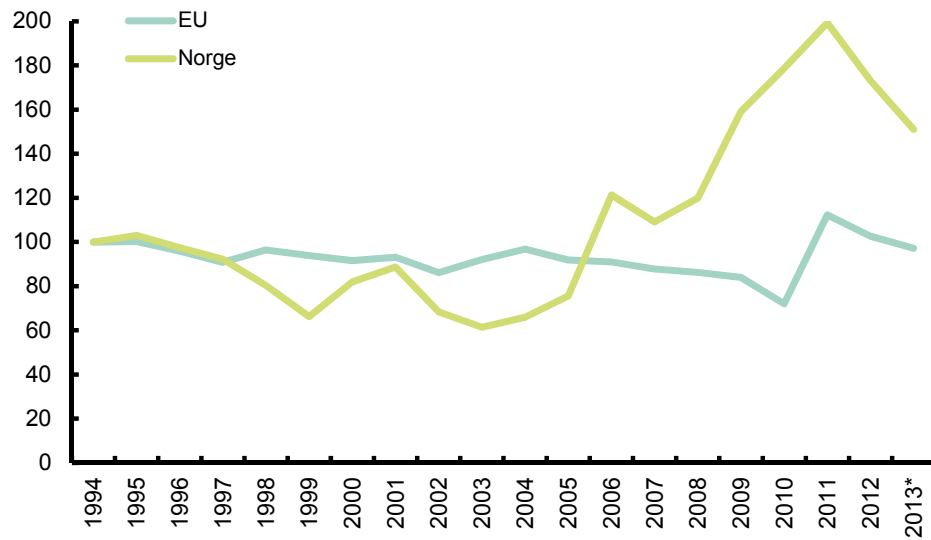
¹⁴³ Orkla Brands (2013), *Pris på sukker*, datafil mottatt av Trond Aanerud, 28.08.13 (kun referanse for siste år er oppgitt).

¹⁴⁴ Dagligvarehandelen (2005), hentet 25.11.05, <http://www.dagligvarehandelen.no/xp/pub/hoved/hovedside/112642>.

¹⁴⁵ Kingsman (2013), EU Sugar monthly report, 04.07.13.

Figur 4.9

Prisutvikling for sukker i Norge og EU, 1994–2013* (indeks 1994=100)



* Gjennomsnittlig priser mellom jan.-jun. i 2013



FOTO: © TINE MEDIEBANK

4.5 Internasjonal handel og markedsandeler

4.5.1 Markedsandeler

Norges handel med næringsmidler og drikkevarer har økt betydelig de siste 10–15 årene (omtalt i kapittel 2.4). Med unntak av fiskevarebransjen, er øvrig matindustri orientert mot innenlandsmarkedet, og importen er i de fleste bransjer større enn eksporten. I 2012 er matindustriens produksjonsverdi anslått til 171,6 mrd. kroner, mens importen og eksporten av næringsmidler og drikkevarer var på hhv. 34,0 mrd. kroner og 30,3 mrd. kroner.¹⁴⁶

Hvor stor del av totalmarkedet norsk matindustri dekker, samt utviklingen i markedsandeler, sier noe om matindustriens konkurranseevne.¹⁴⁷

Tabell 4.1 gir en oversikt over totalmarkedet for førstehåndsomsetningen av næringsmidler og drikkevarer inkl. bearbeidet fisk og fiskevarer.

Tabell 4.1

Markedsandel for matindustrien (inkl. bearbeidet fisk og fiskevarer), 1995–2012 (i mrd. kroner)

	1996	2000	2005	2010	2011	2012*
Produksjon	91,4	110,1	128,7	155,2	163,3	171,6
– Eksport	18,6	23,9	22,8	31,0	32,1	30,3
= Produksjon for Hjemmemarked	72,8	86,2	105,9	124,2	131,2	141,3
+ Import	9,6	13,6	17,5	27,4	31,1	34,0
= Totalmarked	82,5	99,8	123,5	151,6	162,3	175,3
Hjemmemarkedsandel	88,3	86,4	85,8	81,9	80,8	80,6
Eksportandel	20,3	21,7	17,7	20,0	19,7	17,6

* Anslag for 2012, er beregnet, basert på kvartalsvis nasjonalregnskap

Totalmarkedet for førstehåndsomsetning av næringsmidler og drikkevarer i Norge utgjorde om lag 175,3 mrd. kroner i 2012. Dette er en økning på 112,5 prosent fra 1996. I samme periode økte produksjonen med 87,7 prosent, eksporten med 62,9 prosent og importen med 254,2 prosent. Som følge av at norsk matindustri i økende grad har blitt konkurranseutsatt, har hjemmemarkedsandelen (produksjon for hjemmemarkedet dividert på totalmarkedet) de siste 10–15 årene gått ned. I 1996 var hjemmemarkedsandelen på 88,3 prosent mens den anslås til 80,6 prosent i 2012. Samtidig har eksportandelen (eksport dividert på produksjon) falt fra 20,3 prosent i 1996 til 17,6 prosent i 2012.

¹⁴⁶ Inkluderer fisk og fiskevarer.

¹⁴⁷ SSB (2010), *Industristatistikk 2012*, datafiler mottatt av Salah Eddine Ziade, juni 2013, og SSB (2013) Utenrikshandelsstatistikk, datafil mottatt fra SSB, 17.01.13, og SSB kvartalsvis nasjonalregnskapsstatistikk, <http://www.ssb.no/emner/09/01/knr/index.html>, August 2013.

Handel med bearbejdet fisk og fiskevarer utgjør en stor andel av norsk utenriks-handel og påvirker dermed hjemmemarkeds- og eksportandelen i betydelig grad. For matindustrien ekskl. fiskevarebransjen var hjemmemarkedsandelen anslagsvis på 81,4 prosent i 2012 mot 90,1 prosent i 1996 (jf. tabell 4.2). Eksportandelen har gått marginalt opp de siste årene, og var 4,0 prosent i 2012.

Tabell 4.2

Markedsandel for matindustrien ekskl. bearbejdet fisk og fiskevarer, 1995–2012 (i mrd. kroner)

	1996	2000	2005	2010	2011	2012*
Produksjon	73,7	85,7	103,8	119,0	124,3	132,6
– Eksport	2,9	3,2	3,5	4,5	4,9	5,4
= Produksjon for hjemmemarked	70,8	82,6	100,3	114,5	119,4	127,2
+ Import	7,8	10,1	14,5	22,9	26,3	29,0
= Totalmarked	78,6	92,6	114,8	137,4	145,7	156,2
Hjemmemarkedsandel	90,1	89,1	87,4	83,3	81,9	81,4
Eksportandel	3,9	3,7	3,3	3,8	3,9	4,0

* Anslag for 2012 er beregnet basert på kvartalsvis nasjonalregnskap



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Selv om de fleste bransjene i matindustrien er rettet mot hjemmemarkedet, er det også noen som produserer for eksportmarkedene. De ulike bransjene har også hatt ulik utvikling i både hjemmemarkeds- og eksportandel de 10–15 årene (jf. tabell 4.3).

Tabell 4.3

Markedsandeler i matindustrien, totalt og bransjevis, 1996 og 2012 (i prosent)¹⁴⁸

	Hjemmemarkedsandel		Eksportandel	
	1996	2012	1996	2012
MATINDUSTRIEN	88,3	80,6	20,3	17,6
Kjøtt	98,2	95,8	1,3	1,3
Fisk	51,9	74,0	88,7	63,9
Potet	96,5	96,6	3,3	0,2
Konserves	57,3	50,6	2,4	3,1
Olje og fett	69,2	21,3	26,5	55,5
Meierivarer	98,3	95,8	4,5	3,0
Kornvarer	81,4	61,6	0,5	2,0
Bakvarer	89,9	78,7	4,6	1,9
Sjokolade og sukkervarer	50,6	48,0	17,3	10,2
Øvrige næringsmidler	79,8	61,2	5,3	6,9
Fôr	95,8	94,2	3,9	2,3
Drikkevarer	88,8	78,2	1,5	3,7

Fiskevarebransjen (bearbeidet fisk og fiskevarer) eksporterer store deler av produksjonen, anslagsvis 69,9 prosent gikk til eksport i 2012. Olje- og fettbransjen følger deretter med en eksportandel på 55,5 prosent. I 2012 hadde kjøtt- potet- og meieri-bransjen høyest hjemmemarkedsandel på hhv. 95,8 prosent, 96,6 prosent og 95,8 prosent. Olje- og fettbransjen hadde lavest hjemmemarkedsandel i 2012 med 21,3 prosent. Fra 1996 til 2012 har alle bransjene hatt en nedgang i hjemmemarkedsandelen med unntak av fisk- og potetvarebransjen.

¹⁴⁸ Bak tallene for 2012 ligger en antagelse om at hver bransje oppnår en vekst i produksjonsverdi mellom 2011–2012 som matindustrien samlet.

4.6 *Forskning og utvikling*

For at en industri skal kunne hevde seg både nasjonalt og internasjonalt er forskningsbasert kunnskap om marked og forbrukere en forutsetning. Produksjon av sjømat forholder seg til internasjonale markeder med ulike behov og trender og med varierende rammebetingelser. Norsk landbruk og landbruksbasert industri opplever også en økende konkurranse gjennom internasjonalisering, endringer av handelsregimer og strukturelle endringer i samfunnet. Samtidig fortsetter globaliseringen av matvarehandelen. Forskning og kunnskapsutvikling vil være avgjørende for å møte disse utfordringene og er viktig for å sikre fremtidig konkurranseevne for matindustrien.

Mange aktører i verdikjedene for mat har liten tradisjon for å drive egen forskningsvirksomhet. Dette kan til dels forklares ut fra strukturen i primærnæringen, stor geografisk spredning og mindre motivasjon for FoU. Forskning i denne sektoren er derfor ofte avhengig av offentlig finansiering. Næringsrettet forskningsinnsats finansieres gjennom avgiftsbaserte fond, henholdsvis Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL) og Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF).¹⁴⁹

Forskningsprogrammet Bærekraftig verdiskaping i mat- og biobaserte næringer (BIONÆR) startet opp 1. januar 2012. Foruten BIONÆR, støtter også Regionale forskningsfond og Innovasjon Norge FoU og innovasjonsaktivitet for mat/matindustrien. Det gis også i stadig økende grad direkte midler til instituttsektoren fra Landbruks- og matdepartementet. Samlet sett finansieres sektorens forskning gjennom bevilgninger over statsbudsjettet, næringens midler og midler fra internasjonalt forskningssamarbeid.

I 2013 la regjeringen fram Meld. St. 18 (2012–2013) «Lange linjer – kunnskap gir muligheter».¹⁵⁰ Her framholdes det at i et høykostnadsland som Norge er forskning og forskningsbasert innovasjon en forutsetning for å videreføre en nasjonalt basert produksjon av mat og en norsk næringsmiddelindustri med høy konkurranseevne. Matforskningen har vært rettet mot verdiskaping og markedsorientering. Utfordringene omfatter trygg mat, sunn mat, teknologiutvikling, produktutvikling og merkevarebygging. Nasjonalt og internasjonalt samarbeid og satsing på forskningsinfrastruktur blir i denne sammenheng stadig mer sentralt.

¹⁴⁹ Forskningsrådet (2012), Mat. Porteføljereport 2012, Arbeidsdokument 2013.

¹⁵⁰ Kunnskapsdepartementet (2013), Meld. St. 18 (2012–2013) Lange linjer – kunnskap gir Muligheter, <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/dok/regpubl/stmeld/2012-2013/meld-st-18-20122013.html?id=716040>, 05.07.13

*Nasjonal strategi for forskning og innovasjon på mat, ernæring og helse*¹⁵¹

Som en del av arbeidet for bedre folkehelse, gjennom økt kunnskap om mat og sammenhengen mellom ernæring og helse, vedtok Regjeringen i år å utarbeide en nasjonal strategi for forskning og innovasjon på området mat, ernæring og helse. Målet med strategien er å få til en mer helhetlig og samordnet satsing på området, samt bidra til bedre utnyttelse og prioritering av forsknings- og innovasjonsressursene. Strategien er en felles satsing mellom Helse- og omsorgsdepartementet, Fiskeri- og kystdepartementet og Landbruks- og matdepartementet, og skal stå ferdig i løpet av våren 2014.

4.6.1 *Strategier og programmer for forskning*

*Fra Matprogrammet til Bionær - forskning rettet mot matindustrien*¹⁵²

BIONÆR¹⁵³ er en videreføring av de tidligere forskningsprogrammene Matprogrammet og Natur og Næring. Programmet har som hovedmål å utløse forskning og innovasjon for verdiskapning i de norske biobaserte næringene. Programmets tematiske avgrensning vil være jordbruks-, skogbruks- og naturbaserte verdikjeder, samt sjømat og marin biomasse, fra råstoffet tas opp av havet og fram til konsument. Ny tematikk kan framfor alt knyttes til *kretsløpstankegangen* i bioøkonomien, et sentralt element i det nye programmet.

Framveksten av konseptet *bioøkonomi* danner det strategiske bakteppet for etableringen av BIONÆR. Økt bevissthet omkring globale samfunnsmessige utfordringer (tilgang på mat, utslippsreduksjoner og tilpasning til klimaendringer, bærekraftig forvaltning av naturressursene, bioenergi og biobaserte produkter, sysselsetting og konkurransekraft), aktualiserer forskning og innovasjon som underbygger et mer biobasert samfunn. BIONÆR skal innrettes for at norske bionæringer skal utvikle seg og bidra i dette globale perspektivet, i en kunnskapsbasert bioøkonomi.

Det er et mål at programmet skal være næringsrettet, med et fokus på videreutvikling av eksisterende næringer og tilrettelegging for ny næringsvirksomhet i Norge. Dette innebærer fokus på ressursgrunnlag, råvareproduksjon, foredling og konsum knyttet til landbruks- og naturbaserte verdikjeder, samt på sjømat. I tillegg vektlegges næringsretting og involvering i forskningsprosjekter.

¹⁵¹ Helse- og omsorgsdepartementet (2013), *Nasjonal strategi for forskning og innovasjon på mat, ernæring og helse*, hentet fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/hod/aktuelt/nyheter/2013/nasjonal-strategi-for-forskning-og-innov.html?id=736005>, 30.09.2013.

¹⁵² Norges forskningsråd (2012), *Bionær, Bærekraftig verdiskapning i mat- og biobaserte næringer*, Foreløpig program 2012–2022, http://www.forskningsradet.no/prognett-bionær/Om_programmet/1253971968607.

¹⁵³ Forskningsrådet (2012), *Bærekraftig verdiskapning i mat- og biobaserte næringer – BIONÆR, Programplan 2012–2021*.

BIONÆR inkluderer forskning for produksjon og utnyttelse av biomasse som tidligere i liten grad er vektlagt. Eksempler på slik biomasse kan være alger, mikrobielle produkter og restråstoff.

BIONÆR er delt inn i fire hovedinnsatsområder:

- Produksjonsgrunnlag og rammebetingelser
- Primærproduksjon
- Foredling, markedsføring og forbruker
- Verdiskaping knyttet til tjenester.

Budsjettet for BIONÆR vil i 2013 ligge på omlag 211 mill. kr. Landbruks- og matdepartementet finansierer 158 mill. kr, Fiskeri- og kystdepartementet 33 mill. kr, Nærings- og handelsdepartementet 10 mill. kr og Forskningsfondet 10 mill. kr.

Norges forskningsråd har fra og med 2011 nye prosjektkategorier for næringsrettet forskning.¹⁵⁴ Disse er Innovasjonsprosjekt i næringslivet (IPN) og Kompetanseprosjekt for næringslivet (KPN). Brukerstyrte innovasjonsprogrammer er rettet direkte mot bedrifter som vil utvikle sin egen bedrift eller næring. Dette er et hovedvirkemiddel i Forskningsrådets satsing på næringsrettet FoU. Det ble i 2013 lyst ut 15–20 mill. kroner til KPN prosjekter for 2014. Til IPN prosjekter har FFL og JA satt av 5–10 mill. kroner og BIONÆR har satt av 20–26 mill. kr.¹⁵⁵

Formålet med Innovasjonsprosjekt i næringslivet (*IPN*) er å utløse FoU-aktivitet i næringslivet som spesielt bidrar til innovasjon og bærekraftig verdiskaping. Kostnader som gir grunnlag for støtte er relevante prosjektkostnader, kjøp av eksterne FoU- tjenester, ett eller flere stipend og direkte prosjektutgifter. Kompetanseprosjekt for næringslivet (*KPN*) har som formål å bidra til næringsrettet forskerutdanning og langsiktig kompetanseoppbygging i norske forskningsmiljøer, innenfor faglige temaer med stor betydning for utviklingen av næringslivet i Norge. Prosjektet omfatter normalt doktorgradsutdanning og har krav om internasjonalt samarbeid og vitenskapelig publisering. BIONÆR likestiller nå forskerprosjekter og KPN, ettersom de ofte i like stor grad er næringsrettet.

¹⁵⁴ Norges forskningsråd (2013), *Søknadstyper*, <http://www.forskningsradet.no/no/Soknadstyper/1183468209217>, 04.07.13.

¹⁵⁵ SLF (2013), *Landbruks- og matforskning*, <https://www.slf.dep.no/no/foumidler/landbruks-og-matforskning#fou-midler-2014---soeknadsprosedyre-2013>, 05.07.13.

Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL) og Forskningsmidler over jordbruksavtalen (JA) ¹⁵⁶

Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL) har som formål å skaffe midler til forskning knyttet til landbruksprodukter som skal nyttes til å fremstille nærings- og nytelsesmidler, samt fôrkorn til husdyr. Generelle føringer er å møte utfordringene i Meld. St. 9 (2011–2012) «Landbruks- og matpolitikken - Velkommen til bords».

Midlene til FFL hentes inn gjennom forskningsavgiften på landbruksprodukter, både fra nasjonal produksjon og fra importerte råvarer, halvfabrikata og ferdigvarer. Avgiftsmidlene skal bl.a. sikre deler av Nofimas virksomhet, mens de øvrige midlene brukes til finansiering av prosjekter etter åpen utlysning. Over jordbruksavtalen (JA) settes det årlig av midler øremerket forskning. Formålet med midlene er å bidra til å dekke opp avtalepartenes (Landbruks- og matdepartementet, Norges bondelag og Norsk bonde- og småbrukarlag) behov for FoU, med hovedtyngden på anvendt kunnskap. Det kan også gis midler til utredninger og forprosjekter innen prioriterte satsingsområder.

Midlene fra FFL og JA defineres som brukerfinansiering av kollektiv art. I 2013 utgjør JA-midlene 53 mill. kroner. FFL har et budsjett på 137 mill. kroner i 2013. Dette er en liten oppgang fra 2012.¹⁵⁷

Både FFL og JA har et tett samarbeid med Norges forskningsråd (NFR), og for 2014 er det en felles IPN-utlysning mellom FFL/JA og Forskningsrådets program BIONÆR. Bakgrunnen for dette er bl.a. at LMD ønsker at midlene skal samordnes på best mulig måte for å få mest mulig ut av midlene til landbruksforskning. FFL og JA skal gå til forskning på anvendte problemstillinger. Midlene for 2014 skal derfor i hovedsak gå til KPN og IPN prosjekter.

*Felles norsk forsknings- og utviklingsstrategi; Nasjonal teknologiplattform*¹⁵⁸

Økt konkurranse og økt behov for innovasjonsevne krever bruk av ny kunnskap. Matindustrien har med denne bakgrunnen samlet seg bak en felles norsk forsknings- og utviklingsstrategi, gjennom den nasjonale teknologiplattformen Food for Life. Hensikten med plattformen er å påvirke valget av satsingsområder for forskningen, både i Norge og EU, samt å formidle kunnskap om aktuelle europeiske forskningsprosjekter. Norges nasjonale Food for Life-plattform er en del av den veletablerte Europeiske Food for Life plattformen. Den europeiske plattformen er viktig for å kunne gi innspill på forskningsprioriteringer for mat- og drikkeindustrien på EU-nivå.

¹⁵⁶ Forskningsrådet (2013), *Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL), Forskningsmidler over jordbruksavtalen (JA)(Matfondavtale)*, <http://www.forskningsradet.no/no/Utlysning/MATFONDAVTALE/1207296101082>.

¹⁵⁷ SLF (2013), *Landbruks- og matforskning*, <http://www.slf.dep.no>, 02.10.13.

¹⁵⁸ Food for life (2013), *European Technology Platform Food for life NO*, <http://www.f4l.no/>, 05.07.13.

Den norske teknologiplattformen for matbransjen er et samarbeid mellom NHO Mat og Drikke, NHO Mat og Landbruk og Nofima. Norges Forskningsråd er med på å gi støtte til etablering og drifting av plattformen.

Den norske Food for Life-plattformen fokuserer på fem hovedsatsningsområder som de ønsker at forskningen skal prioritere. Det dreier seg om:

1. Forbruker og marked
2. Produktkvalitet og innovasjon
3. Mat og helse
4. Mattrygghet
5. Effektiv og ansvarlig matproduksjon.

Fokus ligger spesielt på mat og helse og bærekraftig matproduksjon. På disse områdene trenger norsk matindustri ny kunnskap og innsikt, og det er behov for samarbeid på tvers av kompetanseområder.

Oppbyggingen av langsiktig kompetanse er sentral, og Food for Life ser på utfordringer frem mot 2020 og enda lenger frem i tid. Både bedrifter, forskningsinstitusjoner og offentlige instanser forventer tøffere internasjonal konkurranse. Dette innebærer at forskningssamarbeid og åpen innovasjon innen disse temaene stadig blir viktigere.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

4.6.2 Bruk av FoU-ressurser¹⁵⁹

Næringslivet utførte forskning og utvikling (FoU) for nesten 20,1 milliarder kroner i 2011. I mat- og drikkeindustrien ble det brukt 580,7 mill. kr på egenutført forskning og utvikling i 2011. Dette var en økning på omtrent 3 prosent sammenlignet med året før. Innkjøpte forsknings- og utviklingskostnader har derimot blitt redusert hvert år siden 2007. Disse ble redusert med 29 prosent fra 2010 til 2011.

Tabell 4.4¹⁶⁰

FoU-personale, -årsverk og -kostnader i næringslivet, 2007–2011

	2007	2008	2009	2010	2011
Industri					
FoU-enheter	1057	1025	1015	994	908
FoU-årsverk	6826	6878	6667	6113	6115
Egenutførte FoU-kostnader (mill.kr)	7670,5	7951,5	7879,7	6998,1	7753,4
Innkjøpte FoU-kostnader (mill.kr)	1598	1740,4	1704,9	1483,9	1306,6
Mat- og drikkeindustrien					
FoU-enheter	185	168	160	155	137
FoU-årsverk	603	531	536	557	551
Egenutførte FoU-kostnader (mill.kr)	623,3	616,8	693,8	564,1	580,7
Innkjøpte FoU-kostnader (mill.kr)	162,9	133,8	125,1	119,2	84,9
Fiske, fangst og akvakultur					
FoU-enheter	44	46	46	53	57
FoU-årsverk	190	211	210	228	191
Egenutførte FoU-kostnader (mill.kr)	313,9	316,3	298,9	349,3	293,6
Innkjøpte FoU-kostnader (mill.kr)	64,6	49,9	69,2	57,1	74,5

¹⁵⁹ SSB (2013), *Forskning og utvikling i næringslivet, 2011, endelige tall*, <https://www.ssb.no/foun>, 05.07.13.

¹⁶⁰ SSB(2013), *Tabell: 07964: FoU-personale og FoU-årsverk i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007)*. *Tabell: 07963: Kostnader til egenutført FoU-virksomhet i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007) (mill. kr)*. *Tabell: 07966: Innkjøpte FoU-tjenester i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007) (mill. kr)*, 05.07.13.

4.6.3 Finansieringskilder

Foretakene i næringslivet finansierte mesteparten av sin FoU-aktivitet med egne midler i 2011. Industrien finansierte i gjennomsnitt omtrent 82 prosent med egne midler, mat- og drikkeindustrien finansierte 87 prosent, mens fisk, fangst og akvakultur finansierte 65 prosent av sin FoU-aktivitet selv.

Tabell 4.5¹⁶¹

Finansiering av egenutført FoU i næringslivet i mill. kr, 2007–2011

	2007	2008	2009	2010	2011
Industri					
Egen finansiering	6127,5	6059,4	6109,3	5552,1	6379,8
Ekstern privat norsk finansiering	383,3	529,9	484	94,5	149,5
Finansiering fra utlandet	685,7	885	717,8	809,9	722
Offentlig finansiering	247,5	251,9	319	290,4	272,2
SkatteFUNN	226,6	225,4	249,6	251,2	229,9
Mat- og drikkeindustri					
Egen finansiering	512,3	524,4	603,6	475	505,9
Ekstern privat norsk finansiering	17,7	6,3	0,5	10,1	11,8
Finansiering fra utlandet	0	0	0,6	0,2	0
Offentlig finansiering	50,6	45	54,3	45,1	30,7
SkatteFUNN	42,6	41,1	34,9	33,7	32,3
Fiske, fangst og akvakultur					
Egen finansiering	224,8	208,6	193,4	241,2	189,9
Ekstern privat norsk finansiering	4,1	10,5	10	18,6	15,7
Finansiering fra utlandet	57	68,4	63,2	59,2	58,6
Offentlig finansiering	13,9	9,9	10,5	13,1	9,7
SkatteFUNN	14,2	19	21,8	17,2	19,7

¹⁶¹ SSB(2013), Tabell: 07965: Finansiering av egenutført FoU i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007) (mill. kr), 05.07.13.

5 Konjunkturundersøkelsen

Årets konjunkturundersøkelse gir inntrykk av at utviklingen i matindustrien har vært relativt stabil og positiv i 2012. Mer enn halvparten av respondentene viser til økt omsetning, bedre resultat og stabile eller høyere priser sammenlignet med 2011. Ifølge respondentene har endringene i sysselsetting og investeringer vært relativt små i 2012. Antallet nye produkter som ble lansert var omtrent på nivå med tidligere år. Respondentene synes å ha optimistiske forventninger til 2013. Mer enn halvparten forventer høyere omsetning, større volum, høyere priser, stabil sysselsetting og et bedre resultat i 2013. Likevel regner bare under halvparten av respondentene med økte investeringer i 2013, og 19 prosent svarer at de forventer lavere investeringer sammenlignet med 2012. Tilgang på råvarer, konkurranse og etterspørsel på hjemmemarkedet er de tre viktigste faktorer som respondentene forventer kan begrense aktiviteten i 2013.

5.1 Formål og gjennomføring

Formålet med konjunkturundersøkelsen er å undersøke hvordan fjorårets utvikling opplevdes av aktører i norsk matindustri, og hva de forventer for inneværende år. Undersøkelsen er gjennomført blant medlemsbedrifter i matindustrien i NHO Mat og Drikke, NHO Mat og Landbruk, Norsk Nærings- og nytelsesmiddelarbeiderforbund, og Norsk Landbrukssamvirke. Årets undersøkelse er den fjortende som er gjennomført i forbindelse rapporten Mat og Industri. 369 bedrifter ble gitt anledning til å svare på undersøkelsen, hvorav 86 har svart (svarandel på omtrent 23 %). Mange av respondentene er relativt store bedrifter. Dersom svarprosenten regnes i forhold til antall årsverk, representerer respondentene 60 prosent av de sysselsatte i populasjonen for undersøkelsen.¹⁶²

Undersøkelsen ble gjennomført elektronisk ved hjelp av analyseverktøyet Analyzer i april/mai 2013. NHO Mat og Drikke stod for utsendelse og puring, mens NILF har stått for design av spørreskjemaet, analyse og presentasjon av resultatene. Svarene fra undersøkelsen er kategorisert i åtte ulike bransjer. Tabell 5.1 viser hvor mange respondenter det er i hver bransje. Frekvensfordelingen er beregnet ut i fra svarprosenten på hvert spørsmål (n=).

¹⁶² 38 prosent av de bedriftene som svarte i 2012 svarte også i 2013. Totalt antall ansatte i matindustrien i 2012 var 48 589, og respondentene representerer 18 044 ansatte. Populasjonen utgjør de bedrifter som ble gitt anledning til å delta i undersøkelsen. Disse representerer til sammen 30 190 ansatte. Vi kan dermed si at av de som har besvart undersøkelsen er det omtrent 37 prosent av de ansatte i matindustrien som er representert i denne undersøkelsen.

Tabell 5.1

Bransjegruppering og antall respondenter

Bransje	Beskrivelse	Antall respondenter
Bakervarebransjen	Bakeri, konditori, industribakere o.l.	21
Drikkevarer	Bryggeri og mineralvann	4
Kjøttbransjen	Kjøtt, egg og fjørfe	26
Konservesindustrien	Konserves	7
Korn- og fôrbransjen	Korn, fôr og møller	8
Sjokolade- og sukkervarebransjen	Sjokolade og sukkervarer	3
Meieri og iskrem	Meieri/iskrem	7
Annet	Fiskemat(1), Margarin/olje/fett (2) og andre bedrifter med diversifisert produktportefølje	10
TOTALT		86

Årets undersøkelse omfatter alle de største bedriftene målt i sysselsetting innen de fleste bransjer. Totalt oppgir respondentene at de omsatte for 67,5 mrd. kroner i 2012.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

5.2 Utvikling i matindustrien 2012¹⁶³

5.2.1 Økt omsetning og høyere priser

Over halvparten av respondentene rapporterer om økt omsetning sammenlignet med året før, på samme måte som de har gjort de siste tre undersøkelsene. Dersom man ser alle bransjene under ett, har det vært en nedgang i antallet som svarer at de har økt omsetningen det siste året fra 71 prosent i 2011 til 64 prosent i 2012.

På grunn av at sammensetningen av respondentene i utvalget kan være endret fra ett år til ett annet, kan det imidlertid være problematisk å sammenligne resultater over flere år.

De fleste respondentene innen konserverindustrien rapporterer om en høyere omsetning enn året før (71 %). Ingen av respondentene i konserverindustrien rapporterer om lavere omsetning i 2012 sammenlignet med 2011 (jf. figur 5.1). Innen sjokolade- og sukkervarebransjen rapporterer 2 av 3 respondenter om en økt omsetning i 2012 sammenlignet med 2011. Også i 2011 rapporterte 2 av 3 respondenter innen sjokolade- og sukkervarebransjen om en redusert omsetning sammenlignet med 2010. Blant respondentene i meieribransjen rapporterer 83 prosent om en høyere omsetning i 2012 sammenlignet med året før. Respondentene i kjøttbransjen deler seg i to hovedgrupper. Den ene gruppen som består av 40 prosent rapporterer om en lavere omsetning i 2012 sammenlignet med året før, mens den andre gruppen på 56 prosent av respondentene rapporterer om en høyere omsetning. Også i drikkevarebransjen viser undersøkelsen et varierende resultat. Den ene halvparten av respondentene rapporterer om lavere omsetning i 2012 sammenlignet med året før, mens den andre halvparten kan melde om høyere omsetning.

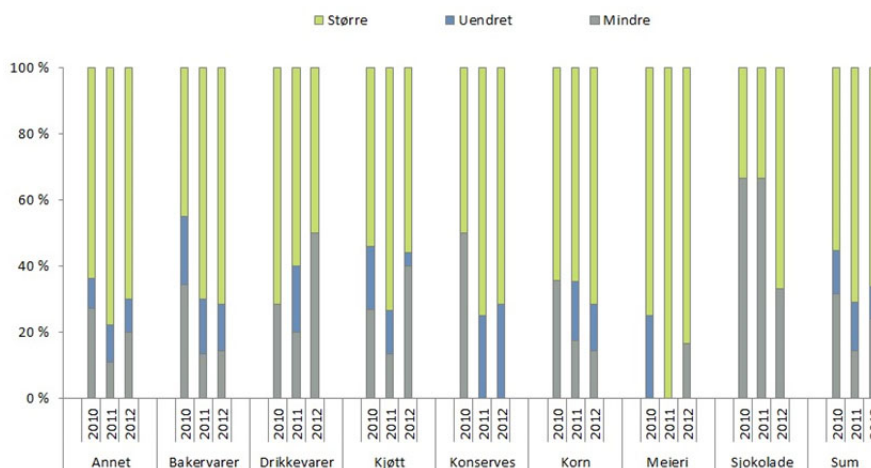


FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹⁶³ Resultatet fra de to foregående årene er inkludert i figurene for å belyse utviklingen over en treårs periode. Teksten kommenterer hovedsakelig utviklingen i 2012.

Figur 5.1

Utvikling i respondentenes omsetning, 2010–2012 (endring fra året før), (n=83)



Samlet sett rapporterer omtrent 60 prosent av respondentene om økte priser for sine produkter, kun 4 prosent rapporterer om lavere priser. Det er kun én respondent i kjøttbransjen, én i bakevarebransjen og én i kategorien «annet» som rapporterer om lavere priser. Alle de andre respondentene rapporterer at prisene for deres produkter økte eller forble uendret i 2012 sammenlignet med 2011.

Da respondentene ble spurt om endringer i produksjonsvolum, svarte 49 prosent at det har økt i 2012 sammenliknet med året før, 19 prosent oppga uendret volum, og 32 prosent oppga lavere volum.

I 2012 opplevde de fleste respondentene en positiv utvikling på hjemmemarkedet. 56 prosent av respondentene oppga økt salg sammenlignet med året før. I eksportmarkedet oppga 57 prosent av bedriftene uendret salg, mens 36 prosent opplevde bedre salg. Kun 7 prosent oppga at salget i eksportmarkedet i 2012 ble redusert. 67 prosent av respondentene svarte at spørsmålet om eksport ikke var aktuelt for dem.

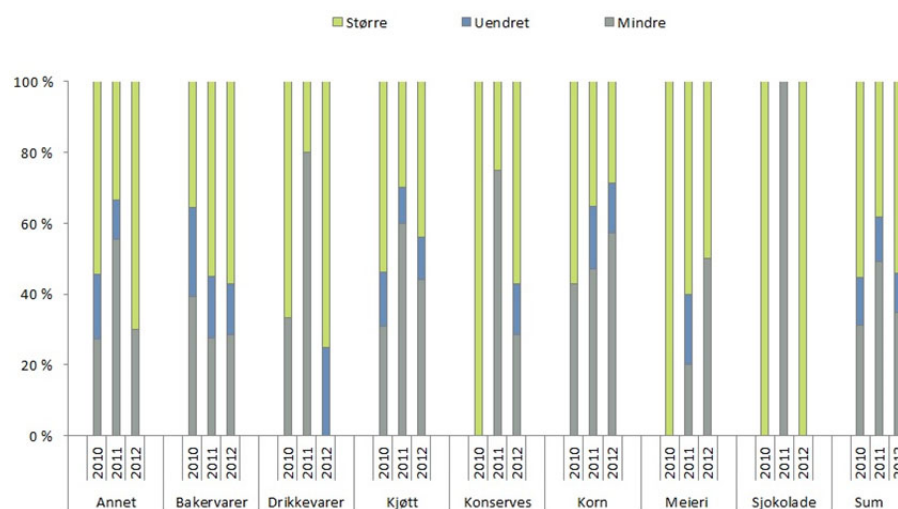
5.2.2 Sterkere resultat før skattekostnad

Over 60 prosent av respondentene oppgir et bedre eller uendret resultat før skatt i 2012 sammenlignet med 2011. Mens det i 2011 var 38 prosent som svarte at de hadde et sterkere resultat enn året før, er det for 2012 54 prosent som svarer at de har et sterkere resultat enn året før.

Kjøttbransjen rapporterer om et varierende resultat. Sammenlignet med året før rapporterer 44 prosent av respondentene et lavere resultat før skatt, mens 44 prosent oppgir økt resultat før skatt. I drikkevarebransjen er det ingen respondenter som rapporterer om et lavere resultat før skatt sammenlignet med året før. I korn- og meieri bransjen er andel respondenter som rapporterer om økt resultat sammenlignet med året før, gått ned. I korn fra 35 til 29 prosent og i meieri fra 60 til 50 prosent. Sjokolade- og sukkervarebransjen rapporterer om de beste resultatene før skatt. Her oppgir alle respondentene at resultatet var bedre i 2012 enn i 2011.

Figur 5.2

Oppgitt utvikling i resultat før skattekostnad, 2010–2012 (endring fra året før), (n=83)



5.2.3 Stabil sysselsetting

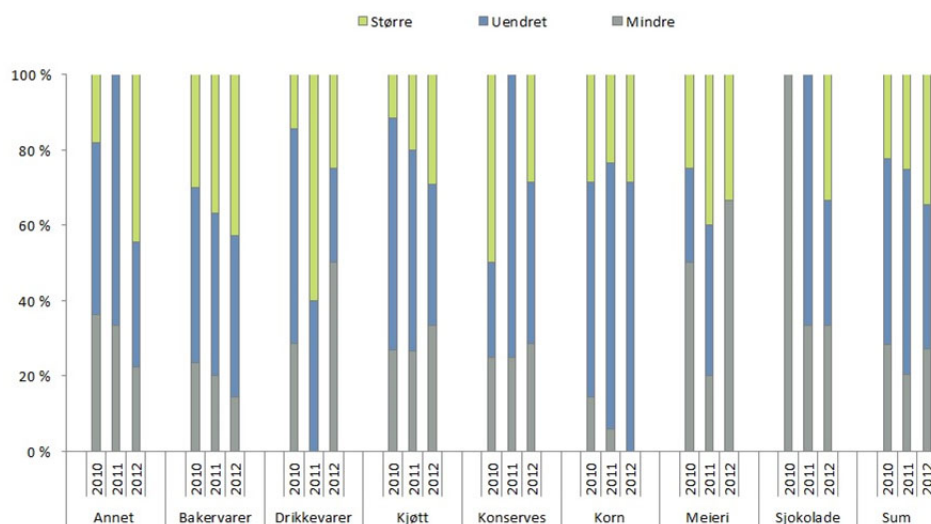
Respondentene rapporterer om en forholdsvis stabil utvikling i sysselsettingen i 2012 (jf. figur 5.3). En andel på 73 prosent av respondentene rapporterer om uendret eller økt sysselsetting. Andel respondenter som rapporterer om økt sysselsetting (31 %) er noe større enn andelen som rapporterer om redusert sysselsetting (27 %). Til sammenligning viser tall fra SSB sin nasjonalregnskapsstatistikk at sysselsettingen i matindustrien økte med 2,8 prosent fra 2011 til 2012, mens den ble redusert med 1,9 prosent fra 2010 til 2011.¹⁶⁴

¹⁶⁴ SSB (2013), *Sysselsatte personer. Lønnstakere og selvstendige. Prosentvis endring fra samme periode året før*, Tabell: 09174: Lønn, sysselsetting og produktivitet, etter næring, lastet ned 16.08.2013.

Det er kun i drikkevarebransjen og meieribransjen at over 50 prosent av respondentene rapporterer om færre sysselsatte i 2012 sammenlignet med året før. I de øvrige bransjene rapporterer flertallet om økt eller uendret sysselsetting. I meieribransjen rapporterer 67 prosent om mindre sysselsetting i 2012 enn året før, mens 33 prosent rapporterer om økt sysselsetting sammenlignet med året før. Hos respondentene i sjokolade- og sukkervarebransjen rapporterer 33 prosent om en økt sysselsetting sammenlignet med året før. I 2010 og 2011 var det ingen av respondentene i sjokolade- og sukkervarebransjen som rapporterte om økt sysselsetting sammenlignet med året før. Utvalget av respondenter har ikke endret seg, så det kan se ut til at den negative trenden i sysselsetting har snudd for enkelte i denne bransjen. Betydelige investeringer i sjokolade og sukkervarebransjen de siste årene kan ha påvirket sysselsettingstallene. I konservesbransjen rapporterer 29 prosent av respondentene om en økning i sysselsetting i 2012 sammenlignet med 2011. Året før var det ikke noen respondenter som rapporterte om økning i sysselsetting i konservesbransjen.

Figur 5.3

Opgitt utvikling i sysselsetting, 2010–2012 (endring fra året før), (n=81)



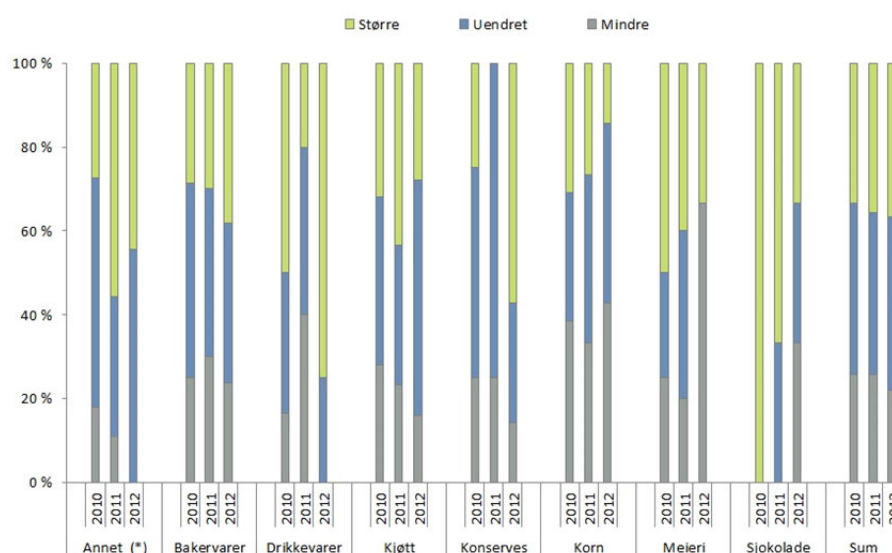
5.2.4 Stabile investeringer og økt innovasjon

Nasjonalregnskapsstatistikken for 2012 viser en økning i bruttoinvesteringer i nærings-, drikkevare- og tobakksindustrien på 2,7 prosent¹⁶⁵ målt i pris. Målt i volum viser nasjonalregnskapsstatistikken for 2012 en reduksjon i bruttoinvesteringer på 14 prosent¹⁶⁶.

Årets konjunkturundersøkelse viser imidlertid at samlet sett rapporterer respondentene om et investeringsnivå i 2012 om lag på nivå med tidligere undersøkelser (se figur 5.4). Omtrent 37 prosent av respondentene oppgir at investeringene var større i 2012 enn året før, 41 prosent oppgir at de var uendret, mens 22 prosent rapporterer om mindre investeringer. Det er imidlertid store forskjeller mellom bransjene. Andelen som oppgir å ha økt investeringene var størst innen drikkevarebransjen (75 %).

Figur 5.4

Oppgitt utvikling i investeringer, 2010–2012 (endring fra året før), (n=82)



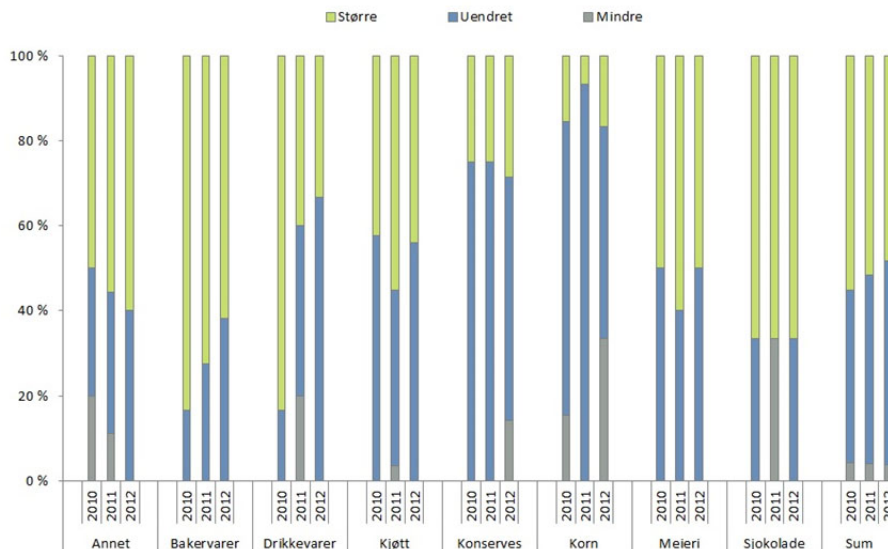
¹⁶⁵ SSB (2013), *Bruttoinvestering i fast realkapital etter type og næring. Prosentvis prisendring fra samme periode året før*, Tabell: 09181: Investeringer og kapitalbeholdninger, etter art og næring, lastet ned 16.08.2013.

¹⁶⁶ SSB (2013), *Bruttoinvestering i fast realkapital etter type og næring. Prosentvis volumendring fra samme periode året før*, Tabell: 09181: Investeringer og kapitalbeholdninger, etter art og næring, lastet ned 16.08.2013.

Innovasjonsevnen, målt som antall nye produkter, har vært ganske stabil de siste årene ifølge respondentene (se figur 5.5). I 2012 oppgir 48 prosent av respondentene at de økte antallet nye produkter sammenlignet med året før, mens hhv. 52 og 55 prosent av respondentene oppga det samme i 2011 og 2010. Kun fire prosent av bedriftene oppgir at antallet nye produkter i 2012 var lavere sammenlignet med antallet nye produkter i 2011. Bakervare- og sjokoladevarebransjen er de bransjene som oppgir størst innovasjonsvekst sammenlignet med året før, med henholdsvis 62 og 67 prosent av respondentene som rapporterer om økt antall nye produkter. Også i fjorårets undersøkelse rapporterer respondentene i bakervare- og sjokoladevarebransjen om størst innovasjonsvekst.

Figur 5.5

Oppgitt utvikling i antall nye produkter, 2010–2012 (endring fra året før), (n=81)



I henhold til innovasjonsundersøkelsen til SSB i 2008–2010¹⁶⁷, har bedrifter innen nærings- og nytelsesmidler og produksjon av drikkevarer, høyere innovasjonsaktivitet enn gjennomsnittet for næringslivet. Ca. 32 prosent av bedriftene innenfor nærings- og nytelsesmidler hadde innovasjonsaktivitet i 2008–2010 mot 29 prosent for næringslivet totalt. Innen drikkevarebransjen hadde 40 prosent av bedriftene innovasjonsaktivitet i samme periode.

¹⁶⁷ SSB (2012), *Rapport 46/2012 Innovasjon i norsk næringsliv 2008–2010*, Wilhelmsen, Lars og Foyen, Frank.

5.2.5 Bransjewis oppsummering

Tabell 5.2 er en kort oppsummering av respondentenes svar fordelt på de ulike bransjene, og sammenlignet med utviklingen i 2011. Denne oppsummeringen er basert på en vurdering av omsetning, årsresultat, sysselsetting, investering og innovasjon. Oppsummeringen er basert på bedriftene som svarte på undersøkelsen i år.

Tabell 5.2

Oppsummering av utvikling rapportert i konjunkturundersøkelsen i 2012

Bransje	Vurdering	Kort oppsummering
Kjøtt	n	Variierende resultat, omsetning og sysselsetting uten klare trender. Uendrede investeringer. Uendret eller flere nye produkter.
Konserves	+	Økning i omsetning, noen variasjoner i resultat, økte investeringer og økt eller uendret innovasjon. Stabil sysselsetting.
Meieri og iskrem	n/+	Økning i omsetning, noen variasjoner i resultat. Noe nedgang i sysselsetting og investeringer. Uendret eller økt antall nye produkter.
Korn	n/+	Økt omsetning. Variierende utvikling i resultat, antall nye produkter og investeringer, men med stabil sysselsetting.
Bakervarer	+	Økt omsetning og resultat. Uendret eller større sysselsetting og antall nye produkter. Variierende utvikling i investeringer.
Sjokolade	n/+	Variert utvikling i omsetning, investeringer og sysselsetting. Økning i resultat. Uendrede eller økt antall nye produkter.
Drikkevarer	n/+	Variierende utvikling i omsetning og sysselsetting. Uendret eller økt resultat, antall nye produkter og investeringer.
Annet	+	Økt omsetning og resultat. Variierende sysselsetting. Uendrede eller større investeringer og antall nye produkter.

Forklaring: ++ er sterkt positiv, + er positiv, n er nøytral, – er negativ, -- er sterkt negativ

5.3 Forventninger til 2013

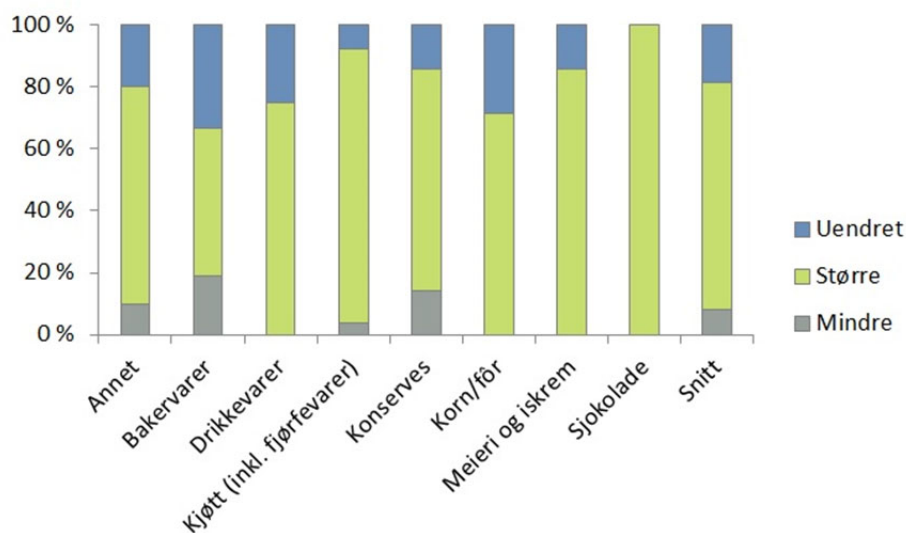
5.3.1 Fortsatt tro på omsetningsvekst

73 prosent av respondentene forventer en økt omsetning i 2013. Kun 8 prosent forventer en lavere omsetning enn året før (se figur 5.6). I bakervarebransjen og konservesbransjen forventer henholdsvis 19 og 14 prosent av respondentene en mindre omsetning i 2013.

På hjemmemarkedet forventer 69 prosent av respondentene større salg i 2013. Når det gjelder salg på eksportmarkedet oppgir 63 prosent at dette ikke er noen aktuell problemstilling. Blant respondentene som har eksport, oppgir ca. 87 prosent at de forventer økt eller uendret salg i 2013, mens 13 prosent forventer redusert salg i 2013.

Figur 5.6

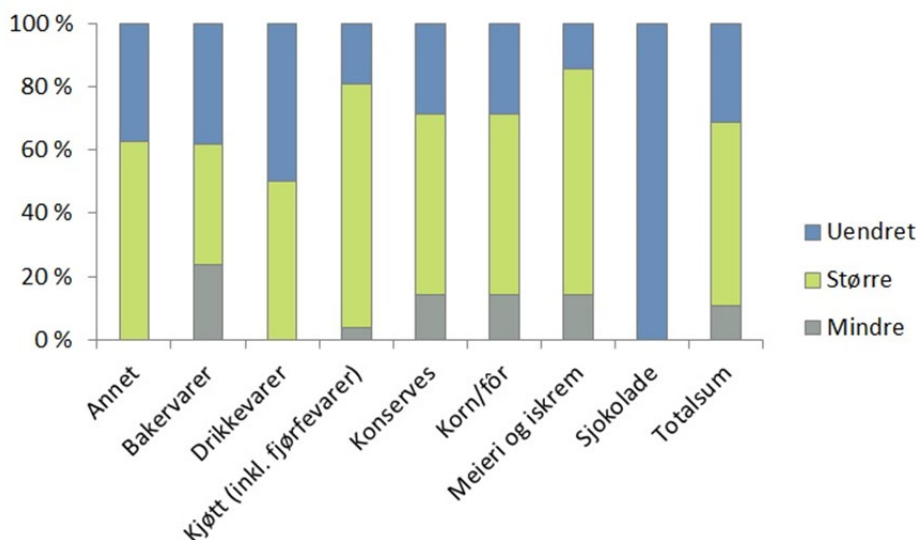
Oppgitte forventninger om omsetning i 2013 sammenlignet med 2012, (n=85)



Figur 5.7 viser at 58 prosent av respondentene forventer økt produksjonsvolum i 2013 sammenlignet med 2012, mens 11 prosent forventer redusert volum. Kjøttbransjen er den bransjen der respondentene har høyest forventninger om økt volum i 2013. En andel på 77 prosent av respondentene forventer en økning. I meieri-bransjen svarte 71 prosent av respondentene at de forventer økt volum. I sjokolade- og sukkervarebransjen forventer samtlige respondenter uendret produksjonsvolum.

Figur 5.7

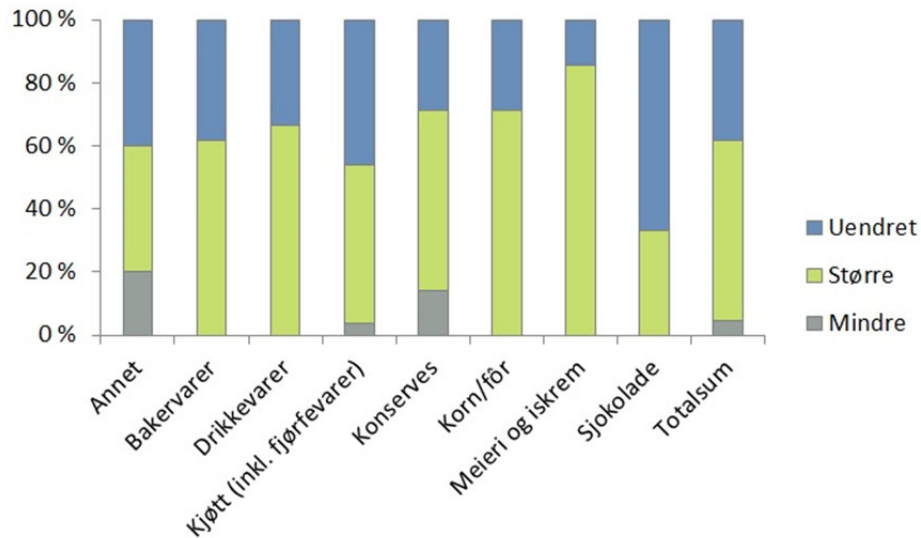
Oppgitte forventninger om produksjonsvolum i 2013 sammenlignet med 2012, (n=83)



Av respondentene er det 57 prosent som forventer at prisene på produktene deres vil øke i løpet av 2013. Kun 5 prosent av respondentene forventer reduserte priser. Korn/fôr- og meieri- og iskrembransjen er mest optimistiske. Over 70 prosent av respondentene forventer høyere produktpriser i 2013 i disse bransjene.

Figur 5.8

Oppgitte forventninger om priser i 2013 sammenlignet med 2012, (n=84)



Bedre årsresultat før skatt

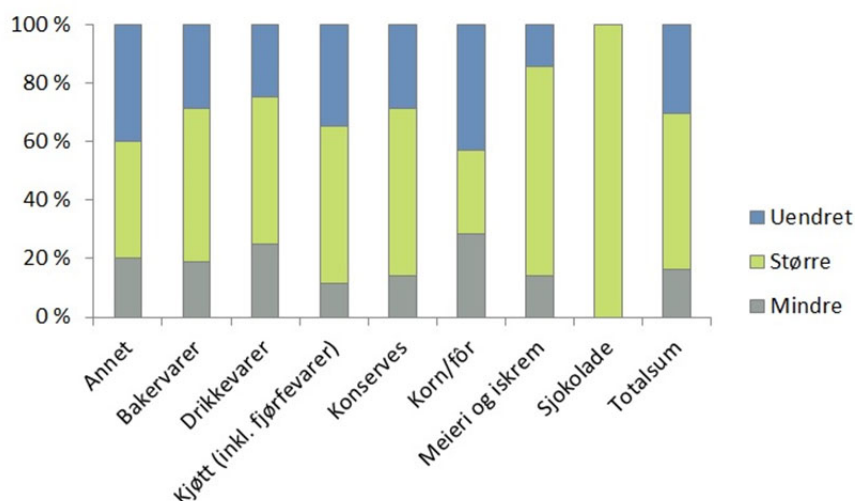
Omtrent 53 prosent av respondentene forventer bedre årsresultat i 2013 enn i 2012 (jf. figur 5.9). Sjokolade- og sukkervarebransjen og meieri- og iskrembransjen har spesielt positive forventninger til årsresultatet i 2013. I sjokolade- og sukkervarebransjen rapporterer 100 prosent av respondentene om forventet økt resultat, mens andelen i meieri og iskrembransjen er 71 prosent. Kun 16 prosent av alle respondentene forventer at 2013 skal gi et dårligere resultat enn fjoråret.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Figur 5.9

Oppgitte forventninger om årsresultat i 2013 sammenlignet med 2012, (n=85)

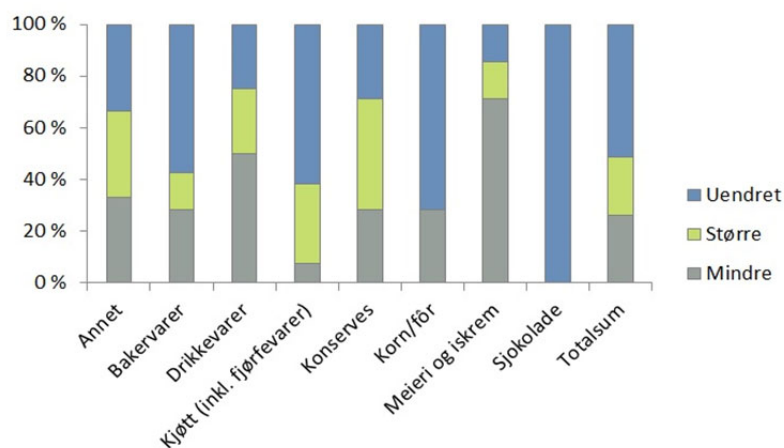


5.3.2 Sysselsettingen forventes å forbli uendret

51 prosent av respondentene forventer uendret sysselsetting, mens 26 prosent forventer lavere sysselsetting i 2013 sammenlignet med 2012 (jf. figur 5.10). Meieri og iskrem er den bransjen som tydeligst forventer en reduksjon i sysselsetting. I denne bransjen forventer hele 71 prosent av respondentene en nedgang i gjennomsnittlig sysselsetting i 2013. I sjokolade- og sukkervarebransjen forventer alle respondentene en uendret sysselsetting i 2013.

Figur 5.10

Oppgitte forventninger om sysselsetting i 2013 sammenlignet med 2012, (n=84)

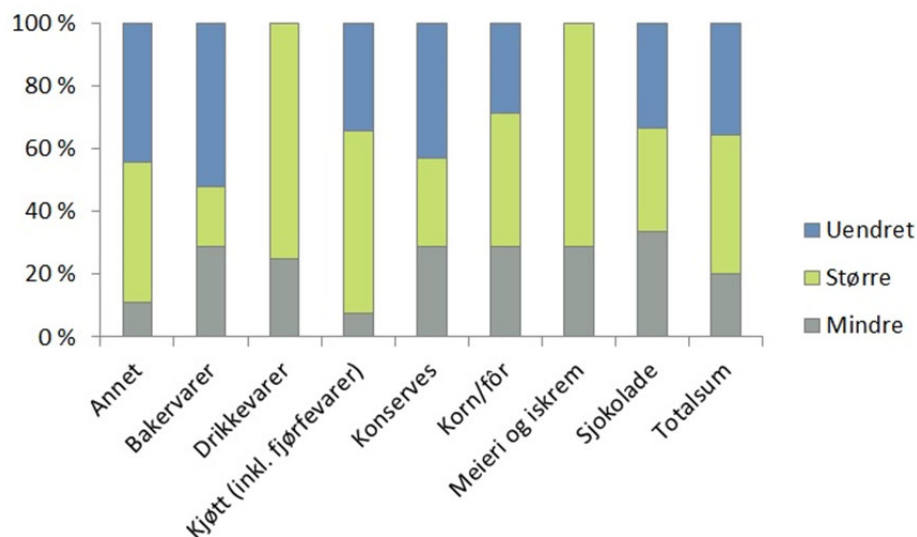


5.3.3 Økte investeringer, fortsatt innovasjonsvilje

44 prosent av respondentene forventer større investeringer i 2013 sammenlignet med 2012, mens 20 prosent forventer lavere investeringer (jf. figur 5.11). Omtrent 36 prosent forventer et uendret investeringsnivå i 2013. I meieri og iskreibransjen og drikkevarebransjen er andelen av respondenter som forventer økte investeringer i 2013 størst, med andeler på henholdsvis 71 og 75 prosent. Det er sjokolade- og sukkervarebransjen som har størst andel respondenter som forventer lavere investeringer i 2013 sammenlignet med 2012, en andel på 33 prosent.

Figur 5.11

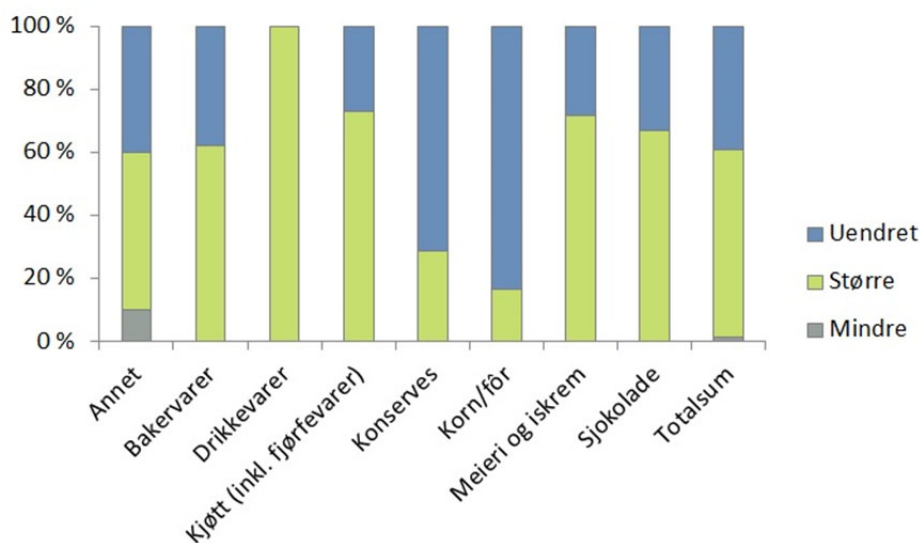
Oppgitte forventninger om investeringer i 2013 sammenlignet med 2012, (n=84)



Figur 5.12 viser andelen respondenter som forventer en økning av antall nye produkter i 2013. Omtrent 60 prosent av respondentene forventer en økning i antallet nye produkter i 2013 sammenlignet med 2012. Én prosent av bedriftene forventer å lansere færre nye produkter. Det er kun noen respondenter i kategorien «annet» som forventer en nedgang i antallet nye produkter i 2013. Resten av respondentene forventer at antall nye produkter vil være uendret eller øke i løpet av 2013.

Figur 5.12

Oppgitte forventninger om nye produkter i 2013 sammenlignet med 2012, (n=82)



5.3.4 Økt etterspørsel på hjemmemarkedet

I undersøkelsen er respondentene blitt bedt om å angi hvilke faktorer som kan forventes å begrense aktiviteten for deres bedrifter i 2013 sammenlignet med 2012. De fleste bedriftene oppgir 1–2 faktorer. Figur 5.13 viser at de to faktorene som i størst grad forventes å kunne begrense aktiviteten er konkurransen og etterspørselen på hjemmemarkedet. Årets undersøkelse viser en større spredning av faktorene som forventes å begrense aktiviteten enn fjorårets undersøkelse. Sammenlignet med de to foregående årene, er det en mindre andel som ser etterspørselen på hjemmemarkedet som en begrensende faktor. På den andre siden er det, sammenliknet med i fjor, flere som mener at en begrensende faktor er konkurransesituasjonen på hjemmemarkedet. Andelen som mener at konkurransen på hjemmemarkedet er begrensende har økt med 14 prosentpoeng.

I alt er det 19 prosent av respondentene som oppga at de ikke så noen spesielle faktorer som vil begrense aktiviteten i 2013. Denne andelen er høyere enn i fjorårets undersøkelse, men på linje med undersøkelsene fra 2011 og 2010. Når det gjelder tilgang til lån/kreditt, bedret situasjonen seg kraftig i 2011 og 2012, men det er igjen en økt pessimisme for 2013. Andelen som mener at tilgang til lån/kreditt er begrensende har økt med 8 prosentpoeng sammenlignet med resultatene i fjorårets undersøkelse.

Figur 5.13

Oppgitte faktorer som ventes å ville begrense aktiviteten i 2013 sammenlignet med 2012, (n=162)

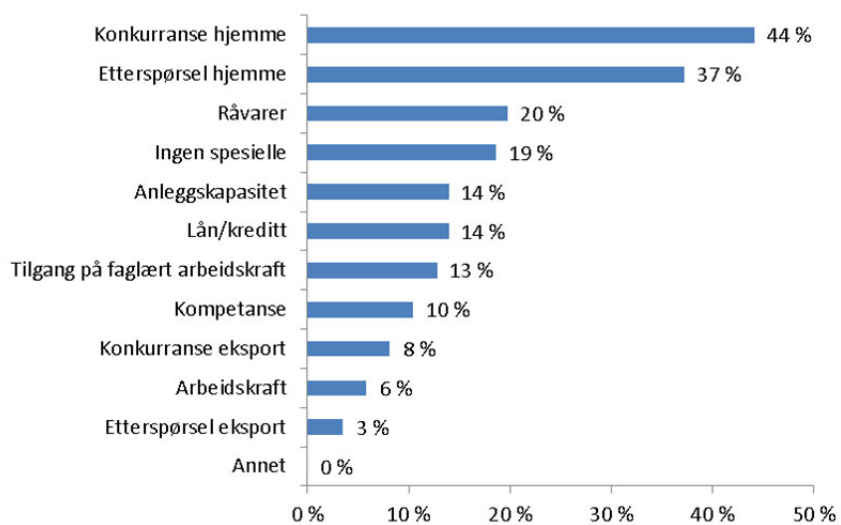


FOTO: © TINE MEDIEBANK

5.3.5 Bransjewis oppsummering

Tabell 5.3 er en kort oppsummering av respondentenes svar om forventninger for 2013, fordelt på de ulike bransjene og sammenlignet med forventningene for 2012. Denne oppsummeringen er basert på respondentenes svar om forventet utvikling i volum, årsresultat, investeringer og sysselsetting i 2013.

Tabell 5.3

Oppsummering av forventninger for 2013 rapportert i konjunkturundersøkelsen

Bransje	Vurdering	Kort oppsummering
Kjøtt	+	Forventninger om økt volum og større eller uendret årsresultat. Sysselsettingen forventes å være stabil. Investeringene forventes å være stabile eller økte.
Konserves	n/+	Forventninger om økt volum og resultat. Varierende forventninger om sysselsettingen og investeringer.
Meieri og iskrem	+/-	Forventninger om økt volum, årsresultat, investeringer. Forventet nedgang i sysselsetting.
Korn	+/-	Forventninger om økt volum. Varierende forventninger om resultat og investeringer. Uendret eller lavere sysselsetting.
Bakervarer	N	Varierende forventninger om volum. Bedre resultat. Uendret sysselsetting og investeringer.
Sjokolade	N	Forventninger om uendret volum og sysselsetting. Økt resultat. Forventningene er varierende når det kommer til investeringer.
Drikkevarer	+/-	Forventninger om uendret eller økt volum. Økt resultat og økte investeringer. Lavere sysselsetting.
Annet	+	Forventninger om økt volum. Varierende forventninger om resultat og sysselsetting. Økte eller uendrede investeringer.

Forklaring: ++ er sterkt positiv, + er positiv, n er nøytral, – er negativ, -- er sterkt negativ

5.4 FoU

Forskning og utviklingsarbeid er grunnleggende for at matindustrien skal kunne produsere mat som er tilpasset etterspørsel fra forbrukerne og til en akseptabel pris. Det kan dokumenteres at veksten i fremgangsrrike bedrifter og bransjer skyldes en generell faglig oppdatering som bruk av ny teknologi, nye produksjonsmetoder, produktutvikling og bedre måter å organisere arbeidet på.

5.4.1 Midler brukt til forskning

Av alle respondentene i undersøkelsen var det totalt 43 som svarte at de hadde brukt penger på forskning i 2012. 50 prosent av repondentene svarte at de drev med forskning. Imidlertid må denne svarprosenten sees i lys av at det er respondentene selv som har definert hva som er forskning. Andelen av respondenter som oppgir at deres bedrifter driver med forskning, varierer mellom de ulike bransjene fra 38 til 86 prosent. Tabell 5.4 gir en bransjevis oversikt over hvor stor andel av respondentene som oppgir at deres bedrift drev med forskning i 2012. Sammenliknet med 2011 har den totale andelen respondenter som oppgir at bedriften driver med forskning økt (39 % i 2011).

Tabell 5.4

Andel av respondenter som oppgir at bedriften driver med forskning, fordelt på bransjer, 2012 (i prosent, n=86),

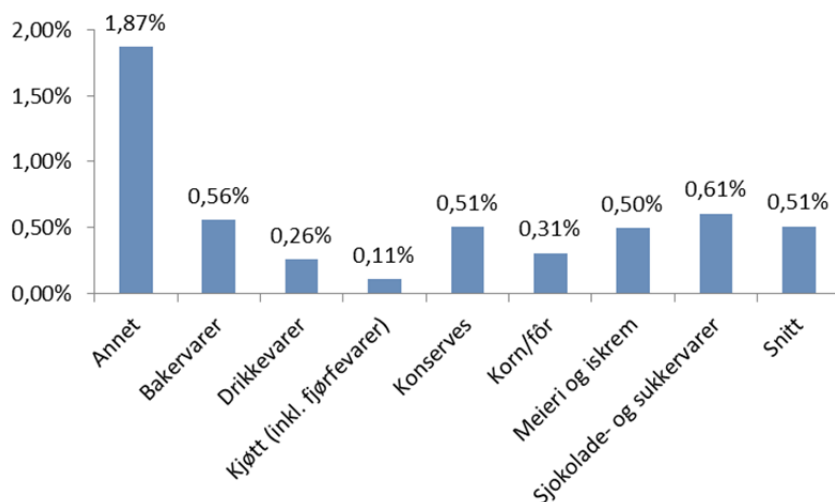
Bransje	Andel av utvalget som drev med forskning
Annet	50 %
Bakerverer	38 %
Drikkevarer	50 %
Kjøtt	42 %
Konserves	86 %
Korn	50 %
Meieri	71 %
Sjokolade	67 %
Gjennomsnitt alle bedrifter	50 %

Figur 5.14 viser at av de bedriftene som oppgir å ha drevet med forskning, ble i snitt 0,51 prosent av omsetningen brukt til forskning i 2012 (ekskl. eksterne bidrag). Undersøkelsen benytter respondentenes anslåtte beløp som er brukt på FoU og omsetning i 2012. Ut fra dette er det beregnet andeler for midler som er benyttet til forskning, oppgitt i prosent av bedriftens omsetning.

Bransjen med bedrifter som oppgir å ha benyttet størst andel av omsetningen til forskning, var bransjen «annet»¹⁶⁸ med 1,87 prosent. Sjokolade- og sukkervarebransjen og bakervarebransjen følger deretter med 0,61 prosent og 0,56 prosent av omsetningen som ble benyttet til forskning i 2012.

Figur 5.14

Andelen benyttet til forskning oppgitt i prosent av bedriftenes omsetning. Her er kun bedrifter som oppgir å ha drevet med forskning med i utvalget, (n=43)



I snitt går ca. 0,38 prosent av sysselsettingen med til forskning hos de respondenter som oppgir å drive med forskning i 2012. Bakervarebransjen, konserverindustrien og kategorien «annet» er de bransjene med respondenter som oppgir å ha størst andel forskerårsverk, målt i prosent av total sysselsetting, med hhv. 0,61 prosent, 2,70 prosent og 0,86 prosent. Deretter følger korn- og fôrbransjen, kjøttbransjen og sjokolade- og sukkervarebransjen. Respondenter fra drikkevarer og meieri- og iskrembransjen er de som oppgir å ha lavest andel forskerårsverk målt i prosent av total sysselsetting.

¹⁶⁸ Som definert tidligere består gruppen «annet» av bedrifter med diversifisert produktportefølje.

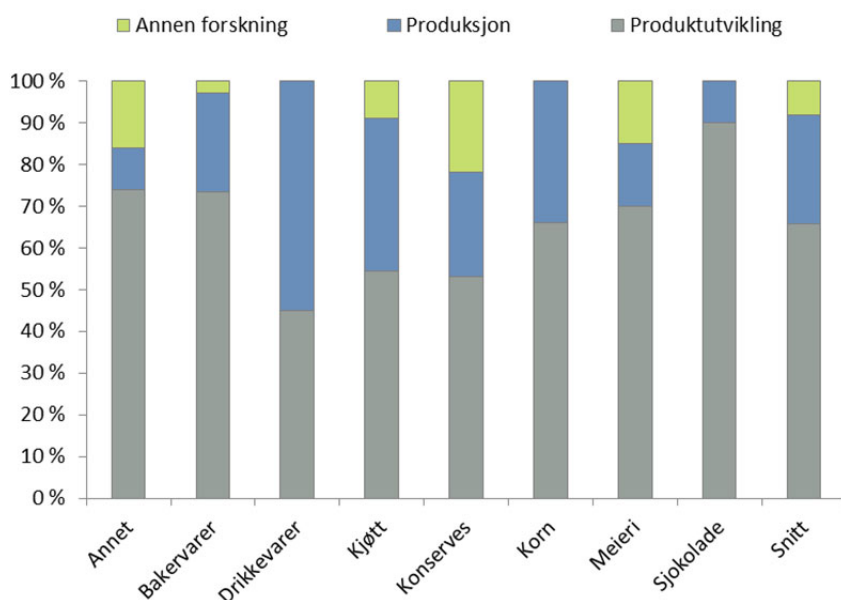
5.4.2 Innovasjon i fokus

For å finne ut hvordan forskningsmidlene innen matindustrien benyttes, ble respondentene spurt om hvordan midler til forskning fordelte seg mellom produktutvikling, produksjon og annen forskning (jf. figur 5.15).

Respondentene (n=41) oppga at hele 66 prosent av forskningsinnsatsen gikk til produktutvikling, mens det resterende stort sett er knyttet til produksjon (26 %). Respondenter i alle bransjer oppgir satsingen på produktutvikling som en stor andel av forskningsinnsatsen (mellom 45–90 %). I denne sammenheng er sjokolade- og sukkervarebransjen på topp (90 %). Respondenter i drikkevarerbransjen oppga å ha brukt 55 prosent av sine forskningsressurser på produksjon, mens sjokolade- og sukkervarebransjen og kategorien «annet» oppga å ha brukt 10 prosent på produksjon. Konservesbransjen og meieri- og iskrembransjen var de bransjene som oppga å ha brukt størst andel av forskningsressurser rettet inn mot annen type forskning (ca. 22 % og 15 %).

Figur 5.15

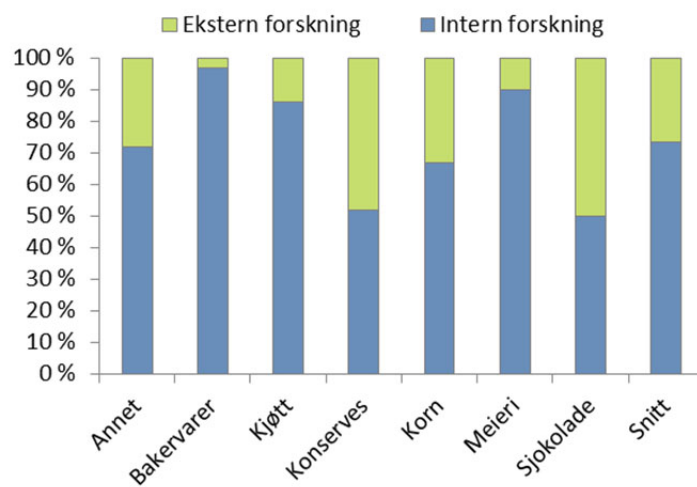
Forskning innen produktutvikling, produksjon og annet, (n=41)



Figur 5.16 viser at respondentene i snitt oppga at 64 prosent av egenfinansierte FoU-midler ble benyttet til intern forskning. De bransjene som i snitt oppga å ha størst andel av innkjøpte forskningstjenester var konservesbransjen og sjokolade- og sukkervarebransjen.

Figur 5.16

Bransjevis fordeling av hvordan egenfinansiert forskning fordeles, eksternt eller internt, (n=32)¹⁶⁹



10 av respondentene oppga at de har mottatt finansielle bidrag fra en ekstern finansieringskilde i 2012. Eksempler på eksterne kilder er Innovasjon Norge, SkatteFUNN og Forskningsrådet.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹⁶⁹ Drikkevarebransjen er ikke inkludert fordi ingen respondenter svarte på dette spørsmålet.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

6 *Kjøtt- og meieribransjen*¹⁷⁰

Kapittel 2 i denne rapporten omhandler hovedsakelig matindustriens utvikling sammenlignet med øvrig industri over tid, og legger mindre vekt på hva som skjer i de enkelte bransjene innenfor matindustrien. Ikke alle bransjer føler seg hjemme i statistikk som omfatter hele næringen.

Hensikten bak kapittel 6 er å nansere bildet tegnet i kapittel 2, gjennom en grundigere gjennomgang av to bransjer som begge er sentrale i matindustrien: kjøtt- og meieribransjen. Begge bransjene kan karakteriseres som betydelige i matindustrien og de har flere likhetstrekk. For eksempel er det markedsregulering i råvaremarkedene, to sterke samvirker som også er markedsregulator, og importvernet gir produktene beskyttelse gjennom verdikjeden. Til tross for disse likhetene er det ulike utviklingstrekk:

- **Lønnsomhet:** Meieribransjen har en høyere lønnsomhet enn kjøttbransjen.
- **Ulik konsentrasjon:** Kjøttbransjen består av en større andel små enheter sammenlignet med meieribransjen.
- **Ulik prisutvikling på kjøtt og annen mat:** Mens prisen på annen mat steget, er prisene på kjøttvarer i sluttmarkedet preget av en lav eller ingen prisutvikling. Innen kjøttvarer er det også store forskjeller. Over tid har biffer og fileter hatt en sterkere prisutvikling enn andre kjøttprodukter.
- **Ulik konkurranse i verdikjeden:** Nortura har de senere årene tapt markedsandeler for flere av sine tilførselsmarkeder, mens TINE har relativt stabile markedsandeler i tilførselsmarkedet. Nortura har lavere markedsandeler i sluttmarkedet for kjøtt, enn TINE på meieri.
- **Vertikal søyledannelse på kjøtt:** I kjøttbransjen er det økt bruk av vertikal integrering i verdikjeden, eksklusive leveranseavtaler og en økende satsing på (EMV). Innen meieribransjen er denne utviklingen langt svakere.
- **Begge bransjer opplever økende importkonkurranse:** For flere kjøttslag er det blitt vanligere med administrative tollnedsettelse på grunn av underdekning. Importkonkurransen i meierimarkedet er i større grad knyttet til enkelte varekategorier der importvernet er svakere (f.eks. smaksatt yoghurt).

¹⁷⁰ Statistikken i dette kapittelet bygger hovedsakelig på samme råvaredatafil som er benyttet i kapittel 2. Definisjoner for de ulike nøkkeltallene vil kun delvis gjentas her.

6.1 Kjøttbransjen¹⁷¹

6.1.1 Innledning

I kjøttbransje har det i flere år vært stort press på råvarepriser og effektiv produksjon. Nye konkurransesituasjoner, som for eksempel økt import, bransjeglidning og markeds lanseringer av kjedenes egne merkevarer påvirker sluttmarkedene. Dette kan også få konsekvenser for markeder bakover i verdikjeden. I denne sammenheng kan en hensiktsmessig markedsforståelse være å skille mellom *tilførselsmarkedet*, *styknings-/skjæringsmarkedet* og *sluttmarkedet* i verdikjeden for kjøtt.

Figur 6.1

Verdikjeden for kjøtt



I *tilførselsmarkedet* selger primærprodusentene (bonden) sine slaktedyr til slakteriene. Råvaretilførselen kommer i hovedsak fra dyreslagene storfe, svin, sau og fjørfe. I 2012 var totalmarkedet for kjøtt preget av underskudd på norsk råvare for flere av dyreslagene. Unntaket var gris der det i 2012 fortsatt var en overdekning av norskprodusert varer. I løpet av året ble det åpnet for import med administrativ tollnedsettelse for storfe, lam og kylling. I tillegg ble det åpnet for import av ribbe og gris to uker før jul, men importen var av begrenset omfang. I tilførselsmarkeder har samvirke Nortura SA som markedsregulator en mottakspålykt på slaktedyr fra primærprodusentene. Nortura har de senere årene mistet markedsandeler i tilførselsmarkedet (jf. tabell 6.1). Dette kan tyde på at konkurranse om leveranser fra primærprodusenter er økende.

¹⁷¹ I dette kapitlet omtales kjøttbransjen som næringsgruppe 10.1 *produksjons, bearbeiding og konservering av kjøtt og kjøttvarer* i Standarden for næringsgruppering (SN 2007), som er tilfelle også i resten av rapporten. Innunder her ligger imidlertid både slakte-skjæringsvirksomhet og foredling. I noen tilfeller forsøker vi å trekke et skille mellom disse, blant annet når vi omtaler utviklingen i antall bedrifter og sysselsatte.

Tabell 6.1

Utvikling i markedsandeler for Nortura SA i tilførselsmarkedet, 2000–2012¹⁷² (i prosent)

	Antall aktører	Markedsandel 2000	Markedsandel 2012
Storfekjøtt	13	75,8	68,9
Svin	10	76,9	65,3
Sau/lam	12	71,8	71,9
Kylling	4	86,4	73,2

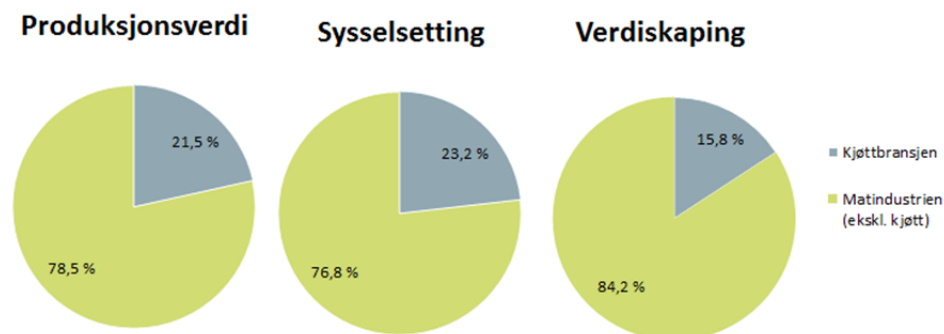
I *stykings-/skjæringsmarkedet* skjer foredlingen av hele og halve slakt til ferdig kjøttprodukter. I dette markedet har markedsregulator en forsyningsplikt på norsk råvare. I *sluttmarkedet* omsettes produktene til dagligvarehandelen, i storhusholdnings markedet og i servicehandelen. Også dette markedet har hatt en betydelig endring i markedsandeler de senere årene.

Betydning for norsk matindustri

Kjøttbransjen er en arbeidsintensiv bransje og sysselsetter nesten en fjerdedel av alle sysselsatte i matindustrien. Figur 6.2 viser kjøttbransjens betydning for norsk matindustri i 2011, målt også i produksjonsverdi og verdiskaping.

Figur 6.2

Kjøttbransjens betydning i norsk matindustri, 2011



¹⁷² Tallene mottatt fra Nortura Totalmarked.

Den største aktøren innenfor kjøttbransjen er samvirkeselskapet Nortura SA, som er eid av norske bønder. I 2011 stod samvirke for om lag 43 prosent av den totale produksjonsverdien i kjøttbransjen. Nortura SA hadde en omsetning på om lag 17,2 mrd. kroner i 2012.¹⁷³ Det er også andre bedrifter i kjøttbransjen med milliardomsetning, slik som Grilstadkonsernet, Nordfjord Kjøtt, Cardinal Foods og Fatland-konsernet med bl.a. produksjonsbedriften Skjeggerød. Flere av foretakene i kjøttbransjen er store sett i norsk målestokk. Samtidig er bransjen fragmentert – om lag 71 prosent av bedriftene i kjøttbransjen har mellom 1–19 sysselsatte.

6.1.2 Struktur i kjøttbransjen

Sysselsetting

I 2011 sysselsatte kjøttbransjen 10 981 personer, hvilket utgjør 23,2 prosent av totalt antall sysselsatte i matindustrien. Om lag 59 prosent av de sysselsatte i kjøttbransjen er tilknyttet slaktevirksomhet, mens 41 prosent er tilknyttet foredling.¹⁷⁴ Målt i antall sysselsatte er kjøttbransjen størst i norsk matindustri.

Fra 1998 til 2011 gikk antall sysselsatte ned med 7,0 prosent i kjøttbransjen, mens den øvrige matindustrien opplevde et fall på 13,2 prosent (jf. figur 6.3). Antall sysselsatte i kjøttbransjen har variert gjennom perioden, men har siden 2008 gått sterkt nedover med en årlig gjennomsnittlig reduksjon i antall sysselsatte på 4,9 prosent. Nortura har gjennomgått en betydelig omstilling de siste årene som har forårsaket kraftige kutt i antall sysselsatte.¹⁷⁵ Dette forklarer deler av reduksjonen i antall sysselsatte.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

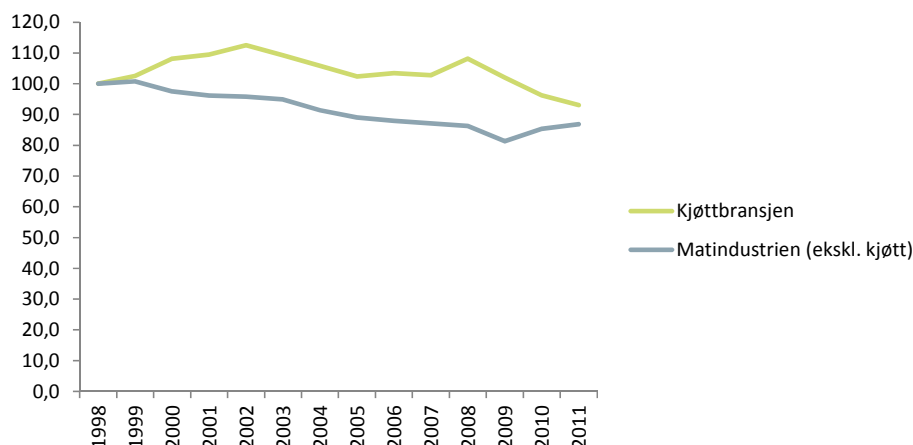
¹⁷³ Nortura (2013), Årsmelding 2012, <http://www.nortura.no/finansiell-informasjon/aarsrapporter/>.

¹⁷⁴ Her omtales næringskode 10.11 og 10.12 som slaktevirksomhet (inkl. stykning), mens 10.13 omtales som videreforedling. Imidlertid vil bedrifter som har virksomhet innenfor flere næringsgrupper klassifiseres i den næringsgruppen hvor de har størst virksomhet. Dette kan gi et skjevt upresist bilde, så tallene må derfor tolkes med noe forsiktighet.

¹⁷⁵ Nationen (2012), <http://www.nationen.no/2012/04/18/landbruk/nortura/arsmote/styreleiar/svebestad/7375049/>, hentet 19.09.13.

Figur 6.3

Utvikling i antall sysselsatte for kjøttbransjen og matindustrien samlet, 1998–2011 (indeks 1998=100)



Antall bedrifter i kjøttbransjen

I 2011 var det 325 bedrifter i kjøttbransjen. Dette utgjør 16,2 prosent av totalt antall bedrifter i matindustrien. Om lag 48 prosent av disse bedriftene kategoriseres innenfor slaktevirksomhet, mens 52 prosent kategoriseres innenfor foredling.¹⁷⁶

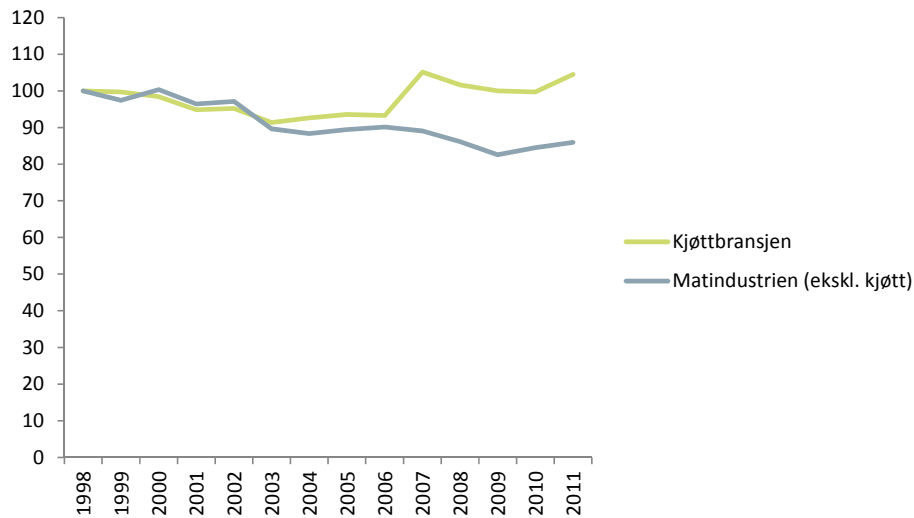
Fra 1998 til 2011 har antall bedrifter i kjøttbransjen økt med 4,8 prosent, mens den øvrige matindustrien opplevde en økning på 1,7 prosent (jf. figur 6.4). I 2011 var det 33 nyetableringer¹⁷⁷ i kjøttbransjen. Dette tallet er høyere enn i 2010 (22 foretak) og i 2009 (27 foretak), og kan forklare noe av økningen i antall bedrifter (4,8 %) i kjøttbransjen fra 2010 til 2011. I 2012 var det 23 nyetableringer. Sammenlignet med meieribransjen er dette tallet høyt, og tyder på et større rom for nyetableringer i kjøttbransjen. Imidlertid har vi ikke tall på overlevelsesgraden til foretakene som etablerer seg i disse to bransjene.

¹⁷⁶ Her omtales næringskode 10.11 og 10.12 som slaktevirksomhet (inkl. stynings), mens 10.13 omtales som videreføring. Imidlertid vil bedrifter som har virksomhet innenfor flere næringsgrupper klassifiseres i den næringsgruppen hvor de har størst virksomhet. Dette kan gi et skjevt og upresist bilde, så tallene må derfor tolkes med noe forsiktighet.

¹⁷⁷ Nyetablering er nye foretak korrigert for overdragelser. Det vil si at nye foretak som overtar en eksisterende virksomhet ikke regnes som en nyetablering, men bare som et nytt foretak.

Figur 6.4

Utvikling i antall bedrifter for kjøttbransjen og matindustrien samlet, 1998–2011 (indeks 1998=100)

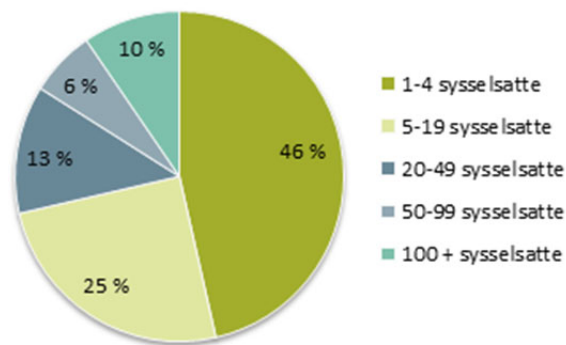


Industristruktur

Kjøttbransjen er en delvis fragmentert bransje med flere små og mellomstore bedrifter (jf. figur 6.5). Det finnes om lag 150 bedrifter innenfor kjøttbransjen som har fire eller færre sysselsatte. I 2011 var 22,8 prosent av bedriftene i kjøttbransjen enkeltmannsforetak. Størst andel av bedriftene er aksjeselskaper (59,4 %). Bedrifter organisert i samvirkeform var 13,2 prosent, mens 4,6 prosent var andre selskapsformer.

Figur 6.5

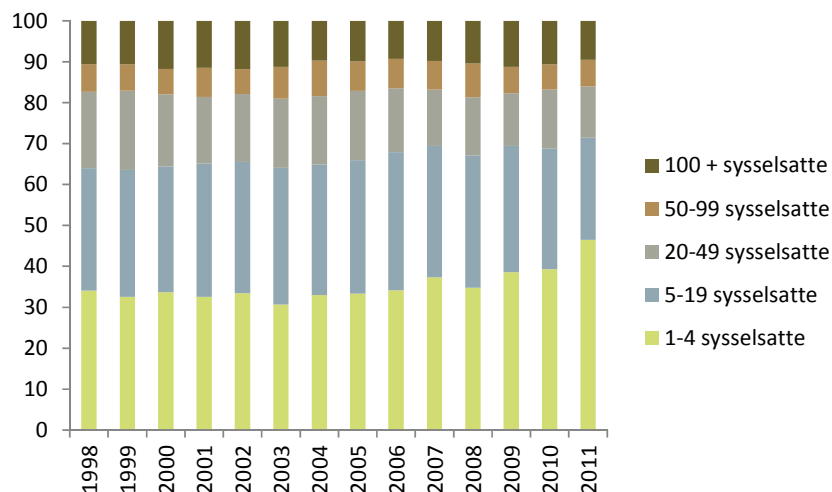
Antall bedrifter i kjøttbransjen fordelt på sysselsettingskategorier, 2011



Figur 6.6 viser utviklingen i bedriftsstørrelser i kjøttbransjen over tid. Med unntak av de laveste sysselsettingsintervallene er strukturen i dagens kjøttbransje nokså lik situasjonen i 1998.

Figur 6.6

Utvikling i antall bedrifter innenfor de ulike størrelseskategoriene, 1998–2011



Det er verdt å notere at småskalavirksomhet innenfor kjøttbransjen vokser, selv om produksjonsverdien fremdeles er liten (jf. tabell 6.2). I perioden 2009–2011 er det antall bedrifter som er definert som enkeltmannsforetak som har vokst.¹⁷⁸ For en del bønder er småskalaforedling av kjøtt et alternativ i stedet for å levere råvarer til kjøttbransjen. Disse tallene indikerer at denne aktiviteten har økt. Det er imidlertid viktig å understreke at det her dreier seg om relativt lave tall. Fra 2009 og til 2011 har antall enkeltmannsforetak innenfor slakterivirksomhet gått fra 26 til 44.

¹⁷⁸ Her omtales næringskode 10.11 og 10.12 som slaktevirksomhet, mens 10.13 omtales som videreforedling. Imidlertid vil bedrifter som har virksomhet innenfor flere næringsgrupper klassifiseres i den næringsgruppen hvor de har størst virksomhet. Dette kan gi et skjevt og upresist bilde, så tallene må derfor tolkes med noe forsiktighet.

Tabell 6.2

Andel av samlet produksjonsverdi ut ifra bedriftsstørrelse, 1998–2011

	Andel av total produksjons- verdi 1998	Andel av total produksjons- verdi 2005	Andel av total produksjons- verdi 2008	Andel av total produksjons- verdi 2011
1-4 sysselsatte	0,7 %	0,6 %	0,7 %	1,2 %
5-19 sysselsatte	6,7 %	5,1 %	8,2 %	8,5 %
20-49 sysselsatte	15,0 %	12,6 %	11,0 %	11,1 %
50-99 sysselsatte	29,0 %	23,8 %	24,0 %	21,2 %
100 + sysselsatte	60,1 %	66,0 %	64,7 %	65,4 %

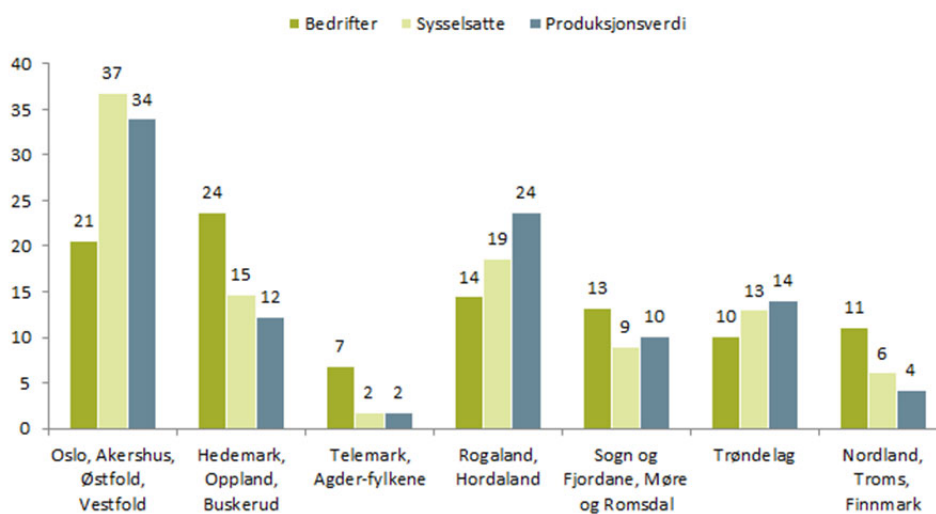
Regional betydning

Den norske kjøttbransjen er spredt over hele landet, og er derfor en viktig bidragsyter til sysselsetting i distriktene. Figur 6.7 viser den prosentvise fordelingen av kjøttbedrifter, sysselsatte og produksjonsverdi for kjøttbransjen i de ulike regionene i 2011.

Østlandet (Oslo, Akershus, Østfold og Vestfold) har den prosentvise største andelen av sysselsetting og produksjonsverdi i 2011. Innlandsfylkene Hedmark og Oppland og Buskerud har flest antall bedrifter.

Figur 6.7

Nøkkeltall i kjøttbransjen fordelt på regioner, 2011 (i prosent)

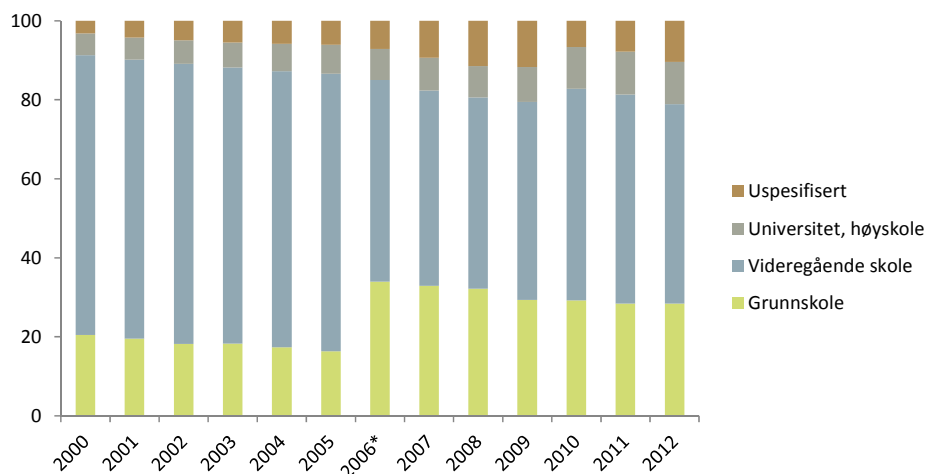


Kompetanse

I 2012 hadde 29,5 prosent av de sysselsatte i kjøttbransjen kun grunnskoleutdanning. Om lag 47 prosent hadde utdanning fra videregående skole, mens 13,5 prosent hadde gått på universitet eller høyskole (jf. figur 6.8). Kjøttbransjen har sammen med fiskerivarebransjen og bakervarebransjen lavest andel sysselsatte med høyere utdanning i matindustrien. Men dette er riktignok de bransjene som sysselsetter flest. Samtidig har disse bransjene størst andel av sysselsatte med uspesifisert utdanning.

Figur 6.8

Utvikling i utdanningsnivå i kjøttbransjen, 4. kvartal 2000 til 2012 (prosentvis andel fordelt på type utdanning)¹⁷⁹



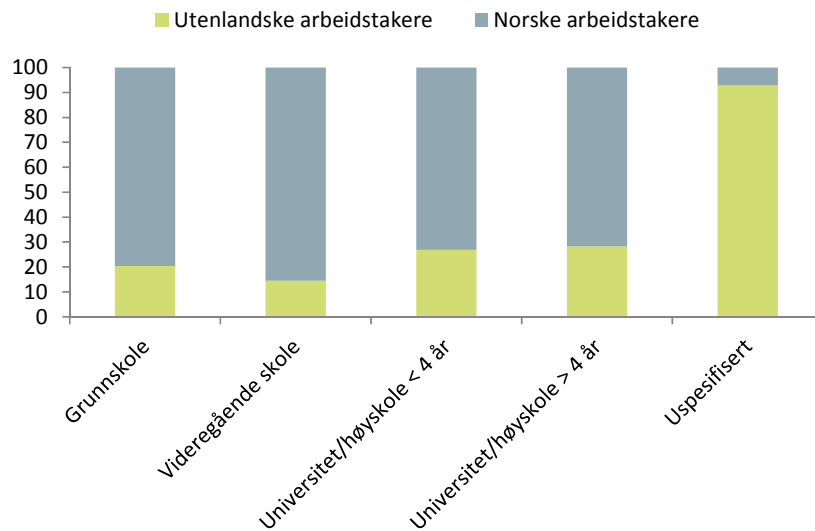
*fotnote 37

Andel utenlandske arbeidstakere i kjøttbransjen (25,7 %) er noe høyere enn gjennomsnittet i matindustrien (24,1 %). Figur 6.9 viser at kjøttbransjen har behov for utenlandsk arbeidskraft med varierende utdanningsnivå.

¹⁷⁹ Uspesifisert utdanning kan i en viss grad tilskrives personer som har utdanning fra utlandet (hovedsakelig innvandring). F.o.m 2006 har SSB fulgt nye internasjonale retningslinjer for hvor mye utdanning som kreves på grunnskolenivå og derfor har man fått et skift i tallmaterialet fra 2006.

Figur 6.9

Arbeidstakere fordelt på landbakgrunn og utdanningsnivå i kjøttbransjen, 4. kvartal 2012



6.1.3 Verdiskaping

Produksjonsverdi

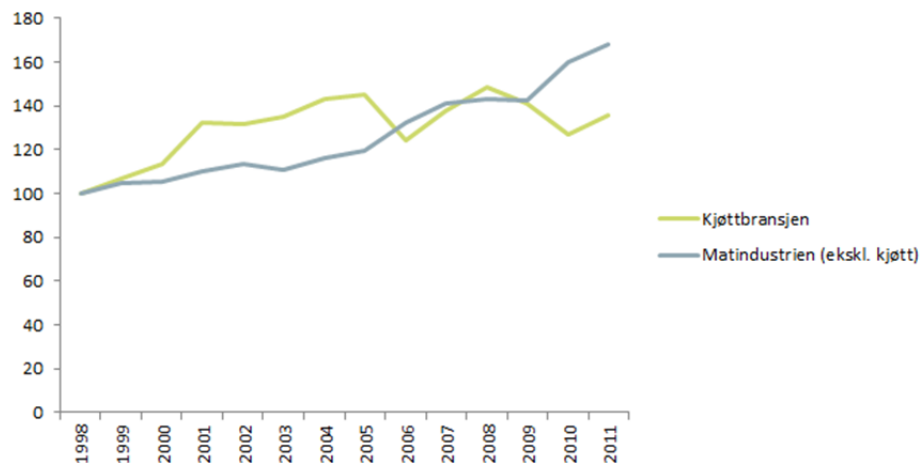
Norsk matindustri hadde en samlet produksjonsverdi på 163,3 mrd. kroner i 2011, hvorav 35,2 mrd. kroner (21,5 %) kan tilskrives kjøttbransjen. Dette er den nest største bransjen i matindustrien, målt i produksjonsverdi.

Kjøttbransjen hatt en gjennomsnittlig svakere produktivtetsvekst enn resten av matindustrien (jf. figur 6.10). I perioden 1998 til 2011 har produksjonsverdi i øvrig matindustri økt med 67,9 prosent, mens den har økt med 35,5 prosent i kjøttbransjen. Samtidig ser vi at kjøttbransjen har opplevd fall i aktivitetsnivået i 2006 og i 2010. Imidlertid var det en bedring i produktivtetsnivået i kjøttbransjen i 2011 (6,6 %). Nortura SA melder om et fall i driftsinntekter i 2010 på grunn av et betydelig prisfall fra starten av året, som følge av dagligvarekjedenes satsing på egne merkevarer.¹⁸⁰

¹⁸⁰ E-post mottatt fra Kristian Håvard Sævik, 30.09.13.

Figur 6.10

Utvikling i produksjonsverdi for kjøttbransjen og matindustrien (ekskl. kjøtt), 1998–2011 (i løpende priser, indeks gjennomsnitt 1998=100)



Bearbeidingsverdi¹⁸¹ i kjøttbransjen

Kjøttbransjen utgjør en betydelig del av total verdiskaping i matindustrien. I matindustrien lå bearbeidingsverdien (målt i markedspriser) på 41,1 mrd. i 2011, hvorav 6,5 mrd. kan tilskrives kjøttbransjen (15,8 %). Fra 1998 til 2011 har kjøttbransjens verdiskaping vokst med 118,1 prosent målt i løpende markedspriser. Til sammenligning har øvrig matindustri vokst med 82,4 prosent (jf. figur 6.11). Den sterke veksten i bearbeidingsverdien (56,7 %) fra 2007 til 2008 kan delvis forklares med økt produksjonsverdi (jf. figur 6.10). Dette innebærer at resten av veksten skyldes en redusert vareinnsats som andel av produksjonsverdien.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

¹⁸¹ Definisjon av bearbeidingsverdi finnes i kapittel 2.

Figur 6.11

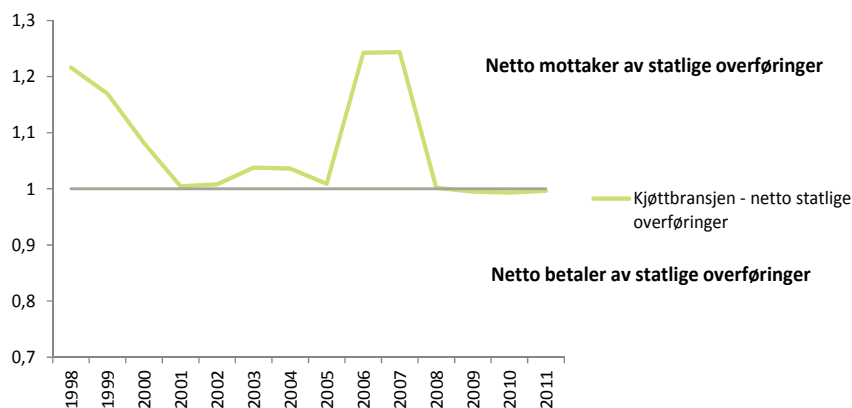
Utvikling i bearbeidingsverdi for matindustrien (ekskl. kjøtt) og kjøttbransjen, 1998–2011 (målt i nominelle markedspriser, indeks 1998 = 100)



Bearbeidingsverdi kan måles både i markedspriser og i faktorpriser. Forskjellen mellom de to er effekten av særavgifter og tilskudd. Ulike bransjer har ulike avgifter og tilskudd. Dette kan også variere over tid. I figur 6.12 vises forholdet mellom bearbeidingsverdi til faktorpriser og bearbeidingsverdi til markedspriser for kjøttbransjen. Figuren viser at kjøttbransjen ikke lenger er netto mottaker av statlige overføringer.

Figur 6.12

Forholdet mellom verdiskaping (bearbeidingsverdi) til faktorpriser og markedspriser i kjøttbransjen¹⁸², 1998–2011



¹⁸² Følgende avgifter er holdt utenfor og dermed ikke trukket fra: merverdiavgift, investeringsavgift og arbeidsgiveravgift.

6.1.4 Lønnsomhet¹⁸³

Økonomisk lønnsomheter en forutsetning for å skaffe kapital. Dette er nødvendig for investering i innovasjon og en langsiktig utvikling av virksomheten.

*Lønnsomhetsindikatorer*¹⁸⁴

Lønnsomhet over tid i industribedrifter måles ved å bruke driftsmargin og kapitalrentabilitetsmål. Her presenteres finansielle nøkkeltall både for aksjeselskaper og samvirke. I aksjeselskaper er evnen til å gi avkastning på innsatt kapital et relevant og vanlig mål for bedriftsøkonomisk lønnsomhet. Det er også et overordnet mål for virksomheten å maksimere denne avkastningen.

I samvirkeforetak er hovedformålet å «*frenje dei økonomiske interessene til medlemmane gjennom deira deltaking i verksemda som avtakarar, leverandørar eller på annan liknande måte*»¹⁸⁵. Det er ikke et mål å maksimere samvirkeforetakets resultat isolert sett. Samvirkeforetakets regnskapsmessige resultat gjenspeiler i tillegg til foretakets evne til å skape økonomisk resultat, også balansen mellom medlemmenes kortsiktige nytte og foretakets behov for kapital til investering og langsiktig utvikling. Forskjellen i målsetting mellom aksjeselskaper og samvirkeforetak innebærer at en del økonomiske resultatmål ikke uten videre kan sammenlignes.

1. Driftsmargin¹⁸⁶

Driftsmarginen viser driftsresultat i prosent av driftsinntekter og kan indikere endringer i lønnsomhetsforhold over tid. Man bør være forsiktig med å benytte driftsmarginen som et lønnsomhetskriterium på tvers av ulike bransjer. Her sammenlignes driftsmarginen i kjøttbransjen (ekskl. samvirke) med driftsmarginen i matindustrien (ekskl. samvirke) generelt. Driftsmarginen for Nortura vises isolert.¹⁸⁷

¹⁸³ Definisjon av lønnsomhet finnes i kapittel 2.

¹⁸⁴ Nøkkeltallene herunder omfatter i motsetning til kapittel 2 både aksjeselskaper og samvirke (Nortura SA). Det er imidlertid foretatt et klart skille mellom disse. Nøkkeltallene for matindustrien (ekskl. samvirke) og kjøttvbransjen (ekskl. samvirke) er regnskapsstatistikk for ikke-finansielle aksjeselskap og for bedrifts- og foretaksregister mottatt fra Hieu Minh Tran 04.09.13. Tall for Nortura SA og forklaringer bak endringene er mottatt fra Kristian Håvard Sævik 30.09.13.

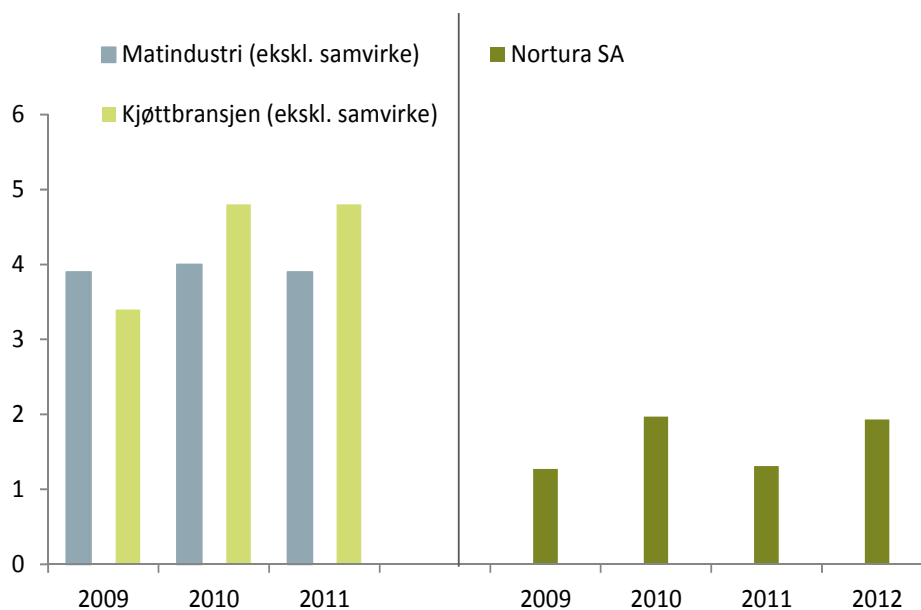
¹⁸⁵ LOV 2007-06-29 nr 81: Lov om samvirkeforetak (samvirkelova).

¹⁸⁶ Driftsmarginen beregnes ved driftsresultat delt på driftsinntekter, multiplisert med 100.

¹⁸⁷ Årsaken til dette er i beskrivelsen av lønnsomhet i samvirkeforetak.

Figur 6.13

Utvikling i driftsmargin i matindustri og kjøttbransjen (ekskl. samvirke) og Nortura SA, 2009–2012¹⁸⁸ (i prosent)



Driftsmarginen hos kjøttbransjen (ekskl. samvirke) har økt, og ligger i gjennomsnitt noe over matindustrien (ekskl. samvirke). Driftsresultatet for kjøttbransjen (ekskl. samvirke) gikk fra 779 mill. kr i 2009 til 1225 mill. kr i 2011. Det er imidlertid stor variasjon i driftsmarginen mellom de ulike foretakene. I 2011 hadde om lag 23 % av foretakene i kjøttbransjen (ekskl. samvirke) en negativ driftsmargin.

For Nortura SA har driftsmarginen variert i perioden 2009–2012. Økt driftsmargin i 2010 skyldes blant annet «LØFT-programmet»¹⁸⁹. I 2012 skyldes bedringen i driftsmarginen hovedsakelig kostnadstilpasning og økte markedsinntekter. Det at samvirke har en lavere driftsmargin kan ha flere forklaringer. For eksempel, ulike finansielle målsettinger, lavere bearbeidingsgrad (verdiskaping i prosent av omsetning) eller lavere kapitalintensivitet. Nortura SA gjennomfører i 2013 en etterbetaling til eierne for første gang siden 2007.¹⁹⁰

¹⁸⁸ Tall for 2012 er kun presentert for Nortura SA. Årsaken er at SSB kun har data på driftsmargin for 2011.

¹⁸⁹ LØFT-programmet var endringsprogram som ble igangsatt sommeren 2009. Det bestod av både akuttiltak og endringer som skulle forbedre lønnsomheten på lenger sikt.

¹⁹⁰ Nortura (2013), <http://www.nortura.no/presse-nyheter/positiv-utvikling-i-nortura-betaler-180-mill-tilbake-til-eierne-article32437-11445.html>.

2. Avkastning på kapital (rentabilitet)

Driftsmarginen sier noe om den hvordan den «daglige» driften går, men fanger ikke opp utviklingen i foretakenes kapitalposter. For eksempel bør renteutgifter telle med i vurderingen av foretakenes lønnsomhet og konkurranseevne. Det er to sentrale rentabilitetsbegreper: totalrentabilitet og egenkapitalrentabilitet. Totalrentabiliteten er et mål på bedriftens avkastning på egenkapital og gjeld, mens egenkapitalrentabiliteten er et mål på bedriftens evne til å levere avkastning på egenkapitalen (den kapitalen som eierne har investert i selskapet). Egenkapitalrentabiliteten tar med fremmedkapitalen (lånerenten).

Tabell 6.3 viser at i perioden 2009–2011 har total- og egenkapitalrentabiliteten i kjøttvarebransjen (ekskl. samvirke) ligget over matindustrien (ekskl. samvirke). Fra 2010 til 2011 falt rentabilitetsnivåene vesentlig sterkere i matindustrien (ekskl. samvirke) sammenlignet med kjøttbransjen (se kap. 2.3.3 for mer detaljer).

Tabell 6.3

Utvikling i total- og egenkapitalrentabilitet i matindustrien og kjøttbransjen (ekskl. samvirke) og Nortura SA, 2009–2012* (i prosent)

	2009	2010	2011	2012*
Matindustri(ekskl. samvirke)				
Totalrentabilitet	9,3	9,9	3,6	-
Egenkapitalrentabilitet	13,2	16,2	1,8	-
Kjøttbransjen (ekskl. samvirke)				
Totalrentabilitet	10,2	15,7	7,3	-
Egenkapitalrentabilitet	16,2	28,0	10,5	-
Nortura SA				
Totalrentabilitet	4,8	5,9	4,2	5,7
Egenkapitalrentabilitet	5,9	10,1	6,6	10,9

*SSBs foretaksstatistikk inneholder ikke tall for 2012

Nortura hadde en nedgang i total- og egenkapitalrentabiliteten fra 2010 til 2011. Som vist i tabell 6.3 gikk resultatgraden for Nortura SA ned fra 2010 til 2011. Ifølge selskapet økte kapitalbindingen samtidig, blant annet på grunn av betydelig overskuddslikviditet. Et bedret resultatnivå førte imidlertid til en økning i denne variabelen i 2012.

3. Resultatgrad, egenkapitalgrad og likviditetsgrad¹⁹¹

Uten samvirke har kjøttbransjen i 2009 og 2010 en lavere resultatgrad enn snittet i matindustrien (jf. tabell 6.4). Imidlertid var utviklingen i kjøttbransjen (ekskl. samvirke) mer positiv i 2011 enn for snittet i matindustrien, som opplevde et betydelig fall i resultatgraden.

Tall for samvirke i 2012 viser en bedring i flere finansielle nøkkeltall.

Resultatgraden ligger på 1,4 prosent, mens egenkapitalandelen og likviditetsgraden ligger på henholdsvis 39,9 prosent og 1,7 prosent. Bedringen av resultatgraden kom hovedsakelig som følge av reduserte avskrivninger (lavt investeringsnivå) og bedret nettofinans (tilknyttede selskaper gjør det bedre).

Tabell 6.4

Resultatgrad, egenkapitalandel og likviditetsgrad for matindustrien og kjøttbransjen (ekskl. samvirke) og Nortura SA, 2009–2012* (i prosent)

	2009	2010	2011	2012*
Matindustri (ekskl. samvirke)				
Resultatgrad	11,1	13,6	2,9	-
Egenkapitalandel	44,4	46,1	42,7	-
Likviditetsgrad	1,4	1,2	1,2	-
Kjøttbransjen (ekskl. samvirke)				
Resultatgrad	3,6	6,4	4,3	-
Egenkapitalandel	33,1	38,8	36,8	-
Likviditetsgrad	1,1	1,1	1,2	-
Nortura SA				
Resultatgrad	0,6	1,3	0,9	1,4
Egenkapitalandel	34,1	40,2	39,4	39,9
Likviditetsgrad	1,4	1,5	1,6	1,7

* *SSBs foretaksstatistikk inneholder ikke tall for 2012*

¹⁹¹ Se kapittel 2 for nærmere definisjoner.

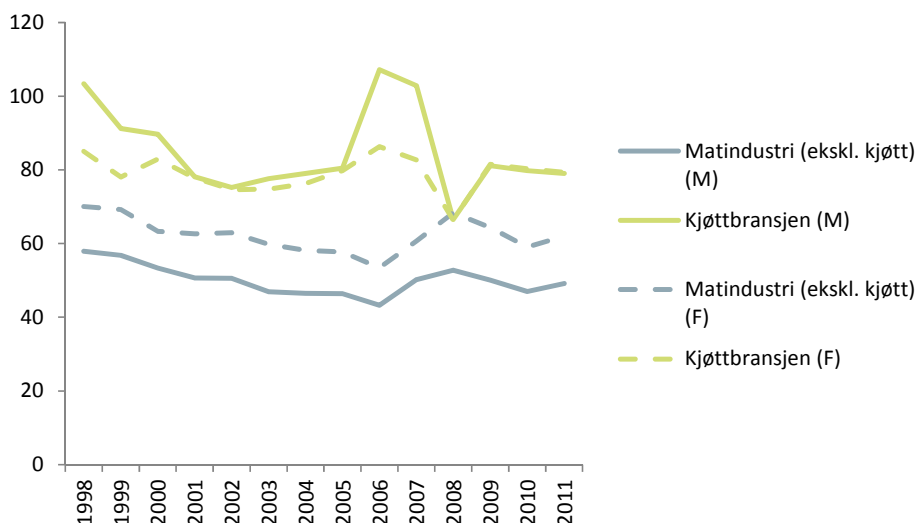
Lønnskostnader

I 2011 utgjorde de totale lønnskostnadene for kjøttbransjen 5,1 mrd., eller 79,1 prosent av bearbeidingsverdien (til markedspris), jf. figur 6.14. Til sammenligning var lønnskostnadene, målt i prosent av bearbeidingsverdien for øvrig matindustri, 49,2 prosent. Kjøttbransjen er med andre ord en relativt arbeidsintensiv delsektor i matindustrien.

Figur 6.14 viser at lønnskostnadenes andel (i %) av bearbeidingsverdien ligger høyere i kjøttbransjen sammenlignet med øvrig matindustri i hele perioden med unntak av i 2008. Lønnskostnadenes andel i prosent av bearbeidingsverdi har i perioder vært svært høy i kjøttbransjen. Dersom vi ser på bearbeidingsverdien målt i faktorpriser som inkluderer offentlige netto overføringer, er det en mer stabil utvikling for kjøttbransjen. Situasjonen ser mindre kritisk ut i årene 1998, 2006 og 2007. I disse periodene var bransjen netto mottaker av statlige overføringer (jf. figur 6.12). I perioden 1998–2011 har lønnskostnadenes andel (i %) av bearbeidingsverdi (målt i markedspriser) gått ned med 23,5 prosent i kjøttbransjen mens nedgangen har vært på 15,1 prosent i den øvrige matindustrien.

Figur 6.14

Lønnskostnadenes andel av bearbeidingsverdi [i markedspriser (M) og faktorpriser (F)] for kjøttbransjen og matindustri (ekskl. kjøtt), 1998–2011 (i prosent)

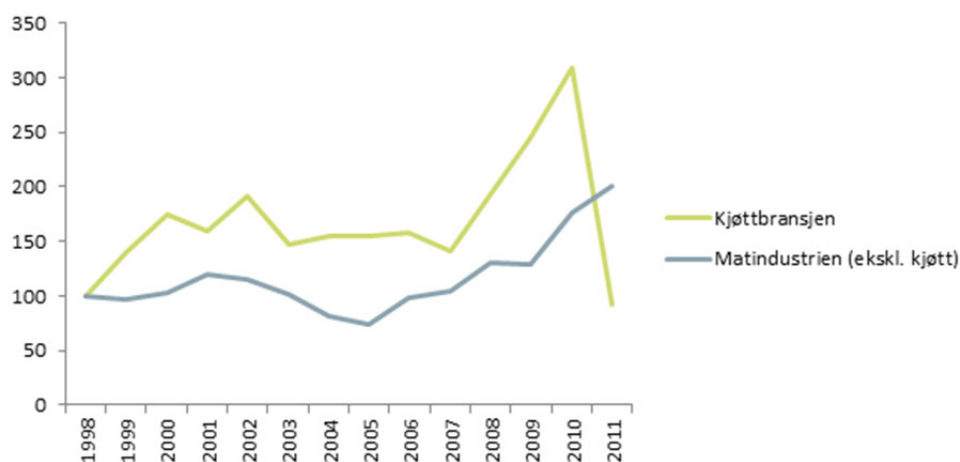


Investeringer

Kjøttbransjen har i løpet av de senere årene gjennomført store rasjonaliseringstiltak. Dette kan være noe av årsaken til den kraftige økningen i bruttoinvesteringer i perioden 2007–2010 etterfulgt av et kraftig fall i 2011 (jf. figur 6.15). Mye av investeringene var rettet mot automatisering og rasjonalisering av anleggsstruktur blant annet for å bedre utnyttelsen på de eksisterende slakteriene.¹⁹²

Figur 6.15

Utvikling i bruttoinvesteringer i kjøttbransjen og matindustri (ekskl. kjøtt), 1998–2011 (indeks 1998=100)



Handel med kjøttprodukter

Importen av kjøttvarer er økende (jf. kap. 2.4.2). Handelen med kjøttprodukter styres hovedsakelig av kvoter og administrative tollnedsettelse. I 2012 var det en sterk økning av importen av kjøttprodukter, og det er stor vekst. Om lag 65 prosent av storfeimporten kom til nedsatt toll (administrative tollnedsettelse) på grunn av underdekning i det norske markedet.¹⁹³ Det var også økt import av fjørfe i 2012. Årsaken var høy etterspørsel etter fjørfevarer som medførte at en større andel av importkvoten ble utnyttet, samt en periode med administrative tollnedsettelse.

¹⁹² Nordlund (2010), Mat og industri 2010.

¹⁹³ SLF (2013), Omverdenen til norsk landbruk og matindustri i 2012.

6.1.5 Dagligvaremarkedet for kjøttvarer

Utvikling av etterspørselen etter kjøttvarer¹⁹⁴

Etterspørselsveksten i fersk fjærkre (12,7 %) var den største bidragsyter til veksten i salget av fersk mat i Norge i 2012. Veksten i fjørfemarkedet har pågått over mange år og ser ut til å fortsette. Andre varegrupper innenfor kjøttsegmentet som bidro betydelig til veksten var ferske deiger og farser (9,1 %). Pølser av svin/storfe/lam er fortsatt dominerende i markedet (89,6 % verdiandel), mens fjærkre var stabil på 11,5 % verdiandel.

Tabell 6.5 viser utviklingen (målt i volum) innen de største kategoriene av kjøttvarer i sluttmarkedet fra 2010 til 2012. Samtlige kjøttvarer innenfor frosne matvarer har gått ned fra 2010 til 2012, mens ferske øker. Andelen frosne varer er lav samlet sett og synkende. Den er høyest for fjærkre. Størst nedgang har det vært for gruppen frosne *deiger/farser* (61,7 %) som for øvrig utgjør et lite volum. For fjærkre har andelen frosne produkter sunket fra 38 til 31 prosent på to år.

Tabell 6.5

Utvikling i konsum av utvalgte kjøttvarer, 2010–2012 (oppgitt i 1000 kg)

Varegruppe	2010	2011	2012	%-vis endring 2010–2012
Ferske kjøttvarer				
Bacon	5 305	5 610	5 656	6,6 %
Deiger/farser	27 478	28 486	30 145	5,8 %
Fjærkre	16 396	18 246	20 153	22,9 %
Formet bearbeidet kjøtt	12 274	12 961	12 978	5,7 %
Kjøttpålegg	12 909	13 070	13 209	2,3 %
Pølser (ekskl. spekepølser)	41 740	41 551	41 707	-0,1 %
Spekemat	9 398	9 478	9 819	4,5 %
Frosne kjøttvarer				
Bearbeidet kjøtt	4 279	4 106	4 020	-6,1 %
Deiger/farser	1 268	669	486	-61,7 %
Fjærkre	10 327	9 662	9 308	-9,9 %

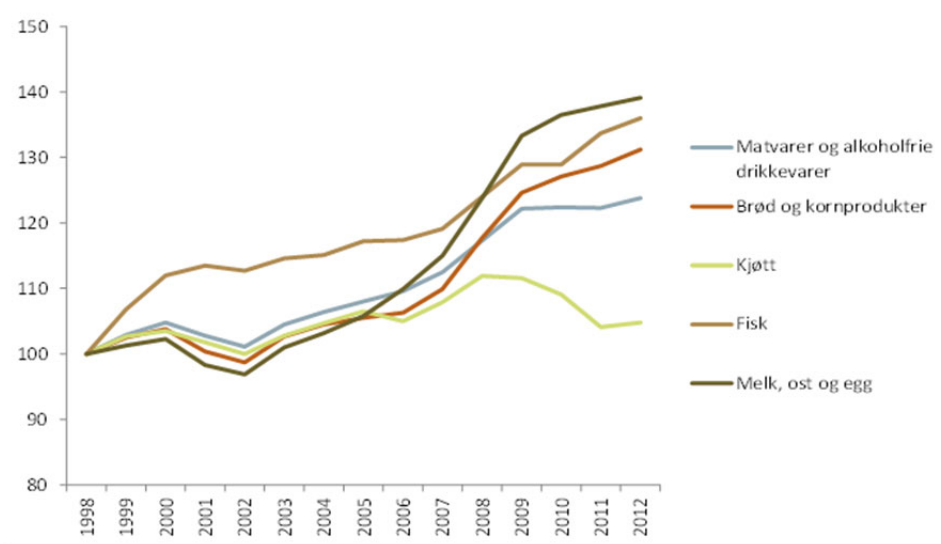
¹⁹⁴ Hvis ikke annet oppgitt er informasjon innunder dette avsnittet hentet fra Markedsrapporten 2013 fra Nielsen.

Prisutvikling

Kjøtt har siden 2008 hatt en svakere prisutvikling i forbrukermarkedet enn andre produktgrupper fra matindustrien (jf. figur 6.16).

Figur 6.16

Utvikling konsumprisindeks for noen utvalgte konsumgrupper, 1998–2012 (indeks 1998 = 100)



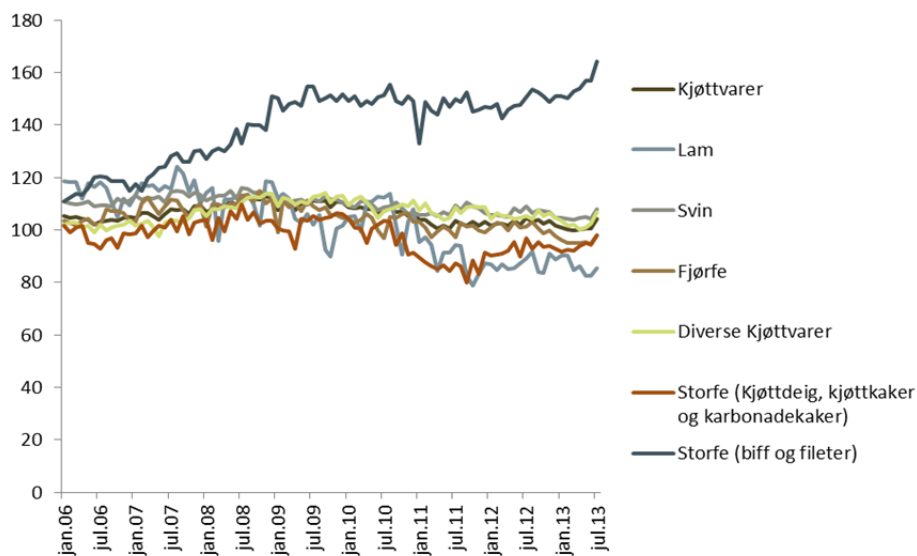
Med unntak av biff og fileter av storfe har samtlige kategorier innen kjøttsegmentet en fallende eller en beskjeden prisøkning siden 2006 (jf. figur 6.17). En sterkere prisvekst på biffer og fileter sammenlignet med øvrig storfe (kjøttdeig, kjøttkaker og karbonadekaker), kan skyldes endringer i etterspørselen. Imidlertid utgjør sorteringskjøttet en relativt stor andel av slaktet, mens biffer og fileter utgjør en liten andel. Det kan være vanskelig å balansere et marked med stor etterspørsel etter biff og filet uten å ende opp med et overskudd av sorteringskjøtt. Overskudd i sorteringskjøtt kan igjen bidra til lavere priser.¹⁹⁵

¹⁹⁵ E-post fra Runa Himle i SLF, 30.08.2013.

Det er imidlertid også nødvendig å se prisutviklingen i lys av importvernet. Vi har betydelig import av biffer og fileter av storfe, slik at importvernet kan ha hatt direkte innflytelse på prisutviklingen på disse stykningsdelene. Et tredje moment som kan forklare at prisdannelsen på kjøtt skiller seg fra øvrige matvarer, er at dette er en varegruppe med et relativt høyt kampanjepress i dagligvaremarkedet.

Figur 6.17

Prisutvikling for ulike grupper innenfor kjøttvarer, 2006–2013 (indeks 1998=100)¹⁹⁶



Salget av kjøttvarer i dagligvarer påvirkes også av grensehandelen. Kjøttet som ble solgt til norske grensehandlere utgjorde, ifølge det svenske Jorbruksverket, om lag 30 000 tonn.¹⁹⁷ Dette er en mengde som tilsvarer rundt 10 prosent av norsk kjøttproduksjon.¹⁹⁸

¹⁹⁶ Prisene er basert på SSBs matindekser i konsumprisindeksen (KPI). Prisoppdatering mottas den 10. hver måned, sist fra Simen Sæterdal i SSB. Disse prisene inngår også i NILFs månedlige matprisoppdateringer. Hentet fra: http://nilf.no/om_nilf/Nyheter/temaer/priser_og_kostnader.

¹⁹⁷ Kjøtt solgt i grensehandelen omregnet til «vara med ben».

¹⁹⁸ Jordbruksverket (2013), Gränshandeln med Norge, *En genväg mellan tulltöpparna*, Rapport 2013: 18.

EMV produseres ut fra resepter som paraplykjedene selv utvikler og eier. Ofte lager kjeden en produktspesifikasjon og produsenter gir anbud i tråd med spesifikasjonen, for eksempel oppskriften på et syltetøy. Det er også vanlig at leverandører utvikler egne produkter for ulike kjeder, og tilbyr disse til kjedene for eksklusiv distribusjon.

Økt vertikal integrering i verdikjeden, eksklusive leveranseavtaler og en økende satsing på EMV, er initiativ fra dagligvarehandelen som er med på å prege utviklingen i kjøttbransjen. Industriens merkevarer har opplevd en økende konkurranse i forbrukermarkedet. Mens det tidligere var flere merkevarer fra kjøttbransjen som hadde et bredt varesortiment, er det i flere dagligvarekjeder EMV som i økende grad bidrar til bredden i sortimentet. Det er

imidlertid en betydelig forskjell mellom dagligvarekjedene i satsingen på EMV (jf. kap. 7).

Tabell 6.6 viser at EMV har fått sterkest fotfeste innenfor fjærkre, både fersk og dypfryst, hvor markedsandelen ligger på henholdsvis 45 og 18 prosent.

Tabell 6.6

EMV målt i verdi og som andel av total omsetning av kjøttvarer i dagligvare, 2012

Varegruppe	EMV-verdi i 1000	EMV-andel i %
Ferske pølser	408 018	16,7 %
Rent kjøtt	1 369 292	32,6 %
Ferskt kjøttpålegg	448 612	18,2 %
Fersk fjærkre	870 537	45,6 %
Dypfryst fjærkre	324 161	73,3 %
Dypfryst bearbeidet kjøtt	89 048	20,5 %

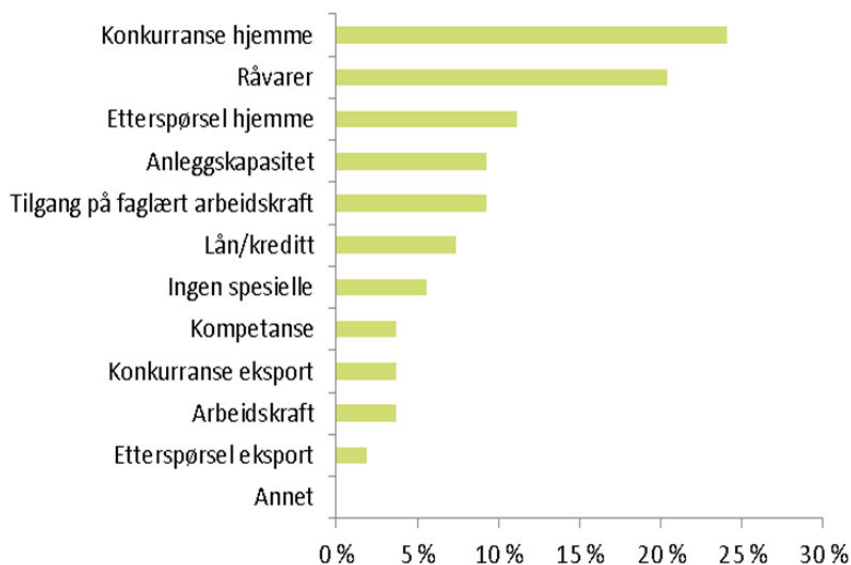
¹⁹⁹ Dette kapittelet baserer seg i all hovedsak på NOU 2011:4 Mat, makt og avmakt, og Nielsen (2013), EMV-rapport mottatt fra Linn Anita Langseth, 11.09.13.

*Kjøttbransjens forventninger*²⁰⁰

Det er totalt 26 bedrifter i kjøttbransjen (inklusive fjørfevarer) som har deltatt i konjunkturundersøkelsen. Dette utgjør en liten andel av totalt antall bedrifter, og resultatene må tolkes med forsiktighet. Imidlertid vet vi at det er relativt sterk konkurranse i sluttmarkedet og i tilførselsmarkedet. Det er dermed ikke overaskende at de fleste respondentene har svart at konkurranse hjemme og råvarer forventes å være de faktorene som ventes å begrense vekst aktiviteten i fra 2012 til 2013 mest (jf. figur 6.18).

Figur 6.18

Faktorer som ventes å ville begrense aktiviteten i 2013 sammenlignet med 2012, (n=26)



²⁰⁰ Fokus er på bedriftene i kjøttbransjen som besvarte konjunkturundersøkelsen. Se kapittel 5 for flere detaljer.

6.2 Meieribransjen²⁰¹

6.2.1 Innledning

Meieribransjen er som avtaker av råvare fra norske melkeprodusenter, en sentral bransje i verdikjeden for mat i Norge. Melkeproduksjonen i Norge regnes ofte som selve bærebjelken i det norske landbruket. Melkeproduksjonen gir oss ikke bare meieriprodukter, men også dyregrunnlaget for storfeproduksjonen, og er den viktigste avtageren av norskprodusert fôr. Melkeproduksjonen er da også den mest skjermede aktiviteten i norsk landbruk. For å sikre stabile priser, en hensiktsmessig produksjonsfordeling basert på ressursgrunnlaget i Norge og en produksjon tilsvarende etterspørselen, er det en rekke reguleringsmekanismer. Dette er blant annet kvoteordningen, prisutjevningsordningen og markedsreguleringsordningen.

Meierimarkedene²⁰²

Råvaremarkedet for kjøp av melk fra produsentene (bøndene) består av kun to aktører, TINE Råvare og Q-meieriene (jf. figur 6.19). TINE har som markedsregulator, mottakplikt i dette markedet. Q-meieriene er etablert i Gausdal og på Jæren. Utenfor disse områdene er det i praksis kun TINE som tar i mot melk. 97 prosent av melkeprodusentene leverer melken til TINE Råvare, mens de øvrige leverer til Q-meieriene.²⁰³ Q-meieriene leverer hovedsakelig melken til eget selskap. TINE Råvare har som markedsregulator forsyningsplikt, og leverer til samtlige aktører på foredlingsleddet. Melk brukes til mange forskjellige anvendelser, for eksempel: flytende produkter, modnet ost, fersk ost, melkepulver, yoghurt, smør, rømme, fløte, mysost, melkepulver, is o.l.

På foredlingsleddet er det flere aktører, den største er TINE industri. Andre aktører er Normilk, Q-meieriene, Synnøve Finden, Rørosmeieriet, Lillehammer Ysteri, Kraft og Aksut. Foredlingsbedriftene selger i hovedsak sine varer videre til dagligvarehandelen, storhusholdnings- og servicemarkedet og til industrien. I tillegg eksporterer TINE, Synnøve Finden og Q-meieriene produkter til utlandet.

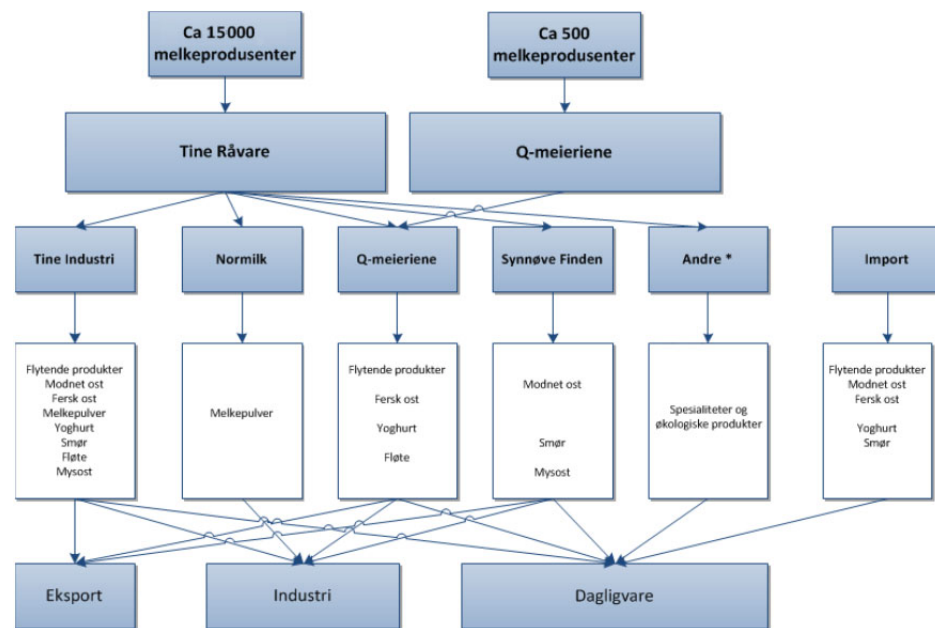
²⁰¹ I dette kapitlet omtales meieribransjen som næringsgruppe 10.5 *produksjon av meierivarer og iskrem* i Standarden for næringsgruppering (SN 2007), som er tilfelle også i resten av rapporten.

²⁰² Beskrivelsen av bransjen er hovedsakelig basert på følgende rapport dersom ikke annet er oppgitt: Statens Landbruksforvaltning (2012), *Evaluering av konkurransepolitiske tiltak i prisutjevningsordningen for melk*, Rapport-nr.: 22/2012.

²⁰³ SLF (2013), *Evaluering av konkurransepolitiske tiltak i PU*.

Figur 6.19

En illustrasjon av verdikjeden i meieribransjen²⁰⁴



* Rørosmeieriet, Lillehammer Ysteri, Kraft og Aksut

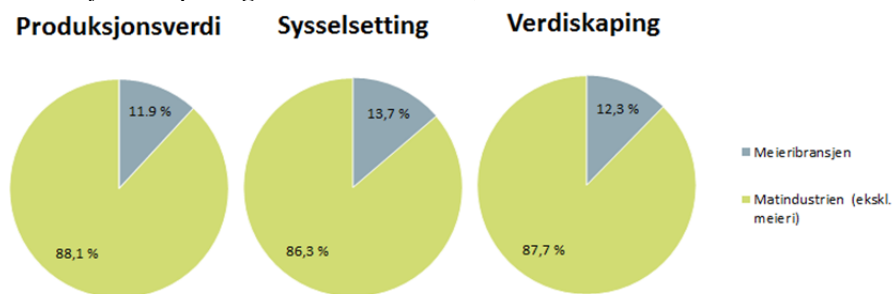
Betydning for norsk matindustri

Meieribransjen sysselsetter 13,7 prosent av totalt antall sysselsatte i matindustrien. Målt i antall sysselsatte er den dermed den fjerde største bransjen i norsk matindustri. Figur 6.20 viser meieribransjens betydning for norsk matindustri i 2011 målt også i produksjonsverdi og verdiskaping.

²⁰⁴ Figuren er i sin helhet hentet fra rapporten; *Evaluering av konkurransepolitiske tiltak i prisutjevningsordningen for melk*. Rapport-nr.: 22/2012.

Figur 6.20

Meieribransjens betydning i norsk matindustri, 2011



6.2.2 Struktur i meieribransjen

Meieribransjen er i en periode med sentralisering og sammenslåinger som skal føre til mer effektiv produksjon. De siste årene har TINE investert i nye store meierianlegg mens mindre meierier er blitt lagt ned. Et utvidet TINE meieri i Oslo ble satt i drift i januar 2012. Dette er en del av strukturrasjonaliseringen der drift og vareforsyning skal legges om for å effektivisere logistikken. Lagerstyringen er autonomisert og mange tekniske systemer er samkjørte.²⁰⁵ Synnøve Finden har i dag to produksjonsanlegg, ett i Namsos og ett i Alvdal.²⁰⁶ Q-meieriene har meierier i Gausdal og på Jæren.²⁰⁷ TINE har 43 anlegg spredt over hele Norge som inkluderer meierier, sentrallagre og terminaler.²⁰⁸

Sysselsetting

I 2011 sysselsatte meieribransjen 6 498 personer, hvilket utgjør 13,7 prosent av totalt antall sysselsatte i matindustrien. Målt i antall sysselsatte er dermed meieribransjen den fjerde største bransjen i norsk matindustri.

Sammenligner vi sysselsettingen i matindustrien og meieribransjen (jf. figur 6.21), ser vi at meieribransjen har hatt en større vekst i sysselsettingen enn resten av matindustrien siden 2002. I perioden 2008–2011 er det imidlertid en knekk på grafen. Denne kan i all hovedsak forklares av en omklassifisering i statistikken på grunn av strukturendringer i TINE SA. Likevel hadde meieribransjen flere sysselsatte i 2011 sammenlignet med 2008, så det er grunn til å tro at det har skjedd en vekst i antall sysselsatte i perioden sett under ett.

²⁰⁵ TINE (2013), Årsrapport 2012.

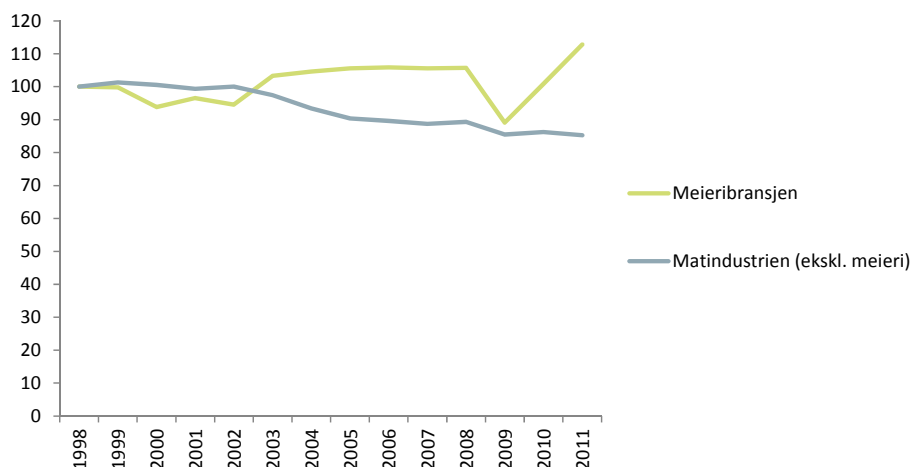
²⁰⁶ Synnøve Finden (2013), Om oss, <http://www.synnove.no/om-oss/synnove-finden-as/produksjonsanlegg/65/0/>, hentet 02.10.13.

²⁰⁷ Kavli (2013), Tall og fakta, <http://www.kavli.com/no/companies/q/Sider/Faktaogtall.aspx>, hentet 02.10.13.

²⁰⁸ TINE (2013), Vår virksomhet, <http://www.tine.no/om-tine/var-virksomhet/meieriene>, hentet 02.10.13.

Figur 6.21

Utvikling i antall sysselsatte for meieribransjen og matindustrien samlet, 1998–2011 (indeks 1998=100)



Bedrifter

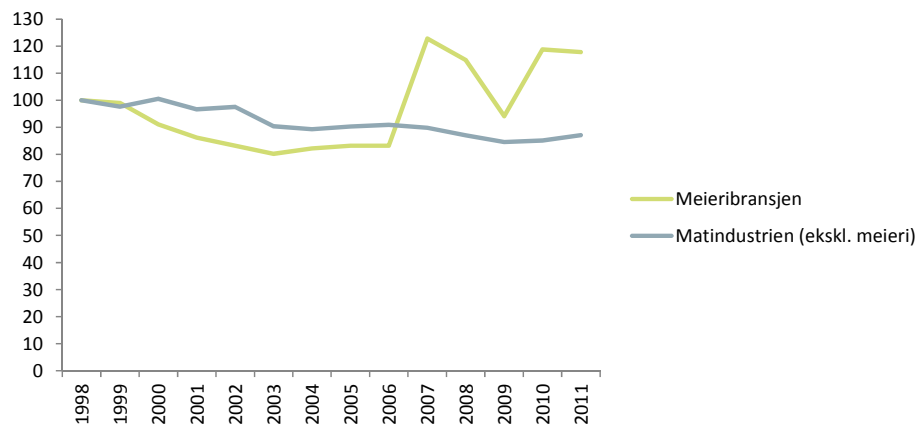
Siden 2006 har det vært sterke fluktuasjoner i antall bedrifter i meieribransjen (jf. figur 6.22). Dette kan delvis forklares med at bedrifter endrer klassifisering innenfor næringsstatistikken til SSB. Likevel viser figur 6.22 at trenden i antall bedrifter i meieribransjen er voksende og sterkere enn i øvrig matindustri.

I 2011 var det 5 nyetableringer i meieribransjen.²⁰⁹ Dette tallet er marginalt lavere enn i 2010 (6 foretak) og i 2009 (5 foretak). I 2012 var det 4 nyetableringer. Antall nyetableringer er lavere i meieribransjen enn i kjøttbransjen, og kan tyde på at rommet for nyetableringer er større i kjøttbransjen. Imidlertid har vi ikke tall på overlevelsesgraden til foretakene som etablerer seg i disse to bransjene.

²⁰⁹ Nyetablering er nye foretak korrigert for overdragelser. Det vil si at nye foretak som overtar en eksisterende virksomhet ikke regnes som en nyetablering, men bare som et nytt foretak.

Figur 6.22

Utvikling i antall bedrifter for meieribransjen og matindustrien samlet, 1998–2011 (indeks 1998=100)

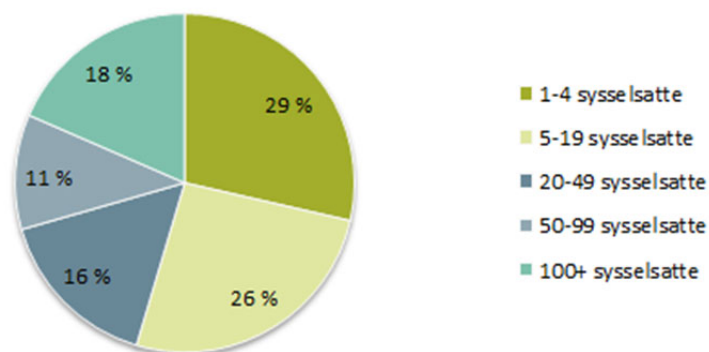


Industristruktur

Meieribransjen er langt mer konsentrert (jf. figur 6.23) enn kjøttbransjen, med høyere markedsandel for store og mellomstore bedrifter. I 2011 var 76,2 prosent av bedriftene organisert samvirkeforetak, mens 23,2 prosent var aksjeselskaper. Kun 0,6 prosent er andre selskapsformer.

Figur 6.23

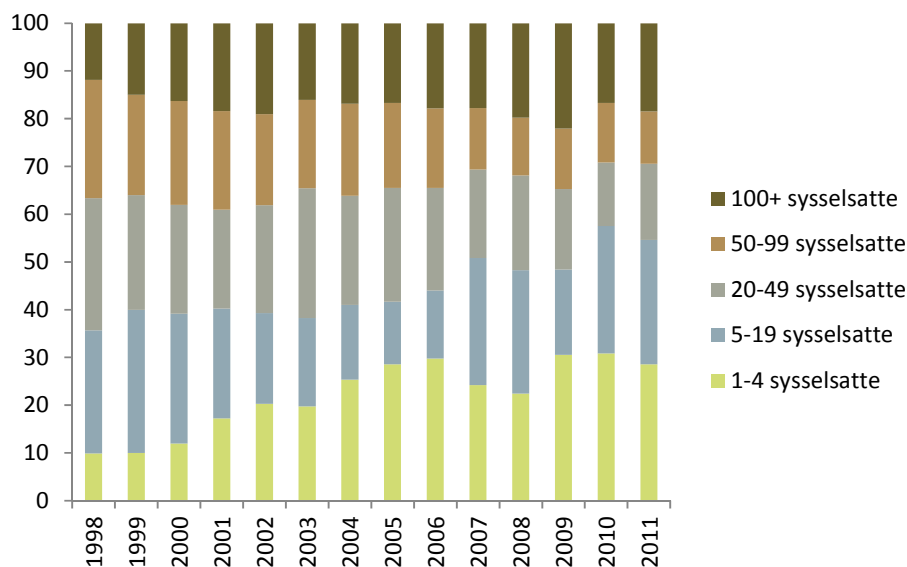
Antall bedrifter i meieribransjen fordelt på sysselsettingskategorier, 2011.



Figur 2.24 viser at det har vært en sterk vekst i små bedrifter (1–4 sysselsatte) fra 1998 til 2011. Samtidig har antall store bedrifter (100+ sysselsatte) økt. Det kan komme av at mindre bedrifter er rettet mot andre type markedssegmenter, som blant annet dekker den økende etterspørsel for kortreist mat og mat med historie.

Figur 6.24

Utvikling i antall bedrifter fordelt på sysselsatte etter sysselsettingsgruppe i meieribransjen, 1998–2011



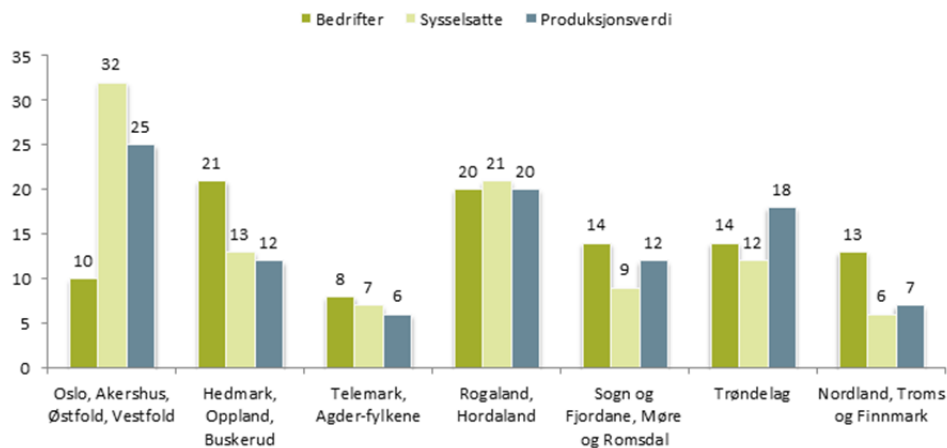
Meieribransjens regional betydning

Meieribransjen er spredt over hele landet og en viktig bidragsyter til sysselsetting i distriktene. Figur 6.25 viser den prosentvise fordelingen av meieribedrifter, sysselsatte og produksjonsverdi for meieribransjen i de ulike regionene i 2011.

Østlandet (Oslo, Akershus, Østfold og Vestfold) har den prosentvis største andelen av sysselsetting og produksjonsverdi i 2011. Fylkene Oppland og Rogaland har flest antall bedrifter med 13 bedrifter hver.

Figur 6.25

Antall meieribedrifter, sysselsatte og produksjonsverdi fordelt på regioner, 2011 (i prosent)



Kompetanse

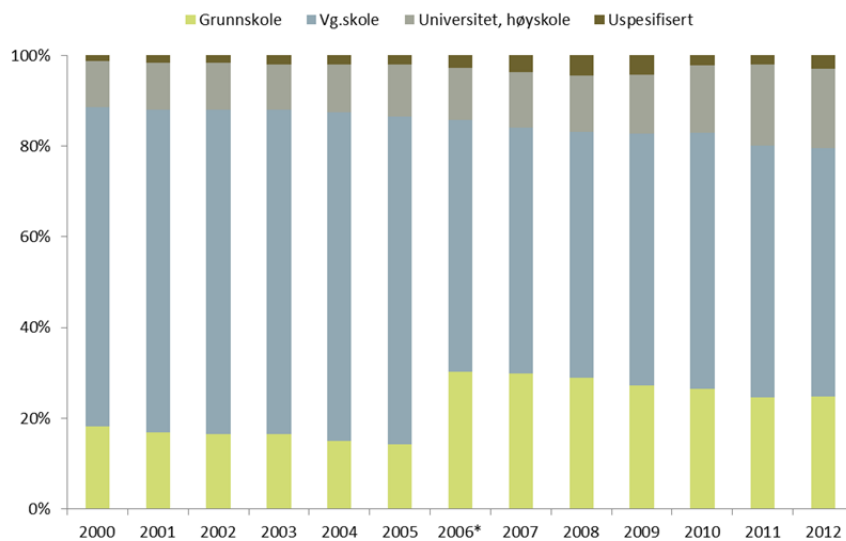
I 2012 hadde 24,8 prosent av de sysselsatte i meieribransjen grunnskoleutdanning som høyeste utdanning. Om lag 54,7 prosent hadde videregående skole, mens 17,6 prosent hadde utdanning fra universitet eller høyskole. Større aktører som TINE uttrykker at riktig kompetanse er et strategisk virkemiddel for å mestre langsiktige forretnings- og organisasjonsmessige utfordringer.²¹⁰

Figur 6.26 viser at utviklingen i meieribransjen har gått i retning mot en større andel med universitets- og høyskoleutdanning, mens andelen med grunnskoleutdanning synker. Andelen med videregående skole har ligget stabilt på omtrent 55 prosent siden 2006. På grunn av skift i tallmateriale dette året er det vanskelig å sammenligne tallene, men fra 2000 til 2005 holdt andelen med videregående skole seg også stabil rundt 71 prosent.

²¹⁰ Epost mottatt av Terje Olsen, 12.09.13

Figur 6.26

Utvikling i utdanningsnivå i meieribransjen, fra 4. kvartal 2000 til 2012 (prosentvis andel fordelt på type utdanning)²¹¹



* Hører til fotnote 37

Andel utenlandske arbeidstakere i meieribransjen (9,4 %) er betydelig lavere enn gjennomsnittet for matindustrien (24,1 %). 76,6 prosent av den uspesifiserte arbeidskraften i meieribransjen er utenlandske arbeidstakere. Av det totale antall utenlandske arbeidstakere i meieribransjen er det 23,4 prosent som har utdanning som kategoriseres som uspesifisert. Figur 6.27 viser at kompetansenivået til utenlandsk arbeidskraft i meieribransjen er noenlunde jevnt fordelt mellom de ulike utdanningsgruppene.

²¹¹ Uspesifisert utdanning kan i en viss grad tilskrives personer som har utdanning fra utlandet (hovedsakelig innvandring). *F.o.m 2006 har SSB fulgt nye internasjonale retningslinjer for hvor mye utdanning som kreves på grunnskolenivå og derfor har man fått et skift i tallmaterialet fra 2006.

Figur 6.27

Sysselsatte fordelt på landbakgrunn og utdanningsnivå i meieribransjen, 4. kvartal 2012

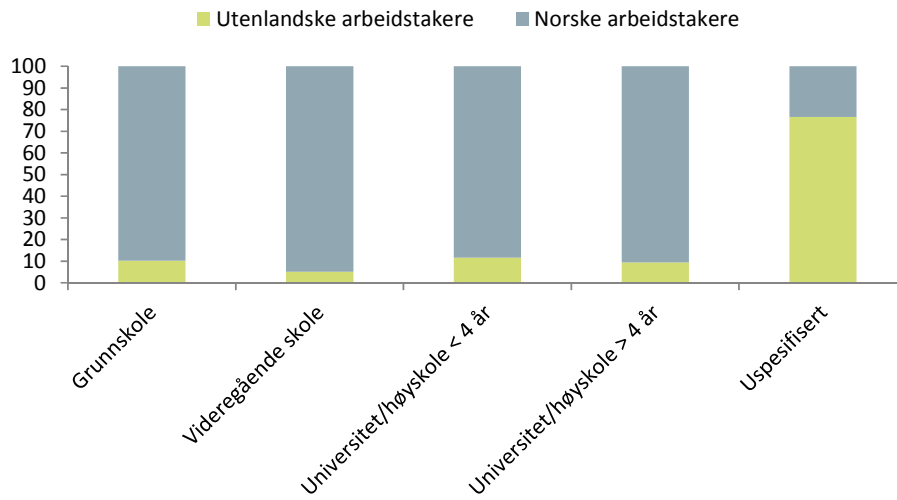


FOTO: © TINE MEDIEBANK

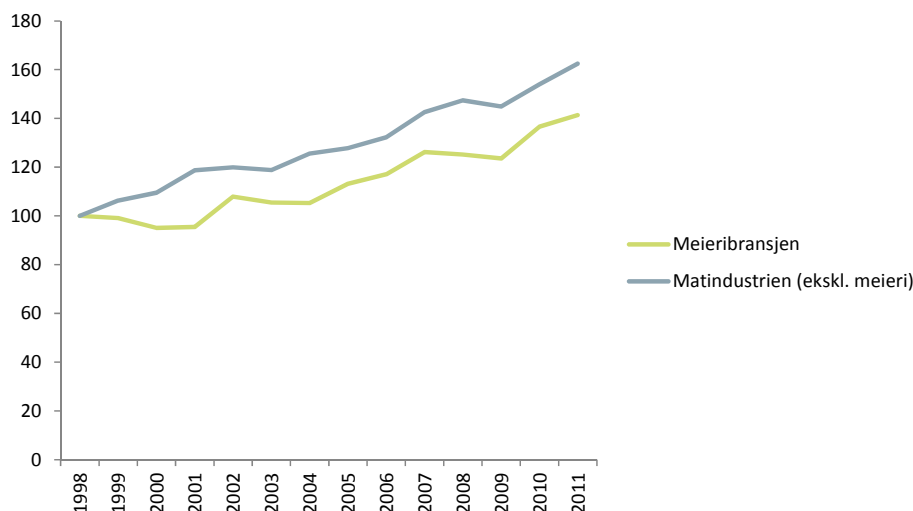
6.2.3 Verdiskaping

Produksjonsverdi

Norsk matindustri hadde en samlet produksjonsverdi på 163,3 mrd. kroner i 2011, hvorav 19,4 mrd. kroner (11,9 %) kan tilskrives meieribransjen. Fra 1998 til 2011 har meieribransjen hatt en jevn vekst i produksjonsverdien, og følger øvrig matindustri (jf. figur 6.28). Produksjonsverdien i meieribransjen har økt med 3,5 prosent mellom 2010 og 2011, mens øvrig matindustri økte med 5,5 prosent over samme år.

Figur 6.28

Utvikling i produksjonsverdi for meieribransjen og matindustrien (ekskl. meieri), 1998–2011 (i løpende priser, indeks 1998=100)



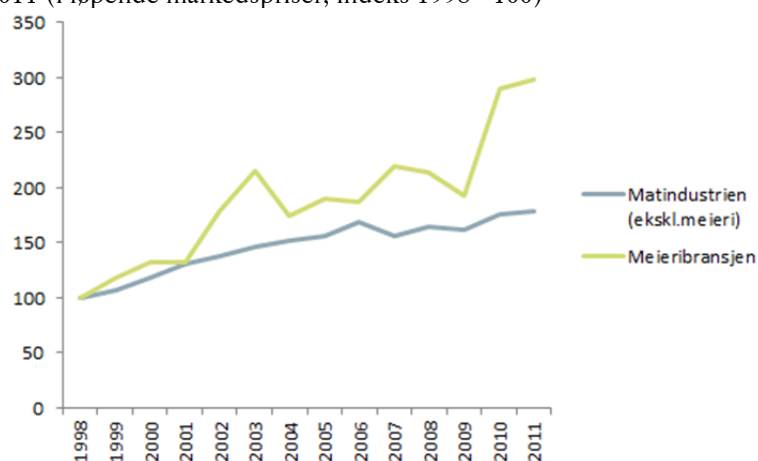
Bearbeidingsverdi²¹² i meieribransjen

Meieribransjen sitt bidrag til total verdiskaping i matindustrien, målt ved bearbeidingsverdien (i løpende markedspriser), lå i 2011 på 5,1 mrd., eller 12,4 prosent av den øvrige matindustrien på 41,1 mrd. Fra 1998 til 2011 har meieribransjens verdiskaping vokst med 198,3 % målt i løpende markedspriser. Til sammenligning har øvrig matindustri vokst med 78,0 prosent (jf. figur 6.29). Økt produksjonsverdi forklarer noe av den økte verdiskapingen i meieribransjen (se figur 6.28). Dette innebærer at resten av veksten skyldes en redusert vareinnsats som andel av produksjonsverdien.

²¹² Definisjon av bearbeidingsverdi finnes i kapittel 2.

Figur 6.29

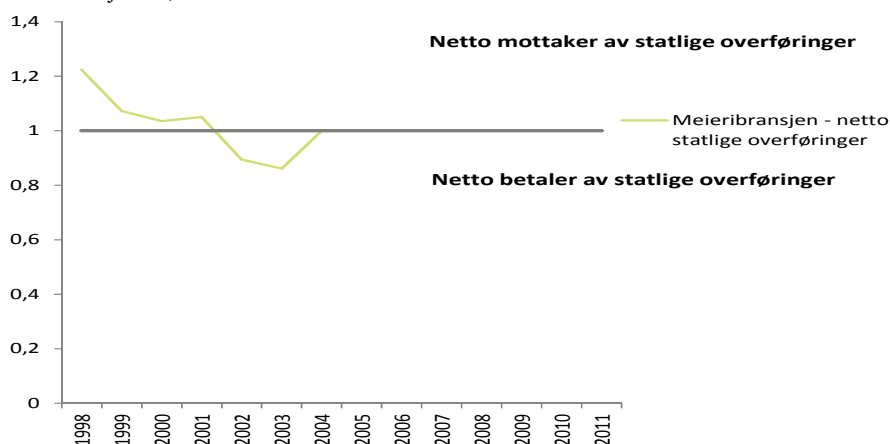
Utvikling i bearbeidingsverdi for meieribransjen og matindustrien (ekskl. meieri), 1998–2011 (i løpende markedspriser, indeks 1998=100)



Bearbeidingsverdi kan måles både i markedspriser og i faktorpriser. Forskjellen mellom de to er effekten av særavgifter og tilskudd. Ulike bransjer har ulike avgifter og tilskudd. Dette kan også variere over tid. I figur 6.30 vises forholdet mellom bearbeidingsverdi til faktorpriser og bearbeidingsverdi til markedspriser, for meieribransjen. Meieribransjen var i perioden 1998–2001 netto mottaker av offentlige overføringer og i perioden 2001–2004 netto betaler (jf. figur 6.30). I resten av perioden har forholdet mellom tilskudd og avgifter vært lik 1.

Figur 6.30

Forholdet mellom bearbeidingsverdi til faktorpriser og markedspriser i meieribransjen²¹³, 1998–2011



²¹³ Følgende avgifter er holdt utenfor og dermed ikke trukket fra: merverdiavgift, investeringsavgift og arbeidsgiveravgift.

6.2.4 Lønnsomhet²¹⁴

Økonomisk lønnsomhet er en forutsetning for å skaffe kapital, som igjen er nødvendig for investering innovasjon og en langsiktig utvikling av virksomheten.

*Lønnsomhetsindikatorer*²¹⁵

Lønnsomhet over tid i industribedrifter måles ved å bruke driftsmargin og kapitalrentabilitetsmål. Her presenteres finansielle nøkkeltall både for aksjeselskaper og samvirke. I aksjeselskaper er evnen til å gi avkastning på innsatt kapital et relevant og vanlig mål for bedriftsøkonomisk lønnsomhet. Det er også et overordnet mål for virksomheten å maksimere denne avkastningen.

I samvirkeforetak er hovedformålet å «*frenje dei økonomiske interessene til medlemmane gjennom deira deltaking i verksemda som avtakarar, leverandørar eller på annan liknande måte*»²¹⁶. Det er derfor ikke et mål å maksimere samvirkeforetakets resultat isolert sett. Samvirkeforetakets regnskapsmessige resultat gjenspeiler i tillegg til foretakets evne til å skape økonomisk resultat, balansen mellom medlemmenes kortsiktige nytte og foretakets behov for kapital til investering og langsiktig utvikling. Forskjellen i målsetting mellom aksjeselskaper og samvirkeforetak innebærer at en del økonomiske resultatmål ikke uten videre kan sammenlignes.

1. Driftsmargin²¹⁷

Driftsmarginen viser driftsresultat i prosent av driftsinntekter og kan indikere endringer i lønnsomhetsforhold over tid. Man bør være forsiktig med å benytte driftsmarginen som et lønnsomhetskriterium på tvers av ulike bransjer. Her sammenlignes driftsmarginen i meieribransjen (ekskl. samvirke) med driftsmarginen i matindustrien (ekskl. samvirke) generelt. Driftsmarginen for TINE vises isolert.²¹⁸

²¹⁴ Definisjon av lønnsomhet finnes i kapittel 2.

²¹⁵ Nøkkeltallene herunder omfatter i motsetning til kapittel 2 både aksjeselskaper og samvirke. Det er imidlertid foretatt et klart skille mellom disse. Nøkkeltallene for matindustrien (ekskl. samvirke) og meieribransjen (ekskl. samvirke) er regnskapsstatistikk for ikke-finansielle aksjeselskap og for bedrifts- og foretaksregister mottatt fra Hieu Minh Tran, 04.09.13. Tall for TINE SA og forklaringer bak endringer i tallmaterialet er mottatt fra Andreas Bang Ackermann, 23.09.13.

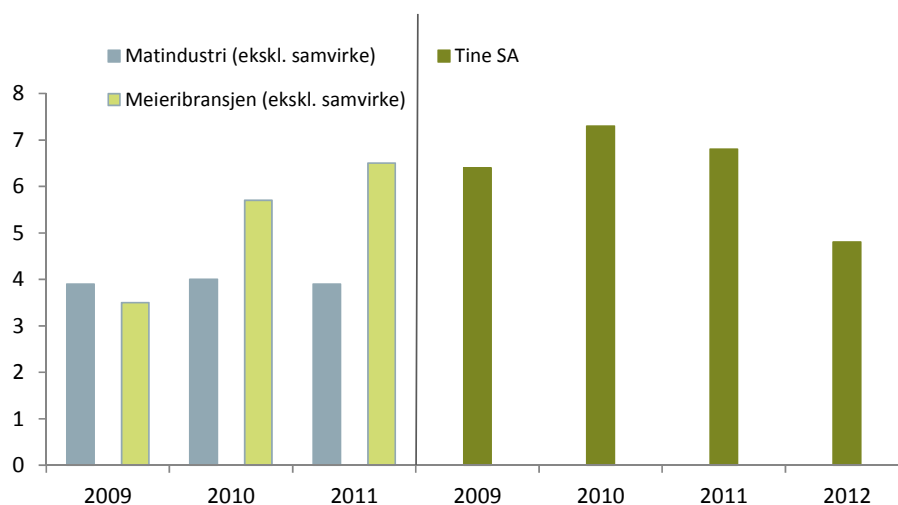
²¹⁶ LOV 2007-06-29 nr 81: Lov om samvirkeforetak (samvirkelova).

²¹⁷ Driftsmarginen beregnes ved driftsresultat delt på driftsinntekter, multiplisert med 100.

²¹⁸ Årsaken til dette er i beskrivelsen av lønnsomhet i samvirkeforetak.

Figur 6.31

Utvikling i driftsmargin i matindustrien (ekskl. samvirke), meieribransjen (ekskl. samvirke) og TINE SA, 2009–2012²¹⁹ (i prosent)



Det har skjedd en sterk økning i driftsmarginen for meieribransjen (ekskl. samvirke) i perioden 2009–2011. Driftsresultatet har mer enn doblet seg, og gikk fra 143 mill. kr i 2009 til 303 mill. kr i 2011. Det er imidlertid stor variasjon i driftsmarginen for de ulike foretakene i meieribransjen. I 2011 hadde 28 prosent av foretakene en negativ driftsmargin.

For TINE SA økte driftsmarginen fra 2009 til 2010, men falt deretter to år på rad. Dette har skjedd til tross for at driftsinntektene har økt jevnt. Årsaken er økte kostnader tilknyttet strukturendringer (jf. avsnitt om investeringer). Investeringer tilknyttet til disse prosjektene har medført dobbeltkostnader som følge av forsinkelser i avviklingen av anlegg. En annen viktig faktor som påvirker driftsmarginen er pensjonskostnader.²²⁰

²¹⁹ Tall for 2012 er kun presentert for TINE SA. Årsaken er at SSB kun har data på driftsmargin for 2011.

²²⁰ TINE har en ytelsesbasert pensjonsordning. Den årlige pensjonskostnaden påvirkes betydelig av faktisk avkastning på pensjonsinvesteringene og forutsetninger om fremtidig lønns- og renteutvikling. Dette har gjort at pensjonskostnader i perioden 2009–2012 har variert, noe som også har påvirket driftsmarginen i enkelte år.

2. Avkastning på kapital (rentabilitet)

Driftsmarginen sier noe om den hvordan den «daglige» driften går, men fanger ikke opp utviklingen i foretakenes kapitalposter. For eksempel bør renteutgifter telle med i vurderingen av foretakenes lønnsomhet og konkurranseevne. Det er to sentrale rentabilitetsbegreper; totalrentabilitet og egenkapitalrentabilitet. Totalrentabiliteten er et mål på bedriftens avkastning på egenkapital og gjeld, mens egenkapitalrentabiliteten er et mål på bedriftens evne til å levere avkastning på egenkapitalen (den kapitalen som eierne har investert i selskapet). Egenkapitalrentabiliteten tar med fremmedkapitalen (lånerenten).

Fra 2010 til 2011 falt rentabilitetsnivåene vesentlig sterkere i matindustrien (ekskl. samvirke) sammenlignet med meieribransjen (se kap. 2.3.3 for mer detaljer). I likhet med driftsmarginen blir også rentabilitetstallene til TINE SA påvirket av de store investeringene i anleggsstruktur. For øvrig ligger lønnsomhetstallene på TINE fullt på høyde med øvrig meierinæring. Vi ser altså ikke her den samme forskjellen mellom samvirkeforetak og andre selskapsformer som vi så i kjøttbransjen.

Tabell 6.7

Utvikling i total- og egenkapitalrentabilitet i matindustrien (ekskl. samvirke), meieribransjen (ekskl. samvirke) og TINE SA, 2009–2012 (i prosent)

	2009	2010	2011	2012*
Matindustri (ekskl. samvirke)				
Totalrentabilitet	9,3	9,9	3,6	-
Egenkapitalrentabilitet	13,2	16,2	1,8	-
Meieribransjen (ekskl. samvirke)				
Totalrentabilitet	4,2	10,1	8,1	-
Egenkapitalrentabilitet	2,9	15,2	9,0	-
TINE SA				
Totalrentabilitet	10,3	10,4	8,9	6,7
Egenkapitalrentabilitet	15,3	17,3	16,0	11,6

* SSBs foretaksstatistikk inneholder ikke tall for 2012

3. Resultatgrad, egenkapitalgrad og likviditetsgrad

I 2009 og 2010 hadde meieribransjen (ekskl. samvirke) en lavere resultatgrad enn matindustrien (ekskl. samvirke) samlet (jf. tabell 6.8). Dette bedret seg imidlertid i 2011, da matindustrien (ekskl. samvirke) samlet opplevde et betydelig fall i resultatgraden (jf. kap. 2.3.3). Kostnader rundt strukturendringer i TINE SA har også påvirket resultatgraden, som falt i 2012.

Tabell 6.8

Resultatgrad, egenkapitalandel og likviditetsgrad for matindustrien (ekskl. samvirke), meieribransjen (ekskl. samvirke) og TINE SA, 2009–2012 (i prosent)

	2009	2010	2011	2012*
Matindustri (ekskl. samvirke)				
Resultatgrad	11,1	13,6	2,9	-
Egenkapitalandel	44,4	46,1	42,7	-
Likviditetsgrad	1,4	1,2	1,2	-
Meieribransjen (ekskl. samvirke)				
Resultatgrad	2,1	7,4	11,4	-
Egenkapitalandel	39,8	47,8	65,7	-
Likviditetsgrad	1,1	1,3	1,2	-
TINE SA				
Resultatgrad	5,8	6,8	6,2	4,5
Egenkapitalandel	48,4	46,6	42,8	42,6
Likviditetsgrad	1,2	1,1	0,8	0,8

* *SSBs foretaksstatistikk inneholder ikke tall for 2012*

Lønnskostnader

I 2012 utgjorde totale lønnskostnader for meieribransjen 3,1 mrd., eller 61 prosent av bearbeidingsverdien (til markedspris), jf. figur 6.32. Til sammenligning var lønnskostnadene i prosent av bearbeidingsverdien for resten av matindustrien 52,9 prosent.

Figur 6.32 viser at lønnskostnadenes andel av bearbeidingsverdien har gått gradvis nedover i meieribransjen siden 2009, og kan skyldes en større investeringstakt mot mer kapitalintensiv produksjon. Lønnskostnadenes andel av bearbeidingsverdien ligger høyere i meieribransjen sammenlignet med øvrig matindustri i hele perioden med unntak av i 2003. Dersom vi ser på bearbeidingsverdien målt i faktorpriser hvor offentlige netto overføringer er inkludert, er det en mer stabil kurve for meieribransjen. Da ser situasjonen mindre kritisk ut i året 1998, samtidig som det ikke ser fullt så bra ut i 2002 og 2003. I disse periodene har bransjen vekslet mellom å være netto mottaker og netto betaler av statlige overføringer (jf. figur 6.30).

Figur 6.32

Lønnskostnadenes andel av bearbeidingsverdi [i markedspriser (M) og i faktorpriser (F)] for meieribransjen og matindustri (ekskl. meieri), 1998–2011 (i prosent)

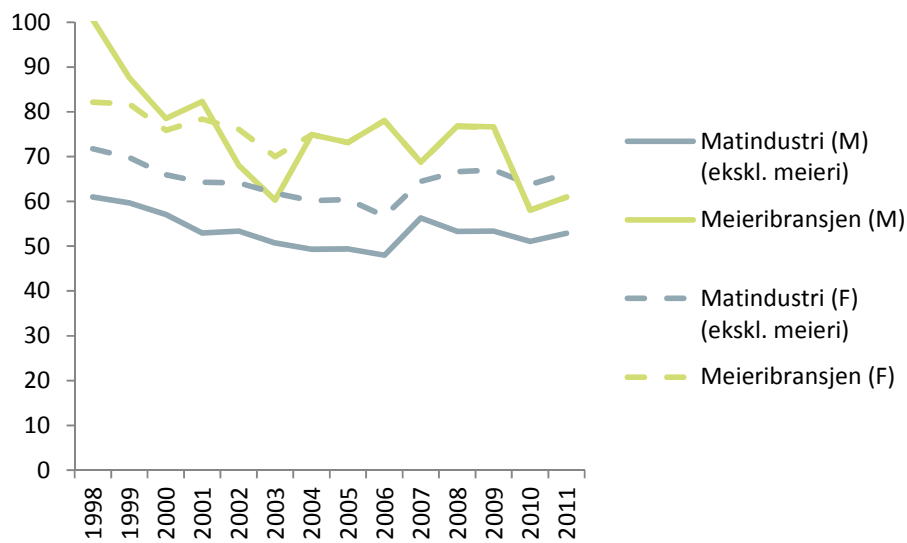


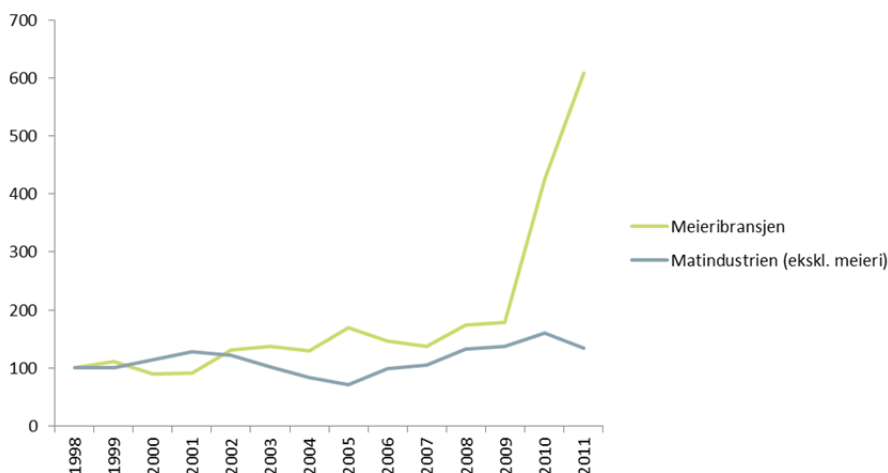
FOTO: © TINE MEDIEBANK

Investeringer

Figur 6.33 viser at fra 2009 gjør bruttoinvesteringen i meieribransjen et markant hopp, og skiller lag med bruttoinvesteringen for resten av matindustrien. Fra årsrapportene til TINE Grappa ser man at totalt samlede investeringer har økt fra 2009.²²¹ Økningen i bruttoinvesteringer i meieribransjen er sannsynligvis i hovedsak drevet av disse.²²²

Figur 6.33

Utvikling i bruttoinvesteringer i meieribransjen og matindustri (ekskl. meieri), 1998–2011 (indeks 1998=100)



Handel med meieriprodukter²²³

Det er for det meste ost, yoghurt og syrnet melk som importeres. Importøkningen av ost må ses i sammenheng med at importkvotene har økt i tidsrommet 2000–2011, men det er også økning utenfor kvoten. Smakssatt yoghurt og smakssatt syrnet melk er RÅK-produkter. De har et svakere tollvern enn naturell yoghurt og syrnet melk uten smakstilsetning. Importen av tørrmelk har vært relativt stabil, mens importen av myse og flytende melk er beskjeden. Importen av smør og smørprodukter økte kraftig i 2011. Dette henger sammen med underskudd på smør i det norske markedet høsten 2011. Eksporten av meieriprodukter domineres også av ost, hovedsakelig Jarlsberg. Norsk ost eksporteres for det meste til USA, EU, Canada og Australia.

²²¹ Investeringene lå i 2011 på 2,4 mrd. kroner, i 2010 på 1,8 mrd. kroner, i 2009 på 1,0 mrd. kroner, mens det i 2008 lå på 892 mill. kroner.

²²² TINE (2012), *Årsrapport 2012, melk og myter*.

²²³ Hovedsakelig hentet fra Statens Landbruksforvaltning (2012), *Evaluerings av konkurransepolitiske tiltak i prisutjevningsordningen for melk*, Rapport-nr.: 22/2012. Henvises til denne rapporten for mer informasjon om handel med meieriprodukter.

6.2.5 Dagligvaremarkedet for meierivarer

Selv om forbruket av melk har hatt en nedadgående trend de siste årene, er forbruket av melkeprodukter som smør, rømme og ost økende. Dette har ført til at det er produsert 21,5 prosent mer smør og smørprodukter i Norge i 2012 enn i 2011, i tillegg ble det importert 1900 tonn smør for å møte etterspørselen.²²⁴

Utvikling av etterspørsel for meierivarer²²⁵

Det ble omsatt meierivarer (eksklusive melk) for 13,9 milliarder i norsk dagligvarehandel i 2012, og vokste med 5,4 prosent sammenlignet med 2011. Av en netto verdivekst på 715 millioner kroner utgjorde ost 400 millioner kroner, og bidro med 55 prosent av omsetningsveksten innenfor meierivarer. Matfett (smør/margarin) hadde en vekst på 130 millioner kroner og bidro dermed med 18 prosent av veksten innen meierivarer. Tabell 6.9 viser utvikling i konsum av noen utvalgte meierivarer.

Tabell 6.9

Utvikling i konsum av utvalgte meierivarer, 2010–2012 (oppgitt i 1000 kg)

Varegruppe	2010	2011	2012	%-vis endring 2010/2012
Smør (inkl. smør med salt)	5 570	6 394	7 215	29,5 %
Margarin	35 070	34 469	33 647	-4,1 %
Faste hvitoster	37 762	39 561	40 251	6,6 %
Brunoster	9 768	9 571	9 645	-1,3 %
Ferske oster	2 968	3 604	4 426	49,1 %
Rømme	11 513	12 025	12 459	8,2 %
Yoghurt naturell	3 226	3 634	4 199	30,2 %
Yoghurt frukt	32 222	32 203	32 047	-0,5 %
Yoghurt drikke	1 850	2 183	1 982	7,1 %
Yoghurt müsli	6 871	6 622	7 354	7,0 %

Prisutvikling

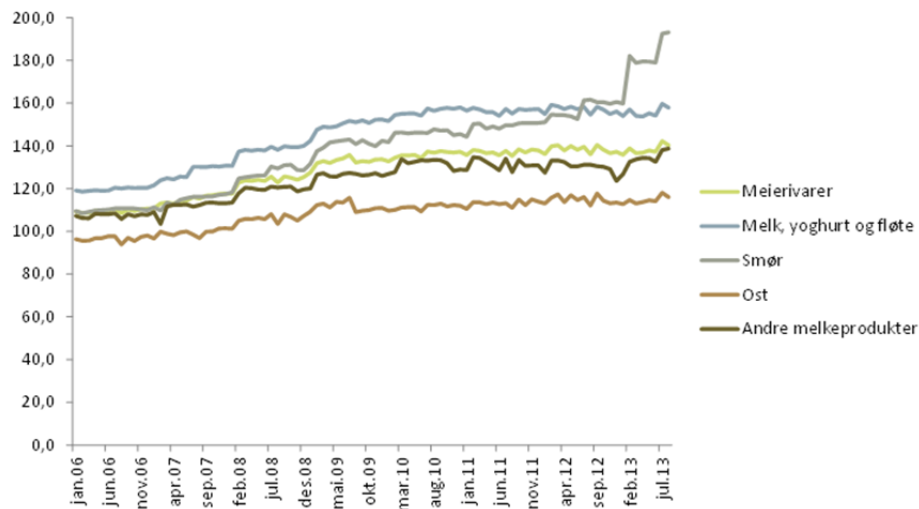
Konsumprisindeksen for melk, ost og egg har hatt relativt sterk vekst mellom 1998 og 2012 sammenlignet med samtlige varegrupper innenfor matvarer og alkoholfrie drikkevarer (jf. figur 6.16). Blant de ulike meieriproduktene er det smør som har hatt den sterkeste prisveksten i perioden 2006–2012, med særlig sterk vekst fra slutten av 2012 (jf. figur 6.34). Det har de siste årene vært en underdekning på norskprodusert melkefett, hovedsakelig på grunn av at etterspørselen av melkefett har økt mer enn produksjonen. Dette forklarer den kraftige prisveksten på smør.

²²⁴ SLF (2013) *Markedsrapport 2012. Pris- og markedsvurderinger av sentrale norske landbruksvarer.*

²²⁵ Hvis ikke annet oppgitt er informasjon innunder dette avsnittet hentet fra Markedsrapporten 2013 fra Nielsen.

Figur 6.34

Utvikling i konsumprisindeks for melk, yoghurt og fløte, smør, ost og andre melkeprodukter, 1998–2012 (indeks 1998=100)²²⁶



Omfanget av EMV i ulike meierivarergrupper²²⁷

For meieriproduktene er EMV²²⁸-andelen lav. Ingen aktører er rendyrkede EMV-produsenter, men produserer EMV-varer blant annet for å utnytte ledig produksjonskapasitet. Ost er den kategorien med høyest omsetning i EMV og høyest andel EMV av alle meierivarer. Likevel har verdiandelen svekket seg med 0,6 prosentpoeng i forhold til foregående år.²²⁹ Coop er den eneste dagligvarekjeden i Norge som har fersk melk blant sine merker, under EMV-merket «Ånglamark» økologisk.²³⁰

²²⁶ Prisene er basert på SSBs matindekser i konsumprisindeksen (KPI). Prisoppdatering mottas den 10. hver måned, sist fra Simen Sæterdal i SSB. Disse prisene inngår også i NILFs månedlige matprisoppdateringer. Hentet fra:

http://nilf.no/om_nilf/Nyheter/temaer/priser_og_kostnader

²²⁷ Dette kapittelet baserer seg i all hovedsak på NOU 2011:4 Mat, makt og avmakt, og Nielsen (2013), EMV-rapport mottatt fra Linn Anita Langseth, 11.09.13.

²²⁸ For definisjon av EMV, se avsnitt i kapittel 6.1.5.

²²⁹ Nielsen (2013), Markedsrapporten 2013.

²³⁰ Nationen (2013),

http://www.nationen.no/2010/09/06/naring/okomelk/coop/tine/coop_anglamark_ekstra_lett/6142541/.

Tabell 6.10

EMV målt i verdi og som andel av total omsetning av meierivarer i dagligvarer, 2012

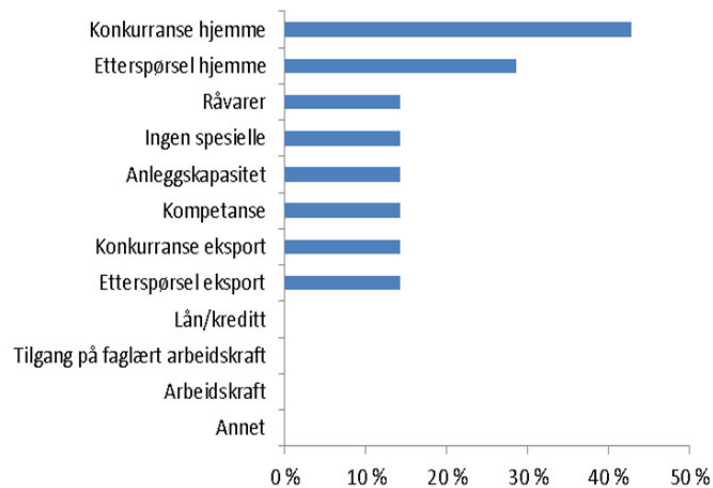
Varegruppe	EMV-verdi i 1000	EMV-andel i %
Melk	18 355	0,3 %
Ost	421 025	5,8 %
Yoghurt	7 488	0,4 %
Matfett	29 018	1,4 %

Meieribransjens forventninger²³¹

I årets konjunkturundersøkelse har 4 av de 8 største meieriaktørene²³² i produktmarkedet deltatt. Totalt har 7 bedrifter i meieribransjen respondert på undersøkelsen. Respondentene ser for seg at det er konkurransen og etterspørselen i hjemmemarkedet som vil være den faktoren som begrenser aktiviteten mest i 2013 (jf. figur 6.35). Det er ingen av bedriftene i utvalget som har oppgitt lån/kreditt, tilgang på faglært arbeidskraft, arbeidskraft eller «annet» som en begrensende faktor for 2013.

Figur 6.35

Faktorer som ventes å ville begrense aktiviteten i 2013 sammenlignet med 2012, (n=7)



²³¹ Fokus er på bedriftene i meieribransjen som besvarte konjunkturundersøkelsen. Se kapittel 5 for flere detaljer.

²³² De største aktørene i produktmarkedene som definert i Statens Landbruksforvaltning (2012), *Evalueringsrapport om konkurransepolitiske tiltak i prisutjevningsordningen for melk*, Rapport-nr.: 22/2012.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

7 Utvikling i matindustriens sluttmarkeder

Matindustriens sluttmarkeder har de siste tiårene gått gjennom store strukturelle endringer. Mens det på 80-tallet var mange aktører, er dagligvaremarkedet i dag kontrollert av de fire store dagligvarekjedene. Disse har integrerte grossist- og detaljistledd, og kontrollerer også langt på vei distribusjon. I de to andre markedskanalene for matindustrien, storhusholdningsmarkedet og servicemarkedet, er også aktører fra dagligvarekjedene de største. Som kjøpere av produkter fra matindustrien er aktørene i sluttmarkedet viktige samarbeidspartnere for matindustrien, men representerer i denne sammenheng også motparten. Samtidig kan dynamikker og strukturer i sluttmarkedene ofte få betydning for den bakenforliggende verdikjeden. Dette kapittelet tar for seg noen av disse forholdene.

7.1 De ulike markedene

*Dagligvare*²³³

Den største andelen av mat- og drikkevarer kjøpes i dagligvarebutikker og konsumeres i husholdningene. Total omsetning i dagligvarebutikkene var i 2012 på 148,1 mrd. kroner. Det var en økning på 4,4 mrd. kroner fra året før.²³⁴

Dagligvaresektoren har vært gjennom store endringer i løpet av de siste tiårene og har voksende sysselsetting og verdiskaping. Fra en fragmentert struktur på detaljistleddet er det nå fire²³⁵ sentraliserte dagligvarekjeder som dominerer innkjøp og salg av dagligvarer i Norge. Grossistleddet og i økende grad distribusjon, er blitt en integrert del av dagligvarekjedene samtidig som dagligvarekjedens engasjement øker bakover i verdikjeden. Vareutvalget og prisene hos detaljistene avgjøres langt på vei i forhandlinger med de fire kjedene sentralt. Det er gjennom disse forhandlingene betingelser og priser for leverandører fra matindustrien settes. I sentralleddet i dagligvarekjedene legges også premissene for segmentering for detaljistleddet, utviklingen i butikkstruktur og i de fleste tilfeller premissene for markedsføring og kampanjer.

Kjededannelse og sentralisering, utvikling av EMV og økt vertikalt integrasjon eller samarbeid er tre utviklingstrekk som hver på sin måte preger det norske dagligvaremarkedet.

²³³ NILF (2013), *Dagligvarehandel og mat 2013*.

²³⁴ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten 2013*.

²³⁵ Bunnpris er den femte, men har sitt innkjøp gjennom REMA 1000. Bunnpris regnes derfor som en ren detaljistkjede.

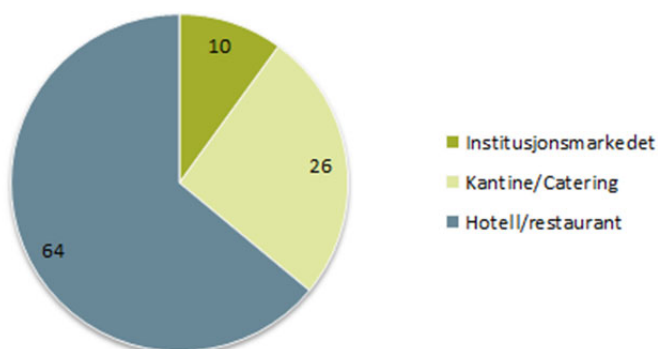
Alle kjedene har i tillegg til EMV, langsiktige strategiske avtaler med utvalgte leverandører enten gjennom strategisk partnerskap eller vertikal integrasjon.

*Storhusholdning*²³⁶

Storhusholdningsmarkedet kan deles opp i tre sektorer: institusjonsmarkedet, kantine/catering og serveringsmarkedet. I hotell og restaurantmarkedet har det vært en utvikling der kundene kjøper dyrere og mer eksklusiv mat og drikke. Hotell og restaurantsektoren er dominerende for storhusholdningsmarkedets innkjøp. Hotell og restaurant står for 64 prosent av de totale innkjøpene i storhusholdningsmarkedet, kantine/cateringsektoren står for 26 prosent, mens institusjonsmarkedet står for 10 prosent av de totale innkjøpene.

Figur 7.1

Fordeling av totalt innkjøp (målt i kroner) på markeder i storhusholdningssegmentet, 2012 (i prosent)



En andel på 55 prosent av varene (målt i kroner) distribueres til storhusholdningsmarkedet direkte fra leverandør, produsenter og spesialgrossister. En andel på omtrent 45 prosent av varene målt i verdi blir distribuert av dagligvaregrossistene. Valget for leverandører fra matindustrien står ofte mellom å opprettholde direkte distribusjon, eller å gå over til grossistdistribusjon. Organisering i innkjøpsgrupperinger i storhusholdningsmarkedet, samt anbudsreglementet i institusjonsmarkedet, er viktige forhold som påvirker grossistdistribusjonen. Dagligvaregrossistene som leverer til storhusholdning er Asko Grossistene, Servicegrossistene, Spesialgrossisten og Grossistringen. Asko har i det grossistdistribuerte markedet til storhusholdning om lag 70 prosent markedsandel.²³⁷

Den største andelen av innkjøpene i storhusholdningen (målt i verdi), ble i 2012 drikkevaresegmentet. Hele 31 prosent av innkjøpene gikk til drikkevarer. Deretter fulgte innkjøp av rødt kjøtt, frukt, grønt og poteter.

²³⁶ Sissel Flesland Markedsinformasjoner AS (2013), *Storhusholdningsmarkedet 2013/2014*.

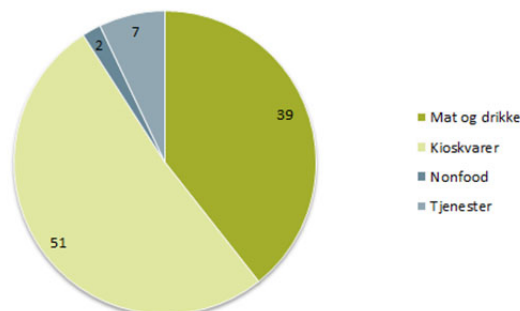
²³⁷ Matkjedeutvalget (2011), NOU 2011:4 Mat, makt og avmakt.

*Service markedet*²³⁸

Servicehandelsmarkedet omfatter kiosker, bensinstasjoner og storkiosker (KBS). Den største andelen av innkjøpene i servicemarkedet målt i kroner, ble i 2012 gjort på tobakksvarer. Den laveste andelen var innkjøp av fisk og skalldyr, der kun 8 millioner kroner ble brukt i hele markedet.

Figur 7.2

Fordeling av innkjøp i kroner på vareområder i servicehandelsmarkedet, 2012 (i prosent)



En andel på 36 prosent av varene målt i verdi distribueres til servicemarkedet av direkteleverandører. En andel på omtrent 64 prosent av varene målt i verdi blir distribuert av grossister.

NorgesGruppen og Reitangruppen (Reitan Servicehandel) er de største aktørene i kioskmarkedet både som grossister og som eiere av utsalgssteder. I tillegg finnes det to selvstendige aktører, Gyda og Showtime. NorgesGruppen og Reitan Servicehandel hadde til sammen omtrent 84–85 prosent av kioskmarkedet i 2009. Reitangruppen står for 40 prosent av kioskmarkedet med Narvesen og 7-Eleven, og det er Engrospartner som leverer varer til disse enhetene. NorgesGruppen eier 45 prosent av kioskmarkedet med MIX og Deli de Luca, og distribuerer varer til Shell, Statoil, Esso, Gyda, mfl. Det er to landsdekkende grossister i servicemarkedet; ASKO Servicehandel (NorgesGruppen) og Reitan Servicehandel.²³⁹

KBS har vært alene om lange åpningstider og har dermed kunnet ha et høyere prisnivå enn dagligvare. Mange lokale dagligvare/butikker har utvidet sine åpningstider, og dermed endret på premisset for å kunne ta ut en høyere margin ved lengre åpningstider. Mer liberale åpningstidsregler vil bety at konkurransen fra dagligvarehandelen blir større.²⁴⁰

²³⁸ Sissel Flesland Markedsinformasjoner AS (2013), *Servicehandelsmarkedet. Kiosker og bensinstasjoner 2013/2014*.

²³⁹ Matkjedeutvalget (2011), NOU 2011:4 Mat, makt og avmakt.

²⁴⁰ Sissel Flesland Markedsinformasjoner AS (2013), *Servicehandelsmarkedet. Kiosker og bensinstasjoner 2013/2014*.

7.2 Dagligvarekjeder og segmenter

Selv om omsetningen i dagligvare har økt, blir det stadig færre dagligvarebutikker. Mot slutten av 2012 var det 3 917 dagligvarebutikker i Norge mot 3 975 i 2011. De siste ti årene har antall dagligvarebutikker sunket hvert år med mellom 0,1 til 1,7 prosent. I 2012 var det 317 færre dagligvarebutikker i Norge enn i 2003. Finanskrisen i 2008 sørget for en tilbakegang i dagligvareomsetningens vekstrate, men veksten er fortsatt positiv. Veksten fra året før nådde en topp i 2008 med en økning på 8 prosent, mens den i perioden 2010–2012 lå på rundt 3,4 prosent.

Til tross for tilbakegangen i antall butikker, har Norge fremdeles mange butikker i forhold til antall innbyggere. Dette er en høy butikk tetthet ikke bare internasjonalt, men også i nordisk sammenheng. Mens det i Norge var 0,78 butikker i 2012 per 1000 innbygger, var det i Sverige 0,68 antall butikker per innbygger og i Finland 0,74 butikker per innbygger.

Dagligvaremarkedet kan deles inn i ulike segmenter: lavpris, nærbutikk, supermarked og hypermarked. Inndelingen bestemmes for det meste av størrelsen på varesortimentet, men også hvorvidt det er en betjent ferskvare disk og innslaget ferskvarer.²⁴¹ Endringer i styrkeforhold mellom butikksegmenter får betydning for hvordan matindustrien skal satse i sluttmarkedene.

Lavpriskjedene i Norge har i en internasjonal sammenheng svært høye markedsandeler, med 57 prosent av markedet i 2012. De siste årene har lavpriskjedene vunnet markedsandeler, mens øvrige segmenter har tapt markedsandeler. Siden 2005 er det nærbutikksegmentet som har hatt størst reduksjon i markedsandeler fra en andel på 13,9 prosent i 2005 til 9,2 prosent i 2012. Lavprissegmentet har over samme periode økt med 362 butikker, mens nærbutikkene har blitt redusert med 498 butikker.²⁴²



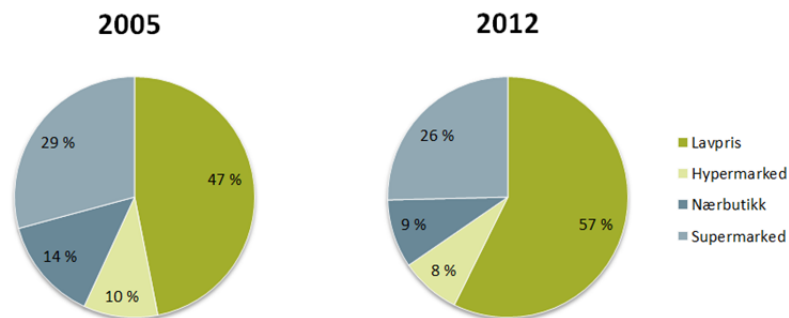
FOTO: © TINE MEDIEBANK

²⁴¹ Matkjedeutvalget (2011), NOU 2011: 4 Mat makt og avmakt – om styrkeforholdene i verdikjeden for mat.

²⁴² Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

Figur 7.3

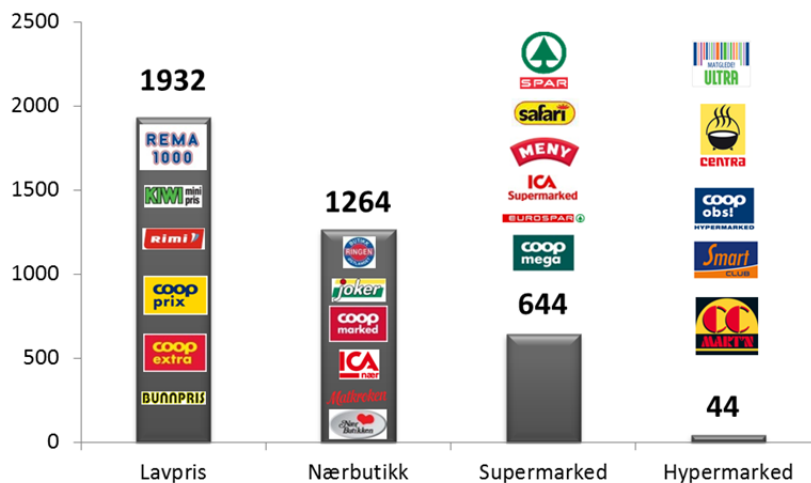
Utvikling i markedsandeler for de ulike dagligvaresegmentene, 2005 og 2012



Det skilles ofte mellom hard discount og soft discount butikker i lavprissegmentet. Hard discount er lavprisbutikker med en svært begrenset vareutvalg og svært lave priser, mens soft discount har et noe større vareutvalg og større grad av kvalitetsdifferensiering i varekategoriene. Kjente internasjonale kjeder i hard discount-segmentet er Lidl og Aldi. Selv om dette segmentet var inspirasjonen for fremveksten av nasjonale kjedegrupper som REMA 1000 og Rimi, er norske lavprisbutikker i 2012 kategorisert som soft discount butikker. Likevel får lavprisbutikkens høye markedsandel betydning for matindustrien gjennom å ha et relativt smalt varesortiment, fravær av ferskvareprodukter og begrenset produkt- og råvarekompetanse hos butikkpersonalet.

Figur 7.4

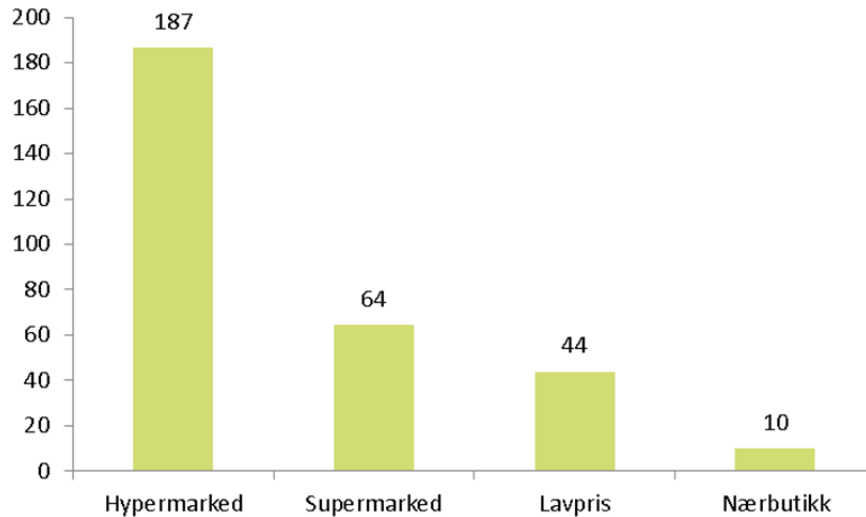
Antall butikker i de ulike segmentene, 2012 (logoene er kun ment for å illustrere i hvilket segment de ulike profilkjedene hører hjemme)



Figur 7.5 viser at gjennomsnittlig omsetning per butikk langt på vei følger størrelsen til butikkene. Likevel er det verdt å merke at nærbutikkene er det butikksegmentet med lavest gjennomsnittlig omsetning per butikk, og at denne ligger betydelig lavere enn lavprisbutikkene. Dette kan forklares ut fra størrelse, men også beliggenhet. Flere av nærbutikkene er i områder med lav befolkningstetthet. Siden 2005 har antall lavprisbutikker økt, mens antall nærbutikker har sunket.²⁴³

Figur 7.5

Gjennomsnittlig omsetning pr. butikk innen hvert segment, 2012, mill. kroner (ekskl. mva.)



²⁴³ Nielsen (2013), *Dagligvarerapporten*, Nielsen Company, Oslo.

7.3 Egne merkevarer (EMV)

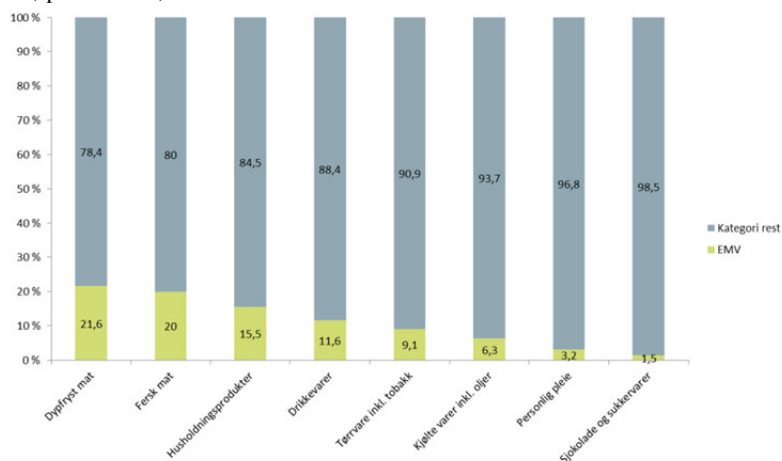
Handelens egne merkevarer (EMV) er produkter som er eid og kontrollert av handelen selv, og som selges eksklusivt i dagligvarekjedens egne butikker. I 2012 utgjorde EMV 20,5 mrd. kroner, nesten 13 prosent av det totale dagligvaremarkedet. Omsetningsveksten for EMV-varer økte med 9 prosent fra 2011 til 2012.²⁴⁴

Egne merkevarer er et strategisk verktøy paraplykjedene bruker for å øke lønnsomhet og kundelojalitet, og for å videreutvikle en varekategori. Dagligvarekjedene kjøper EMV-produksjon av matindustrien, men er selv ansvarlige for resepter, markedsføring og produktkvalitet. For matindustrien representerer EMV økt konkurranse med matindustriens merkevarer, men for mange aktører i matindustrien kan også produksjon av EMV være en anledning til å utnytte ledig kapasitet og sikre et mer strategisk samarbeid med handelen.

Norge har, sammenlignet med resten av Europa, en lav men økende andel EMV.²⁴⁵ Det er store forskjeller når det gjelder omfanget av EMV, både mellom de ulike dagligvarekjedene og mellom de ulike varekategoriene. Omfanget øker raskere i enkelte kjeder og for enkelte varegrupper enn for andre.

Figur 7.6

EMV-andel i de ulike kategoriene målt som verdiandel av total omsetning de siste 52 ukene, pr. uke 16, 2012²⁴⁶



Alle dagligvarekjedene har i dag EMV, men Coop og REMA 1000 har kanskje mest tydelige uttalte ambisjoner om å øke andelen EMV. I NorgesGruppen er omfanget av EMV mindre.

²⁴⁴ SLF(2013), Omverdenen til norsk landbruk og matindustri 2012.

²⁴⁵ Matkjedeutvalget (2011), NOU 2011:4 Mat, makt og avmakt.

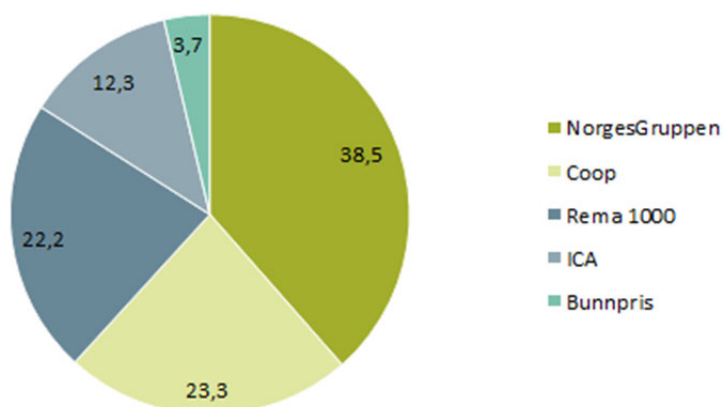
²⁴⁶ Nielsen (2013), Private label 2012, Nielsen Company, Oslo

7.4 De ulike paraplykjedene

For å få omsatt sine produkter er matindustrien avhengig av et godt samarbeid med en eller flere av de fire dagligvarekjedene i det norske markedet. Dagligvarekjedene kalles ofte paraplykjeder og har integrert distribusjon fra leverandør til grossist, grossistvirksomhet, innkjøp, distribusjon til butikk og ofte egne butikkjeder/konsepter. Den femte kjeden på detaljistnivå, Bunnpris, har i dag et strategisk innkjøpssamarbeid med REMA 1000. Dagligvarekjedene har direkte eierskap eller sterkt forpliktende innkjøpssamarbeid med omlag de 25 nasjonale og regionale butikkjedene som finnes på detaljistnivå i Norge.²⁴⁷

Figur 7.7

Markedsandeler pr. dagligvarekjede i 2012²⁴⁸



Et av de mest påfallende utviklingstrekkene i dagligvaremarkedet de siste årene, har vært ICAs tap av markedsandeler fra omtrent 25 prosent markedsandel før år 2000 og til 12,3 prosent i 2012. I samme periode har REMA 1000 tatt markedsandeler, fra under 15 prosent til 22,2 prosent i 2012. Samtidig har NorgesGruppen konsolidert sin stilling som den største dagligvarekjeden i Norge. REMA 1000 sin vekst, NorgesGruppen sin sterke posisjon, og ICA sin tilbakegang, er utviklingstrekk som preger det norske dagligvaremarkedet.

I dette bildet er det noen åpenbare forskjeller mellom NorgesGruppen og REMA 1000 som også kan forklare hvorfor de har lyktes. Mens REMA 1000 har rendyrket ett konsept, satset på befolkningstette områder og varelinjer tilpasset konseptet, har NorgesGruppen satset på et bredt spekter av varelinjer og profilkjeder, er tungt representert i alle segmenter og til stede i nesten alle kommuner. REMA 1000 har integrert bakover i verdikjeden for å sikre seg råvarer og produkter til ønskede priser og kvaliteter. NorgesGruppen har en uttalt satsing på norske merkevarer.

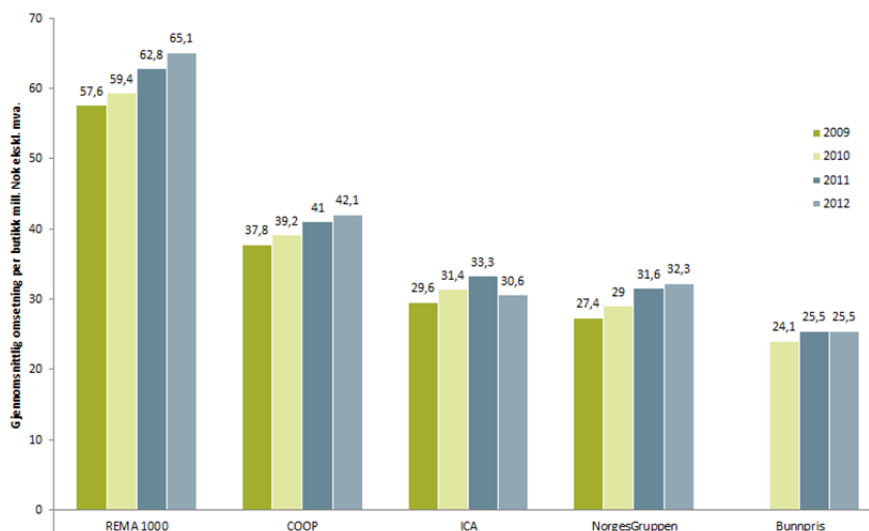
²⁴⁷ NOU 2011:4 *Mat, makt og ævmakt – om styrkeforholdene i verdikjeden for mat.*

²⁴⁸ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

REMA 1000 butikkene har i snitt høyest omsetning målt på kjedenivå (se figur 7.8), men er også den kjeden av de fire store som kun har ett butikkkonsept. Selv om NorgesGruppens og Coop sine butikker ligger lavere i snitt, omsetter enkelte av deres profilhus mer enn en gjennomsnittlig REMA 1000 butikk.

Figur 7.8²⁴⁹

Gjennomsnittlig omsetning pr. butikk i paraplykjeden i millioner kroner, utvikling fra 2009 til 2012



7.4.1 Reitangruppen

REMA 1000 eies av Reitangruppen og er den eneste paraplykjeden med kun en profilkjede. Reitangruppen er delt i fire og består av REMA 1000, Reitan Convenience, Reitan Eiendom og Uno-X Gruppen.²⁵⁰

I 2012 hadde REMA 1000 et resultat på 1 035 millioner kroner og en markedsandel på 22,2 prosent i Norge. Ved utgangen av 2012 beskjeftiget REMA 1000 totalt 16 896 medarbeidere, og i konsernet var det 2 302 ansatte.

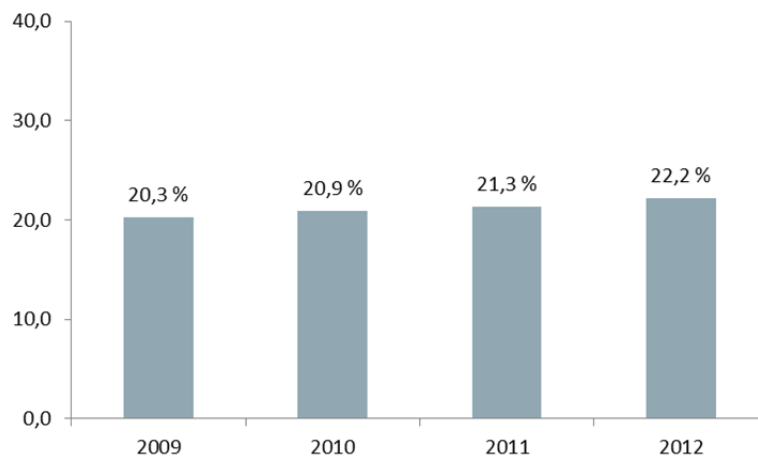
²⁴⁹ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

Bunnpris er inkludert i NorgesGruppen til og med 2009.

²⁵⁰ NILF (2013), *Dagligvarehandel og mat*.

Figur 7.9

Utvikling av markedsandeler for REMA 1000 i Norge, 2009–2012²⁵¹



REMA 1000 baserer forretningsmodellen sin på å organisere og drifte franchisebaserte virksomheter innen dagligvarehandel. REMA 1000 er et velfungerende lavpriskonsept, med spesialtilpasset logistikk, distribusjon og varekategorier for hele paraplykjeden, kombinert med en offensiv markedsføring. Dette er forhold som kan være med på å forklare REMA 1000 sin suksess både i det norske og danske markedet.

Fra 2012 har REMA Distribusjon hatt en samarbeidsavtale med Bunnpris om innkjøp og distribusjon. Dette bidrar til å styrke REMA 1000s konkurransekraft i innkjøpsmarkedet. REMA 1000 Danmark var ved utgangen av 2012 blitt en betydelig aktør i det danske dagligvaremarkedet med 232 butikker.²⁵²

*Tabell 7.1*²⁵³

Kjednavn	Antall butikker	Omsetning i mill. kr	Gjennomsnittlig omsetning pr. butikk i mill. kr	Konseptkjedenes omsetningsandel i prosent
REMA 1000 Norge AS	505	32862	65,1	85,6
Bunnpris	215	5487	25,5	14,3
Øvrige REMA 1000	17	48	2,8	0,1
Totalt	737	38397	52,1	-

²⁵¹ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

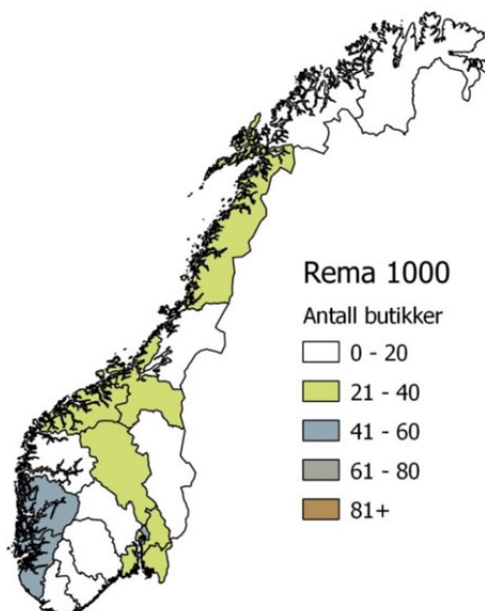
²⁵² REMA 1000 (2013), Årsrapport 2012.

²⁵³ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

Figur 7.10 viser at REMA 1000 har konsentrert sin satsing i befolkningstette områder. REMA 1000 er den av dagligvarekjedene som er til stede i færrest norske kommuner, men har samtidig lyktes med å ta markeder i de sentrale regionene i Norge.

Figur 7.10²⁵⁴

Antall butikker fordelt på fylke, 2012 (ekskl. Bunnpris)



EMV i REMA 1000

REMA Industrier ble opprettet i 2010 som en del av Reitansgruppens satsing på EMV og produktutvikling i flere varekategorier. Gjennom REMA industrier driver Reitangruppen med innovasjon og utvikling av egne merkevarer og har raskt utviklet seg til å bli Norges femte største næringsmiddelkonsern.

REMA Industrier omfatter selskapene REMA Trading, REMA Nonfood, Norsk Kylling, Stanges Gårdsprodukter (95 %), MaxMat (75 %), Grans Bryggeri (50 %), Kjeldsberg Kaffebrenneri (50 %), Hugaas Industrier (50 %), Spekeloftet (50 %), Gram Slot (48 %), BAMA Gruppen (20 %) og REMA Salg.²⁵⁵

REMA Industrier har en sterk vertikal integrasjon, og har gjennom eierskap og strategisk partnerskap med flere selskap i matindustrien sikret seg tilgang på råvarer tilpasset REMA 1000 systemet.

²⁵⁴ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

²⁵⁵ REMA 1000 (2013), Årsrapport for 2012.

Gjennom en klar satsing på utvalgte varelinjer til ett butikkonsept har REMA industrier i dag ledende posisjoner i flere kategorier, med merker som Millim (undertøy og klær), Solvinge (kylling og kalkun), Stange (kylling), Godehav (fisk og fiskemat), Grans (øl), Siesta (appelsinbrus), Spekeloftet (pinnekjøtt), Kjeldsberg (kaffe) og Pizza Fresca (fersk pizza), i tillegg til en rekke produkter under merkenavnet REMA 1000.²⁵⁶

REMA 1000 har de senere årene uttalt at målsetningen er ikke bare å bidra med billigere mat, men også satse på kvalitetsvarer. Mens det tidligere var Lidl og Aldi som fungerte som en inspirasjon for lavpriskonseptet, er det nå det spanske Mercadona som trekkes fram. Dette er et lavpriskonsept med flere varelinjer og økte valgmuligheter innen hver varekategori, også av kvalitetsvarer. I REMA 1000 har dette kommet til uttrykk gjennom flere nyåpnede butikker med et større vareutvalg, omprofilering av eksisterende butikker, men også gjennom et aktivt arbeid bakover i verdikjeden for å få fram nye produkter og nye kvaliteter. For eksempel har REMA industrier det siste året gått inn på eiersiden i Norsk kylling og Lofotlam.

7.4.2 *Norgesgruppen*

NorgesGruppens markedsandel i dagligvaremarkedet i 2012 var på 38,5 prosent. NorgesGruppen ASA ble etablert i desember 1994 og er landets største handelshus innen detalj- og engrosvirksomhet. NorgesGruppen er på mange måter bygget opp rundt grossistvirksomheten ASKO, et datterselskap av NorgesGruppen ASA. ASKO er Norges største grossist og leverer dagligvarer til NorgesGruppens dagligvarekjeder, til storhusholdning og servicemarkedet. I 2012 hadde NorgesGruppen 1 765 dagligvarebutikker og 11 profilkjeder. Disse er fordelt på egneide og franchise butikker. NorgesGruppen fremhever at det skal være konkurranse mellom egne kjeder internt.

I 2012 hadde NorgesGruppen samlede driftsinntekter på 62,1 milliarder kroner. Årsresultatet ble 1 654 millioner kroner. Ved årsskiftet var det 25 431 ansatte i konsernet.²⁵⁷

NorgesGruppen er representert i dagligvarehandelen, men også i servicehandelen med bl.a. MIX-kjeden, Deli de Luca og Fresh. NorgesGruppen servicehandel leverer til blant annet Statoil og Shell. NorgesGruppen er også eier av Matbørsen og Bakers og har en eierandel på 46 prosent i BAMA Gruppen AS.²⁵⁸

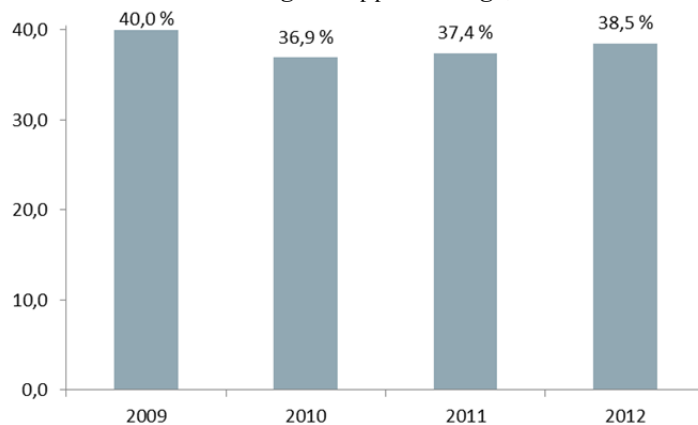
²⁵⁶ REMA 1000 (2013), Årsrapport 2012.

²⁵⁷ Norgesgruppen (2013), Årsrapport 2012.

²⁵⁸ NILF (2013), Dagligvarehandel og mat.

Figur 7.11

Utvikling av markedsandeler for NorgesGruppen i Norge, 2009–2012²⁵⁹

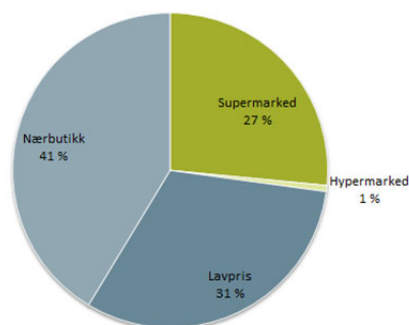


Segmenter i NorgesGruppen

NorgesGruppen har en jevn fordeling mellom nærbutikk-, supermarked- og lavprissegmentet. Hypermarkedssegmentet har en andel på 1 prosent i antall butikker, med en omsetning per butikk på omtrent 161 millioner kroner.

Figur 7.12²⁶⁰

NorgesGruppen segmentfordeling, basert på antall butikker, 2012



Målt i omsetning og i antall butikker, er lavpriskjeden KIWI størst av NorgesGruppens profilkjeder. Ofte trekkes KIWI fram som den av NorgesGruppens kjeder som ligger i hardest konkurranse med REMA 1000, mens f.eks. Meny og Ultra/Centra konkurrerer i andre segmenter. Nærbutikken, Safari, Butikkringen, og CC Mart'n har hver for seg omsetningsandeler som ligger mellom 0 og 2 prosent.

²⁵⁹ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

Fra og med 2010 er Bunnpris ekskludert i tallmaterialet, og det forklarer reduksjonen i markedsandelen fra 2009 til 2010.

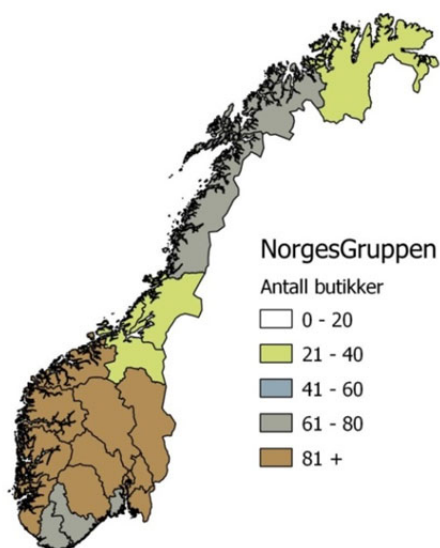
²⁶⁰ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

Tabell 7.2²⁶¹

Kjednavn	Antall butikker	Omsetning i mill.kr	Gjennomsnittlig omsetning pr. butikk i mill. kr	Konseptkjedenes omsetningsandel i prosent
KIWI Norge AS	551	23 736	43,1	41,6
Meny	178	14 407	80,9	25,3
Ultra/Centra	8	1 293	161,6	2,3
Spar/Eurospar	276	10 091	36,6	17,7
Joker	460	5 042	11,0	8,8
Nærbutikken	218	949	4,4	1,7
Safari	10	683	68,3	1,2
Butikkringen	45	240	5,3	0,4
Helgø matsenter	0	0	0	0
CC Mart'n	3	372	124,0	0,7
Øvrige Norgesgruppen	16	216	13,5	0,4
Totalt	1765	57 029	32,3	-

Figur 7.13²⁶²

NorgesGruppens butikker fordelt på fylke etter antall, 2012



Norgesgruppen er i dag den dagligvarekjeden som har flest butikker i Norge, og som er representert i flest kommuner.

²⁶¹ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

²⁶² Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

EMV i NorgesGruppen

NorgesGruppen har ikke en uttalt strategi om å integrere bakover i verdikjeden, men har de senere årene gjort noen strategiske oppkjøp, som Bakers (se kap. 1). Unil AS har ansvar for utvikling, innkjøp, markedsføring og distribusjon av NorgesGruppens EMV.²⁶³ Dette er EMV som Eldorado, Fiskemannen, Unik, Smart, Fersk og Ferdig, First Price og Jacobs Utvalgte. I NorgesGruppens årsrapport for 2012 omtales egne merkevarer som et middel for å gi forbrukerne valgfrihet og et prisgunstig alternativ til industriens merkevarer.²⁶⁴

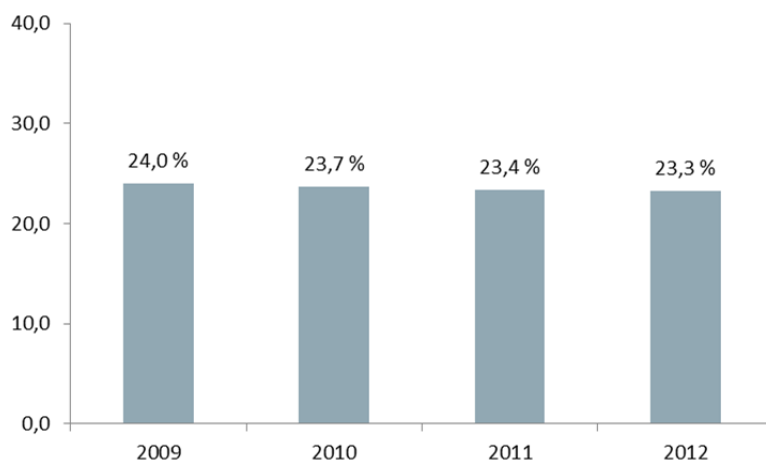
7.4.3 Coop Norge

Coop Norge er et forbrukersamvirke som består av til sammen 112 samvirkelag og deres fellesorganisasjon Coop Norge SA. med datterselskaper. Datterselskaper er blant annet vareforsyningselskapet Coop Norge Handel AS og eiendomsselskapet Coop Norge Eiendom AS, samt Smart Club AS. Coop Norge har omtrent 22 500 ansatte. Årsresultatet ble 33 millioner kroner i 2012.²⁶⁵

I 2012 hadde Coop Norge AS 819 butikker fordelt på de seks profilkjedene: Coop Mega, Coop obs! hypermarked, Coop prix, Coop marked, Coop extra og Smart Club. 15 av butikkene som eies av Coop inngår ikke i profilkjedene, men kategoriseres som «annen dagligvare».

Figur 7.14

Utvikling av markedsandeler for Coop Norge, 2009–2012²⁶⁶



²⁶³ NILF (2013), Dagligvarehandel og mat.

²⁶⁴ NorgesGruppen (2013), Årsrapport 2012.

²⁶⁵ COOP (2013), <https://coop.no/om-Coop/Virksomheten/>.

²⁶⁶ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

Coop har samlet sett hatt en relativt stabil markedsandel de senere årene, men er som ICA kun konsentrert om dagligvaremarkedet. På grunn av sin organisering som et forbrukersamvirke og med 121 samvirkelag ligger det andre prinsipper for beslutningstaking og fordeling av overskudd sammenlignet med konkurrentene. Coop har ikke franchiseorganisering.

I 2012 var gjennomsnittlig omsetning per butikk 115,2 mill. kr. Smart Club er den av kjedene i Coop systemet med klart størst omsetning pr. butikk med 342 mill. kr.

Tabell 7.3²⁶⁷

Antall butikker og gjennomsnittlig omsetning i butikker i Coop

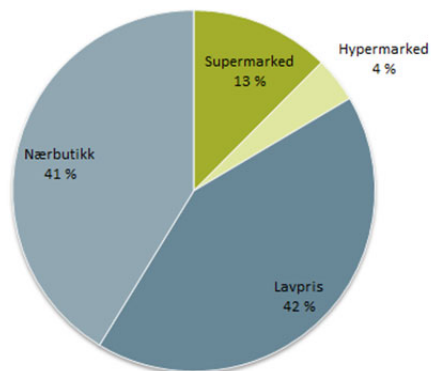
Kjedenavn	Antall butikker	Omsetning i mill.kr	Gjennomsnittlig omsetning pr. butikk i mill. kr	Konseptkjedenes omsetningsandel i prosent
Coop Mega	102	7 635	74,9	22,2
Coop Obs! Hypermarked	30	8 225	274,2	23,9
Coop Prix	294	9 755	33,2	28,3
Coop Marked	323	4 354	13,5	12,6
Coop Extra	52	3 420	65,8	9,9
Smart Club	3	1 026	342,0	3
Coop annen dagligvare	15	46	3,1	0,1
Totalt	819	34 461	42,1	-

Coop har størst antall butikker i lavpris- og nærbutikksegmentet. Selv om det er Coop Mega, Coop Prix og Coop Obs! Hypermarked som utgjør tyngdepunktet i Coop målt i omsetning, er nærbutikkjeden Coop Marked størst målt i antall butikker. De siste årene har Coop kjøpt opp Smart Club og omprofilert flere av disse butikkene til sin nye satsing Coop Ekstra. Coop Ekstra er en lavprisbutikk med et stort vareutvalg, og er Coop kjedens satsing i lavprissegmentet de siste årene.

²⁶⁷ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

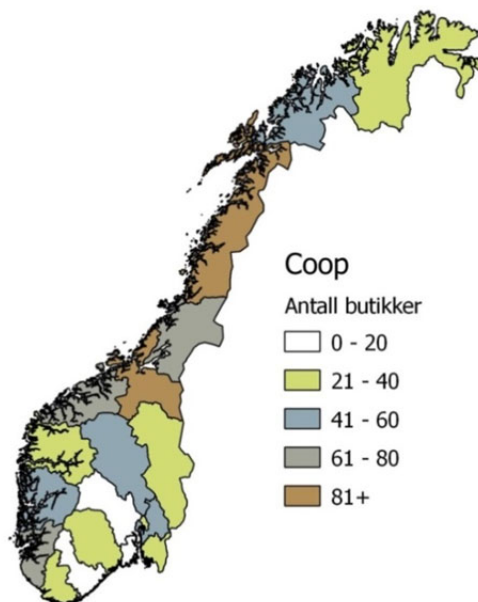
Figur 7.15²⁶⁸

Coop segmentfordeling, antall butikker, 2012



Figur 7.16²⁶⁹

Antall butikker fordelt på fylke, 2012



²⁶⁸ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

²⁶⁹ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*. Nielsen Company, Oslo.

*EMV i Coop*²⁷⁰

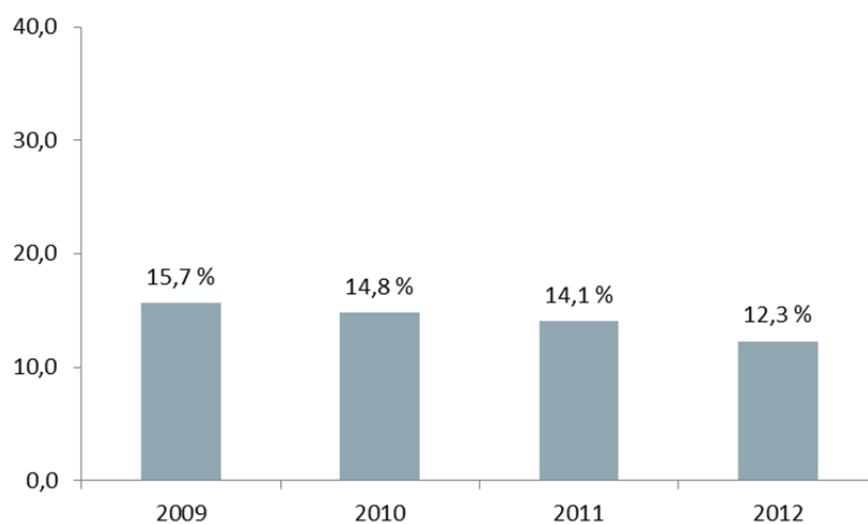
Coop er den dagligvarekjeden som har lengst erfaring med både EMV og egen industriell produksjon. Coop Norge har i sin satsing på egne merkevarer lansert over 400 nye eller oppgraderte EMV produkter i 2012. EMV i Coop skal bidra til å styrke konkurransekraften og øke lønnsomheten. Coop sine egne merkevarer omfatter: Coop Smak forskjellen, Coop Ånglamark, X-tra, Coop, Coop Kaffe, Coop Cookware, Kellen, Infra, North Peak, Friends, Alprace, Tero, Saxe bad, Hugin.

7.4.4 ICA Norge

ICA Norge er et datterselskap av svenske ICA AB. ICA AB hadde i 2011 butikker i Norge, Sverige og Baltikum. ICA Norge driver dagligvarehandel gjennom egneide og franchise-tilknyttede butikker. ICA Norge er først og fremst konsentrert om detaljist- og engrosleddet inklusiv egen distribusjonsvirksomhet. Omtrent 69 prosent av butikkene er selveid, mens 31 prosent er franchisedrevet. Årsresultatet for 2012 for hele ICA-gruppen (ikke kun ICA Norge) ble 919 mill. SEK. Driftsresultatet for ICA Norge var i 2012 på -949 millioner kroner.²⁷¹ ICA Norge sysselsatte 4 646 personer i 2012, i tillegg kommer ansatte hos franchisetakerne.

Figur 7.17

Utvikling av markedsandeler for ICA Norge, 2009–2012²⁷²



²⁷⁰ COOP (2013), Årsrapport 2012.

²⁷¹ ICA (2013), *The ICA groups annual report and sustainability report 2012*, <http://reports.ica.se/ar2012en/Materiale/Files/ICA+Annual+report+2012.pdf>. Regnet om fra SEK til NOK med kurs på 92,77 fra Norges Bank den 28.08.13.

²⁷² Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

Totalt hadde ICA Norge AS i 2012 497 butikker fordelt på kjedene Rimi Norge, ICA Supermarked, ICA Nær, ICA Maxi og Matkroken/ICA øvrige. Samme år opplevde ICA-kjedene en stor strukturell endring. I 2012 ble konseptkjeden ICA Maxi lagt ned og lokalene overtatt av et eiendomselskap tilknyttet NorgesGruppen. ICA Norge er dermed ikke lenger representert i hypermarkedssegmentet fra 2012.²⁷³²⁷⁴

Også ICA Nær konseptet ble bestemt avvirket i 2012 og Matkroken ble konseptualisert som kjede ved siden av Rimi og ICA Supermarked.²⁷⁵ I 2013 har ICA ønsket å inngå en strategisk samarbeidsavtale med NorgesGruppen om innkjøp. Avtalen er sagt å representere om lag 60 prosent av ICA sine innkjøp. Per oktober 2013 er samarbeidsavtalen til behandling i Konkurransetilsynet. ICA Norge har tapt markedsandeler på dagligvaremarkedet de siste årene (jf. figur 7.17). Et resultat av dette er skalaulemper, med blant annet logistikk og distribusjonsapparat tilpasset høyere markedsandeler.

Den største konseptkjeden i ICA Norge er Rimi. Rimi er en lavprisbutikk med et begrenset vareutvalg og er den sjette største konseptkjeden i Norge målt i omsetning. Rimi ble gjenintrodusert av ICA ledelsen etter flere år med dårlige resultater for ICA butikkene. ICA Norge har størst antall butikker i lavprissegmentet.

Tabell 7.4²⁷⁶

Antall butikker og gjennomsnittlig omsetning i butikker i ICA Norge

Kjedenavn	Antall butikker	Omsetning i mill.kr	Gjennomsnittlig omsetning pr. butikk i mill. kr	Konseptkjedenes omsetningsandel i prosent
Rimi Norge	315	9 700	30,8	53,2
ICA Supermarked	78	4 739	60,8	26,0
ICA Nær	69	2 012	29,2	11,0
ICA Maxi	0	1 132	-	6,2
Matkroken/ICA øvrige	134	653	4,9	3,6
Totalt	596	18 236	30,6	-

Rimi Norge har en gjennomsnittlig omsetning per butikk på omtrent 31 millioner kroner. Supermarkedsegmentet utgjør 13 prosent av totalt antall butikker, og har en gjennomsnittlig omsetning per butikk på omtrent 61 millioner kroner (jf. tabell 7.4).

²⁷³ NILF (2013), Dagligvarehandel og mat.

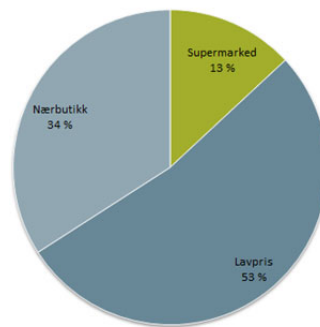
²⁷⁴ <http://reports.ica.se/ar2012en/Start/ICAs+operations/Our+companies/ICA+Norway>.

²⁷⁵ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

²⁷⁶ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*, Nielsen Company, Oslo.

*Figur 7.18*²⁷⁷

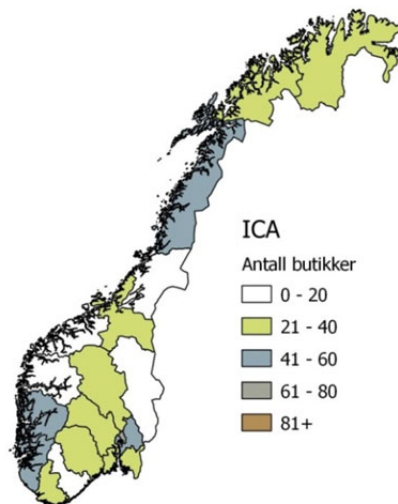
ICA segmentfordeling, fordeling antall butikker, 2012



ICA har en relativt variert butikkstruktur og er representert over store deler av landet (jf. figur 7.19).

*Figur 7.19*²⁷⁸

Antall butikker fordelt på fylke, 2012



EMV i ICA

ICA-konsernet satser på egne merkevarer og fører blant annet merker som ICA, Euroshopper, Skona, Novaline, Mywear, Prima Cookery, Deco og Smart365.²⁷⁹ I løpet av 2012 økte salget av EMV fra 8,7 prosent til 9,6 prosent i ICA.²⁸⁰

²⁷⁷ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*. Nielsen Company, Oslo.

²⁷⁸ Nielsen (2013), *Dagligvare rapporten*. Nielsen Company, Oslo.

²⁷⁹ NILF (2013), *Dagligvarehandel og mat*.

²⁸⁰ ICA (2013), *The ICA group's annual report and sustainability report 2012*, <http://reports.ica.se/ar2012en/Materiale/Files/ICA+Annual+report+2012.pdf>.

Temadel 1

Matvarebransjens faglige utvalg – MFU

Om MFU

Matvarebransjens faglige utvalg (MFU) eies av Virke, Anfo og NHO og har som formål å supplere og utdype eksisterende lovverk og bidra til en god og ansvarlig markedsføringspraksis.

Utgangspunktet for MFU er at alle aktører er enige om følgende:

- Kostholdsdebatten er svært viktig
- Fedme og overvekt er store samfunnsproblemer
- Det er ingen som ønsker markedsføring av definerte mat og drikkeprodukter rettet mot barn

MFU er laget etter modell av Pressens Faglige utvalg, og det er også hentet inspirasjon fra den danske selvreguleringsordningen og EU-pledgen. Det er en samlet bransje bestående av produsenter og tilbydere av mat står bak Matvarebransjens faglig utvalg.

Uloelig markedsføring

I MFU ligger det et sett av retningslinjer som bedriftene skal følge. I disse står det blant annet at markedsføring av mat (hvilke typer mat er definert i egen liste) rettet mot barn under 13 år er forbudt. I retningslinjene står det også at bedriftene skal være varsomme i sin markedsføring rettet mot ungdom under 16 år.

Organisering

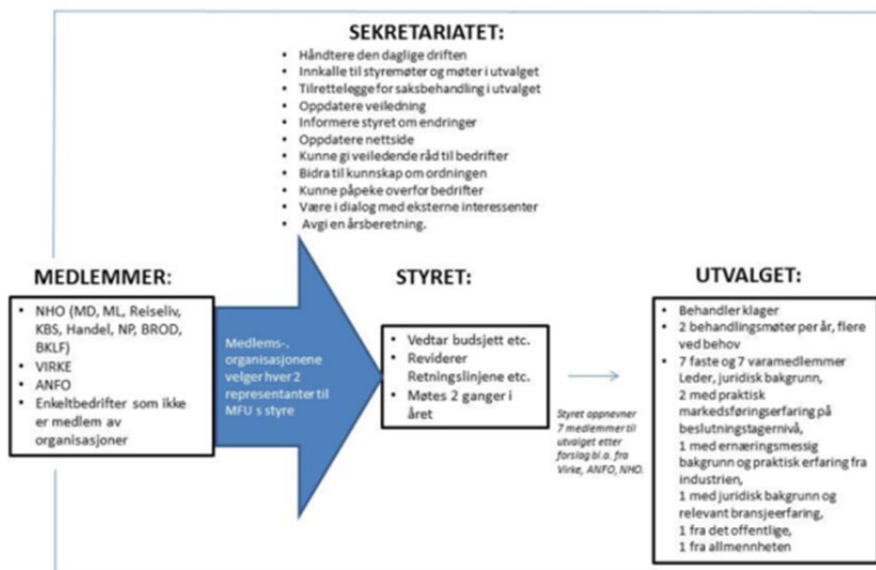
Den daglige driften av MFU styres av et sekretariat. Klager på markedsføring blir behandlet av et utvalg bestående av 7 medlemmer med ulik kompetanse inne markedsføring, ernæring, juss og industrien.

Bakgrunn

MFU er bransjens egen regulering av markedsføring rettet mot barn. MFU avløser retningslinjene for markedsføring mot barn og unge fra 2007. Den nye ordningen kom på plass etter en dialog med Helse- og omsorgsdepartementet og Barne- og likestillingsdepartementet.

For mer informasjon om MFUs arbeid, se: <http://www.mfu.as>

Matvarebransjens faglige utvalg (MFU)



Temadel 2

Rekruttering og kompetanse i matbransjen

Om FEED-prosjektet

FEED er et treårig rekrutterings- og kompetanseprosjekt med målsetning om å styrke matindustriens konkurransekraft og rekrutteringsgrunnlag. Prosjektet eies av NHO Mat og Landbruk, NHO Mat og Drikke og NNN og støttes av LMD og Hovedorganisasjonenes Fellestiltak. Tretten referansebedrifter deltar i prosjektet: TINE, Nortura, Mills, Stabburet, Norgesmøllene, Bakers, French Bakery, Toro, Diplom-Is, Hennig Olsen, Hoff, Ringnes og Freia.

Kompetanse som konkurransekraft

Matindustrien står overfor en del utfordringer som gjør at bedriftene i større grad må være kunnskapsintensive og nyttiggjøre seg av ny kunnskap. Et høyt kostnadsnivå i Norge krever kostnadseffektive bedrifter som evner å ta i bruk moderne produksjonsteknologi for å være konkurransedyktig. Tilgang på rett kompetanse er en sentral faktor for kvalitet, innovasjon, teknologisk utvikling og produktutvikling i matindustrien.

Utfordringer knyttet til rekruttering og kompetanse

Kartleggingsstudiet som FEED har gjennomført av omdømme og kompetansebehovet peker på noen hovedutfordringer:

- Matindustrien har en utfordring i å få rekruttert tilstrekkelig med kompetente fagarbeidere for å dekke det fremtidige kompetansebehovet. Annenhver bedrift oppgir at de mangler lærlinger.
- Moderne produksjonsprosesser krever en kobling av matfaglig og teknologisk kompetanse. Dette er ikke i tilstrekkelig grad ivaretatt i dagens fagopplæring.
- Et godt samarbeid mellom bedrift og skole er en forutsetning for å få til en god fag- og yrkesutdanning. Dette samarbeidet kan bli tettere og mer strukturert.
- Mulighetene i matindustrien er ofte usynlig for elevene. Matindustrien har et nøytralt til positivt omdømme blant unge mellom 15–19 år, men klarer likevel ikke engasjere når det gjelder valg av yrke.

Jobb i
Matbransjen



FEEDs tiltak for å møte rekruttering og kompetanseutfordringer i matbransjen

Tiltak har blitt iverksatt innenfor områdene profilering, behovsretting av utdanning og kompetanseutvikling.

1. Profilering/rekruttering

Formålet har vært å styrke matindustriens omdømme som arbeidsplass ved å synliggjøre mulighetene i bransjen gjennom følgende tiltak:

- Portalen: www.jobbimatbransjen.no
- Rekrutteringskampanjen: www.facebook.com/superkockene
- Kronikker – «Hvem skal produsere maten vår i fremtiden?» i en rekke lokal aviser
- Gründercamp i Hedmark og nettverksmøte i Hordaland for å styrke nettverk mellom matindustri og lokale skoler.

2. Behovsrettet utdanning

Formålet har vært å bidra til utdanninger i tråd med bransjens kompetansebehov gjennom følgende tiltak:

- Partnerskapsavtaler med utdanningsinstitusjoner
- Søkt Utdanningsdirektoratet om kryssløp fra vg2 industriteknologi til vg3 industriell matproduksjon.
- Tilrettelagt for møter mellom utdanningstilbydere og matbransjen.

3. Kompetanseutvikling

FEED har sammen med ulike samarbeidspartnere lagt til rette for flere kompetansetiltak:

- Grunnkurs ledelse
- Fagopplæring i produksjonsteknikkfaget
- Basiskompetanse for bakerbransjen i Østfold
- Kompetansetillitsvalgt.

Videre arbeid med rekruttering og kompetanse i matindustrien

Det er fortsatt behov for felles innsats om rekruttering og kompetanse i matindustrien. Referansebedriftene i FEED har pekt på behov for å jobbe videre innenfor følgende områder:

- Behovsrettet utdanning
- Profilering/rekruttering
- Bedriften som læringsarena.

For mer informasjon FEED-prosjektets arbeid, se:

<http://jobbimatbransjen.no/om-prosjektet/>

Temadel 3

Selvforsyningsgraden

Selvforsyningsgraden angir hvor stor andel av forbruket av matvarer som kommer fra norsk produksjon målt på engrosnivå. Selvforsyningsgraden er således basert på den faktiske fordeling av forbruket på norske og importerte produkter i det enkelte år. Denne fordelingen vil være påvirket av priser, kvalitetskrav, internasjonale handelsavtaler mv.

Selvforsyningsgraden gir ikke et fullstendig bilde av mulighetene for å dekke matvarebehovet med innenlandsk produksjon. Eksporten av fisk kommer ikke til uttrykk i selvforsyningsgraden, men den kommer til uttrykk i dekningsgraden. Når evnen til å dekke matvarebehovet med norsk produksjon (selvforsyningssevnen) skal vurderes, bør det derfor tas hensyn til matvareeksporten (dekningsgrad).

Helsedirektoratet får beregnet både selvforsyningsgrad og dekningsgrad i den årlige rapporten «Utvikling i norsk kosthold», der selvforsyningsgraden beregnes i kilo og i energi. For ytterligere detaljer henvises det derfor til denne rapporten.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Tabell: Norskprodusert andel av matvareforbruket på energibasis (i prosent)²⁸¹

	2000	2005	2010	2011	2012*
Korn, som mel (inkl. ris)	44	50	25	32	15
Poteter friske	78	83	56	61	48
Potetprodukter**	73	77	89	88	87
Potetmel**	100	92	97	92	83
Sukker, honning, sukkervarer	0	0	1	1	1
Erter, nøtter, kakao	0	0	0	0	0
Grønnsaker	59	52	48	46	47
Frukt og bær	7	5	4	3	4
Kjøtt	97	94	96	94	92
Kjøttbiprodukter	98	96	97	98	98
Egg	99	98	99	96	97
Fisk	80	80	80	80	80
Helmelk	100	100	100	100	100
Lettmelk	100	100	100	100	100
Skummetmelk/ekstra lettmelk	100	100	100	100	100
Yoghurt	99	98	92	89	89
Konserverte melkeprodukter	100	99	98	99	99
Fløte, rømme (38 % fett)	100	100	100	100	100
Ost	95	90	88	87	87
Smør***	99	97	99	87	89
Margarin****	20	20	20	20	20
Annet fett	20	20	20	20	20
Selvforsyningsgrad²⁸²	50	53	46	48	43
Dekningsgrad I (inkl. fisk)	81	84	89	85	84
Dekningsgrad II (ekskl. fisk)	54	57	49	51	46

*Beregninger basert på foreløpige tall

**Omregnet til friske poteter

*** Inkl. smør i smørblandet margarin

**** Ekskl. smør i smørblandet margarin

²⁸¹ Beregninger gjort av NILF for helsedirektoratet. Fremstiller selvforsyningsgraden i (TJ). Metoden som er benyttet er: (Forbruk-import/forbruk*100).

²⁸² Selvforsyningsgraden inkluderer her fisk. Imidlertid er den nokså lik selv om man ekskluderer fisk. Dette vil først og fremst påvirke dekningsgraden.

Temadel 4

ForMat - prosjektet

ForMat har lyktes med å sette matsvinn på dagsordenen i Norge ved å samle matindustri og handel om felles mål, ved å engasjere myndighetene i samarbeidet som påvirker andre deler av verdikjeden, og ved å bidra til at forbrukerne blir bevisst hva og hvor mye som kastes og hva som kan gjøres for å forebygge matkasting.

ForMats målsetting er å bidra til å redusere det som kastes av mat i matindustrien, i dagligvarehandelen og hos forbruker med 25 % innen 2015.

Tre delprosjekter

ForMat består av tre delprosjekter:

1. **Kartlegging og analyser** av mengden matsvinn i Norge i perioden 2009–2013
2. **Kommunikasjon** og formidling av resultater, ideer og erfaringer knyttet til forebygging av matsvinnet i Norge
3. **Nettverk** for motivasjon til redusert matsvinn hos næringsmiddelindustri og dagligvarehandel.

Vi kastet 377 000 tonn mat i Norge i 2011:

- 52 000 tonn matsvinn hos næringsmiddelprodusentene
- 2 000 tonn matsvinn i grossistleddet
- 68 000 tonn matsvinn i butikkleddet
- 255 000 tonn matsvinn hos forbrukerne.

Dette representerer en verdi på 18–20 milliarder kroner. En 25 % reduksjon i matsvinnet vil bety at samfunnet spares for opp til 5 milliarder kroner.

Resultater fra prosjektet i 2013:

Disse er med:

Matvett AS, som driver ForMat, eies av: NHO Mat og Drikke, NHO Mat og Landbruk, DMF (Dagligvarehandelens Miljøforum) og DLF (Dagligvareleverandørenes forening).

Flere samarbeidspartnere: Østfoldforskning (faglig ansvarlig for kartlegging og analyse), Nofima (mattrygghet), Retursamarbeidet LOOP (undervisning), Miljøverndepartementet, Landbruks- og matdepartementet, Barne- og likestillingsdepartementet og Fiskeri- og kystdepartementet.

ForMat har gjennomført den planlagte kartleggingen av matsvinn fra 21 produktgrupper/9 hovedvaregrupper ut fra metodikk som ble utviklet og første gang testet i 2010. Det er innhentet data fra 30 butikker, grossistvirksomhet og et antall leverandørbedrifter for 2011 og 2012.

Det har også vært gjennomført gallupundersøkelser blant 1000 forbrukere i to omganger i 2013, med fokus på hva som er kastet av 21 varegrupper og hvorfor og om forbrukernes adferd og holdninger knyttet til matsvinn. Rapporter med resultater fra kartleggingsarbeidet kan lastes ned fra matavfall.no (**delprosjekt I**).

Når det gjelder kommunikasjon mot forbruker har ForMat medvirket til at matsvinnproblematikken omtales i mediene, både nasjonalt, lokalt og i fagpressen. På forbrukernettsiden matvett.no er det tips og råd til å ta vare på maten, samt inspirasjon i oppskrifter, film og undervisningsmaterieell. ForMat har vært til stede på ulike arrangementer med foredrag og med matkastebordet, der vi har delt kunnskap og inspirasjon (**delprosjekt II**).

Det utvikles forebyggingsstrategier i nettverk mellom produsenter og handel. Eksempler på dette er måling og rapportering av matsvinn i egen bedrift, emballasjeforbedring, revisjon av holdbarhetsmerking, bedring av ordrerutiner og avrop gjennom deling av data langs verdikjeden. Som følge av nettverksprosjekter i ForMat er alle TINEs meieriprodukter og nesten alle Norturas kjøttvarer nå merket med "best før"-dato.

Det er utviklet nye prosjektnettsider (matsvinn.no) for motivasjon og veiledning til bedriftene om hvordan de selv kan definere og få oversikt over det de har av matsvinn og hvordan de kan redusere dette ved hjelp av ForMat-sjekken og ForMat-metoden (**delprosjekt III**).

Matsentralen SA i Oslo er i drift fra september 2013. Den eies og drives av Frelsesarmeen, Blå Kors og Kirkens Bymisjon (matsentralen.no), og skal distribuere overskuddsmat (fullgod mat som av en eller annen grunn ikke kan fremsettes for ordinært salg) fra butikker og produsenter til organisasjoner som deler ut mat til vanskeligstilte. Matsentralen representerer en videreutvikling og koordinering av eksisterende tilbud som drives av ulike veldedige organisasjoner. ForMats rolle i forhold til matsentralen er nå rådgivende, men det som registreres av mat til matsentralen skal gå inn i data for redusert matsvinn fra matindustrien og dagligvarehandelen.

Fakta om matsvinn:

- Det kastes 377 000 tonn mat i året i Norge
- Verdens matproduksjon representerer 30 % av klimagassutslippene
- Forbrukeren står for over 70 % av matsvinnet, dvs. 51 kg mat per person i året
- Det er unge voksne (19-26) og småbarnsforeldre som kaster mest og dette øker med utdanning og inntekt
- Det kastes mest brød, frukt og grønt, meieri- og kjøttprodukter
- Årsakene er holdbarhetsdato, pakningsstørrelse, ødelagt emballasje, dårlig planlegging og lite bevissthet om miljøbelastning

Det foregår flere ulike samarbeidsprosjekter parallelt hvor ForMat/Østfoldforskning er involvert, både på norsk-, nordisk- og europeisk nivå. FUSIONS er et 4-årig EU-prosjekt hvor 20 land deltar for å finne en felles metodikk for måling av matsvinn, utarbeide virkemidler for å redusere matsvinnet og formidle resultater på tvers av alle landene ved å involvere de matsvinnprosjektene som drives nasjonalt. For å redusere matsvinnet i Norge kreves et bredt samarbeid mellom sentrale myndigheter, kommuner og næringsliv for å synliggjøre miljøbelastningen, øke kunnskap om mattrygghet og holdbarhet og gjennomføre strakstiltak som kan bidra til å gjøre det enklere å endre adferd. Det er tatt initiativ fra myndighetene om å få på plass en utvidet samarbeidsavtale for reduksjon av matsvinn som inkluderer storhusholdning og primærnærings.



FOTO: © TINE MEDIEBANK

Referanser

- Bama (2013). *Omsetningstall*. Fått fra Hanne Linnert, informasjonssjef i Bama, 13.06.2013.
- Bjørnenak m.fl. (2013). *Evaluering av konkurransepolitiske tiltak i prisutjevningsordningen for melk. Kommentarer til rapport fra SLF*. Hentet fra: http://www.virke.no/Lists/System_Dokumenter/evaluering%20av%20konkurransepolitiske%20tiltak.pdf. 05.08.2013.
- COOP (2013). *COOP Årsrapport 2012*.
- COOP(2013). *Dette er COOP*. Hentet fra: <https://coop.no/om-Coop/Virksomheten/>. 05.08.2013.
- Dagligvarehandelen (2005). Hentet fra: 25.11.05. Hentet fra: <http://www.dagligvarehandelen.no/xp/pub/hoved/hovedside/112642>.
- EFTA (2012). *Free trade agreements*. Hentet fra: <http://www.efta.int/free-trade/free-trade-agreements.aspx>. 16.8.2013.
- European Commission (2009). *Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A better functioning food supply chain in Europe*. Hentet fra: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication16061_en.pdf. 27.06.13
- European Commission (2011). *Vertical relationships in the Food Supply Chain: Principles of Good Practice. B2B platform*. Hentet fra: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/competitiveness/good_practices_en.pdf.
- European Commission (2012). *High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain. Third meeting Report*.
- European Commission (2013). *Forum for a Better Functioning Food Supply Chain*. http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/forum_food/index_en.htm#h2-. 26.06.13.
- European Commission (2013). *High Level Group on Competitiveness*. Hentet fra: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/competitiveness/high-level-group/index_en.htm. 25.06.13
- European Commission (2013). *Legal proposals for the CAP after 2013*. Hentet fra: http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/legal-proposals/index_en.htm. 26.06.13.
- Eurostat (2011). *European Food Prices Monitoring Tool*. Eurostat. Hentet fra: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/hicp/methodology/prices_data_for_market_monitoring. 18.8.11.
- Eurostat (2013). *Ramon_CPA 2008-CN2012*. 18.8.11.
- Eurpportalen (2013). Hentet fra: <http://www.regjeringen.no/nb/sub/europaportalen/tema/landbruk-og-mat/nyheter-landbruk-mat.html?contentid=732032&id=686537>. 29.08.2013.
- FAO (2013). *FAO Food Price Index*. Hentet fra: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/wfs-home/foodpricesindex/en>. 10.7.2013.

- Finansdepartementet (2005). *St.prp. nr. 1 (2005–2006). Skatte-, avgifts- og tollvedtak*. Flesland Markedsinformasjoner, *Storhusholdningsmarkedet 203/14*.
- Food for Life (2013). European Technology Platform Food for Life NO. Hentet fra: <http://www.f4l.no/>. 05.07.13.
- FoodDrinkEurope (2013). *Data and Trends of the European food and drink industry 2012*. Hentet fra: [http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Data_Trends_\(interaktive\).pdf](http://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Data_Trends_(interaktive).pdf). 20.06.2013.
- Handelsbladet FK (2012). *Dagligvarekartet 2013*. Utgitt av handelsbladet FK i samarbeid med Andhøy/Institutt for Bransjeanalyser AS oktober 2012.
- Helse- og omsorgsdepartementet (2013). *Nasjonal strategi for forskning og innovasjon på mat, ernæring og helse*. Hentet fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/hod/aktuelt/nyheter/2013/nasjonal-strategi-for-forskning-og-innov.html?id=736005>. 30.09.2013.
- High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain (2011). *Second meeting of the High Level Forum*. Tuesday, 29 November 2011. Mid-term report. Hentet fra: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/competitiveness/midterm_report29112011_en.pdf.
- High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain (2011). *Expert platform on the competitiveness of the agro-food industry. Report on Food Labelling Practices*. Hentet fra: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/files/competitiveness/labelling_report_en.pdf. 26.06.13.
- ICA (2013) *The ICA groups annual report and sustainability report 2012*. Hentet fra: <http://reports.ica.se/ar2012en/Materiale/Files/ICA+Annual+report+2012.pdf>.
- ICA (2013) *The ICA groups annual report and sustainability report 2012*. Hentet fra: <http://reports.ica.se/ar2012en/Materiale/Files/ICA+Annual+report+2012.pdf>.
- ICA (2013). *Changes in ICA Norway*. Hentet fra: <http://reports.ica.se/ar2012en/Start/ICAs+operations/Our+companies/ICA+Norway>.
- Jordbruksverket (2013). *Gränshandeln med Norge. En genväg mellan tulltopparna*. Rapport 2013: 18.
- Kingsman (2013). *EU Sugar monthly report*. 04.07.13.
- Kommunal- og regionaldepartementet (2011). *Nasjonale retningslinjer for regional transportstøtte*. Hentet fra: http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Vedlegg/REGA/Nasjonale_retningslinjer.pdf. Transportstøtte. Mottatt e-post fra Mee Eline Eriksson, 02.07.2013.
- Kunnskapsdepartementet (2013). Meld. St. 18 (2012-2013) *Lange linjer – kunnskap gir muligheter*. Hentet fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/dok/regpubl/stmeld/2012-2013/meld-st-18-20122013.html?id=716040>. 05.07.13.
- Landbruks- og matdepartementet (2008). *FOR 2008-03-07 nr. 228: Forskrift om sikkerhetsmekanisme ved import av landbruksvarer fra utviklingsland omfattet av ordningen for generelle tollpreferanser*.
- Landbruks- og matdepartementet (2010). *Prop. 133S. (2009–2010). Jordbruksoppgjøret 2010 - endringer i Statsbudsjettet for 2010 m.m.*

- Landbruks- og matdepartementet (2013). Hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/dok/regpubl/prop/2012-2013/prop-164-s-20122013/5.html?id=728551>. 14.08.2013.
- Landbruks- og matdepartementet (2013). *Jordbruksavtale 2013-2014*. Hentet fra:
http://www.regjeringen.no/upload/LMD/Vedlegg/Jordbruksavtale_2013-2014_end_260613.pdf. 25.09.2013.
- Landbruks- og matdepartementet (2013). *Utbetalt frakttilskudd kjøtt (2011–2012)*.
Mottatt e-post fra Patricia Hofmo Risopatron, 08.07.13.
- Lovdata (2012). Stortingsvedtak om fastsetting av avgifter mv. til folketrygden for 2013.
- Matkjedeutvalget (2011). NOU 2011: 4 *Mat makt og ævmakt – om styrkeforholdene i verdikjeden for mat*.
- Mattilsynet (2013). Datafil mottatt av Erik Forvik, 5.6.2013.
- Mattilsynet (2013). *Kjøttkontrollgebyr*. Datafil mottatt av Eirin O. Breivik, 17.06.2013.
- Mattilsynet (2013). *Kjøttkontrollgebyr*. E-post mottatt fra Eirin Osnes Breivik, 17.06.2013.
- Meld. St. 9 (2011-2012). Velkommen til bords. Landbruks- og matdepartementet.
Hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/pages/36314528/PDFS/STM201120120009000DDDPDFS.pdf>. 19.09.2013.
- Meld. St.13 (2012-2013). Perspektivmeldingen 2013.
- Meld. St. 39 (2012-2013). Melding til Stortinget. Mangfold av vinnere.
Næringspolitikken mot 2020. Hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/pages/38356309/PDFS/STM201220130039000DDDPDFS.pdf>.
- Ministry of Employment and the Economy (2013). *Programme for promoting healthy competition*. Finland. Hentet fra:
http://www.tem.fi/files/34284/Programme_for_promoting_healthy_competition_19092012.pdf.
- Nationen (2012).
<http://www.nationen.no/2012/04/18/landbruk/nortura/arsmote/styreleiar/svebestad/7375049/>. 19.09.2013.
- Nationen (2012). *Sprekk for investeringane til TINE i fire nye meieri*. Hentet fra:
<http://www.nationen.no/2012/07/05/landbruk/tine/meieri/melkeproduksjon/samvirke/7532058/>. 01.08.29013.
- Nationen (2013). Hentet fra: <http://www.nationen.no/2013/04/03/naring/diplom-is/gjellerasen/brevik/konkurranseskraft/8020886/>. 19.09.2013.
- Nielsen (2013). EMV-rapport mottatt fra Linn Anita Langseth, 11.09.13.
- Nielsen (2013). *Markedsrapporten 2013. Dagligvarer i Norge*. Nielsen, Oslo.
- Nielsen (2013). *Private label 2012*. Nielsen Company, Oslo.
- NILF (2013). *Dagligvarehandel og mat 2013*.
- Nordlund (2010). *Mat og industri 2010*.
- Norges Bank (2013). *Norges Banks styringsrente. Månedsgjennomsnitt*. Hentet fra:
<http://www.norgesbank.no/no/prisstabilitet/rentestatistikk/styringsrente-manedlig/>. 18.09.2013.

- Norges Bondelaget (2013). Hentet fra:
http://www.bondelaget.no/getfile.php/Dokumenter/Jordbruksforhandlingene%202011/Avtaleguide2012_2013hele.pdf. 18.09.2013.
- Norges forskningsråd (2012). *Bionær. Bærekraftig verdiskapning i mat- og biobaserte næringer. Foreløpig program 2012-2022*. Hentet fra:
http://www.forskningsradet.no/prognett-bionaer/Om_programmet/1253971968607. 01.08.2012.
- Norges forskningsråd (2012). *Bærekraftig verdiskapning i mat- og biobaserte næringer – BIONÆR. Programplan 2012-2021*.
- Norges forskningsråd (2013). *Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL) Forskningsmidler over jordbruksavtalen (JA)(Matfondavtale)* Hentet fra:
<http://www.forskningsradet.no/no/Utlysning/MATFONDAVTALE/1207296101082>. 01.08.2013.
- Norges forskningsråd (2013). *Om skattefunn*. Hentet fra:
http://www.forskningsradet.no/prognett-skattefunn/Om_SkatteFUNN/1222340152207. 03.07.2013.
- Norges forskningsråd (2013). *Søknadstyper*. Hentet fra:
<http://www.forskningsradet.no/no/Soknadstyper/1183468209217>. 04.07.13.
- Norges forskningsråd (2013). *Årsrapport 2012 for SkatteFUNN*. Hentet fra:
http://www.forskningsradet.no/prognett-skattefunn/Om_SkatteFUNN/1222340152207. 03.07.2013.
- NorgesGruppen (2012). *NorgesGruppens Årsrapport 2012*.
- Norsk landbrukssamvirke (2013). *Næringspolitikk. Nasjonalt*. Hentet fra:
<http://www.landbruk.no/Næringspolitikk/Nasjonalt>. 18.09.2013.
- Norsk landbrukssamvirke (2013). *Reform av EUs felles landbrukspolitikk*. Hentet fra fra:
<http://www.landbruk.no/Nyheter/Nyhetsartikler/Næringspolitikk/Reform-av-EUs-felles-landbrukspolitikk>. 29.08.2013.
- Nortura (2012). *Positiv utvikling i Nortura – betaler tilbake 180 mill til eierne*. Hentet fra:
<http://www.nortura.no/presse-nyheter/positiv-utvikling-i-nortura-betaler-180-mill-tilbake-til-eierne-article32437-11445.html>.
- Nortura (2012). *Årsmelding 2011*.
- Nortura (2013). *Priser*. Datafil mottatt av Raymond Wold-Schatzer, 16.02.13 (kun referanse for siste år oppgitt).
- Nortura (2013). *Samvirketallene for Nortura SA*. Mottatt fra Kristian Håvard Sævik, 13.09.13.
- NOU (1996). *Grønne skatter – en politikk for bedre miljø og høy sysselsetting*. Hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/dok/nouer/1996/nou-1996-9/19.html?id=340449>. 19.09.2013.
- NOU (2011). *4 «Mat, makt og avmakt - om styrkeforholdene i verdikjeden for mat»*. Hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/dok/nou-er/2011/nou-2011-4.html?id=640128>. 19.09.2012.
- NOU 2013:6. *God handelsskikk i dagligvarekjeden*. Hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/pages/38312195/PDFS/NOU201320130006000DDD/PDFS.pdf>. 19.09.2013.
- NOU 2013:7. *Grunnlaget for inntektsoppgjørene 2013*. Hentet fra:
<http://www.regjeringen.no/pages/383121651/PDFS/NOU201320130007000DDD/PDFS.pdf>. 25.09.2013.

- NRK (2012). *Dette er TINE si største enkelt-investering nokon sinne*. Hentet fra:
<http://www.nrk.no/rogaland/nytt-stormeieri-pa-jaeren-1.8164073>. 01.08.2013.
- OECD-FAO (2013). *Agricultural Outlook 2013-2022*. Hentet fra:
<http://www.oecd.org/site/oecd-faoagriculturaloutlook/>. 10.7.2013.
- Orkla (2012). *Årsrapport 2012*. Hentet fra: <http://www.orkla.no/aarsrapport/2012>.
05.09.2013.
- Orkla Brands (2013). *Pris på sukker*. Datafil mottatt av Trond Aanerud, 28.08.13.
- Produce (2012). *Marketprices by products*. Hentet fra:
<http://www.produce.nl/pz/noteringen>. 07.08.13.
- Reitamgruppen (2013). Hentet fra:
<http://www.mynewsdesk.com/no/reitamgruppen/pressreleases/rema-1000-inn-i-storhusholdningsmarkedet-inngaar-samarbeid-med-servicegrossistene-856894>.
- REMA (2013). *REMA 1000 årsrapport 2012*.
- SCB (2012). *Producentprisindex (PPI) efter produktgrupp*. Hentet fra:
<http://www.ssd.scb.se>. 26.01.12.
- Sissel Flesland Markedsinformasjoner AS (2013). *Servicehandelsmarkedet. Kiosker og bensinstasjoner 2013/2014*.
- Sissel Flesland Markedsinformasjoner AS (2013). *Storhusholdningsmarkedet 2013/2014*.
- SLF (2010). *Tollkvoter*. Hentet fra: <http://www.slf.dep.no>. 10.03.10.
- SLF (2012). *Generelle tollnedsettelse per tollvare 2012*. Hentet fra:
<https://www.slf.dep.no/no/sokerresultater?query=Generelle+tollnedsettelse+2012>. 26.09.2013.
- SLF (2012). *Innenlands bearbeiding*. Hentet fra:
<https://www.slf.dep.no/no/internasjonalt-handel/import/innenlands-bearbeiding#hva-innebaerer-ordningen->. 20.9.2012.
- SLF (2012). *Norsk pris*. Datafil mottatt av Kjetil Tysdal, 27.01.11.
- SLF (2012). *Prisnedskrivning og RÅK-tilskudd*. Hentet fra:
<https://www.slf.dep.no/no/internasjonalt-handel/eksport/rak-tilskudd>. 01.08.2013.
- SLF (2012). *Utenlands bearbeiding*. Hentet fra:
<https://www.slf.dep.no/no/internasjonalt-handel/import/utenlands-bearbeiding#behov-for-bearbeiding-av-norske-varer-i-utlandet->. 20.9.2012.
- SLF (2013). *Endringer i melkeproduksjonen*. Informasjon via e-post fra Runa Himle i SLF, 30.08.2013.
- SLF (2013). *Evaluering av konkurransepolitiske tiltak i prisutjævningsordningen for melk*. Rapport-nr : 2012/22.
- SLF (2013). *Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL). Årsmelding og regnskap for 2012*. Statens landbruksforvaltning (SLF). Rapport-nr.: 09/2013.
- SLF (2013). *Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL). Årsmelding og regnskap for 2012*. Rapport-nr.: 09/2013.
- SLF (2013). *Fraktilskudd egg, korn og kraftfôr*. Mottatt e-post fra Øyvind Breen, 06.06.13.
- SLF (2013). Hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/melk/marked-og-pris/store-svingninger-i-pris-pa-melkepulver-i-oseania>.
30.08.13.

- SLF (2013). *Landbruks- og matforskning*. Hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/fou-midler/landbruks-og-matforskning#fou-midler-2014---soeknadsprosedyre-2013>. 05.07.13.
- SLF (2013). *Markedsrapport 2012. Pris- og markedsvurderinger av sentrale norske landbruksvarer*.
- SLF (2013). *Melk, prisutjevningsordningen*. Hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/melk/prisutjevning#utjevning>.
- SLF (2013). *Melk, prisutjevningsordningen*. Hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/melk/prisutjevning#utjevning>.
- SLF (2013). *Omsetnings-, forsknings-, og overproduksjonsavgift 2013. Avgifter - gjeldene satser 2013*.
- SLF (2013). *Omverdenen til norsk landbruk og matindustri 2012*. Rapport 4/2013.
- SLF (2013). *Oppdaterte tall for XR og PNS*. Datafil mottatt av Øyvind Bråthen, 15.08.2013.
- SLF (2013). Rapport 4 «Omverden til norsk landbruk og matindustri».
- SLF (2013). *Tilskudd kjøtt og egg*. Hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/kjott-og-egg/tilskudd#innfrakttilskudd-paa-egg>.
- SLF (2013). *Tilskudd korn*. Hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/korn-og-kraftfor/tilskudd#frakttilskudd>.
- SLF (2013). *Tilskudd til korn*. Hentet fra: <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/korn-og-kraftfor/tilskudd>. 26.09.2013.
- SLF (2013). *Viktigste hendelser i importvernet 2012-2013*. Mail fra Aslak Berg, SLF, 20.08.2013.
- SLF (2013a). *Definisjon av RÅK-varer defineres omfattet av EØS-avtalens protokoll 3*. Datafil mottatt fra Thor Henning Roaas, 06.02.13.
- SSB (2010). *Industristatistikk 2012*. Datafiler mottatt av Salah Eddine Ziade, juni 2013, og SSB (2013) Utenrikshandelsstatistikk. Datafil mottatt fra SSB, 17.01.13. og SSB kvartalsvis nasjonalregnskapsstatistikk. Hentet fra: <http://www.ssb.no/emner/09/01/knr/index.html>. August 2013.
- SSB (2012). *Rapport 46/2012 Innovasjon i norsk næringsliv 2008-2010*. Wilhelmsen, Lars og Foyn, Frank.
- SSB (2013) *Nasjonalregnskapsstatistikk. Tabell 09171: produksjon og inntekt, etter næringsstatistikkvariabel og tid*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=KNRProduksjonInnt&KortNavnWeb=knr&PLanguage=0&checked=true>. 18.09.2013.
- SSB (2013). *Konsumprisindeksen (KPI)*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/kpi>. 26.09.2013.
- SSB (2013). *Nasjonalregnskapsstatistikk. Tabell 09175: Lønn, sysselsetting og produktivitet, etter næring, tid og statistikkvariabel*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=KNRLonnSyssel&KortNavnWeb=knr&PLanguage=0&checked=true>. 18.09.2013.
- SSB (2013). *Direkte investeringer i Norge. 1998-2009*. Hentet fra: <http://www.ssb.no/a/kortnavn/di/tab-2013-01-16-02.html>. 24.06.2013.
- SSB (2013). *Forskning og utvikling i næringslivet, 2011, endelige tall*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/foun>. 05.07.2013.

- SSB (2013). *Nøkkeltallene for kjøttvarebransjen utenom samvirke er regnskapsstatistikk for ikke-finansielle aksjeselskap og for bedrifts- og foretaksregister*. Mottatt fra Hieu Minh Tran, 04.09.13.
- SSB (2013). *Prisoppdatering*. Fra Simen Sæterdal, 01.08.2013.
- SSB (2013). *Sysselsatte etter næring og utdanningsnivå*. Datafil mottatt fra Pål Nordby, 26.06.2013.
- SSB (2013). *Sysselsatte etter næring, utdanningsnivå og landbakgrunn*. Datafil mottatt fra Pål Nordby, 18.09.2013.
- SSB (2013). *Tabell 04882: Utgift per husholdning per år, etter vare- og tjenestegruppe. Siste års priser*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=UtgHusholdn01&KortNavnWeb=fbu&PLanguage=0&checked=true>. 25.09.2013.
- SSB (2013). *Tabell 08674: Industri. Nøkkeltall for ikke-finansielle aksjeselskaper (F)*. Hentet fra: <http://statbank.ssb.no/statistikkbanken>. 19.06.2013.
- SSB (2013). *Tabell 08809: Utenrikshandel med varer, etter varegruppe (en- og tosifret SITC) og land/handelsområdet/verdensdel*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=UhArSiteLand&KortNavnWeb=muh&PLanguage=0&checked=true>. 18.09. 2013.
- SSB (2013). *Tabell 09172: Konsum husholdninger*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=NRKonsumHus&KortNavnWeb=nr&PLanguage=0&checked=true>. 25.09.2013.
- SSB (2013). *Tabell 09174: Lønn, sysselsetting og produktivitet, etter næring*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=NRLonnSyssel&KortNavnWeb=nr&PLanguage=0&checked=true>. 16.08.2013.
- SSB (2013). *Tabell 09181: Investeringer og kapitalbeholdninger, etter art og næring*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=NRInvestKapital&KortNavnWeb=nr&PLanguage=0&checked=true>. 16.08.2013.
- SSB (2013). *Tabell: 07963: Kostnader til egenutført FoU-virksomhet i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007) (mill. kr)*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=FoUKostNaring2&KortNavnWeb=foun&PLanguage=0&checked=true>. 05.07.2013.
- SSB (2013). *Tabell: 07964: FoU-personale og FoU-årsverk i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007)*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=FoUPersNaring2&KortNavnWeb=foun&PLanguage=0&checked=true>. 05.07.2013.
- SSB (2013). *Tabell: 07965: Finansiering av egenutført FoU i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007) (mill. kr)*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=FoUFinansNaring2&KortNavnWeb=foun&PLanguage=0&checked=true>. 05.07.2013.
- SSB (2013). *Tabell: 07966: Innkjøpte FoU-tjenester i næringslivet, etter detaljert næring (SN2007) (mill. kr)*. Hentet fra:
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=FoUInnkjNaring2&KortNavnWeb=foun&PLanguage=0&checked=true>. 05.07.2013.
- SSB (2013). *Utenrikshandelsstatistikken 2013*. Datafil mottatt fra SSB, 17.01.2013.

- SSB (2013). *Utenriksøkonomi. Tabell 06601. Direkte investeringer i Norge. Balanseposter, etter næring (mill.kr.)*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=UtlLandInvest03&KortNavnWeb=di&PLanguage=0&checked=true>. 18.09.2013.
- SSB (2013). *Økonomiske analyse, Konjunkturtendensene 3/2013*.
- TaylorWessing (2013). *The Grocery Code Adjudicator Act 2013*. Hentet fra: <http://www.taylorwessing.com/news-insights/details/the-grocery-code-adjudicator-act-2013-2013-06-26.html>. 19.06.2013.
- TINE (2012). *Årsrapport 2012, melk og myter*.
- TINE (2013). *Norske priser*. Datafil mottatt av Åge Klafstad, 04.01.2013.
- Toll- og avgiftsdirektoratet (2013). *Særavgifter på nærings- og nytelsesmidler*. Hentet fra: http://www.toll.no/templates_TAD/MainTopic.aspx?id=256070&epslanguage=no. 01.08.2013.
- Toll- og avgiftsdirektoratet (2013). *Tolltariffen 2013, avsnitt 1, kapittel 4*. Hentet fra: http://www.toll.no/templates_TAD/Tolltariffen/StartPage.aspx?id=256229&epslanguage=no. 26.09.2013.
- Tollvesenet (2008). *GSP-Generelle tollpreferanser for import av varer fra utviklingsland*. Hentet fra: http://www.toll.no/templates_TAD/Article.aspx?id=118824&epslanguage=NO&parentid=66246. 16.08.2011.
- Tollvesenet (2009). *Utenlands bearbeiding av landbruksvarer*. Hentet fra: <http://www.toll.no>. 22.02.2009.
- Tollvesenet (2013). *GSP- handel med U-land*. http://www.toll.no/templates_TAD/Article.aspx?id=267309&epslanguage=no. 19.09.2013.
- Tollvesenet (2013). Hentet fra: http://www.toll.no/templates_TAD/Article.aspx?id=267309&epslanguage=no. 19.08.2013.
- USDA (2012). *GAIN Report*. Hentet fra: http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Dairy%20and%20Products%20Annual_Warsaw_EU-27_10-11-2012.pdf.
- Utenriksdepartementet (1995). Hentet fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/nou-er/1995/nou-1995-5/17/2.html?id=427424>. 19.09.2013.
- Utenriksdepartementet (2013). *Arbeidsprogram for EU/EØS-saker 2013*. Hentet fra: <http://www.regjeringen.no/pages/684347/Arbeidsprogram.pdf>. 19.09.2013.

Vedlegg

Vedlegg 1: Bransje- og næringsinndeling

Tabellen nedenfor viser hvordan rapporten definerer de ulike bransjene innenfor matindustrien etter gammel og ny NACE.

Næringsgrupper (NACE 2007)	Næringsgrupper (NACE 2002)
10-33 Industri	15-37 Industri
10 Produksjon av nærings- og nytelsesmidler (MATINDUSTRIEN)	15 Produksjon av nærings- og nytelsesmidler (MATINDUSTRIEN)
Kjøttvarer	Kjøttvarer
10.110 Bearbeiding og konservering av kjøtt	15.110 Slaktning, produksjon og konservering av kjøtt
10.120 Bearbeiding og konservering av fjørfekjøtt	15.120 Slaktning, produksjon og konservering av fjørfekjøtt
10.130 Produksjon av kjøtt- og fjørfevarer	15.120 Slaktning, produksjon og konservering av fjørfekjøtt
	15.130 Produksjon av kjøtt- og fjørfevarer
Fiskevarer	Fiskevarer
10.201 Produksjon av saltfisk, tørrfisk og klippfisk	15.201 Produksjon av saltfisk, tørrfisk og klippfisk
10.202 Frysing av fisk, fiskefileter, skalldyr og bløtdyr	15.202 Frysing av fisk, fiskefileter, skalldyr og bløtdyr
10.203 Produksjon av fiskehermetikk	15.203 Produksjon av fiskehermetikk
10.209 Bearbeiding og konservering av fisk og fiskevarer ellers	15.209 Bearbeiding og konservering av fisk og fiskevarer ellers
Potetindustri	Potetindustri
10.310 Bearbeiding og konservering av poteter	15.310 Bearbeiding og konservering av poteter
Konserves	Konserves
10.320 Produksjon av juice av frukt og grønnsaker	15.320 Produksjon av juice av frukt og grønnsaker
10.390 Bearbeiding og konservering av frukt og grønnsaker ellers	15.330 Bearbeiding og konservering av frukt og grønnsaker ellers
Olje og fett	Olje og fett
10.411 Produksjon av rå fiskeoljer og fett	15.411 Produksjon av rå fiskeoljer og fett
10.412 Produksjon av andre uraffinerte oljer og fett	15.419 Produksjon av andre uraffinerte oljer og fett
10.413 Produksjon av raffinerte oljer og fett	15.421 Produksjon av animalske oljer og fett
10.420 Produksjon av margarin og lignende spiselige fettstoffer	15.422 Produksjon av vegetabiliske oljer og fett
	15.430 Produksjon av margarin og lignende spiselige fettstoffer
Meierivarer	Meierivarer
10.510 Produksjon av meierivarer	15.510 Produksjon av meierivarer
10.520 Produksjon av iskrem	15.520 Produksjon av iskrem
Kornvarer	Kornvarer
10.610 Produksjon av kornvarer	15.610 Produksjon av kornvarer
10.620 Produksjon av stivelse og stivelsesprodukter	15.620 Produksjon av stivelse og stivelsesprodukter
Bakervarer	Bakervarer
10.710 Produksjon av brød og ferske konditorvarer	15.810 Produksjon av brød og ferske konditorvarer
10.720 Produksjon av kavringer, kjeks og konserverte konditorvarer	15.820 Produksjon av kavringer og kjeks og konserverte konditorvarer
10.730 Produksjon av makaroni, nudler, couscous og lignende pastavarer	15.850 Produksjon av pastavarer
Sjokolade og sukkervarer	Sjokolade og sukkervarer
10.810 Produksjon av sukker	15.830 Produksjon av sukker
10.820 Produksjon av kakao, sjokolade og sukkervarer	15.840 Produksjon av kakao, sjokolade og sukkervarer
Øvrige næringsmidler	Øvrige næringsmidler
10.830 Bearbeiding av te og kaffe	10.830 Bearbeiding av te og kaffe
10.840 Produksjon av smakstilsetningsstoffer og krydderier	10.840 Produksjon av smakstilsetningsstoffer og krydderier
10.850 Produksjon av ferdigmat	10.850 Produksjon av ferdigmat
10.860 Produksjon av homogeniserte matprodukter og diettmat	10.860 Produksjon av homogeniserte matprodukter og diettmat
10.890 Produksjon av næringsmidler ikke nevnt annet sted	10.890 Produksjon av næringsmidler ikke nevnt annet sted
Dyrefôr	Dyrefôr
10.910 Produksjon av fôrvarer til husdyrhold	15.710 Produksjon av fôr til husdyrhold
10.920 Produksjon av fôrvarer til kjæledyr	15.720 Produksjon av fôr til kjæledyr
Drikkevarer	Drikkevarer
11.010 Destillering, rektifisering og blanding av sprit	15.910 Produksjon av destillerte alkoholholdige drikkevarer
11.030 Produksjon av sider og annen fruktvin	15.920 Produksjon av etylalkohol av gjærede råvarer
11.040 Produksjon av andre ikke-destillerte gjærede drikkevarer	15.940 Produksjon av sider og annen fruktvin
11.050 Produksjon av øl	15.950 Produksjon av andre ikke-destillerte gjærede drikkevarer
11.060 Produksjon av malt	15.960 Produksjon av øl
11.070 Produksjon av mineralvann, leskedrikker og annet vann på flaske	15.970 Produksjon av malt
	15.980 Produksjon av mineralvann og leskedrikker

Vedlegg 2: Fylkesvis fordeling av sysselsatte

Fordeling av sysselsatte og sysselsatte per bransje per fylke i 2011, absolutt og i prosent av totalt antall sysselsatte i bransjen

	Landet	Østfold	Akershus	Oslo	Hedmark	Oppland	Buskerud	Vestfold	Telemark	Aust-Agder	Vest-Agder
Industri	228 456	16 360	13 347	13 498	8 169	8 253	16 769	12 902	8 645	5 394	11 890
%	100	7	6	6	4	4	7	6	4	2	5
Matindustrien	47 319	3 665	3 138	4 476	2 308	1 487	1 314	2 664	572	502	1 111
%	100	8	7	9	5	3	3	6	1	1	2
Kjøtt og kjøttvarer	10 981	1 788	521	489	927	384	309	1 251	13	26	148
%	100	16	5	4	8	3	3	11	0	0	1
Fisk og fiskevarer	9 187	77	0	30	85	27	19	126	9	19	66
%	100	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
Potet	616	26	0	113	143	180	0	13	0	0	34
%	100	4	0	18	23	29	0	2	0	0	6
Konserver	832	102	66	15	53	7	190	182	0	54	1
%	100	12	8	2	6	1	23	22	0	6	0
Vegetabiliske og animalske oljer og fett	582	153	4	73	0	0	0	0	0	0	0
%	100	26	1	13	0	0	0	0	0	0	0
Meierivarer og iskrem	6 498	88	375	1426	426	425	11	163	120	16	322
%	100	1	6	22	7	7	0	3	2	0	5
Kornvarebransjen	742	94	106	79	34	24	15	27	34	4	0
%	100	13	14	11	5	3	2	4	5	1	0
Bakervarer	7 520	630	364	900	232	360	453	407	277	189	318
%	100	8	5	12	3	5	6	5	4	3	4
Sjokolade- og sukkervarebransjen	1 085	181	28	427	1	9	0	7	3	4	2
%	100	17	3	39	0	1	0	1	0	0	0
Øvrige næringsmidler	2 897	219	103	515	127	2	158	164	24	11	65
%	100	8	4	18	4	0	5	6	1	0	2
Dyrefôr	2 058	156	54	13	181	59	17	62	0	0	11
%	100	8	3	1	9	3	1	3	0	0	1
Drikkevarer	4 318	151	1 517	396	99	10	142	262	92	179	144
%	100	3	35	9	2	0	3	6	2	4	3

	Rogaland	Hordaland	Sogn og Fjordane	Møre og Romsdal	Sør-Trøndelag	Nord-Trøndelag	Nordland	Troms	Finmark
Industri	25 284	24 859	7 310	20 590	12 137	6 349	9 745	4 104	2 488
%	11	11	3	9	5	3	4	2	1
Matindustrien	4 907	4 363	1 818	3 404	3 930	1 492	2 940	2 037	1 188
%	10	9	4	7	8	3	6	4	3
Kjøtt og kjøttvarer	1 803	247	630	352	1 041	382	296	305	69
%	16	2	6	3	9	3	3	3	1
Fisk og fiskevarer	476	989	550	1723	864	346	1987	857	937
%	5	11	6	19	9	4	22	9	10
Potetbransjen	18	0	3	12	14	45	0	15	0
%	3	0	0	2	2	7	0	2	0
Konserver	51	7	41	5	1	56	0	1	0
%	6	1	5	1	0	7	0	0	0
Vegetabilske og animalske oljer og fett	28	10	26	185	1	0	56	23	23
%	5	2	4	32	0	0	10	4	4
Meierivarer og iskrem	787	586	202	364	626	144	78	303	36
%	12	9	3	6	10	2	1	5	1
Kornvarebransjen	63	196	0	5	51	10	0	0	0
%	8	26	0	1	7	1	0	0	0
Bakervarer	811	658	132	463	406	343	261	211	105
%	11	9	2	6	5	5	3	3	1
Sjokolade- og sukkervarebransjen	22	4	0	3	390	0	2	2	0
%	2	0	0	0	36	0	0	0	0
Øvrige næringsmidler	186	1064	2	42	75	66	2	56	16
%	6	37	0	1	3	2	0	2	1
Dyrefôr	516	150	120	153	178	94	204	90	0
%	25	7	6	7	9	5	10	4	0
Drikkevarer	146	452	112	97	283	6	54	174	2
%	3	10	3	2	7	0	1	4	0

Vedlegg 3: Internasjonal handel

Handelsstatistikken er basert på datafil fra SSB, som angir import- og eksportverdi, fordelt etter varenummer og land. Bransjeinndelingen som benyttes er basert på ny næringsinndeling f.o.m. 2009 (NACE 2007), og er avgrenset til industrinæringene 10,11 og 12. Korrelasjonsmatrisen CPA 2008-CN 2012 er benyttet for å definere ulike varenummer under «tilhørende» næringsgrupper. Som følge av praksis om offentliggjøring av data ihht. statistikklovens § 2-6 vil det kunne forekomme handel av varer utover det som fremkommer i denne rapporten. Matvarer som er knyttet til andre næringer enn de som fremkommer av vedlegg 1, inngår ikke i tallene som presenteres i denne rapporten med mindre dette er nevnt. For eksempel inngår ikke handel av bl.a. levende dyr, frisk frukt og frisk- frukt/grønnsaker, fersk/kjølt fisk, div sjømat, egg, matpoteter, korn, soyabønner m.m. i og med at dette er varer som er knyttet til andre næringer.

Kodeliste for land:

AU	Australia	NA	Namibia
BE	Belgia	NL	Nederland
BR	Brasil	PE	Peru
CA	Canada	RU	Russland
CN	Kina	SE	Sverige
CR	Costa Rica	TH	Thailand
DE	Tyskland	US	USA
DK	Danmark	UY	Uruguay
EC	Ecuador		
ES	Spania		
FI	Finland		
FR	Frankrike		
GB	Storbritannia		
HK	Hong Kong		
IE	Irland		
IS	Island		
IT	Italia		
JP	Japan		

Import i 2012, fordelt på varegrupper

Import i 1000 NOK	1995	2000	2005	2010	2011	2012
Kjøtt og kjøttvarer	412 083	439 365	868 274	813 425	1 146 307	1 594 989
Fisk og fiskevarer	1 663 477	3 510 214	3 056 320	4 489 614	4 787 346	4 950 633
Potetindustri	33 024	45 258	59 140	51 092	55 439	60 035
Konserves	888 606	1 182 178	1 266 741	1 754 365	2 075 896	2 667 056
Olje og fett	681 559	952 989	2 199 120	3 906 088	5 217 811	5 824 469
Meierivarer	207 058	250 767	441 290	667 196	797 294	822 576
Kornvarer	442 443	811 687	1 012 405	1 689 410	1 854 912	2 005 077
Bakervarer	547 016	925 441	1 469 953	2 124 231	2 225 887	2 425 842
Sjokolade- og sukkervarer	1 541 601	1 653 067	1 921 668	2 635 532	2 754 975	1 904 081
Øvrige næringsmidler	1 009 650	1 402 872	1 859 988	4 256 227	4 663 614	5 132 852
Fôr	492 993	573 858	652 599	1 101 716	1 208 286	1 277 490
Drikkevarer	1 071 137	1 828 253	2 732 847	3 942 057	4 312 164	4 465 039
Tobakk	305 167	329 327	566 529	912 158	1 043 326	1 664 800
Totalt	9 295 813	13 905 275	18 106 875	28 343 111	32 143 256	35 631 225
Totalt uten fisk	7 632 337	10 395 060	15 050 555	23 853 497	27 355 910	30 680 592
Fisk andel av importen	17,9 %	25,2 %	16,9 %	15,8 %	14,9 %	13,9 %

Eksport i 2012, fordelt på varegrupper

Eksport i 1000 NOK	1995	2000	2005	2010	2011	2012
Kjøtt og kjøttvarer	303 213	358 932	430 826	415 655	470 105	475 151
Fisk og fiskevarer	13 617 905	20 684 146	19 298 339	26 449 417	27 242 054	24 905 946
Potetindustri	38 131	18 860	31 297	4 018	3 677	3 813
Konserves	23 616	20 917	60 456	95 273	74 744	87 955
Olje og fett	550 249	693 586	878 163	1 621 398	1 771 474	1 967 431
Meierivarer	587 019	731 594	661 337	630 810	605 268	586 379
Kornvarer	13 174	18 239	24 758	30 492	50 236	64 087
Bakervarer	214 574	155 610	169 220	185 509	186 598	174 772
Sjokolade- og sukkervarer	354 235	361 529	339 307	292 121	246 394	288 623
Øvrige næringsmidler	208 981	174 629	261 197	514 956	627 129	602 466
Fôr	252 305	471 795	232 001	241 962	328 938	494 302
Drikkevarer	92 845	160 217	387 391	479 420	498 386	611 097
Tobakk	37 560	50 328	93 474	2 234	4 007	4 201
Totalt	16 293 808	23 900 382	22 867 766	30 963 263	32 109 009	30 267 917
Totalt uten fisk	2 675 903	3 216 236	3 569 428	4 513 846	4 866 955	5 361 971
Fisk andel av importen	83,6 %	86,5 %	84,4 %	85,4 %	84,8 %	82,3 %

Import og eksport i 2012, fordelt på de tre største landene

Import 1000 NOK		Eksport 1000 NOK	
Kjøtt og kjøttvarer		Kjøtt og kjøttvarer	
DE	413 577	DK	94 322
NA	214 811	IT	91 671
DK	189 614	BE	40 266
Øvrige	776 987	Øvrige	248 892
Sum	1 594 989	Sum	475 151
Fisk og fiskevarer		Fisk og fiskevarer	
PE	949 751	CN	1 794 399
DK	830 389	SE	1 620 244
IS	742 826	PT	1 613 245
Øvrige	2 427 667	Øvrige	19 878 058
Sum	4 950 633	Sum	24 905 946
Potetindustri		Potetindustri	
ES	14 640	SE	1 893
NL	11 009	IS	1 174
GB	8 474	DK	298
Øvrige	25 911	Øvrige	449
Sum	60 035	Sum	3 813
Konserves		Konserves	
US	324 735	SE	58 983
EC	213 983	DK	10 344
CR	206 497	IE	4 481
Øvrig	1 921 841	Øvrige	14 147
Sum	2 667 056	Sum	87 955
Olje og fett		Olje og fett	
PE	1 030 174	SE	608 877
SE	675 941	NL	253 156
DK	561 840	US	183 872
Øvrig	3 556 513	Øvrige	921 527
Sum	5 824 469	Sum	1 967 431

Meierivarer		Meierivarer	
DK	285 274	US	237 398
FR	182 758	AU	97 716
DE	71 956	CA	84 854
Øvrige	282 588	Øvrige	166 411
Sum	822 576	Sum	586 379
Kornvarer		Kornvarer	
CN	395 243	SE	18 981
DE	270 153	US	16 846
BE	246 937	DK	12 011
Øvrige	1 092 744	Øvrige	16 249
Sum	2 005 077	Sum	64 087
Bakervarer		Bakervarer	
SE	875 880	DK	45 210
DK	253 379	SE	42 773
DE	252 923	FI	34 713
Øvrige	1 043 660	Øvrige	52 075
Sum	2 425 842	Sum	174 772
Sjokolade- og sukkervarer		Sjokolade- og sukkervarer	
SE	425 266	SE	156 158
NL	291 735	DE	51 315
BE	232 121	DK	45 401
Øvrige	954 958	Øvrige	35 749
Sum	1 904 081	Sum	288 623

Øvrige næringsmidler (omfatter næring 10.83-10.86 og 10.89, der kun næring 10.89 er fordelt på land)		Øvrige næringsmidler (omfatter næring 10.83-10.86 og 10.89, der kun næring 10.89 er fordelt på land)	
BR	1 903 465	SE	117 940
DK	254 970	JP	110 421
SE	254 392	US	84 131
Øvrige land 10.89	962 716	Øvrige land 10.89	221 438
Sum næring 10.83	743 230	Sum næring 10.83	29 743
Sum næring 10.84	766 204	Sum næring 10.84	29 566
Sum næring 10.85	131 969	Sum næring 10.85	4 516
Sum næring 10.86	115 906	Sum næring 10.86	4 711
Sum næring 10.89	3 375 544	Sum næring 10.89	533 930
Sum	5 132 852	Sum	602 466
Fôr		Fôr	
DK	293 106	RU	261 161
NL	196 112	DK	146 389
SE	144 626	SE	35 317
Øvrige	643 646	Øvrige	51 434
Sum	1 277 490	Sum	494 302
Drikkevarer		Drikkevarer	
FR	1 011 084	US	228 715
IT	883 735	DE	120 284
DE	352 391	SE	100 267
Øvrige	2 217 830	Øvrige	161 831
Sum	4 465 039	Sum	611 097
Tobakk		Tobakk	
SE	822 705	DK	1 167
DK	364 902	DE	1 112
LT	202 383	HK	619
Øvrige	274 809	Øvrige	1 302
Sum	1 664 800	Sum	4 201
Totalt	35 631 225	Totalsum	30 267 917
Totalt uten fisk	30 680 592	Totalt uten fisk	5 361 971
Fisk andel av importen	13,9 %	Fisk andel av eksporten	82,3 %

Vedlegg 4: Om forslag til ny WTO-avtale

Nedenfor oppsummeres kort de viktigste punktene fra det siste utkastet til avtaletekst på landbruk, ble lagt frem i desember 2008. Dette dokumentet står fortsatt som et grunnlag for den videre forhandlingsprosessen.²⁸³

Eksportsubsidier

Alle former for eksportsubsidier skal avvikles innen utgangen av 2013 under forutsetning av at det foreligger en WTO avtale innen den tid. Kriteriene for hvordan andre former for eksportstøtte, for eksempel eksportkreditter, statshandelsforetak og matvarehjelp skal behandles, må man bli enige om. Sett med norske myndigheters øyne skaper forbudet mot bruk av eksportstøtte først og fremst utfordringer for eksport av meieriprodukter, og da særlig ost.

Markedsadgang

Med en ny WTO-avtale vil de høyeste tollsatsene bli redusert mest. I tillegg kommer effekten av et maksimalt tolltak på 100 prosent. For Norges del vil de fleste (viktige) varer havne i gruppen med høyest tollreduksjon. Det er foreslått at reduksjonen skal skje med like steg over fem år. For å komme land som ønsker å opprettholde høye tollsatter i møte, er det innført begrepet «sensitive produkter». For et sensitivt produkt er tollreduksjonen er mindre enn den generelle tollreduksjonen. Til gjengjeld må det innføres nye importkvoter for et sensitivt produkt. I utgangspunkt kan 4 prosent av tollinjene defineres som «sensitive». Dersom et land imidlertid har over 30 prosent av tollinjene i det øverste båndet, kan andelen sensitive produkter økes med to prosentpoeng, mot betaling i form av økte tollfrie kvoter. Norge kan (sammen med Sveits og Island) derfor definere 6 prosent av alle tollinjer som sensitive produkter som vil få lavere tollreduksjon. For sensitive produkter vil tollreduksjonen kunne bli 23,3 prosent dersom eksisterende tollsats er på mer enn 75 prosent. For Norge vil sensitive produkter for eksempel kunne være kjøtt, ost, egg og enkelte varer innenfor grøntsektoren. Samtidig skal det etableres importkvoter for disse produktene. Norge må øke sine importkvoter med 0,5 prosent for å unngå tak på 100 prosent på sensitive produkter/tollinjer og delvis med ytterligere 0,5 prosent for økningen fra 4 til 6 prosent sensitive produkter/tollinjer. Norge får i hovedsak nye importkvoter for 5 prosent av forbruket av de aktuelle sensitive produkter/tollinjer.

Japan og Canada har varslet at de ikke kan akseptere fire prosent sensitive produkter/tollinjer. De krever hhv 8 prosent og 6 prosent tollinjer som sensitive.

²⁸³ Meld. St. 9 (2011–2012), hentet fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/dok/regpubl/stmeld/2011-2012/meld-st-9-20112012/5/2/2.html?id=665058#>, 19.09.2013.

Tabell 1

Tollreduksjoner for ikke sensitive produkter i WTO

Eksisterende tollsats	Reduksjon
< 20 %	50 %
20– 50 %	57 %
50–75 %	64 %
> 75 %	70 %

Tolleskalering

Tolleskalering betyr at tollsatsen øker med produktets bearbeiding. Et sentralt krav i WTO er at slik tolleskalering må reduseres eller fjernes av hensyn til u-landene. Tolleskaleringen er blitt et viktig ankepunkt for u-land, og de mener industri-landene stenger dem ute fra ferdigvaremarkedene. Bak tolleskaleringen ligger som oftest hensynet til landets kostnadsnivå, statlige inntekter og beskyttelse av landets arbeidstakere. I revidert utkast til avtale i 2008 er det foreslått at tollsatsene for de bearbeidede landbruksvarene skal reduseres ytterligere med en faktor utover tollkuttet i råvarene. Det skal ikke være tolleskalering for produkter definert som sensitive. Tolltaket på 100 prosent for ikke sensitive produkter vil ha mye av den samme effekten som tolleskalering i form av et ekstra tollkutt.

Internstøtte

Internstøtte (Overall Trade Distorting Support, OTDS) inkluderer gul støtte (AMS), de minimis (gul støtte i de tilfeller prisstøtten ikke utgjør mer enn 5 prosent av produksjonsverdien) og blå støtte. Taket for slik støtte vil for Norges del bli ca. 9,5 mrd. NOK.

Medlemslandene skal inndeles i tre grupper (eller «bånd» i WTO-terminologi) etter hvor høyt internt støttenivå de har, og de land med høyest absolutt støttenivå skal kutte sin interne støtte mest. EU havner i det øverste båndet, USA og Japan i det neste og alle andre industriland i det siste båndet. Samtidig er man enige om at land i det tredje båndet som har høyt relativt støttenivå, som for eksempel Norge, skal ta noe høyere kutt i AMS. Kuttet i det tredje båndet skal være på 45 prosent, men for Norges del vil det bli på 52,5 prosent fordi vi har et høyt relativt støttenivå. Dette gir en ny øvre grense for AMS på 5,438 mrd. NOK for Norge. Den samlede støtten skal reduseres med 25 prosent det første året avtalen gjelder for. Det skal videre etableres produktspesifikke tak for gul støtte.

For blå støtte forutsetter rammeverket at det skal settes et tak for slik støtte på maksimalt 2,5 prosent av produksjonsverdien. Rammeverket åpner imidlertid for at land som har en spesielt stor andel av sin støtte i denne kategorien, kan få unntak. For Norge betyr dette at blå boks må reduseres med samme prosent som AMS (52,5 %). Dette vil gi et klart høyere tak enn en grense på 2,5 prosent. Øvre tak for blå støtte for Norge blir etter dette 3,560 mrd. NOK.

For ikke-handelsvridende støtte (grønn støtte) som for eksempel miljøtiltak, forskningsmidler og velferdsordninger, legges det ikke opp til noen øvre begrensninger, men kriteriene for slik støtte er gjennomgått for å sikre at støtten har minimale effekter på produksjon og handel. Her er regelverket foreslått endret uten at dette får særlige følger for Norges muligheter til å benytte seg av denne typen støtte.

De minst utviklede landene (MUL) skal ifølge gjeldende WTO-avtale gis toll- og kvotefrihet for minst 97 prosent av alle sine varer inn til i-landenes markeder. Norge har allerede implementert dette for alle varer. Tollfriheten skal også kunne gjelde for mer utviklede u-land dersom det er ønskelig å gi tilsvarende betingelser.

Tollforenkling

Tollforenkling er ett av de ti uavklarte spørsmålene i teksten. I dag har Norge dobbelt sett tollsatser for 48 prosent av tollinjene, dvs. både kronetoll og prosenttoll. Videre har vi 0-toll for 25 prosent av tollinjene (varer vi ikke produserer selv), 7 prosent med ren prosenttoll og 20 prosent med ren spesifikk tollsats. I jordbruksoppgjøret 2010 ble anvendt tollsats for melk lagt om fra kronetoll til prosenttoll da det ga bedre beskyttelse.

Det er foreslått i teksten fra desember 2008 at et land bare kan beholde 10 prosent av tollinjene med annet enn kun prosenttoll.

Vedlegg 5: Tollkvoter omfattet av tollkvoteforskriften²⁸⁴

Kvotene gjelder for de produkter som var omfattet av de varenummer i tolltariffen som gjaldt ved iverksettelsen av forskriften.

Eventuelle endringer i tolltariffens varenummer medfører ingen endringer i hvilke produkter som kan importeres innenfor kvotene. Tollsatsen som fremgår av kolonne III er det som er avtalt ved avtaleinngåelse. I tillegg er det inngått frihandelsavtaler som kan åpne for import til lavere tollsats enn det som fremkommer av kolonnen. Dette vil fremkomme i informasjon fra SLF i forkant av fordeling.

<i>I</i> <i>Produkt</i>	<i>II</i> <i>Tolltariffens varenummer</i>	<i>III</i> <i>Tollsats (kr/kg)</i>	<i>IV</i> <i>Mengde (tonn)</i>	<i>V</i> <i>Kvoteperiode</i>	<i>VI</i> <i>Import- land</i>	<i>VII</i> <i>Fordeling</i>	<i>VIII</i> <i>Avtale</i>	<i>IX</i> <i>Note</i>
Islandshest	01.01.2100/.2901/ .2909	Tollfritt	200 stk.	Kalenderåret	Island	S	EØS- avtalen	
Levende rein til slakt og kjøtt av rein, hele/halve skrotter	01.06.1910/ 02.08.9021			1.10–30.6	Alle land	A1		1
Kjøtt til messer og lignende	Kap. 2 og 16	2,40	35	Kalenderåret	WTO	S	WTO- avtalen	
Kjøtt av storfe	Pos. 02.01. og 02.02.	Tollfritt	500	Kalenderåret	Namibia og Botswana	A2	WTO- avtalen/ frihandels- avtaler	2
Kjøtt av storfe	02.01.1000/.2001/ .2002/.2003/ .2004/ 02.02.1000/.2001/ .2002/.2003/ .2004	Tollfritt	900	Kalenderåret	EU	A2	EØS- avtalen (2010)	
Kjøtt av storfe	02.02.1000/.2001/ .2002/.2003/ .2004 02.02.2008 02.02.3001/.3009	9,11 18,75 33,60	1 084	Kalenderåret	WTO	A2	WTO- avtalen	2
Kjøtt av svin	02.03.1101/.2101	Tollfritt	600	Kalenderåret	EU	A2	EØS- avtalen (2010)	

²⁸⁴ Lovdata (2013), hentet fra: <http://www.lovdata.no/cgi-wift/ldles?doc=/sf/sf-20081010-1132.html#map007>, 19.09.2013.

Kjøtt av svin	02.03.2101	6,96	1 381	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Kjøtt av sauer eller geiter	02.04.1000/.3000 02.04.2100/.4100 02.04.2200/.4200 02.04.4300 02.04.5000	12,23 9,09 32,10 28,97 14,01	206	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	2
Lever av svin	02.06.4100	5,00	350	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Kjøtt av høns og kalkuner	02.07.1100/.1200/.2400/.2500	Tollfritt	800	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalen (2010)	
Kjøtt av høns	02.07.1200	7,26	221	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Kjøtt av kalkun	02.07.2500	7,75	221	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Kjøtt av ender, gjess og perlehøns	02.07.4200	13,67	221	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Bryst av ender	Ex. 02.07.4401	30,00	100	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalen (2010)	
Kjøtt av annet vilt	02.03.1109/.1209/.1909/.2109/.2209/.2909 02.08.1000/.9030/.9094/ ex.9099	0,60	250	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen/ frihandels-avtaler	
Kjøtt av elg	02.08.9043/.9044/.9045	0,60	100	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen/ frihandels-avtaler	3
Kjøtt av hjort	02.08.9046/.9047/.9048	0,60	200	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen/ frihandels-avtaler	3
Skinker, bøger og stykker derav	02.10.1101	Tollfritt	400	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Smør	04.05.1000	3,32	575	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Ost	04.06.	Tollfritt	4 500	Kalenderåret	EU	H	EØS-avtalens art. 19 (2003)	
Ost	04.06.	Tollfritt	2 700	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19	

							(2010)	
Ost	04.06.	Tollfritt	90	Kalenderåret	EFTA	A2	Avtale med EFTA	
Hønseegg	04.07.1100/.2100 Ex 04.07.9000	Tollfritt	290	Kalenderåret	EU	A2	Avtale med EF	
Hønseegg	04.07.2100	3,78	1 295	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Honning	04.09.0000	Tollfritt	192	Kalenderåret	GSP	A2		4
Blodpulver	05.11.9911	Tollfritt	350	Kalenderåret	EU	A2	Avtale med EF og EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Matpoteter	07.01.9022	Tollfritt	2 500	1.4–14.5	EU	A4	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Matpoteter	Ex. 07.01.9028	Tollfritt	1 310	1.12–14.5	Egypt	A3	Frihandelsavtale	5
Hvitkål	07.04.9013/.9020	1,43	134	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Rødkål	07.04.9040	0,72	134	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	
Issalat, herunder isbergsalat, til industriformål	07.05.1112/.1119	Tollfritt	400	1.3–31.5	EU	A4	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Issalat, herunder isbergsalat, til industriformål	07.05.1112/.1122	Tollfritt	600	1.3–30.11	EU	A4	EØS-avtalens art. 19 (2003)	
Erter	07.08.1000	Tollfritt	60	Kalenderåret	Egypt	A2	Frihandelsavtale	
Tørkede poteter	07.12.9011	Tollfritt	300	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003)	
Epler	Ex. 08.08.1011	Tollfritt	2 000	1.5.–31.7.	EU	A4	EØS-avtalens art. 19 (2003)	
Epler	Ex. 08.08.1011	0,03	7 000	1.5.–31.7.	WTO	A4	WTO-avtalen	
Epler	Ex. 08.08.1011	0,03	750	1.8.–30.11.	WTO	A4	WTO-avtalen	
Epler	Ex. 08.08.1011	0,03	250	1.11–30.11.	WTO	A4	WTO-avtalen	
Pærer	08.08.3020	0,02	250	11.8.–30.11.	WTO	A4	WTO-avtalen	
Jordbær, friske	08.10.1023/.1024	Tollfritt	300	9.6.–9.9.	EU	A4	EØS-avtalens art. 19	

							(2003)	
Kirsebær, midl. konserverte	08.12.1000	4,30	100	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003)	
Durumhvete, til pasta-produksjon	10.01.1900	Tollfritt	5 000	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Durum hvete til pasta-produksjon	10.01.1900	Tollfritt	10 000	Kalenderåret	Canada og Ukraina	A2	Frihandels-avtale	
Høstrug, til såformål	Ex. 10.02.1000	Tollfritt	1 000	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Mais, til dyrefôr	10.05.9010	Tollfritt	10 000	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Gryn, grovt mel og pelleter av mais, til dyrefôr	11.03.1310	Tollfritt	10 000	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Matkorn	10.01.1900/.9900 10.02.9000 10.08.4000/.5000/.6000 10.08.9000			1.9.–31.8.	Alle land	A5		6, 7
Råvarer til kraftfôr	07.13.1001 10.01.9900 10.02.9000 10.03.9000 10.04.9000 10.05.9010 10.07.9010 11.03.1310 12.14.1000 15.20.0010 17.03.1010/.9010 23.02.1010/.3000/.4090 23.03.2010			1.9.–31.8.	Alle land	A5		6, 7
Oljefrø	12.01.9010 12.05.1010/.9010			01.09–31.08.	Alle land	A5		6, 7
Svingelfrø	12.09.2300	Tollfritt	75	Kalenderåret	EU	A2	Avtale med EF	
Svingelfrø til plenformål	12.09.2300	Tollfritt	400	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Engrappfrø	12.09.2400	Tollfritt	50	Kalenderåret	EU	A2	Avtale med	

							EF	
Engrappfrø til plenformål	12.09.2400	Tollfritt	200	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Raigrasfrø	12.09.2500	Tollfritt	700	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003)	
Høy	12.14.9091	Tollfritt	35 000	Kalenderåret	EU	A2	Avtale med WTO og EØS-avtalens art. 19 (2003)	
Høy	12.14.9091	Tollfritt	500	Kalenderåret	Andre land enn EU	A2	Avtale med WTO	
Pølser	16.01.0000	Tollfritt	400	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Kalkunrullade	16.02.3101	12,5 %	20	Kalenderåret	WTO	A2	WTO-avtalen	8
Hermetisk skinke av svin og tunge av storfé	Ex. 16.02.4100 Ex. 16.02.5009	Tollfritt	150	Kalenderåret	GSP	A2		4
Bacon Crisp	16.02.4910	Tollfritt	350	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Kjøttboller	16.02.5001	Tollfritt	200	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Corned beef	Ex. 16.02.5009	Tollfritt	200	Kalenderåret	GSP	A2		4, 9
Melasse til dyrefôr	17.03.1010 17.03.9010	Tollfritt	40 000	Kalenderåret	GSP	A2		4
Poteter, halvfabrikata til fremstilling av snacks	20.05.2091	Tollfritt	3 000	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Hermetiske erter, snittebønner og brekkbønner	20.05.4003/.4009 Ex. 20.05.5901	Tollfritt	350	Kalenderåret	GSP	A6		4
Hermetiske	Ex. 20.05.9909	Tollfritt	150	Kalenderåret	GSP	A6		4

grønnsaksblandinger								
Eplesaft også konsentrert, til industriformål	20.09.7100/.7900	Tollfritt	3 300	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2003 og 2010)	
Blåbærkonsentrat	Ex. 20.09.8999	Tollfritt	200	Kalenderåret	EU	A2	EØS-avtalens art. 19 (2010)	
Kattemat	23.09.1012	Tollfritt	1 000	Kalenderåret	Canada	A2	Frihandelsavtale	

S: Fordeling etter søknadstidspunkt jf. kapittel II i forskriften.

A1, A2, A3, A4, A5 og A6: Fordeling ved auksjon, jf. kapittel III i forskriften

H: Fordeling av tollkvote for ost, jf. kapittel V i forskriften.

Noter:

1. Tollsatsen fastsettes av Statens landbruksforvaltning, jf. forskrift 22. desember 2005 nr. 1723 om administrative tollnedsettelse for landbruksvarer § 23. Mengde fastsettes av Statens landbruksforvaltning i forkant av hver auksjon og beregnes i kilo hele og halve reinskrotter. Ved omregning til levende rein tilsvare et levende dyr gjennomsnittlig slaktevekt for importerte rein i foregående sesong.
2. Kvantum er kalkulert som kjøtt med bein. Ved omregning til kjøtt uten bein brukes en faktor på 1,33.
3. Kvantum er kalkulert som kjøtt med bein. Ved omregning til kjøtt uten bein brukes en faktor på 1,42.
4. Det generelle tollpreferansesystemet for utviklingsland (GSP).
5. Eventuell import betinges av at varene oppfyller gjeldende krav til plantehelse, jf. Mattilsynets regelverk om import av egyptiske poteter.
6. Tollsats fastsettes kvartalsvis, jf. forskrift 22. desember 2005 nr. 1723 om administrative tollnedsettelse for landbruksvarer § 22 fjerde ledd.
7. Mengde fastsettes av Statens landbruksforvaltning i forkant av hver auksjon.
8. Tollsats i prosent av verdi.
9. Import av 145 tonn av kvoten for corned beef kan i tillegg skje fra WTO-land til en tollsats på 12,5 %.
0. Endret ved forskrifter 31 aug 2009 nr. 1123, 1 juli 2011 nr. 753, 24 okt 2011 nr. 1041, 15 nov 2011 nr. 1111 (i kraft 1 jan 2012), 16 nov 2012 nr. 1100 (i kraft 1 jan 2013), 18 des 2012 nr. 1299 (i kraft 1 jan 2013).

Vedlegg 6: Avgifts- og tilskuddssatser²⁸⁵

Tobakksvarer

	2000	2004	2006	2008	2010	2012	2013
Sigarer (kr/100 g)	93	177	184	192	212	231	235
Sigaretter (kr/100 stk)	162	177	184	192	212	231	235
Røyketobakk og karv. Skråtobakk (kr/100 g)	112	177	184	192	212	231	235
Skråtobakk (kr/100 g)	53	57	59	68	82	93	95
Snus (kr/100 g)	53	57	59	68	82	93	95
Sigarettpapir og – hylser (kr/100 stk)	2,4	2,7	2,81	2,93	3,23	3,51	3,58

Sukker og sjokolade-/sukkervarer

kr/kg	2000	2004	2006	2008	2010	2012	2013
Sjokolade- og sukkeravgift	14,17	15,45	16,07	16,79	17,60	18,21	18,56
Sukkeravgift*	5,49	5,99	6,23	6,5	6,82	7,05	7,18

* Sukkeravgiften er i hovedsak lagt på sukker til forbruker

F.o.m. 1. januar 2001 ble tidligere avgiftssatser på kullsyrefrie og kullsyreholdige, alkoholfrie drikkevarer slått sammen.

Alkoholfrie drikkevarer

	2000	2004	2006	2008	2010	2012	2013
Drikkevarer (kr/l)	1,58	1,58	1,61	1,68	2,76	2,85	3,06
Kullsyre (kr/kg)*	63	64	65,12	–	–	–	–
Sirup for dispensertilvirkning (kr/l)	9,49	9,64	9,81	10,25	16,83	17,40	18,68

* Avgiften på kullsyre omfatter hjemmeproduksjon av mineralvann, hvor varen ikke er ment for salg

F.o.m. 1. januar 2000 ble avgift på øl og avgift på brennevin og vin erstattet med et vedtak om «Avgift på alkohol». Denne omfatter brennevin, vin og øl, samt avgift på essenser som innføres.

²⁸⁵ Hvis ikke annet er nevnt er avgiftssatsene hentet fra:

Toll og avgiftsdirektoratet (2013), *Avgifter og gebyrer 2013*, hentet fra:
http://www.toll.no/templates_TAD/MainSubject.aspx?id=47, 03.07.2013

Avgift på alkohol

	2001	2004	2006	2008	2010	2012	2013
– over 22 % alkohol (pr vol % og l)	7,04	5,54	5,64	5,89	6,18	6,72	6,85
– over 4,75 og under 22 % alkohol (pr vol % og l)	3,65	3,61	3,67	3,84	4,03	4,38	4,46
– over 3,75 til og med 4,75 % alkohol (kr/l)	16,4	16,2	16,5	17,2	18,0	19,6	19,96
– over 2,75 til og med 3,75 % alkohol (kr/l)	9,45	9,35	9,51	9,93	10,4	11,3	11,52
– over 0,7 til og med 2,75 % alkohol (kr/l)	2,51	2,47	2,51	2,63	2,76	3,0	3,06
– brennevinbasert drikk m/ styrke over 0,7 % (kr/l)	.	5,54	5,64	5,89	6,18	6,72	6,85

Satsen er flyttet til alkoholfrie f.o.m. 1. januar 2001

Grunn- og miljøavgift på drikkevareemballasje²⁸⁶

Kr/enhet	2000	2004	2006	2008	2010	2012	2013
Grunnavgift engangsemballasje	0,81	0,89	0,93	0,97	1,02	1,06	1,08
Miljøavgift							
Glass							
Ingen returandel	4	4,36	4,54	4,74	4,97	5,14	5,24
90 % returandel		0,43	0,45		0,49	0,51	0,52
Metall							
Ingen returandel	4	4,36	4,54	4,74	4,97	5,14	5,24
70 % returandel							1,57
Plast							
Ingen returandel	2,4	2,63	2,74	2,86	3,00	3,1	3,16
70 % returandel					0,81		
78 % returandel						0,68	
87 % returandel							0,41
Papp og papir							
Ingen returandel	1	1,09	1,13	1,18	1,24	1,28	1,30
Drikkekartong							
83 % returandel					0,28		
88 % returandel						0,15	
92 % returandel							0,10
Skolemilk							
Ingen returandel							1,30
93 % returandel					0,08	0,07	
95 % returandel							0

Statens forurensningstilsyn fastsetter returandelen for maksimalt et år om gangen, og returandelen varierer i hver periode.

²⁸⁶ Finansdepartementet (2013), *Avgiftssatser 2013*, http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/tema/skatter_og_avgifter/avgiftssatser-for-2013.html?id=704217, og Grønt punkt (2013), *Avgiftsbelagt drikkevareemballasje. Returandel, sats for miljøavgift og koder per 01.07.2013*, <http://www.grontpunkt.no/files/dmfile/Drikkevare-koder-milj-01072013.pdf>.

Forskningsavgift – kr per l/kg²⁸⁷

Produkt	2004	2006	2008	2010	2012	2013
Fjørfe						
And og gås	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Egg	0,04	0,05	0,05	0,06	0,065	0,07
Høns	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Kalkun	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Kylling	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Honning		0,35 %		0,35 %	0,35 %	0,35
Kjøtt						
Sau/lam	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Storfe/kalv	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Svinekjøtt	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Korn						
Korn	0,0054	0,0063	0,0072	0,0076	0,0078	0,0081
Oljefrø				0,0076		
Erter, lupiner og åkerbønner				0,0076		
Vegetabiler	0,30 %	0,35 %		0,35 %	0,35 %	
Melk						
Kumelk	0,01	0,013	0,014	0,0154	0,0166	0,0168
Geitmelk	0,01	0,013	0,014	0,0154	0,0166	0,0168
Vilt						
Rein	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Elg	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135
Hjort	0,10	0,11	0,12	0,13	0,135	0,135

Før pelsdyr/skinn ble det trukket 2,25 % av salgsværdien i omsetningsavgift i 2004 og 2005 og 1,0 % i 2006 og 2007.

Fra 2007 ble avgift for vegetabiler og honning innkrevd av Mattilsynet.

Arbeidsgiveravgift – fordelt på soner, i prosent²⁸⁸

	2000	2004	2008	2010	2012	2013
Sone I	14,1	14,1	14,1	14,1	14,1	14,1
Sone Ia			10,6/14,1	10,6/14,1	10,6/ 14,1	10,6/14,1
Sone II	10,6	14,1	10,6	10,6	10,6	10,6
Sone III	6,4	8,3	6,4	6,4	6,4	6,4
Sone IV	5,1	7,3	5,1	5,1	5,1	5,1
SoneIVa			5,1/7,9	5,1/7,9	5,1/7,9	5,1/7,9
Sone V	0	0	0	0	0	0

Der tall er skilt med parentes gjelder følgende oppsett: landbruk og fiske / ordinære næringer

²⁸⁷ Statens landbruksforvaltning (2013). Omsetnings-, forsknings-, og overproduksjonsavgift 2013. Avgifter - gjeldende satser 2013. <https://www.slf.dep.no/no/produksjon-og-marked/melk/avgifter#forskningsavgift>.

²⁸⁸ Skatteetaten (2013), *Arbeidsgiveravgift*, <http://www.skatteetaten.no/en/Tabeller-og-satser/Arbeidsgiveravgift/>, og Lovdata (2013), *Storingsvedtak om fastsetting av avgifter mv. til folketrygden for 2013*, <http://www.lovdata.no/for/st/sv/xd-20121127-1213.html#3>.

*Transporttilskudd*²⁸⁹

	2000	2010	2013	2014
Frakttilskudd				
kjøtt (kr/dyr)				
– innfrakt	0,202	(kr/kg)		
Slaktekvantum				
> 1500 tonn				
Gris			10,71	11,56
Småfe			31,76	31,35
Storfe			251,24	229,65
Slaktekvantum				
< 1500 tonn				
Gris			39,58	59,37
Småfe			33,63	33,54
Storfe			394,00	372,59
Frakttilskudd				
egg¹⁾				
– generell sats	0,433	0,21	0,17	
– tilleggssats for Nord- Norge		0,98	0,86	
– Sone 0-6 ²⁾				0,26
– Sone 7-10 ³⁾				1,79

- 1) Ordningen er endret fra 2014. Statens landbruksforvaltning fastsetter en sone for hver enkelt kommune, basert på gjennomsnittlig avstand fra kommunen til nærmeste eggpakkeri.
- 2) Gjennomsnitt av satsene i sone 0-6
- 3) Gjennomsnitt av satsene i sone 7-10, kun i Nord-Norge.

²⁸⁹ Jordbruksavtalen (2012), *Jordbruksavtale 2011-2012*, inngått mellom staten og Norges Bondelag 23. juni 2011. http://www.regjeringen.no/upload/LMD/Vedlegg/Jordbruksavtale_2011_2012_230611.pdf. Ordningen ble endret f.o.m. 2013, benevningen gikk fra kr./kg. til kr./dyr.

Avgiftssatser for noen særavgifter i Norge, Sverige og Danmark i 2013²⁹⁰

Avgifter	Norge (NOK)	Sverige (SEK)	Danmark (DKK)
Sjokolade og sukker			
– Sjokolade og sukkervarer m.m.	18,56 kr/kg		24,61 kr/kg ved mer enn 0,5 % sukker per 100g. og 20,93 kr/kg ved mindre enn 0,5 % sukker per 100g.
– Sukker	7,18 kr/kg		
– Mandler, nøtter og lignende			5,49-33,60 kr/kg
Tobakk			
– Sigaretter	2,35 kr/stk	1,41 kr/stk + 1 % av detaljprisen	1,167 kr/stk. + 1 % av detaljprisen.
– Sigarer og sigarillos	2,35 kr/g	1,25 kr/stk	0,198 kr/stk + 10 % av detaljprisen.
– Snus	0,95 kr/g	0,386 kr/g	0,0687 kr/g
Alkohol frie drikkevarer			
– Alkohol frie drikkevarer	3,06 kr/l		
Alkohol			
– Alkohol, styrke mellom 0,7–2,75 %	3,06 kr/vol % og l		
– Alkohol, styrke mellom 2,75–3,75 %	11,52 kr/l		
– Alkohol, styrke mellom 3,75–4,75 %	19,96 kr/l		
– Alkohol, styrke mellom 4,75–22 %	4,46 kr/l og vol %		
– Øl med styrke over 2,8 %		1,66 kr/vol % og l	65,91 kr/l ren alkohol til 30 juni 2013, 56,02 kr./l fra 1. juli 2013
– Vin, styrke mellom 2,25–8,5 %		7,58 - 15,41 kr/l	
– Vin, styrke mellom 8,5–15 %		21,58 kr/l	
– Vin, styrke mellom 15–18 %		45,17 kr/l	
– Vin, styrke mellom 1,2–6 % 1)			5,06 kr/l
– Vin, styrke mellom 6–15 % 1)			11,01 kr/l
– Vin, styrke mellom 15–22 % 1)			14,74 kr/l
– Brennevinbasert drikk, over 0,7 %	6,85 kr/vol % og l		
– Brennevinbasert drikk, over 1,2 %		501,41 kr/l ren alkohol (100 %)	
– Brennevinbasert drikk, over 1,2 %, samt vin over 22 %			150,00 kr/l ren alkohol (100 %)

For musserende vin og champagne kreves det en tilleggsavgift på 3,17 kr/l i Danmark.

²⁹⁰ Toll og avgiftsdirektoratet (2013), Avgifter og gebyrer 2013, http://www.toll.no/templates_TAD/MainSubject.aspx?id=47, 03.07.13 , og Skatteministeriet (2012), *Satser og beløpsgrænser*, http://www.skm.dk/skatteomraadet/talogstatistik/satser_og_beloeb/, 03.07.2013, og Skatteverket (2012), *Punktskatter*, <http://www.skatteverket.se/foretagorganisationer/skatter/punktskatter.471004e4c133e23bf6db800057013.html>, 03.07.13.

ADRESSE HOVEDKONTOR

Postadresse:	Kontoradresse:	Telefon: 22 36 72 00
Postboks 8024 Dep	Storgata 2-4-6	Telefaks: 22 36 72 99
0030 OSLO		E-post: postmottak@nilf.no
		Internett: www.nilf.no

ADRESSE DISTRIKTSKONTORER

Bergen	Postadresse:	Postboks 7317, 5020 BERGEN
	Telefon:	22 36 72 40
	Telefaks:	22 36 72 99
	E-post:	postmottak-Bergen@nilf.no
Trondheim	Postadresse:	Postboks 4718 – Sluppen, 7468 TRONDHEIM
	Telefon:	73 19 94 10
	Telefaks:	73 19 94 11
	E-post:	postmottak-Trondheim@nilf.no
Bodø	Postadresse:	Statens hus, Moloveien 10, 8002 BODØ
	Telefon:	22 36 72 00
	Telefaks:	22 36 72 99
	E-post:	postmottak-Bodo@nilf.no



Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund



Norsk
Landbrukssamvirke



Statens landbruksforvaltning
Norwegian Agricultural Authority