

NILF-rapport 2006–2

Økt verdiskaping i reinkjøttbransjen

Increased value added in the reindeer meat industry

Johanne Kjuus
Mads Svennerud
Silje Skøyen
Nils Øyvind Bergset
Svein Ole Borgen

Tittel	Økt verdiskaping i reinkjøttbransjen
Forfattere	Johanne Kjuus, Mads Svennerud, Silje Skøyen, Nils Øyvind Bergset, Svein Ole Borgen
Prosjekt	Markedet for reinkjøtt (F025)
Utgiver	Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)
Utgiversted	Oslo
Utgivelsesår	2006
Antall sider	123
ISBN	82-7077-645-9
ISSN	0805-7028
Emneord	Reinkjøtt, reindrift, verdiskaping, markedskanaler, reinkjøtt-marked, reinkjøttbransjen

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

Utfordringene i reinkjøttmarkedet har vært mange de senere årene. Lav etterspørsel etter reinkjøtt førte til store kjøttlagre og reiene fikk ikke slaktet den mengden de ønsket. Markedssituasjonen for reinkjøtt har det siste året bedret seg betydelig, og på kort sikt er avsetning av reinkjøtt ikke lenger et problem. På lengre sikt påvirkes reinkjøttbransjen av drivkrefter som både utfordrer næringen og gir muligheter for økt verdiskaping.

Denne rapporten har som formål å vurdere markedet for reinkjøtt og hvilke tiltak og faktorer som er avgjørende for at reiene kan øke sin del av verdiskapingen. Tiltakene skal også bidra til en effektiv verdikjede for reinkjøtt. Vår vurdering skal være et bidrag til utforming av en fremtidig reindriftspolitik, men den kan også være til nytte for reindriftsorganisasjoner, reindriftsutøvere og andre aktører i verdikjeden for reinkjøtt.

Arbeidet er finansiert av forskningsmidler over reindriftsavtalen. Vi takker Reindriftsforvaltningen i Alta, Innovasjon Norge, Landbruks- og matdepartementet, Norske Reindriftssamers Landsforening og Statens Landbruksforvaltning som har gitt oss tilgang til nødvendig informasjon og data. Vi vil også takke alle andre aktører i bransjen som ellers har bidratt med nyttige innspill og informasjon.

NILF har hatt det faglige ansvaret for arbeidet og står også faglig ansvarlig for innholdet i denne rapporten. Johanne Kjuus har vært prosjektleder og har skrevet rapporten i samarbeid med Silje Skøyen, Mads Svennerud, Nils Øyvind Bergset og Svein Ole Borgen. Nils Øyvind Bergset har også vært kvalitetssikrer for prosjektet, mens undertegnede har fått bidra med kommentarer og innspill i vurderingen av en bransje med sterke tradisjoner og stort utviklingspotensial. Siri Fauske har stått for klargjøring av manuskriptet for trykking.

Oslo, mai 2006

Ivar Pettersen
Direktør

Innhold

	Side
SAMMENDRAG	1
SUMMARY	3
1 INNLEDNING.....	5
1.1 Bakgrunn og struktur	5
1.2 Metode.....	6
2 KARTLEGGING AV REINKJØTTMARKEDET	7
2.1 Om norsk reindriftsnæring.....	7
2.2 Totalmarkedet for reinkjøtt.....	10
2.2.1 Produksjon.....	10
2.2.2 Lagerbeholdning	12
2.2.3 Priser og prisutvikling	14
2.2.4 Import og eksport.....	18
2.2.5 Total tilgang og omsetning av reinkjøtt	20
2.3 Verdikjeden, fra produsent til forbruker.....	21
2.3.1 Produsenter.....	21
2.3.2 Slakting og foredling	22
2.3.3 Salg, markedsføring og distribusjon.....	24
2.3.4 Forbrukermarkedet.....	25
2.3.5 Forbrukeren.....	28
3 REINKJØTTMARKEDET HOS VÅRE NABOLAND.....	33
3.1 Om reindriftsnæringen hos våre naboland	33
3.1.1 Svensk reindriftsnæring.....	33
3.1.2 Reindriftsnæringen i Finland.....	35
3.1.3 Den russiske reindriften.....	36
3.2 Forvaltning.....	37
3.2.1 Forvaltning av den svenske reindriften	37
3.2.2 Finlands forvaltning av reindriftsnæringen.....	38
3.2.3 Russisk reindriftsforvaltning	38
3.3 Utbudet av reinkjøtt	39
3.3.1 Slakteuttak.....	39
3.3.2 Handel med reinkjøtt	40
3.3.3 Utbudet av reinkjøtt	42
3.4 Prisbilde.....	42
3.4.1 Pris til reineier	42
3.4.2 Priser i forbrukermarkedet	44

	Side
3.5 Reinkjøttmarkedet og aktører i verdikjeden	45
3.5.1 Reinkjøttprodusenter	45
3.5.2 Slakting og videreforedling.....	45
3.5.3 Distribusjon, salg og markedsføring	47
3.5.4 Forbrukermarkedet.....	47
4 RAMMEVILKÅR	49
4.1 Offentlig regulering og forvaltning	49
4.1.1 Reindriftpolitikken og landbrukspolitikken	50
4.1.2 Same- og distriktpolitikken.....	53
4.1.3 Miljøvern- og rovviltpolitikk.....	54
4.2 Tilskuddsordninger.....	57
4.2.1 Tilskuddsordninger over reindriftsavtalen.....	57
4.2.2 Andre tilskuddsordninger.....	61
4.3 Avgifter og gebyrer.....	62
4.4 Grensevern og internasjonale avtaler	64
4.4.1 Grensevern	64
4.4.2 Internasjonale handelsavtaler, WTO	64
4.4.3 Norsk-svensk reinbeitekonvensjon.....	65
4.5 Kostnadsnivå.....	66
4.5.1 Kostnader i reindriften	66
4.5.2 Lønnskostnader i reinkjøttindustrien	67
4.6 Kulturelle og naturgitte forutsetninger.....	68
4.6.1 Beitetilgang og arealinngrep	68
4.6.2 Tap av rein	69
4.6.3 Tsjernobyl-ulykken.....	70
4.6.4 Dyrehelse, dyrevelferd og kvalitet.....	70
4.6.5 Transport og håndtering.....	71
5 VURDERING AV DAGENS MARKEDSSITUASJON	73
5.1 Bakteppet for den vanskelige markedssituasjonen	73
5.1.1 Utbudet av reinkjøtt	74
5.1.2 Forhold som påvirket markedssituasjonen.....	74
5.2 Markedsrettede tiltak	77
5.2.1 Finansiering av markedsføring over Reindriftsavtalen	77
5.2.2 Markedsføring i regi av Opplysningskontoret for kjøtt.....	78
5.2.3 Markedsarbeid i Landbruks- og matdepartementet	79
5.2.4 Kjøp av lagringskapasitet.....	80
5.2.5 Opprettelse av Kontaktforumet for reinkjøttomsetning.....	80
5.2.6 Satsing fra næringen og nyetableringer i markedet.....	80
5.3 Flaskehalsen i markedet for reinkjøtt	81
5.3.1 Usikre volum	81
5.3.2 Prisbilde.....	83
5.3.3 Kvalitet og trygg mat.....	84
5.3.4 Flaskehalsen knyttet til lover og regler.....	84

	Side
5.3.5 Flaskehalsen knyttet til produsent, samarbeidsforhold og innovasjonssystem	85
5.4 NILFs vurdering av markedssituasjonen	85
6 FRAMTIDSBILDER FOR REINKJØTTMARKEDET	89
6.1 Drivere for kjøttsektoren	89
6.1.1 Politikken	90
6.1.2 Markedsmessige rammebetingelser	93
6.1.3 Omstillingsevne	96
6.2 Oppsummering av drivkrefter; bakteppe og utfallsrom	100
6.2.1 Bakteppet for fremtidens reinkjøtt næring	100
6.2.2 Faktorer som skaper usikkerhet	101
6.3 Fremtidsbilder	103
6.3.1 Utvikling i norsk reinkjøttbransje	103
6.3.2 Oppsummering	107
7 EN FUNGERENDE VERDIKJEDE FOR REINKJØTT	109
7.1 Utforming av konkurransestrategi	109
7.2 Implementering av strategi	113
7.2.1 Kartlegging av tilgangen på reinkjøtt	114
7.2.2 Fokus på markedet og markedskanaler	114
7.2.3 Langsiktig behov for markedsføring	115
7.2.4 Struktur i organiseringen	117
REFERANSER	119

Sammendrag

Reindriftsnæringen i Norge er en av de viktigste bærerne av samisk kultur og identitet, og har en stor betydning for det samiske samfunnet både økonomisk, sysselsettingsmessig, sosialt og kulturelt. Reindriftsbransjen produserer årlig mellom 1 500 og 2 500 tonn reinkjøtt til det norske markedet, dvs. et relativt lite volum som tilsvarer et forbruk på kun 0,5 kg per person i året. Reineiernes slakteuttak påvirkes av endringer i både produksjons- og markedsforhold og slakteuttaket er derfor noe varierende.

Importvernet skal også skjerme reindriftsnæringen mot konkurrerende import. For å sikre stabil tilførsel av reinkjøtt til det norske markedet, har man regulert importen med sikte på å kompensere for svingninger i slakteuttaket. På bakgrunn av den vanskelige markedssituasjonen i 2003, ble det verken i 2004, 2005 eller foreløpig i 2006 åpnet for importkvoter for reinkjøtt. I 2005 var importen kun på 15,3 tonn reinkjøtt mot 713,7 tonn i 1999. Mesteparten av det som ble importert siste året, var fra Sverige og Finland. Eksporten av reinkjøtt fra Norge er relativt begrenset, bl.a. pga. høyt prisnivå.

Reineiere og driftsenhetene i reindriftsnæringen utgjør det første leddet i verdikjeden frem til forbruker. Reineierne har på markedssiden liten tradisjon for å organisere seg og står i markedet dermed frem som en fragmentert gruppe. Dette har delvis endret seg de siste årene som følge av at Boalvvir BA, reineiernes eget salgslag, ble etablert i 2004. Industriledet er naturligvis mer konsentrert. I dag finnes det 20 registrerte reinslakterier hvorav de fem største slakteriene står for 80–85 % av all slakt. Enkelte av disse slakteriene videreforedler og distribuerer kjøttet ut til forbrukermarkedet selv, mens andre leverer kjøtt til ulike videreforedlere og grossister, deriblant Gilde Norsk Kjøtt. Reinkjøttet blir videre distribuert til de ulike forbrukermarkedene. Tidligere gikk den største andelen av reinkjøtt til storhusholdningsmarkedet, men det har de senere årene blitt en vridning der større deler av reinkjøttet selges i dagligvaremarkedet. En økende del av reinkjøttet selges også som lokalproduserte produkter gjennom andre markedskanaler.

Den vanskelige markeds- og slaktesituasjon for reinkjøtt i 2003 var bl.a. en følge av manglende markedsføringsarbeid. Flere av de store produsentene fikk problemer med å omsette reinkjøtt, noe som igjen medførte at mange reindriftsutøvere ikke fikk levert rein til slakting. For å bedre markedssituasjonen for reinkjøtt gjennomførte både myndighetene og aktørene en rekke markedsrettede tiltak, som bl.a. økt markedsføringsaktivitet, opprettelse av Kontaktforumet for reinkjøttomsetning etc. Det ser ut til at tiltakene som ble gjennomført, har bidratt til å snu markedssituasjonen slik at man nå ikke har omsetningsproblemer for reinkjøtt. Det er brukt mye midler for å snu denne situasjonen og det kreves mye arbeid for å opprettholde og sikre en stabil omsetning av det reinkjøttet som er tilgjengelig på markedet, samtidig som reineierne skal ta del i en større del av verdiskapingen.

For å sikre en framtidrettet reindrift er reindriften og reinkjøttmarkedets generelle rammevilkår og næringens egen omstillingsevne viktige forutsetninger. Reindriftpolitikken, miljøpolitikken og den generelle same- og samfunnspolitikken er politikk-områder som er viktige drivkrefter for reindriften. I hvilken grad det i fremtiden vil være en samlet politisk vilje til å støtte opp under reinkjøttbransjen, er usikkert. Reinkjøttbransjen har spesielle og differensierte omstillingsbehov som nødvendigvis krever omstillingsevne, innovasjon og kompetanseutvikling som kan gi mer effektiv produksjons- og industristruktur og utnytte muligheter for produktutvikling. Politikken og bransjens egen endringsevne er viktige drivere for en framtidrettet reinkjøttbransje, men det er også usikkert om for eksempel aktørene i verdikjeden for reinkjøtt har vilje, mulighet og evne til å gjøre de nødvendige omstillingene.

Disse usikkerhetene gjør at man kan skissere flere ulike utviklingsmuligheter eller fremtidsbilder for reinkjøttbransjen. Vi har skissert tre alternativer. Det første går ut på at norsk reinkjøttbransje er marginalisert som følge av manglende omstillingsevne både på primærsiden og industrisiden. Det andre ytterpunktet er at det er blitt stor omstillingsevne i reinkjøttbransjen samtidig som myndighetene har ført en politikk som har stimulert innovativ omstilling og økt verdiskaping. Tiltakene kan gi en positiv utvikling i norsk reinkjøttbransje. Det tredje fremtidsbildet er en mellomsituasjon, der man fortsatt har noen relativt store industriaktører som styrer utbudet av reinkjøtt. Noen få ildsjeler i reindriftnæringen har evnet å øke sin verdiskaping, men den fortsatt fragmenterte majoriteten av aktører har en marginal rolle i verdikjeden.

Utviklingen er avhengig av næringen og politikken. Etter vår vurdering er det behov for en avklaring av strategien for næringens utvikling. Det er mulig å oppnå en positiv utvikling i det norske reinkjøttmarkedet uten at det gjøres store struktur- og systemendringer, men dette forutsetter at reinkjøttbransjen som helhet, i samspill med myndighetene, legger mer vekt på markedet og markedsarbeidet. Markedsarbeidet forutsetter evne til å forutse reinkjøtttilgangen og markedsbalansen. Innenfor en strategi som bygger på sterke, felles bransjeinstitusjoner, er det behov for felles koordinering av markedsarbeid og forskning. Sentrale oppgaver kan være markedsanalyse med vurdering av markedssituasjonen, importbehov, behov for importregulering, lagring, distribusjon og felles generisk markedsføringsaktivitet. Arbeidet må ta utgangspunkt i helheten i verdikjeden og styrke markedskanalene og markedstilpasningen i hele leveringskjeden. Strategien krever vilje fra næring og myndigheter til å utvikle de nødvendige fellestiltakene i bransjen.

Dersom ikke næringen kan finne frem til de nødvendige fellesfunksjonene for å ivareta markedsarbeidet og bransjeutviklingen, er et alternativ en kraftigere restrukturering i bransjen hvor enkeltaktørene blir sterke nok til å ivareta tyngre markeds- og utviklingsoppgaver. Sterkere enkeltaktører vil ha forutsetninger for egen forsknings- og utviklingsinnsats, merkevarebygging og innflytelse på leveringskjedene som helhet.

Strukturendring eller sterkere fellesfunksjoner i bransjen som helhet, er et tradisjonelt veivalg for mye av forvaltningen av norske naturressurser enten de er marine eller basert på landarealer. Valget avhenger ikke bare av myndigheter og dagens næringsutøvere, men også av interesse blant private investorer og industriutvikleret.

Summary

In Norway, reindeer husbandry is one of the most important carriers of the Saami culture and identity, and it is of great importance to the Saami society, both economically, socially, culturally and to employment. The keeping of reindeer is annually producing between 1500 and 2500 tons of reindeer meat for the Norwegian market, i.e. a relatively small volume corresponding to only 0.5 kg per person per year. The meat production depends on changes in the number of reindeers and market circumstances, and is therefore somewhat varying.

The import protection is designed to shield the reindeer husbandry against competing import. To secure a stabile supply of reindeer meat to the Norwegian market, import is regulated with a view to compensate for variations in the meat production. In the light of the difficult market situation in 2003, it was neither in 2004, 2005 or 2006 induced import quotas for reindeer meat. In 2005, the import of reindeer meat was only 15.3 tons, against 713.7 tons in 1999. Most of the imported reindeer meat the last few years comes from Sweden and Finland. Export of Norwegian reindeer meat is relatively limited due to a high level of costs.

Reindeer owners and the husbandry units constitute the first link in the value chain towards consumer. On the market side, reindeer owners have little tradition for organising themselves, and in the market they appear as a fragmented group. This has partly changed over the last few years as a result of the establishment in 2004 of Boalvvir BA, the marketing cooperative of the reindeer owners. The processing industry is more concentrated, and today there are 20 registered reindeer slaughtering houses, of which the five biggest ones perform 80-85% of all slaughtering. Some of these slaughtering houses finish the process and distribute the meat to the consumer market, while others deliver to different producers and wholesale dealers. The reindeer meat is then distributed to the different consumer markets. Traditionally the larger part of reindeer meat was consumed through institutional households, but the last few years a larger volume is distributed and sold through the grocery market. Also, reindeer meat is increasingly sold as local products through other market channels.

The difficult market and slaughter situation for reindeer meat in 2003 was, among other things, a result of a lack of marketing. Several of the larger producers experienced problems with sales, and as a result many reindeer owners were not able to deliver their reindeers to the slaughtering houses. To improve the market situation for reindeer, the government and the market participants carried out several market initiatives. It seems like the initiatives carried through have contributed to a shift in the market situation with the sale of reindeer meat no longer being a problem. The shift has required large resources, and maintaining and ensuring stable sales demands a lot of work, while at the same time the reindeer owners is taking a larger part in the process of value adding.

The conditions for the reindeer meat industry and the ability to readjust will be important factors to ensure a forward-looking reindeer husbandry. Norwegian reindeer

policy, environmental policy and the superior saami policy carried out by the government will be important driving forces for the reindeer husbandry and the reindeer meat processing industry. The future degree of collective political will to support the reindeer meat industry is uncertain. The industry has particular and differentiated readjustment that necessitates ability to readjust, innovation and development of skills which can give a more effective production and structure and exploit the possibilities for product development. Government policy and the reindeer meat industries ability to readjust are important driving forces for a forward-looking reindeer husbandry, but it is uncertain whether the participants in the value chain for reindeer meat have the will, opportunity and ability to make the required readjustments.

With these uncertainties as a background, one can sketch out several different visions of the future for the reindeer meat industry. We have sketched out three alternative scenarios. In the first, the Norwegian reindeer meat industry is marginalised as a result of the lack of ability to readjust, both in the primary and in the industrial part of the value chain. The other extremity is a large ability to readjust within the reindeer meat industry, together with a government policy that stimulates innovative readjustments and increased value added. Such initiative can give a positive development in the Norwegian reindeer meat industry. The third scenario is a situation with some relatively large processing industrial participants controlling the supply of reindeer meat. In this situation, only a few smaller reindeer owners are able to increase their value added, but the still fragmented majority of the reindeer owners will have a marginal role in the value chain.

The development will depend upon the reindeer husbandry, the reindeer meat processing industry and the government policy. According to our judgement, there is a need for a clarification of the strategy for the development of the reindeer meat industry. It is possible to achieve a positive development in the Norwegian reindeer meat market without doing large structural or system changes, but this presuppose that the reindeer meat industry as a whole, in cooperation with the government, put more weight on the market and marketing activities. Market initiatives presuppose an ability to predict the reindeer meat supply and the market balance. Within a strategy that builds upon strong, mutual institutions, there is a need for common organisation of the market initiatives and research. Activities such as market analysis with evaluation of the market situation, the need for and regulation of import, storing, distribution and common generic marketing may be central. This work must make allowances for the totality of the value chain, and it must strengthen the market channels and the market adaptation of the delivery chain. The strategy demands a will from the reindeer meat industry and the government to develop the necessary common measures.

If the reindeer meat industry does not find necessary joint actions to ensure the market initiatives and the business development, an alternative will be a heavy restructuring in the processing industry with particular participants growing strong enough to ensure the heavier market and development duties. Strong individual participants will be able to carry out their own research and development, the establishment of a brand name and to influence the delivery chain as a whole.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn og struktur

Sett i forhold til produksjon, er reindriftnæringen en relativt liten primærnæring i Norge, der produksjonen de siste årene har ligget på mellom 1 500 og 2 500 tonn kjøtt i året. Samtidig er reindrift en viktig næring ved at den er en grunnleggende forutsetning for, og en integrert del av, samisk kultur og identitet.

Høsten 2003 og videre ut i 2004 oppsto det imidlertid en vanskelig markeds-situasjon for reinkjøtt, der lav avsetning førte til store kjøttlagre samt at reineierne ikke fikk slaktet den mengden de ønsket. For å bedre avsetningen av reinkjøtt ble det derfor satt i verk en rekke tiltak for å bedre markeds-situasjonen, både fra myndighetenes side og fra næringen selv. Summen av de tiltakene som ble gjennomført og det fokuset som har vært rettet mot reinkjøtt de to–tre siste årene har gjort at man igjen har fått økt etterspørselen av reinkjøtt og det ser nå ut til at markeds-situasjonen på kort sikt er god.

Å sikre at reieierne får omsatt reinkjøttet til en tilfredsstillende pris er grunnleggende for en framtidig levedyktig reindriftnæring. I denne forbindelse har NILF sett behov for at det gjøres en nærmere studie av markedet for reinkjøtt, noe denne rapporten er et resultat av. Arbeidet er finansiert av forskningsmidler over reindriftsavtalen. Fokuset i rapporten er rettet mot å gi en helhetlig vurdering av markedet for reinkjøtt, samt å komme med innspill og forslag til hvordan markeds-situasjonen for reinkjøtt kan bedres. Dette for å sikre en stabil omsetning av reinkjøtt i et langsiktig perspektiv.

For å få en oversikt over den norske reindriftnæringen og det norske markedet for reinkjøtt gir vi i kapittel 2 en oversikt over reinkjøttmarkedet i Norge. Videre gir

vi i kapittel 3 en oversikt over reinkjøttmarkedet i Sverige, Finland og Russland da både produksjonen og omsetningen av reinkjøtt i disse landene, og deres handel med reinkjøtt har betydning for det norske reinkjøttmarkedet. Den norske reindriftsnæringen står overfor en rekke rammevilkår med betydning for produksjon og omsetning, og sentrale rammebetingelser for næringen er derfor beskrevet i kapittel 4. På bakgrunn av bl.a. tidligere kapitler gjør vi en vurdering av dagens markedssituasjon for reinkjøtt i kapittel 5. I kapittel 6 ser vi nærmere på noen framtidbilder for reindriftsnæringen på bakgrunn av hvilke drivkrefter som fremover kan sees på som sikre og usikre. Til slutt i kapittel 7 gir vi en oversikt over hvilke utfordringer næringen står ovenfor for videre å komme med forslag til hvordan man kan sikre en stabil omsetning av reinkjøtt på lang sikt.

1.2 Metode

For å få frem en oversikt over markedet for reinkjøtt har vi benyttet Økonomisk Utvalg sitt «Totalregnskap for reindriftsnæringen» over en lengre tidsperiode, samt Reindriftsforvaltningens «Ressursregnskap for reindriftsnæringen». Videre har vi innhentet informasjon fra ulike aktører knyttet til reinkjøttbransjen, fra myndigheter og foreninger, fagblader og tidsskrifter etc.

For å kartlegge hvilke flaskehalsen som finnes i markedet for reinkjøtt har vi gjennomført en rekke intervjuer med aktører i verdikjeden, fra produsent til detaljist, der vi også har spurt aktørene om noen betraktninger rundt potensialet for å styrke omsetningen av reinkjøtt. Det ble bl.a. gjennomført intervjuer med innkjøpssjefer i de store dagligvarekjedene og i hotell- og restaurantmarkedet, sentrale grossister og importører samt nøkkelpersoner i flere foredlingsbedrifter. Intervjuene ble gjennomført i løpet av perioden juli–september 2005. Vi har i tillegg også gjennomført dybdeintervjuer med aktører i næringen deriblant Innovasjon Norge, Reindriftsforvaltningen, NRL og Landbruks- og matdepartementet.

2 Kartlegging av reinkjøttmarkedet

2.1 Om norsk reindriftsnæring

Reindriftnæringen i Norge er en av de viktigste bærerne av samisk kultur og identitet, og har en stor betydning for det samiske samfunn både økonomisk, sysselsettingsmessig, sosialt og kulturelt.

Den samiske reindriften i Norge foregår innenfor et område på om lag 146 000 km², noe som tilsvarer ca. 40 % av Norges areal og det drives reindrift i hele 140 kommuner. Den samiske reindriften er delt opp i seks reinbeiteområder: Øst-Finnmark, Vest-Finnmark, Troms, Nordland, Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag/-Hedmark. Retten til å drive reindrift innenfor de seks områdene er eksklusiv for den samiske befolkning. Den samiske særretten gjelder imidlertid ikke utenfor disse områdene.

Utenfor de seks reinbeiteområdene kreves særskilt tillatelse for reindrift. I dag drives det reindrift med særskilt tillatelse i områdene rundt Jotunheimen. Beite retten i dette området er avtafefestet gjennom avtaler med private grunneiere og fjellstyrene, men rettsgrunnlaget er forholdsvis løst med kun 10-årige avtaler. Beitearealet i dette området er anslagsvis 4 000 km² og de fire tamreinlagene har til sammen om lag 12 000 rein nokså likt fordelt mellom lagene.

Ser vi på de seks samiske reindriftsområdene er disse delt opp i om lag 89 reinbeitedistrikter, herunder 76 sommer- og helårsbeiter og 13 vår/høst/vinterbeiter. Innenfor hvert reinbeitedistrikt er det grupper av reineiere som har rein i felles flokk og som samarbeider om den praktiske driften. Disse driftsgruppene kalles «siida» eller «sitje». I de senere årene har det vært om lag 110 aktive sommerdriftsgrupper og om lag 150 aktive vinterdriftsgrupper. Organiseringen av driftsgrupper

varierer noe fra år til år. Disse driftsgruppene består som oftest av flere driftsenheter. I reindrifftsåret 2004/05 var det registrert 569 driftsenheter med rein.¹ I figur 2.1 har vi sammenfattet strukturen i den samiske reindriften for reindrifftsåret 2004/05 (Økonomisk utvalg, 2005).

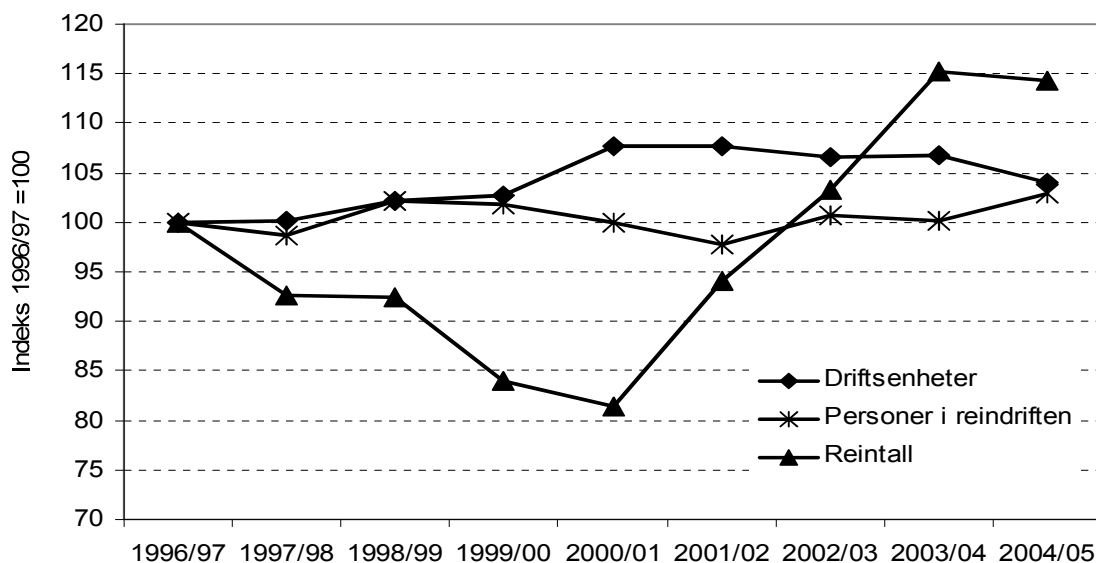
6 reinbeiteområder					
Øst-Finnmark	Vest-Finnmark	Troms	Nordland	Nord-Trøndelag	Sør-Trøndelag /Hedemark
89 reinbeitedistrikter					
11	29	19	12	6	5
569 driftsenheter med rein					
185	241	50	43	37	30
2 855 personer tilknyttet driftsenhetene					
858	1 297	160	215	174	151
219 038 rein					
77 616	90 983	11 260	13 774	11 976	13 429

Figur 2.1 Strukturen i samisk reindrift i reindrifftsåret 2004/05

I 2004/05 var det hhv. 2 855 og 569 personer og driftsenheter i samisk reindrift som til sammen hadde 219 038 rein. Antall driftsenheter, størrelsen på driftsenhetene både i forhold til antall rein og antall personer i driftsenhetene, sysselsatte i næringen etc. er forhold som har betydning for om reindriften er økonomisk bærekraftig. Vi har derfor i figur 2.2 satt opp den relative utviklingen i antall driftsenheter, personer knyttet til reindriften og antall rein i perioden 1996/97 til 2004/05.

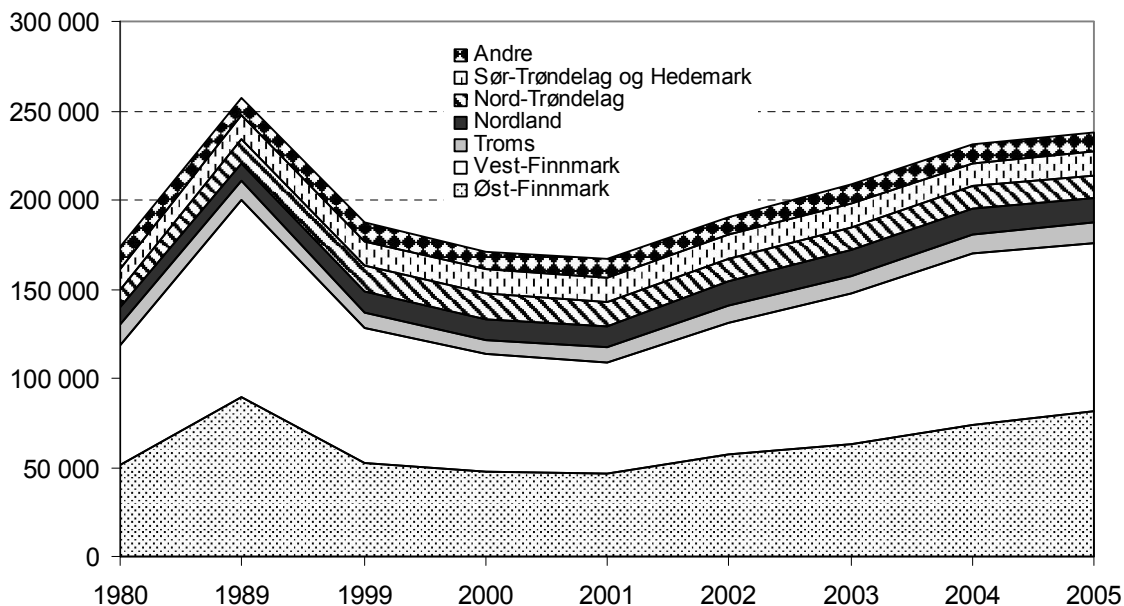
Ser vi på strukturutviklingen i reindriftnæringen har både antall driftsenheter og personer knyttet til reindriften økt noe i løpet av denne ni års perioden, med en økning på hhv. 16 driftsenheter og 122 personer. Samtidig har reintallet økt betydelig, med en økning på ca. 14 % eller 27 415 rein. Ser vi på utviklingen i antall personer per driftsenhet har det ligget relativt stabilt i store deler av perioden med om lag 5,0 personer per driftsenhet, mens gjennomsnittlig antall rein per driftsenhet har økt med 37 rein, fra 348 til 385 rein per driftsenhet. Antall rein per driftsenhet varierer imidlertid relativt mye, og i 2004/05 hadde 24 % av reieneierne under 200 rein, 68 % hadde mellom 201 og 600 rein mens kun 8 % av reieneierne hadde mellom 600 og 800 rein (Økonomisk utvalg, 2005).

¹ I tillegg var det registrert ni driftsenheter uten rein grunnet omstilling/dødsbo og lignende.



Figur 2.2 Relativ utvikling i driftsenheter, personer i reindriften og reintall, 1996/97–2004/05

Som vi så av figur 2.2 har det vært en betraktelig økning i reintallet de senere årene, og økningen har variert noe mellom de ulike områdene. Den historiske utviklingen og fordeling av rein på ulike områder viser at om lag 70 % av all rein befinner seg i Finnmark, 11 % i Troms og Nordland, mens de resterende 19 % befinner seg i Trøndelag, Hedemark og i andre områder (Økonomisk utvalg, 2005). Dette er illustrert i figur 2.3 der vi viser utviklingen i reintallet for årene 1980, 1989 og 1999–2005, fordelt på de ulike regionale områdene (per 31.mars).



Figur 2.3 Utvikling i reintallet i ulike områder, 1980–2005

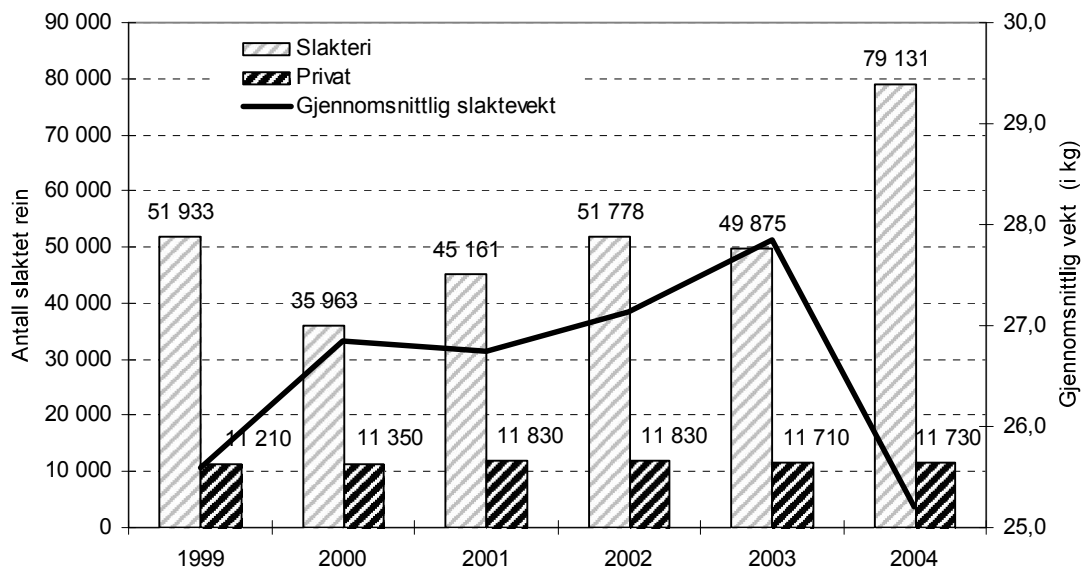
2.2 Totalmarkedet for reinkjøtt

Vi vil her gi en oversikt over totalmarkedet for reinkjøtt, der vi vil se nærmere på størrelsen på produksjonen, utvikling i lagerbeholdning, prisutvikling, Norges handel med reinkjøtt samt det totale utbudet av reinkjøtt på markedet.

2.2.1 Produksjon

Det er mange forhold som påvirker reineierens slakteuttak, og uttaket av rein varierer derfor mye fra år til år. I 2004 ble det totalt slaktet 79 131 rein på slakterier, i tillegg kommer det som blir slaktet privat. Hovedvekten av all rein slaktes ved slakterier, men en relativt stor andel slaktes også privat.

Søylene i figur 2.4 angir utviklingen av antall dyr som er slaktet på slakteri og privat i perioden 1999–2004. Av søylene kan man se at det i 2004 ble slaktet 79 121 rein på slakteri og 11 730 rein privat. Den heltrukne linjen angir gjennomsnittlig slaktevekt per dyr (Økonomisk utvalg, 2005). Av figuren ser vi at slakteuttaket på slakterier har økt betydelig i perioden, med til sammen 27 198 dyr eller 52 %. Innad i perioden ser vi at slakteuttaket til slakterier har variert noe, men at det private slakteuttaket har holdt seg relativt stabilt i hele perioden. Dette skyldes først og fremst at det private slakteuttaket beregnes ut i fra at reiene har lov til å ta ut 20 dyr per driftsenhet og 50 dyr totalt for tamreinlagene til privat bruk og omsetning. I 2004 sto det private uttaket for ca. 13 % av totalt slakteuttak, mens denne andelen var på 17 % i 1999.



Figur 2.4 Antall slakede dyr på slakteri og privatslakt samt gjennomsnittlig slaktevekter per dyr, 1999–2004

Uttaket av rein varierer fra område til område, og også slaktevektene er forskjellige i de ulike områdene. For å gi en oversikt over de områdevis forskjellene har vi i tabell 2.1 satt opp antall slakt til slakterier, tonn slakt og gjennomsnittlige slaktevekter totalt og fordelt på de enkelte områdene i 2004.

Tabell 2.1 Antall rein, antall slaktet rein (til slakteri), andel slaktet rein, tonn slakt, kalveslakt og gj.snittlig slaktevekter i 2004

	Antall rein	Antall slaktet rein	%-vis slakteuttak	Andel kalveslakt	Tonn slakt	Gj.snittlig slaktevekt (i kg)
Øst-Finnmark	73 700	26 556	36,0 %	63 %	654	24,6
– Polmak/Varanger	24 200	10 940	45,2 %	78 %	253	23,1
– Karasjok	49 500	15 616	31,5 %	50 %	401	25,7
Vest-Finnmark	96 500	26 686	27,6 %	47 %	601	22,5
Troms	10 600	1 026	9,7 %	47 %	32	30,8
Nordland	14 300	4 188	29,3 %	61 %	120	28,6
Nord-Trøndelag	12 300	5 643	45,9 %	74 %	132	23,4
Sør-Tr./Hedmark	13 300	7 556	56,8 %	80 %	181	23,9
Tamreinlag	10 600	7 476	70,5 %	67 %	202	27,1
Totalt	231 300	79 131	34,2 %	59 %	1 921	24,3

Kilde: Økonomisk Utvalg (2005)

Av tabellen ser vi at tamreinlagene i 2004 hadde det høyeste slakteuttaket, sett i forhold til antall rein, med et slakteuttak på ca. 70,5 %. I de samiske områdene var det Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag/Hedmark som hadde høyest slakteuttak med et uttak på hhv. 45,9 % og 56,8 % samme år. Lavest slakteuttak hadde Troms med 9,7 % og Vest-Finnmark med 27,6 %.

Finnmark har de senere årene etablert en vesentlig større andel kalveslakt enn på slutten av 1990-tallet. Kalveslakt foretas likevel fortsatt i større omfang i de sørligste områdene og i Polmak/Varanger. I 2004 hadde Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag/Hedmark et kalveslakteuttak på hhv. 74 % og 80 %, mens Polmak/-Varanger hadde et kalveslakteuttak på 78 %. Lavest kalveslakteuttak var det i Vest-Finnmark og Troms med 47 % hver. De områdevis forskjellene i kalveslakteuttaket skyldes bl.a. ulike tradisjoner. Det har de senere årene vært et økt fokus på å øke kalveslakteandelen, bl.a. gjennom å etablere et kalveslaktetilskudd, da økt omfang av kalveslakting er mer økonomisk lønnsomt og på langt sikt vil fjerne behovet for å kastrere voksne bukker. Økt kalveslakteuttak er også en effektiv måte å redusere flokkene på og dermed redusere beitepresset.

Slakteuttaket på slakterier var i 2004 på totalt 1 921 tonn. I tillegg til det som slaktes på slakterier ble det i 2004 slaktet om lag 369 tonn privat. Ser vi på slaktevektene var gjennomsnittlig slaktevekt på ca. 24,3 kg/rein i 2004. Slaktevektene varierer imidlertid relativt mye mellom de ulike områdene, og Troms som hadde lavest andel kalveslakteuttak, hadde også de høyeste slaktevektene med 30,8 kg/rein. Vest-Finnmark hadde de laveste slaktevektene med 22,5 kg/rein til tross for at de hadde like lavt kalveslakteuttak som Troms.

Forhold som påvirker uttak av rein har noe forenklet to hovedforklaringer;

- Reintallstilpasning
- Markedstilpasning.

I første rekke er det produksjonsforhold og utviklingen i reintallet som avgjør slakteuttaket. Reintallet og produksjonsforholdene påvirkes av bl.a. kalvetilgang, tap av rein, klima/beiteforhold m.m. Imidlertid kan også faktorer som bl.a. pris, kapasitet (import, lager, slakt, distribusjon, etterspørsel) og diverse insentiver/virkemidler, være av betydning for antall rein som slaktes og omsettes. Uttaket av rein blir videre styrt gjennom utformingen av lovbaserte virkemidler, reindrifftsavtalen og de økonomiske virkemidlene. Tilskuddsordninger som kan påvirke slakteuttaket er bl.a. tilskudd til driftsenheter og tamreinlag (produksjonstilskudd, ektefelle tillegg, kalveslaktstilskudd, tidligslaktetilskudd og driftstilskudd) samt andre tilskuddsordninger (distriktstilskudd, frakttilskudd, ekstraordinære tilskudd og tilskudd til binæringer). Endring i virkemidler/tilskuddsordninger som kan ha påvirket uttaket av rein de siste sesongene kan oppsummeres på følgende måte (Økonomisk utvalg, 2000–2005):

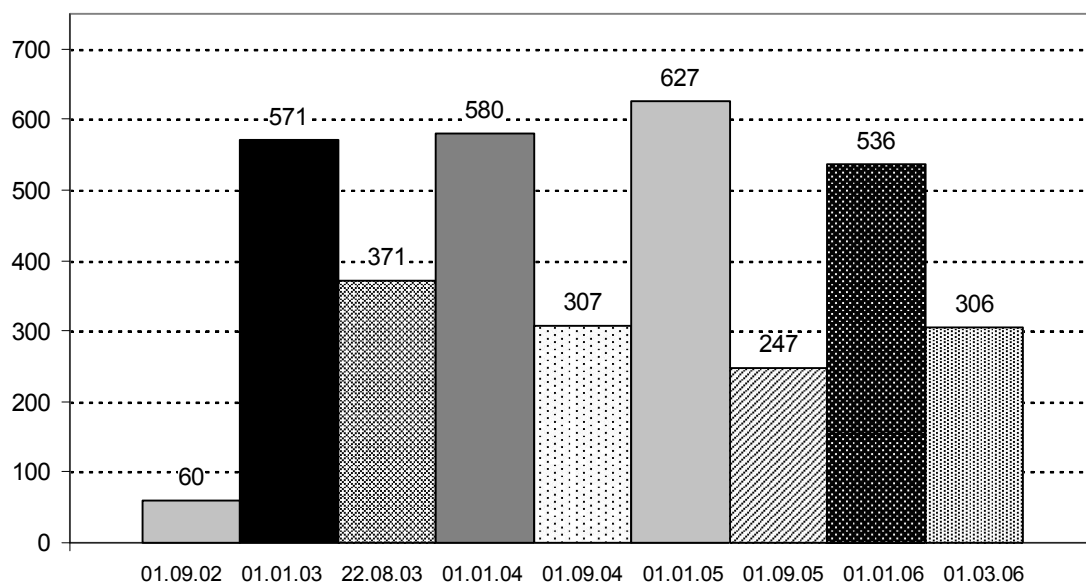
- I 2000/01 ble det gjort en omlegging av tidligslaktstilskuddet som førte til at tilskuddet kun ble utbetalt ved slakting på sommerbeite før brunst. Videre ble det innført at slakting av 10 rein til privat forbruk og omsetning ikke skulle ha noen innvirkning på produksjons- og driftstilskuddet. Ser vi på slakteuttaket denne og følgende sesong ble lite tatt ut til slakt, og netto produksjon økte, dvs. at slakteuttaket var lavere enn reintallsøkningen.
- I 2002/03 ble det implementert tiltak for å redusere antall rein i Vest-Finnmark fra ca. 90 000 rein til 64 000 gjennom å innføre avviklings- og reduksjonsbonus. Imidlertid var slakteuttaket fortsatt lavt, og produksjonen fortsatte å øke dette året.
- I 2003/04 ble ordningen med avviklingsbonus og reduksjonsbonus videreført, men som følge av omsetningsproblemer i forbrukermarkedet bygde lagrene seg opp og i noen områder fikk reiene slaktet mindre enn ønsket.
- I 2004/05 ble det innført et slaktetilskudd på 5 kr/kg for å stimulere til økt slakting blant de som har inngått avtaler om reduksjon eller avvikling. Ordningen som omfattet avviklingsbonus og reduksjonsbonus ble avviklet 31. mars 2005. Videre dispenserte Reindriffts sjefen dette året fra tilskuddforskriften slik at man kunne få godkjent rein slaktet 1. kvartal 2004 som grunnlag for produksjonspremie i 2003. Disse tiltakene var med på å øke slakteuttaket, og sammenlignet med tidligere år var slakteuttaket betydelig høyere i 2004/05, med bl.a. en økning på 26 % fra året før.
- For slaktesesongen 2005/06 ble gjeldene tilskuddsordninger og markedsarbeidet gjennom OFK videreført, og foreløpig ser det ut til at etterspørselen etter reinkjøtt har vært stor, men at slakteuttaket ikke har vært så høyt som året før.

2.2.2 Lagerbeholdning

Utviklingen av lagerbeholdning er en funksjon av hvor mye som slaktes og hvor mye som omsettes. De største slakteriene innrapporterer på frivillig basis lagerbeholdningen av reinkjøtt til Statens Landbruksforvaltning (SLF). Anslagsvis utgjør denne rapporteringen ca. 80 % av total lagerbeholdning. Figur 2.5 viser utvikling i

lagerbeholdningen for 2002 til 2006, før sesong (september) og lagerbeholdning ved årsskifte (januar) samt våren 2006 (1. mars) (SLF, 2006a og Henriksen og Hoff, 2004).

Variasjonen i lagerbeholdningen av reinkjøtt før sesong og ved årsskifte skyldes først og fremst at reinslaktingen er konsentrert til perioden september til mars. At lagerbeholdningen generelt sett er større ved årsskiftet enn før sesong er derfor naturlig. Før slaktesesongen 2005 var det meldt om 247 tonn reinkjøtt på lager, og det er betydelig over det som var før slaktesesongen 2002, men allikevel lavere enn i 2003 og 2004. Ser vi på lagerutviklingen ved årsskiftet, var det 536 tonn reinkjøtt på lager ved inngangen til 2006, og det er også noe lavere enn ved inngange til tidligere år. I mars 2006 har slakteriene samlet sett oppgitt et lager på 306 tonn og flere av slakteriene forventer tilnærmet tomme lagre før slaktesesong 2006/07.



Figur 2.5 Lagerutviklingen for reinkjøtt, 2002–2006

Sammensetningen av lagret har også betydning for markedssituasjonen, og tabell 2.2 gir en oversikt over lagerbeholdningen fordelt på kjøttslag oppgitt fra slakteriene 1. mars 2006 (SLF, 2006a). Av tabellen ser vi at det først og fremst er skrotter og småkjøtt igjen på lager per 1. mars 2006, mens det kun er en mindre del ferdigforedte produkter på lager.

Tabell 2.2 Lagerbeholdning per 1. mars 2006 fordelt på kjøttslag, i tonn

Vareslag	Tonn på lager
Skrotter	102,65
Smakjøtt	70,52
Finnbiff, rastoff	35,38
Finnbiff, ferdig	35,82
Biff	11,80
Filet, ytre/indre	11,41
Lar u/bein surret	31,19
Annet	5,37

2.2.3 Priser og prisutvikling

Hvor mye reiene får ved å slakte reien er med på å påvirke slakteuttaket. Tabell 2.3 gir en oversikt over kjøttinntekter, totalt og per kg i 1999 og 2004 fordelt på de enkelte områdene. Av tabellen ser vi at slakteuttaket i 2004 utgjorde en verdi på til sammen 121,7 mill. kroner mot 72,7 mill. kroner i 1999.

Det er ikke bare de totale kjøttinntektene som har økt i løpet av perioden. Ser vi på prisen per kg kjøtt har den økt med 8,18 kr/kg fra 1999 til 2004 og lå på 53,16 kr/kg i 2004. Høyest pris per kg fikk reiene i Sør-Trøndelag/Hedmark med 58,30 kr/kg i 2004, mens tamreinlagene har lavest kilopris med 47,42 kr/kg. Vest-Finnmark hadde også lav pris per kg dette året, med 50,50 kr/kg.

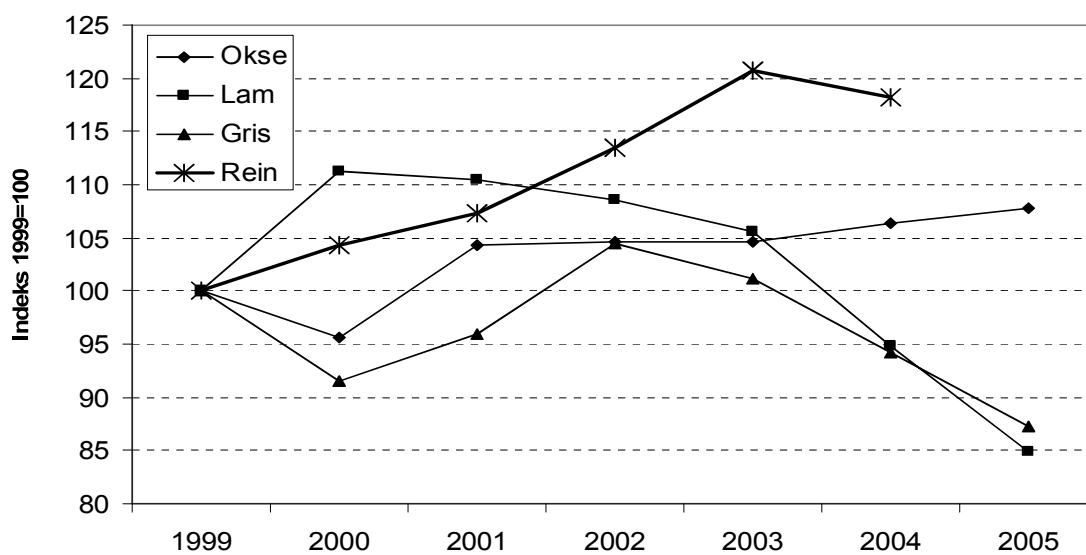
Tabell 2.3 Kjøttinntekter, i 1 000 kr og kr/kg i 1999 og 2004

	Verdi (i 1 000 kr)		Kr per kg	
	1999	2004	1999	2004
Øst-Finnmark	18 839	42 231	45,64	54,41
– Polmak/Varanger	7 493	15 313	46,24	54,95
– Karasjøk	11 346	26 918	45,03	54,74
Vest-Finnmark	18 891	37 068	40,58	50,50
Troms	4 289	3 954	52,09	56,11
Nordland	5 926	8 429	50,41	55,21
Nord-Trøndelag	9 178	8 663	46,20	55,33
Sør-Tr./Hedmark	8 281	11 683	46,25	58,30
Tamreinlag	7 302	9 678	45,68	47,42
Totalt	72 704	121 708	44,98	53,16

Kilde: Økonomisk utvalg (2000–2005)

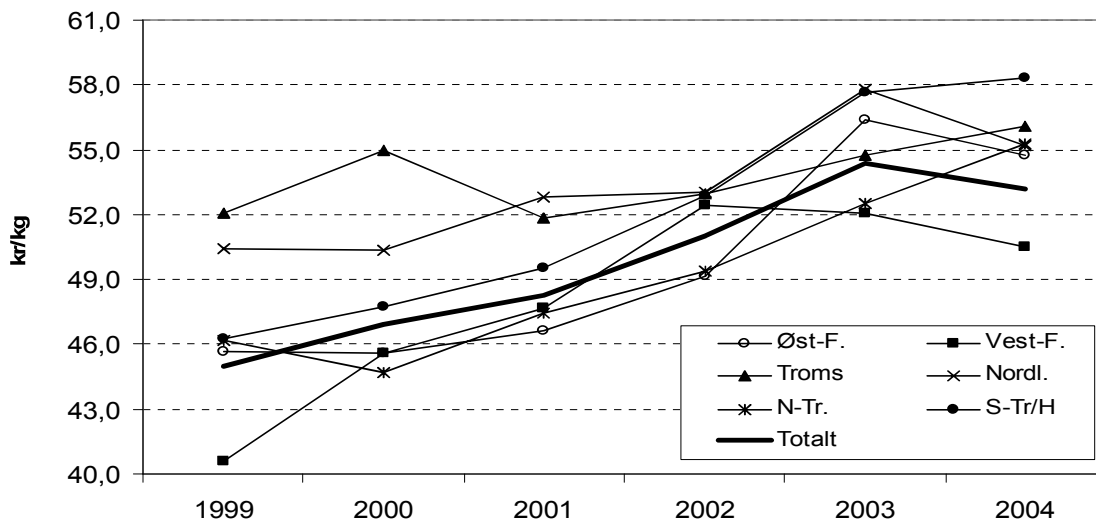
En faktor som er sentral for reindriftsnæringen er prisen de får på kjøttet, men prisen er også sentral sett ut i fra et forbrukerperspektiv. Figur 2.6 viser utvikling i produsentprisen per kilo utbetalt til reiere i perioden 1999 til 2004 samt produsentprisen (ekskl. omsetningsavgift) for okse, gris og lam i perioden 1999 til 2005 (Økonomisk utvalg, 2005 og NILF, 2006).

Gjennomsnittlig produsentpris på reinkjøtt økte med 18 % fra 1999 til 2004, fra 45,0 kr/kg til 53,2 kr/kg. Av de andre kjøttslagene er det kun storfe kjøtt som har hatt en økning i produsentprisen fra 1999 til 2004 med en økning på 8 %, fra 29,81 kr/kg til 31,71 kr/kg. Svin- og lammekjøtt har derimot hatt en prisnedgang på hhv. 5 og 6 % i samme periode. I 2004 var produsentprisen på svin på 18,99 kr/kg mens den var på 30,08 kr/kg for lam. For 2005 ser det ut til at prisen på storfe kjøtt fortsatte å øke, mens prisen på svin- og lammekjøtt gikk ytterligere ned. Ifølge Landbruks- og matdepartementet, ser det ut til at prisene på reinkjøtt stabiliserte seg på samme nivå i 2005 som i 2004 (Pers. medd. M. Floor, 2006).



Figur 2.6 Utvikling i produsentpriser for okse, lam, gris og rein, 1999–2005

Produsentprisene på reinkjøtt varierer en del i de ulike områdene, og figur 2.7 gir en oversikt over reell utvikling i produsentprisene for reinkjøtt fordelt på områder og totalt i perioden 1999 til 2004 (Økonomisk utvalg, 2005). Av figuren ser vi at det var Sør-Trøndelag/Hedmark som hadde høyest pris med 58,3 kr/kg, mens Vest-Finnmark hadde lavest pris med 50,5 kr/kg. I løpet av denne perioden har produsentprisen økt i alle områdene, der Sør-Trøndelag/Hedmark har hatt høyest prisøkning med en vekst på 26 %, mens Troms har hatt lavest prisøkning med 8 %.

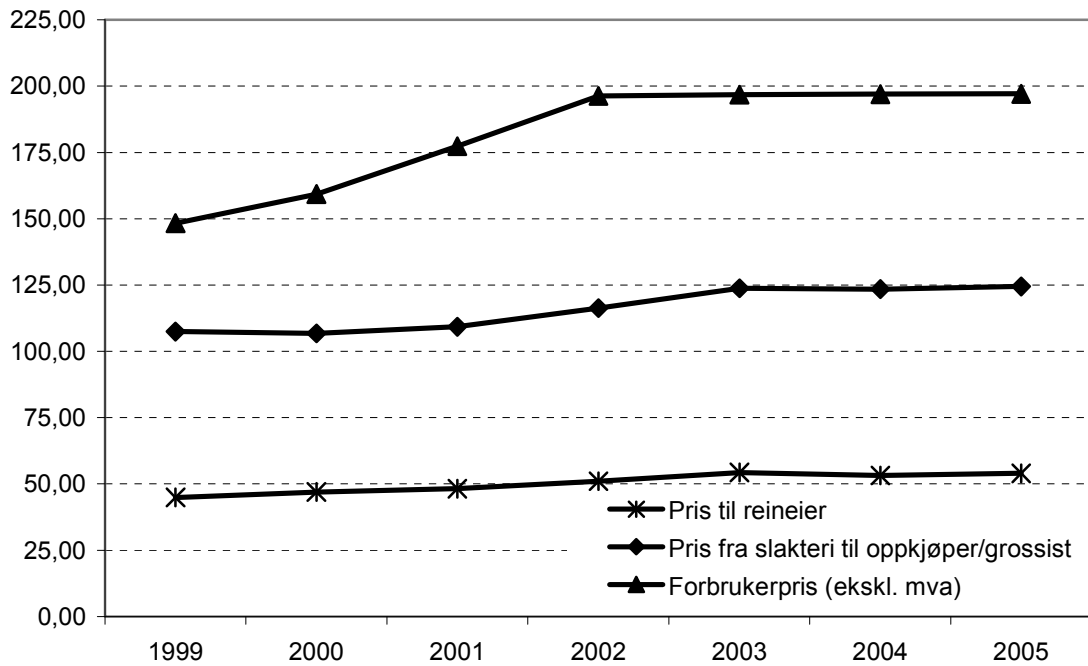


Figur 2.7 Utvikling i produsentpriser totalt og fordelt på områder, 1999–2004

Pris til reineier avhenger av eksterne forhold som utøverne selv har liten kontroll over. Disse forholdene dreier seg om markedspris, eventuelle pristilskudd og fortjeneste/kostnadsnivå for slakteri- og omsetningsleddet. I tillegg kommer prisvariasjoner som følge av ulik kvalitet og klassifisering. Variasjon i disse forholdene, både over år og mellom regioner i det enkelte år, er med på å forklare endringer og variasjoner i pris. Endringer i slakteristruktur, organisering, rapportering og avregningsmetoder kan ifølge Økonomisk utvalg (2005) også være medvirkende årsaker til prisvariasjoner, spesielt i tilfeller der utslagene er store.

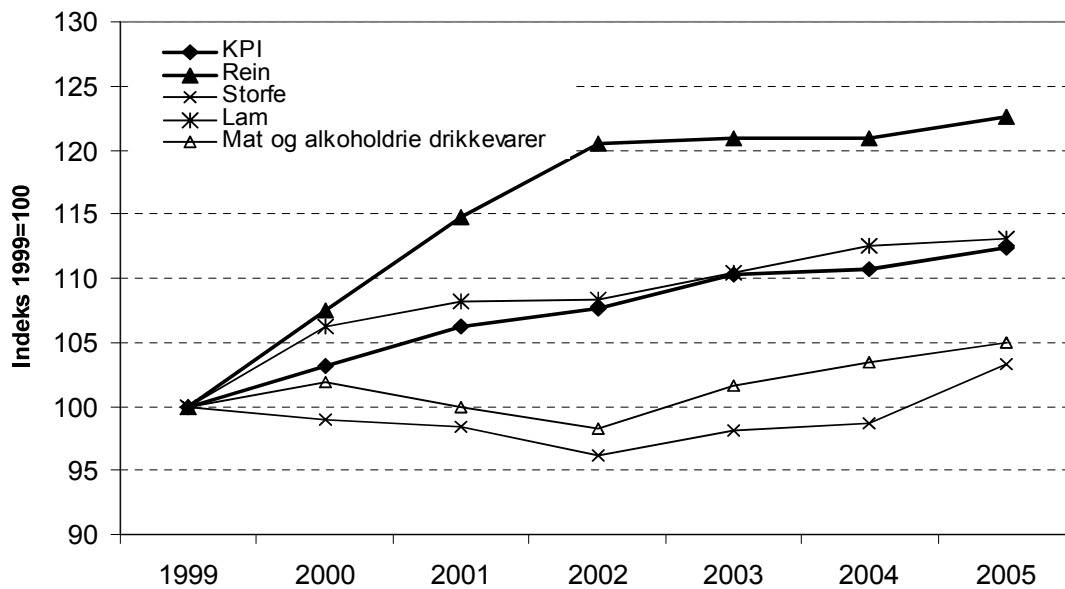
For å få et bilde av prisnivåene i de ulike leddene i verdikjeden for reinkjøtt har vi i figur 2.8 satt opp utvikling i produsentpris (pris til reineier), pris fra slakteri samt forbrukerprisen ekskl. mva. i perioden 2001 til 2005, der tall for 2005 er foreløpige tall t.o.m. oktober (Økonomisk utvalg, 2005). Det er verdt å merke seg at prisene ikke er direkte sammenlignbare, da produsentpris reflekterer prisen på hel slakt, mens pris fra slakteri og forbrukerprisen her representerer pris for surret reinsteik.

Ser vi først på utvikling i prisene på de ulike nivåene ser vi at prisen til reineier har økt med 20 % fra 2001 til 2005. Til sammenligning har prisen på surret steik fra slakteri til oppkjøper/grossist økt med nesten 16 %. Ser vi på forbrukerprisen inkl. mva. har den økt med 21 % mens forbrukerprisen ekskl. mva. har økt med 33 % i samme periode, denne forskjellen skyldes først og fremst en reduksjon i merverdiavgiften på mat fra 24 % til 12 % den 1. juli 2001.



Figur 2.8 Utvikling i produsentpris, pris fra slakteri og forbrukerpris, 2001–2005* (i kr/kg)

For å se på utvikling i forbrukerprisene på reinkjøtt sammenliknet med andre varer, har vi i figur 2.9 gjengitt den totale konsumprisindeksen (KPI), indeksen for undergruppen kjøttvarer, samt prisindeks for reinkjøtt, storfe, lam og svin (NILF, 2006). Av figuren ser vi at mens reinkjøtt har hatt en økning i forbrukerprisene på 23 % fra 1999 til 2005, har den samlede prisindeksen for kjøttvarer kun økt med 4 % i samme periode. Det er kun lam som har hatt en noe tilsvarende prisvekst som rein, med en prisøkning på 13 % fra 1999 til 2005.



Figur 2.9 Prisutvikling på forbrukernivå total og for enkelte varegrupper, 1999–2005

2.2.4 Import og eksport

Det er i dag full anledning til å importere reinkjøtt etter de generelle reglene som omfatter import av varer til Norge. Importvernet skal imidlertid sikre reindriftsnæringen et rimelig vern mot konkurrerende import, og tollsatsene er derfor høye. Tabell 2.4 gir en oversikt over ordinære tollsatter ved innførsel av reinkjøtt til Norge. Av tabellen ser vi at tollene stiger med videreforedlingsgraden, der tollene for eksempel er på 32,28 kr/kg for hele og halve skrotter mens den er på 122,30 kr/kg for utbeinet kjøttstykker. For andre rå huder og skinn av reinsdyr er importen fri.

Tabell 2.4 Tollnumre som omfatter/kan omfatte reinkjøtt

Tollnummer	Tollavgift per kg
01.06.1910 Andre levende dyr, reinsdyr	37,61
02.08.9010 Tunger fra ulike dyr også fra rein	31,83
02.08.9021 Hele og halve skrotter av rein	32,28
02.08.9022 Andre kjøttstykker av rein, ikke utbeinet	66,40
02.08.9029 Utbeinet kjøttstykker av rein	122,30
02.10.9903 Kjøtt og spiselig slakteavfall, saltet, tørket eller røkt, mel av reinsdyr	144,26
41.03.9001 Andre ra huder og skinn av elg eller reinsdyr	0,00

Kilde: Toll- og avgiftsdirektoratet (2006)

I sesonger der markedssituasjonen tilsier det har man mulighet til å administrere ned tollsatsene for reinkjøtt gjennom forskrift om administrative tollnedsettelse for landbruksvarer (Landbruks- og matdepartementet, 2005a). Fra sesongen 2002/03 ble det foretatt endringer i administreringen av importvernet for reinkjøtt som innebar at man gikk bort fra generelle tollnedsettelse og over til definerte kvoter.

I samråd med Reindriftsnæringens importutvalg har SLF ansvaret for å fastsette eventuelle importkvoter til redusert toll for reinkjøtt og for levende rein for slakting (Landbruks- og matdepartementet og Norske Reindriftsamers Landsforbund, 2006). I hvilken grad det skal åpnes for importkvoter avgjøres med bakgrunn i markedssituasjon, der tilgang, lagersituasjon og forventet slakting er forhold som er avgjørende for om det er behov for å supplere norsk produksjon med import. På bakgrunn av det vanskelige markedssituasjonen i 2003, har det verken i 2004, 2005 eller foreløpig i 2006 blitt fastsatt importkvoter for reinkjøtt.

Tabell 2.5 gir en oversikt over utviklingen av import og eksport av levende rein og reinkjøtt for perioden 1999 til 2005. Ser vi på hvilke produkter det tidligere har blitt importert mest av er hovedvekten importert som hele og halve skrotter. Videre har det blitt importert en stor andel levende rein, mens det resterende har blitt importert som utbeinet kjøtt eller «annet kjøtt». Mens importen totalt var på 713,7 tonn i 1999 var den på kun 15,3 tonn i 2005, hvorav hovedparten var utbeinet kjøtt. Sverige og Finland er de klart største eksportørene av rein og

reinkjøtt til Norge når en ser på utviklingen de siste årene. Sammen utgjør importen fra disse to landene over 90 % i hele perioden. I tillegg til Sverige og Finland har det i løpet av de siste årene blitt importert reinkjøtt fra Russland, Grønland, Danmark, New Zealand og Storbritannia ifølge SSBs utenrikshandelsstatistikk.

Tabell 2.5 Import av levende rein og reinkjøtt (i tonn), 1999–2005

Type kjøtt	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
– Levende rein	127,2	59,8	163,1	63,1	20,3	0,0	0,0
– Hele/halve skrotter	579,4	190,4	518,0	421,3	260,9	0,0	0,0
– Kjøttstykker med bein	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2
– Utbeinet kjøtt	7,0	15,5	15,6	11,9	13,4	18,1	15,1
– Annet kjøtt av rein	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
Sum import	713,7	265,7	696,7	496,4	294,7	18,3	15,3

Kilde: SSB (2006a)

Ser vi på eksporten av reinkjøtt fra Norge er den relativt begrenset. Dette har bl.a. sammenheng med at prisen på reinkjøtt ligger høyere i Norge enn i både Sverige og Finland. Videre har ikke alle aktører mulighet til å eksportere reinkjøtt som følge av at de ikke er slaktet ved et EU-godkjent slakteri og derfor ikke har EFTA-godkjent stempel. Det har også vært satset lite på eksportmarkedet da etterspørselen på det norske markedet normalt har vært tilfredsstillende. Som følge av den vanskelige markedssituasjonen de senere årene, har noen aktører imidlertid begynt å se muligheter i eksport til nisjemarkeder både av reinkjøtt og av biprodukter.

Tabell 2.6 gir en oversikt over eksporterte volum av rein og reinkjøtt i perioden 1999 til 2005. Av tabellen ser vi at det ble eksportert til sammen 34,7 tonn i 1999 mot 7,0 tonn i 2005. Av produkter eksporteres det først og fremst kjøttstykker med bein og utbeinet kjøtt. Ser vi på hvilke land det eksporteres reinkjøtt til er det Sverige og Danmark som er de største markedene. I løpet av de siste syv årene har også Kina, Nederland, Tyskland, USA, Belgia, Storbritannia, Qatar, Frankrike, Filippinene, Russland, Italia og Sveits importert reinkjøtt fra Norge.

Tabell 2.6 Eksport av levende rein og reinkjøtt (i tonn), 1995–2005

Type kjøtt	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
– Levende rein	0,5	0,0	2,6	12,2	6,0	6,4	0,0
– Hele/halve skrotter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
– Kjøttstykker med bein	0,0	0,0	23,6	0,0	0,0	0,1	0,2
– Utbeinet kjøtt	34,2	5,2	3,4	1,1	1,4	22,7	6,8
– Annet kjøtt av rein	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	0,0	0,0
Sum eksport	34,7	5,2	29,7	13,3	9,9	29,3	7,0

Kilde: SSB (2006a)

2.2.5 Total tilgang og omsetning av reinkjøtt

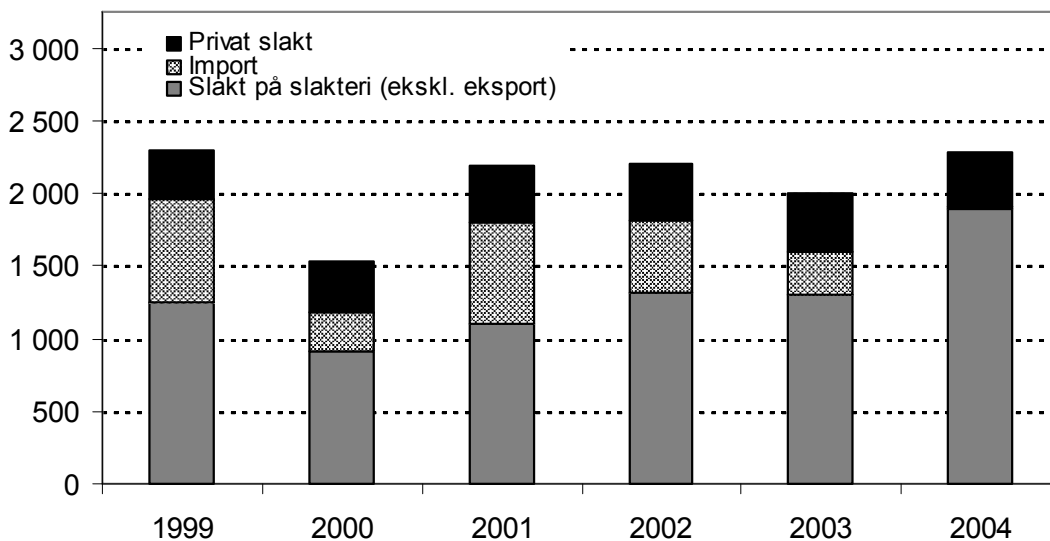
Utbudet av reinkjøtt på det norske markedet påvirkes av to faktorer:

- totalt slakteuttak, og
- handelen med reinkjøtt.

Som følge av at man i størst mulig grad har ønsket en stabil tilførsel av reinkjøtt til det norske markedet, har importen først og fremst kompensert for svingninger i slakteuttaket. Hva som reelt omsettes i antall kilo/antall dyr vil imidlertid kunne påvirkes av lagringskapasitet, svinn osv. Rent praktisk er det derfor vanskelig å gi en eksakt oversikt over hvor mye reinkjøtt som omsettes på det norske markedet.

I figur 2.10 presenteres en oversikt over tilgangen av reinkjøtt på det norske markedet i perioden 1999–2004 (Økonomisk utvalg, 2000–2005 og SSB, 2006a). Figuren er beregnet på bakgrunn av slaktevolum, privat forbruk og netto import. I løpet av perioden 1999–2004 har det totale utbudet av reinkjøtt til det norske markedet ligget på mellom 1 500 og 2 300 tonn. I løpet av perioden har det private uttaket holdt seg relativt stabilt og har ligget på mellom 330 og 400 tonn. Importen, som vi tidligere har sett, har variert betraktelig i løpet av perioden. Av figuren ser vi at utbudet til forbrukermarkedet, dvs. slakteuttak på slakterier pluss netto import, har variert betydelig i løpet av perioden og var lavest i 2000 med 1 185 tonn og høyest i 1999 med 1 965 tonn.

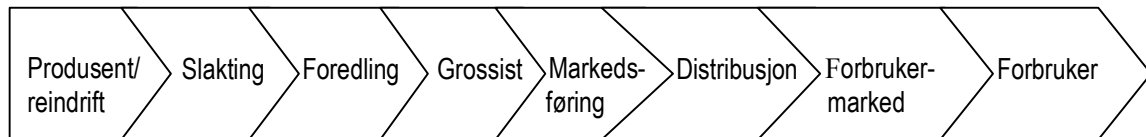
I 2004 var det totale utbudet av reinkjøtt på det norske markedet på 2 279 tonn, av dette gikk 16 % eller 369 tonn til det private markedet, mens 1 910 tonn gikk til forbrukermarkedet. Av utbudet på forbrukermarkedet utgjorde importen i underkant av 1 % i 2004, men importandelen har variert en del fra år til år.



Figur 2.10 Tilgang på reinkjøtt i det norske markedet, 1999–2004

2.3 Verdikjeden, fra produsent til forbruker

Vi vil i det dette avsnittet se nærmere på ulike aktører i verdikjeden for reinkjøtt, samt noen av omsetningskanalene for reinkjøtt i Norge. Grovt sett kan man si at verdikjeden for reinkjøtt består av syv til åtte forskjellige «ledd», og dette er skissert i figuren nedenfor. Ut i fra et verdikjedeperspektiv er reineiere og driftsenhetene ansett for å være det første leddet i kjeden, videre kommer industrien med slaktning/skjæring og videreforedeling. Videre i verdikjeden kommer grossist-distribusjons- og markedsføringsleddene, for deretter omsetningsleddet eller forbrukermarkedet som bl.a. består av dagligvare- og HoReCa-markedet. Til slutt i verdikjeden kommer forbrukeren. Vertikal integrasjon er imidlertid utbredt og det kan derfor være enkelte aktører som er representert i flere av de nevnte leddene. Noe forenklet kan man fremstille verdikjeden av reinkjøtt frem til forbruker på følgende måte:



Figur 2.11 Verdikjeden for reinkjøtt

Vi vil i det følgende presentere de enkelte leddene i verdikjeden for reinkjøtt.

2.3.1 Produsenter

Alt i alt, kan reindriften karakteriseres som småskala drift som bevarer den samiske kulturen og livsstilen. Beiteforhold, vær og vind er med på å gjøre det vanskelig å planlegge reindriften og dermed også slakteuttaket. Slaktesesongen er først og fremst i september til mars, noe som gjør ferskt reinkjøtt til et sesongprodukt. Vi så tidligere at det er om lag 2 855 reineiere fordelt på 569 driftsenheter i den samiske reindriften. I tillegg kommer de som eier rein i de fire tamreinlagene. Reineierne, har i motsetning til bøndene, på markedssiden hatt liten tradisjon for å organisere seg og står i markedet dermed frem som en fragmentert gruppe. Dette ser imidlertid nå ut til å kunne være i endring, som følge av at Boalvvir BA ble stiftet som reieneernes eget salgslag 15. juli 2004. Boalvvir BA er etablert av og for den samiske reindriften (Landbruks- og matdepartementet, 2005b). Det er om lag 235 reineiere som er med i salgslaget, dvs. om lag 8 % av totalt antall reineiere. Boalvvir skal operere som et landsdekkende salgslag for reieneierne og tilby kjøttindustrien å kjøpe kjøtt direkte fra reieneier. Selskapets målsetning er å arbeide for å bedre inntjeningen i næringen for den enkelte reieneier gjennom å øke verdiskapingen i næringen, ved bl.a. å utvikle alternative verdikjeder for reieneierne produkter. Boalvvir skal videre arbeide for å drive salgsfremmende virksomhet, samt arbeide for å styrke reinkjøttets kvalitet og renommé både nasjonalt og internasjonalt. Boalvvir ønsker å markedsføre samisk reinkjøtt fra Norge som en merkevare, og har opprettet merkenavnet Davas. Boalvvir har inngått en avtale med dagligvare-

kjeden Coop Norge, og produkter med merkenavnet Davas er å finne i fryse-diskene i Coop-butikker (Sámi Radio, 2006).

2.3.2 Slakting og foredling

Slaktingen foregår ved ulike typer slakterier og grovt sett snakker en om to hoved-grupper slakterier ut fra størrelse og plassering:

- Sentralslakterier
- Feltslakterier og mobilslakterier.

Sentralslakterier er faste anlegg som i denne sammenhengen slakter store volum. Feltslakterier er faste slakteplasser, men hvor en bringer inn slaktere og utstyr ved slakting. I tillegg forekommer det en del privat slakting, også kalt fjellslakting, som går til eget forbruk og privat salg (Kjuus og Bergset, 2003). Ifølge Økonomisk utvalg (2005) var det i slaktesesongen 2004/05 registrert 20 slakterier med slakt av rein som til sammen slaktet 77 606 rein i sesongen 2004/05.

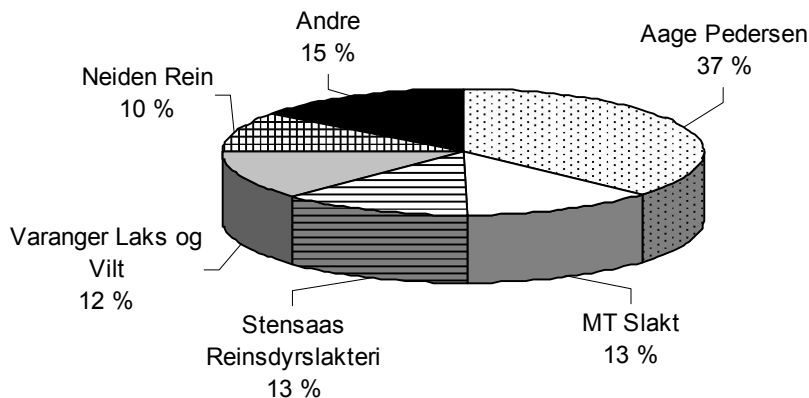
Tabell 2.7 sier noe om bedriftsstruktur i førstehåndsomsetningen av reinkjøtt. Dette gjelder de slakteriene som er listeført/registrert hos Reindrifftsforvaltningen. Av tabellen ser vi at slakteristrukturen i reindriffts-næringen er relativt konsentrert og i slaktesesongen 2004/05 sto de åtte største slakteriene for om lag ca. 95 % av alle slaktede dyr.

Tabell 2.7 Bedriftsstruktur (listeførte slakterier) i førstegangsomsetning av reinkjøtt

Bedriftsgruppe Slakteuttak per bedrift	Ant. Bedrifter			Tot. slakteuttak			Tot. slaktekvantum		
	02/03	03/04	04/05	02/03	03/04	04/05	02/03	03/04	04/05
< 100 dyr	0	3	2	0	198	117	0	11	5
101 – 1 000 dyr	7	6	10	1 889	2 238	2 889	64	71	111
1 001 – 10 000 dyr	7	8	7	38 569	33 947	45 516	993	854	1 069
> 10 000 dyr	1	1	1	13 489	25 135	28 468	357	654	654
Totalt	15	18	20	53 974	61 608	77 990	1 414	1 590	1 840

Kilde: Reindrifftsforvaltningen (2006a)

Underlagsmaterialet viser at det er fem slakterier som slakter størstedelen av reinen, og det dreier seg om Aage Pedersen AS, MT Slakt, Stensaas Reinsdyrslakteri AS, Varanger Laks og Vilt og Neiden Rein og ifølge opplysninger fra aktørene selv, sto de for om lag 85 % av alt slakt i sesongen 2004/05. I figur 2.12 har vi illustrert strukturen av reinslakterier for slaktesesongen 2004/05 (Reindrifftsnytt, 2005, Aage Pedersen, 2005, Neiden Rein, 2005, MT Slakt, 2005, Varanger Laks og Vilt, 2005 og Stensaas Reinsdyrslakteri, 2005).



Figur 2.12 Struktur i slakterileddet i sesongen 2004/05 ut i fra antall slaktet rein

Det absolutt største reinslakteriet har de siste årene vært *Aage Pedersen AS*. I slaktesesongen 2004/05 slaktet de ca. 28 500 dyr, dvs. nesten 37 % av alt slakt. *Aage Pedersen AS* hadde i 2004 en omsetning på over 70 mill. kroner i 2004 og har ca. 45 ansatte i sesongen og totalt 20 årsverk (Ravninfo, 2005). Selve slaktingen av rein foregår ved anleggene i Karasjok og Kautokeino. *Aage Pedersen AS* foredler produkter i forbrukerpakninger og til storhusholdning, og selger dette til frittstående grossister og andre aktører både innen dagligvarehandel (NorgesGruppen og REMA 1000) og til annen kjøttindustri (SPIS). I tillegg har *Aage Pedersen AS* en nært samarbeid med Gilde Norsk Kjøtt både som avtaker av produkter og som deleier av slakterivirksomheten (Reinsslakteriet, 2005). *Aage Persen* har oppgitt av at ca. 30 % av dyret er svinn, ca. 30 % av dyret går til finnbiff, der det aller meste går til dagligvarehandelen, ca. 15 % går til småkjøtt og går i all hovedsak til industrien der kjøttet inngår som joikakaker og lignende (disse industriproduktene havner til slutt i all hovedsak i dagligvarebutikkene). De siste 25 % er edlere deler som for eksempel biffer og fileter. Av dette går trolig om lag 30–50 % til butikk mens resten går til storhusholdningsmarkedet (fortrinnsvis restauranter). Dvs. at om lag 75 % av kjøttet omsettes i dagligvarehandelen, og 25 % omsettes i storhusholdningsmarkedet. Tidligere gikk en større andel av edlere deler til storhusholdningsmarkedet, men etter at prisen på reinkjøtt har gått ned har det blitt en vridning av omsetning av de edlere delene der dagligvarehandelen omsetter stadig mer (Pedersen, 2005).

MT slakt, eller Midt-Norsk Mobilslakt, har oppgitt at de slaktet ca. 10 000 rein i sesongen 2004/05 og at de forventer omtrent samme volum i sesongen 2005/06 (Reindriftnytt, 2005). *MT slakt* er et mobilt slakteri med base i Lierne, og som først og fremst slakter i de sørlige reinområdene. Bedriften driver i dag med både slakting, produksjon og pakking av reinkjøtt. I sesong er *MT slakt* arbeidsplass for 27–30 personer (*MT slakt*, 2005).

Stensaas Reinsdyrslakteri har de senere årene slaktet mellom 8 000 og 10 000 årlig ved slakteriet på Røros (Reindriftnytt, 2005). Slakteriet mottar også ferdigslakt fra andre (herunder import fra Sverige), noe som innebærer at det i 2004/05-sesongen ble foredlet ca. 13 000 dyr ved slakteriet. Slakteriet har om lag 30 ansatte og ca. 23 årsverk. Stensaas Reinsdyrslakteri oppgir at om lag 60 % av deres omsetning går til storhusholdningsmarkedet mens de resterende 40 % går til dagligvarehandelen. I slaktesesongen forsyner Stensaas bl.a. Oslo-markedet med fersk reinfilet gjennom grossistfirmaet W. Køltzow (Stensaas Reinsdyrslakteri, 2005).

Varanger Laks og Vilt har sitt anlegg i Karasjøk, og slaktet om lag 9 700 rein i sesongen 2004/05. Videreforedlingen foregår på Bugøynes i Sør-Varanger (Reindriftnytt, 2005). Bedriften selger produktene direkte til forbrukermarkedet, og flere av produktene har bl.a. fått tildelt «spesialmerket» fra Matmerk (Matmerk, 2006).

Neiden Rein AS er eid av reindriftssamer i Varanger i Øst-Finnmark. Neiden Rein driver et autorisert reinslakteri i Varangerbotn og det ble i slaktesesongen 2004/05 slaktet ca. 8 000 rein ved dette slakteriet. I tillegg til slakteri har Neiden Rein foredlingsanlegg i Vadsø. Reinkjøttet distribueres i dag hovedsakelig til grossisten Brynildsen i Bergen. Av total reinkjøttomsetning går om lag 67 % til dagligvarehandelen (hovedsakelig som fryste stykningsdeler, skav og finnbiff) mens ca. 33 % går til storhusholdningsmarkedet. Dagligvarekjeden ICA er Brynildsens desidert største kunde, men en liten andel omsettes også til NorgesGruppen (Reindriftnytt, 2005 og Brynildsen 2006).

2.3.3 Salg, markedsføring og distribusjon

De neste stegene i verdikjeden er salg, markedsføring og distribusjon av reinkjøtt mot forbrukermarkedet. Disse aktivitetene utføres enten av de som videreforedler produktet eller av grossist.

Det finnes mange bedrifter som innehar en grossistfunksjon for reinkjøtt, der de enten tilbyr reinkjøtt i forskjellig varianter til markedet eller har reinkjøttprodukter som en del av en større portefølje. Blant disse grossistene er det noen som importerer, noen kjøper norsk, mens andre velger å kombinere både norsk og importert reinkjøtt eller viltkjøtt. Foruten Gilde Norsk Kjøtt som årlig kjøper 20–30 % av alt tilgjengelig reinkjøtt på det norske markedet samt Brynildsen som allerede er nevnt, er aktører som W. Køltzow, Asko, Holst Foods AS, Norsk Polar, Eurexim, Sea Bell og Taga Foods eksempler på bedrifter som innehar import/grossistfunksjon innen reinkjøtt.

Markedsføringsarbeid er en viktig del av det å få reinkjøttet ut på markedet og gjennomføres som oftest av salgsleddet, det vil her si videreforedler eller grossist. Reinkjøttindustrien og leverandører av reinkjøtt har i dag liten markedsføringsaktivitet, og merkevarebygging har i liten grad vært prioritert. Dette skyldes bl.a. at store deler av reinkjøttet har gått gjennom landbrukssamvirket Gilde Norsk Kjøtt. Den eneste bedriften som i dag satser på merkevarebygging er Boalvvir som vinteren 2005/06 lanserte egne produkter under merkenavnet Davas. I tillegg til det markedsføringsarbeidet som gjennomføres av reinkjøttleverandører, har man også

generisk markedsføring av reinkjøttet. Den generiske markedsføringen er i dag finansiert over statlige midler og gjennomføres av Opplysningskontoret for kjøtt.

I dagligvaremarkedet tar dagligvarekjedene seg av ca. 50 % av varedistribusjonen fra leverandør gjennom kjedenes engrosvirksomheter, og andelen har vært økende de senere årene (Konkurransetilsynet, 2005). Selv om hovedparten av alle dagligvarer går gjennom kjedenes grossister/engrosvirksomheter, er det noen leverandører som leverer direkte til butikk (direkte distribusjon) uten å gå veien igjennom kjedenes grossister og engrosvirksomheter. Det meste av reinkjøttet til dagligvaremarkedet distribueres i dag gjennom grossister eller kjedenes grossistvirksomheter, og det foregår etter det vi kjenner til ingen direkte distribusjon av reinkjøtt til dagligvaremarkedet. I storhusholdningsmarkedet leverer de største reinkjøttgrossistene sine produkter gjennom en av de tre store innkjøpsavtalene Gress-avtalen, Nores-avtalen og avtalen til Innkjøpsgruppen. Distribusjonen av reinkjøtt til storhusholdningsmarkedet er imidlertid mer fragmentert enn i dagligvaremarkedet og flere reinkjøttprodusenter har direkte distribusjon til enkelte hoteller og restauranter.

2.3.4 Forbrukermarkedet

Generelt kan man inndele forbrukermarkedet for reinkjøtt i tre ulike markeder:

- lokalt marked,
- nasjonalt marked, og
- eksportmarkedet.

Lokalt marked

Det er i dag åpnet for at reieierne kan ta ut 20 dyr per driftsenhet og 50 dyr totalt for tamreinlagene, til privat bruk og omsetning. Eksakte tall over omfanget av privat forbruk og omsetning av reinkjøtt er imidlertid i liten grad dokumentert. Beregnede tall fra reindriftsnæringens totalregnskap viser imidlertid at mellom 15–30 % av totalt slakteuttak slaktes privat og omsettes lokalt (Økonomisk utvalg, 2005).

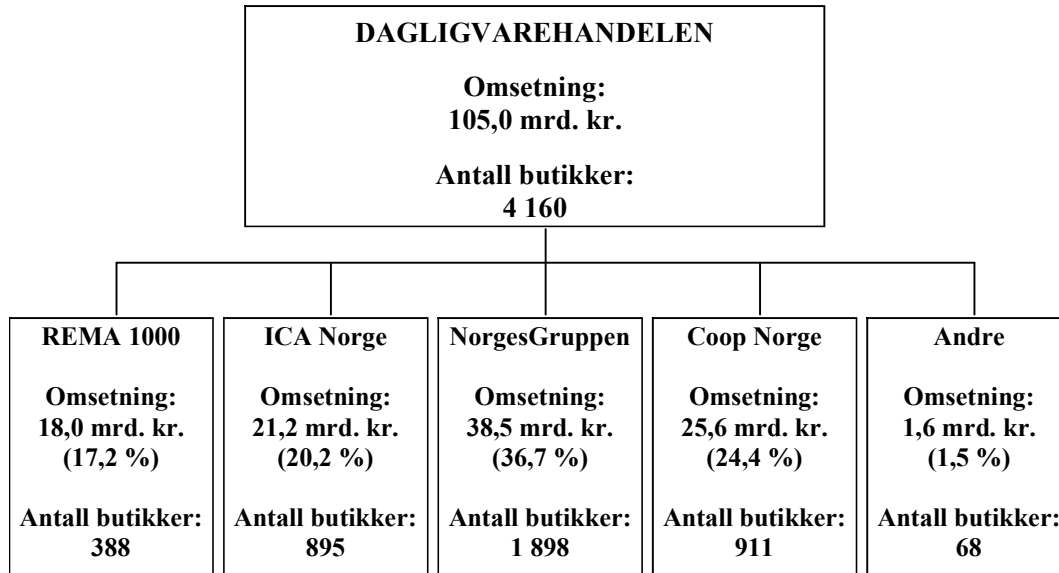
Hvor stor andel av dette som går til hjemmeforbruk og hvor stor andel som omsettes til andre, og eventuelt på hvilken måte har vi imidlertid ingen dokumentasjon på. Ser man på eksisterende og potensielle omsetningskanaler av reinkjøtt utover de to tradisjonelle omsetningskanalene (storhusholdning og dagligvare) kan det også selges reinkjøtt gjennom mer lokale markedskanaler som privatsalg, hjemkjøring, bondens marked, bedriftsmarkedet samt stands og markeder m.m.

Nasjonalt marked

Det nasjonale markedet kan i hovedtrekk deles inn i dagligvaremarkedet og storhusholdningsmarkedet. Med unntak av det som går til eksportmarkedet går anslagsvis ca. 60 % av alt reinkjøtt fra reinslakterier til dagligvaremarkedet, mens resten går til storhusholdningsmarkedet. For et par år siden ble imidlertid en større andel omsatt i storhusholdningsmarkedet (Pedersen, 2005 og Brynildsen 2006).

Dagligvaremarkedet

Ser vi på det norske dagligvaremarkedet domineres det i dag av de fire store dagligvarekjedene REMA 1000, ICA Norge, NorgesGruppen og Coop Norge. Samlet sett var netto omsetning på 105,0 mrd. kroner i 2005 hvorav de fire store kjedene sto for en markedsandel på 98,5 % (ACNielsen, 2006). Figuren nedenfor viser hvordan markedsandelene er fordelt innen dagligvarehandelen i omsetning og i antall butikker.



Figur 2.13 Markedsandeler for de fire store dagligvarekjedene i 2005

Med unntak av REMA 1000, som kun har ett butikkonsept, har de andre kjedene flere profilhus/butikkonsepter. Butikkonsept er benyttet som begrep for de ulike butikktypene som finnes under dagligvarekjedene. Eksempler på butikkonsept er Coop Prix, REMA 1000, RIMI og Meny. Dels er disse butikkonseptene selvstendige kjeder av detaljistutslag med annet eierskap enn øvrige konsepter i samme paraplykjede, og dels er kjedekonseptene eid av en og samme paraplykjede.

Kjedenes butikker kan videre deles inn i ulike kategorier, der dagligvarebutikker bl.a. kan fordeles etter størrelsen på butikkene. Normalt deles butikktypene inn i hypermarkeder (> 2 500 m²), store supermarkeder (1 000–2 499 m²), små supermarkeder (400–999 m²), supretter (100–399 m²) og små dagligvarebutikker (0–99 m²). Størrelsen på butikkene sier også noe om kjedenes vareutvalg, der de største butikkene naturligvis nok har størst vareutvalg. En oversikt over antall butikker og omsetningen knyttet til disse konseptene er vist i tabell 2.8.

Tabell 2.8 Oversikt over omsetning fordelt på butikkategorier i 2005

	Hyper- markeder	Store Super- markeder	Sma Super- markeder	Supretter	Sma dagligvare- butikker
Fordeling av omsetning	6,5 %	20,9 %	51,0 %	20,7 %	0,9 %

Kilde: ACNielsen (2006)

I dag har alle kjedene i realiteten kontroll over grossist- og salgsleddet i verdikjeden. Grossistleddet har ikke forsvunnet, men grossistfunksjonen er blitt en langt mer rendyrket logistikkfunksjon som hos paraplykjedene er integrert med kjedevirksomheten ved at kjedene har egne grossistvirksomheter.

Dagligvarekjedene har i de fleste tilfeller et langsiktig, gjensidig og forpliktende samarbeid med sine leverandører. Det innebærer at detaljistene tilbyr leverandørene forbrukerinformasjon, samt at kjedene ønsker å være en effektiv markedsføringskanal for leverandørens produkter. I en del tilfeller samarbeider også dagligvarekjedene og leverandørene om produktutvikling, effektiv vareforsyning, markedsføring etc. (Strøm, 1998).

Dagligvarekjedene driver streng sortimentsstyring. For produsentene betyr dette at man ikke automatisk har en distributør, dersom man har et nytt produkt å tilby markedet. Skal et nytt produkt inn i hyllene, må i mange tilfeller andre ut. Det er dagligvarekjedene som har kontrollen over tilgang til hyllene i butikkene. Denne kontrollen skaper av seg selv et press på produsentene om å være billige, levere høy kvalitet og oppfylle andre deler av kjedens leveringsbetingelser (Strøm, 1998). For å bestemme sortimentet i butikkhyllene gjennomføres det årlige forhandlinger mellom leverandører og de sentrale enhetene i Norgesgruppen, Coop Norge, ICA Norge og REMA 1000. I tillegg til sortiment forhandles det også om markedsføringsforpliktelser og betalingsbetingelser (Konkurransetilsynet, 2005).

Storhusholdningsmarkedet

Innen HoReCa-markedet, dvs. hotell-, restaurant- og cateringmarkedet er behandlingen av reinkjøtt mer uoversiktlig enn i dagligvarehandelen. Tradisjonelt har denne omsetningskanalen tatt av for store deler av det totale utbudet av reinkjøtt. De senere årene har det vært vanskelig for reinkjøtt å beholde sin posisjon i dette markedet som følge av høy pris og gode substitutter. Vi vil i det følgende se nærmere på enkelte grupperingene innen denne omsetningskanalen.

Det finnes en rekke hotellkjeder og hotellsammenslutninger i Norge. I 2004 var det registrert ca. 1 239 hotellvirksomheter i Norge, og blant disse hadde 90 % restaurant tilknyttet virksomheten. Samlet sett var omsetningen for samtlige hoteller på 14,9 mrd. kroner ekskl. mva. i 2004 (SSB, 2005a). Hoteller er i utgangspunktet et marked for reinkjøtt, da ofte utenlandske turister etterspør eksotiske og typisk norske produkter.

Ser vi på restaurantmarkedet var det i 2004 registrert 6 077 restaurantvirksomheter i Norge som til sammen omsatte for 19,5 mrd kroner ekskl. mva. Om lag

83 % av disse er definert som restaurant eller kafé, mens resterende 17 % omfatter salatbarer, gatekjøkken, pølseboder og lignende (SSB, 2005b). Det er først og fremst restauranter som omsetter reinkjøtt, mens det trolig i liten eller ingen grad omsettes reinkjøtt på gatekjøkken etc.

Av de totalt 1 008 virksomhetene som hadde kantine og cateringvirksomhet i 2004, var det om lag 65 % som drev med catering, mens resterende 35 % omfattet selvstendig kantinedrift. Totalt omsatte disse virksomhetene for 4,4 mrd. kroner. ekskl. mva. i 2004 (SSB, 2005b).

Eksportmarkedet

I avsnitt 2.1.4 så vi at det i løpet av de seks siste årene årlig har blitt eksportert mellom 5 og 35 tonn reinkjøtt. Med unntak av 2001, har hovedvekten av det som har blitt eksportert blitt eksportert som utbeinet kjøtt. Sverige og Danmark er de landene som er de største importørene av reinkjøtt, men fordi eksporten er relativt lav, vil relativt små eksportvolumer kunne endre dette bildet. Det så man bl.a. i 1999, da Kina importerte over 90 % av reinkjøttet dette året. Det har de senere årene blitt gjennomført noen prosjekter for å fremme eksport av reinkjøtt, der man bl.a. har sett potensialet for å posisjonere reinkjøtt som et nisjeprodukt i Sør-Europa. Men som følge av at det norske markedet i prisnippet er stort nok til å omsette det reinkjøttet som blir produsert, har det generelt sett vært liten satsing på eksportmarkedet.

2.3.5 Forbrukeren

For å lykkes som aktør på det norske markedet er det viktig å kjenne sine kunder, slik at man kan tilpasse virksomheten etter deres ønsker og behov. Norske konsumenters forbruksmønster er knyttet til historisk utvikling og norsk kultur samtidig som at dagens forbrukerpreferanser er i endring som følge av økt internasjonalisering. Vi vil nedenfor se nærmere på forbruket av kjøtt generelt, og reinkjøtt spesielt, og utviklingen i forbrukernes forbruksvaner og preferanser.

Fakta om forbruk

I Norge konsumeres det om lag 0,5 kg reinkjøtt per person per år, og utgjør med det kun 1 % av en persons totale årlige kjøttforbruk. Til sammenligning konsumeres det årlig 7,6 kg svinestek, 3,7 kg storfe kjøtt og 2,9 kg lammekjøtt (SSB, 2005c). Hele 98 % av befolkningen sier at de spiser kjøtt minst en gang i uken (Hanssen, 2003). Ifølge SSBs forbrukerundersøkelse utgjorde norske husholdningers innkjøp av kjøtt omlag 2,5 % av deres totale utgifter noe som tilsvarer en årlig kostnad på 7 509 kroner per husholdning. Til sammenlikning var de totale utgiftene til mat og alkoholfrie drikkevarer på 35 042 kroner per år og de samlede forbruksutgiftene i alt på 304 767 kroner (SSB, 2005c). Når det gjelder forbruk av viltkjøtt, inkludert reinkjøtt, står dette for under 5 % av det totale kjøttkonsumet – noe avhengig av beregningsmetode (Hansen, 2003).

Når det gjelder forbruk i de ulike markedene har det i *dagligvaremarkedet* vært en vekst i salget av ferske bearbejdede kjøttprodukter på om lag 11,2 % fra 2003 til

2005. Forbruket av fryst bearbeidet kjøtt har i samme periode gått ned med 5,3 %, mens det har vært en oppgang på 2,8 % for hermetisk kjøtt omsatt i dagligvarehandelen (ACNielsen, 2006). Det kan dermed tyde på at forbruket av ferskt kjøtt er økende i dagligvaremarkedet, mens det er en redusert etterspørsel etter fryst kjøtt. I *storhusholdningsmarkedet* har det vært en relativt liten økning i kjøttforbruket de senere årene og i perioden 1998–2003 økte forbruket med bare 0,1 kg per innbygger (Flesland, 2005). I 2003 ble der omsatt 37 004 tonn kjøtt² i storhusholdningsmarkedet og av dette ble om lag 11 % omsatt i institusjonsmarkedet, 22 % i kantine- og cateringmarkedet, mens 67 % ble omsatt i hotell- og restaurantmarkedet.

Kjøtt og forbruksvaner

Det er sterke normer og regler for hva som er hverdagsmiddag og hva som er helge- og festmiddag i Norge. Hverdagsmiddager er gjerne rimeligere og enklere enn helgemiddagene som ofte er dyrere og mer forseggjorte. Norsk viltkjøtt og reinkjøtt spesielt spises ofte som festmiddag, familiemiddager og i spesielle anledninger som for eksempel bryllup, dåp og konfirmasjon (Hanssen, 2003). Å spise reinkjøtt til hverdags er trolig utelukket både av sterke tradisjonelle og prismessige grunner. Pris og tradisjoner tolkes som to svært vesentlige barrierer mot å gjøre rein om fra en «festmåltid» til et «hverdagsmåltid» i forbrukerens bevissthet.

SIFO-rapporten «Kjøtt, holdninger og endringer 1997 til 2004» viser at kjøttets betydning som en del av det norske kostholdet har holdt seg relativt uendret, men at folks holdninger til kjøttets ernæringsverdi er blitt mer positiv. En undersøkelse gjort av Hanne Torjusen i SIFO viste at mange forbrukere har lite kunnskap om regelverk, ansvarsfordeling mht. trygg mat og hvordan matvarekontrollen fungerer i praksis. Forbrukerne baserer følgelig lite av sin tillit på informasjon, men på flere ulike faktorer som for eksempel hvor kjent varen er og hvor stor og seriøs aktøren som tilbyr varen er. Enkelte forbrukere velger å kjøpe direkte fra produsent eller fra spesialbutikker fordi man har bygget opp en personlig tillitsrelasjon. Andre følte trygghet ved å kjøpe produkter som ble ansett som naturlige og hadde derfor tillit til å kjøpe viltprodukter.

I 2003 initierte Landbruks- og matdepartementet etableringen av forbrukerpaneler i syv fylker med mål om å øke kunnskapen om befolkningens synspunkter til ulike matspørsmål. Den første undersøkelsen tok for seg temaet «kjøtt fra gård til bord». Resultatene fra undersøkelsen viste at forbrukerne ønsket seg mer informasjon om kjøttet. De ønsket blant annet obligatorisk merking av opprinnelsesland og informasjon om hvilke gård/region kjøttet stammet fra. De ønsket også konkret informasjon om produktets slaktedato, pakkedato, frysedato og hvilke del av dyret kjøttet var skåret fra. I tillegg ble det lagt frem ønske om at alle ingrediensene i blandede produkter skulle angis i prosent. Dette var tiltak som ble ansett som viktig både for forbruker og forhandlingsledd.

² Inkl. kjøttbiprodukter, fjørfe og annet kjøtt.

En undersøkelse gjennomført av SIFO kalt «Fra vafler og hamburgerer til elghakk og hjortestek» fra 2002 hevder at norsk næringsliv er påvirket av kontinentale forbruksvaner og at segmentet foretningsskunder har steget til å dekke omlag 80 % av restaurantsetningen. Restaurantverdenen har derfor rettet seg mer og mer mot denne type virksomhet (Amilien, 2002). Selv om foretningsskundesegmentet er stort, skal man imidlertid ikke undervurdere potensialet for salg av viltkjøtt til turister. Informantene i NILFs undersøkelse anså utenlandske turister som den gruppen som var mest interessert i å ha viltkjøtt på menyen. Resultater fra SIFOs undersøkelse underbygger denne antakelsen ved at utenlandske turister i Norge i større grad enn nordmenn er opptatt av å spise lokal mat i ferien (Amilien, 2002).

Det har blitt mer fokus på lokal mat de senere årene, noe som i stor grad har vært påvirket av politiske målsetninger. Stortingsmelding nr. 19–2000 sier at Regjeringen ønsker å legge til rette for ordninger som kan redusere avstanden mellom matprodusent og forbruker, og legge til rette for at mer mat foredles og omsettes lokalt. Målsetningen er å bidra til at avstandsfaktorer kan reduseres og styrke den matkulturelle identiteten, øke forbrukerens valgmuligheter og tydeliggjøre de funksjonene norsk landbruk har. MMI gjennomførte i mai/juni 2005 en undersøkelse for Landbruks- og matdepartementet som viste at 61 % av norske kvinner og 53 % av norske menn er meget eller ganske interessert i å kjøpe produkter som er levert direkte fra produsenter til lokale butikker og marked (Landbruks- og matdepartementet, 2005c).

Fremtidens forbruker

Forbrukernes preferanser er i stadig endring og en av de fremste trendanalytikerne (Fishnet Nordic v/Nyhaug) i Norge har oppsummert mulige generelle utviklings-trekk som kan få konsekvenser for det norske forbruksmønsteret i årene som kommer (Mjelde et al, 2001):

- Mentaliteten blant dagens forbruker endres med retning mot det *egosentriske*. Nytelse for nytelsens skyld er et viktig element i denne sammenhengen, der det blir satt fokus på å skjemme bort seg selv og sine egne.
- Videre vil man få en endring med økte *impulser* fra andre land og steder en tidligere. For eksempel er 1 av 5 ungdommer i Oslo fremmedkulturelle. For matsektoren innebærer dette bl.a. nye sammensetninger av matvarer og utsalgssteder.
- Etterspørselen etter varer med *ektehet* vil øke. Som en konsekvens vil merking av varer, økologisk dyrking og kortere distribusjonskanaler bli satt på dagsorden.
- Det vil bli et økt fokus på *energien* i det vi spiser. I en hverdag der alt går raskere, hvor man får mindre tid og ofte dårlig samvittighet for matinntaket, etterspør forbrukerne i stadig større grad funksjonell mat.
- I en tid der mange opplever knapphet på tid, vil behovet for *enkelthet* øke. Forbrukerne vil i fremtiden etterspørre større pakninger, økt tilgjengelighet og servicekonsepter med levering av mat.
- Et større krav til variasjon skaper luksusproblemer for forbrukerne i valg-situasjoner fordi de har så mye å velge mellom. Differensiering ved det *estetiske*, i form

av lukt, smak og utseende, vil derfor være et viktig instrument i konkurransen for å nå forbruker.

- Mange forbrukere er opptatt av *etikk*, enten det gjelder sprøyting/økologi eller dyrebeskyttelse m.m. Men når hverdagen er så hektisk som den har blitt, er det mange som ikke tar seg tid til å bruke ressurser på å støtte slike interesser. Forbrukerne forventer i større grad at matprodusentene skal ta ansvar for disse interessene, så lenge det ikke koster for mye for forbrukeren (tid og penger). Dette innebærer at produktet ikke bare må smake bra eller se bra ut, men det må også føles bra.

For reinkjøttbransjen vil differensiering av pakningsstørrelser og ulik grad av tilberedning være eksempler på mulig utvikling som kan få konsekvenser for deler av den norske kjøttbransjen. Trendene som er beskrevet ovenfor vil imidlertid kunne få ulike konsekvenser for ulike deler av den norske reinkjøttbransjen, og det er derfor viktig at de enkelte aktørene identifiserer hva de ulike trendene vil bety for dem.

3 Reinkjøttmarkedet hos våre naboland

Av naturgitte og historiske årsaker foregår det også reindrift i våre naboland Sverige, Finland og Russland. Det finnes en rekke likhetstrekk, men også visse forskjeller når det gjelder reindrift i disse landene. I dette kapitlet skal vi se nærmere på markedet for reinkjøtt i disse landene.

3.1 Om reindriftnæringen hos våre naboland

På lik linje med den norske reindriften, er det i Sverige først og fremst samene som har rett til å drive med reindrift, mens man i Finland og Russland ikke har knyttet en slik rett til en bestemt folkegruppe. Vi vil i det følgende gi en kort oversikt over de enkelte lands reindriftnæring.

3.1.1 Svensk reindriftnæring

Som i Norge er retten til å drive reindrift i Sverige forbeholdt samene, der denne retten er regulert av den svenske reindriftsloven (Jernsletten og Klovan, 2002). I Sverige drives reindrift i de nordlige områdene, og først og fremst i Norrbotten, Västerbotten og Jämtland len. Reindriftsområdet dekker et areal på ca. 160 000 km², noe som tilsvarer 34 % av Sveriges landområder. Alle samer har reindriftsrett, men for å kunne drive med reindrift må man være medlem i en sameby. En sameby er en økonomisk og administrativ sammenslutning som har det overordnede ansvaret for reindriften innenfor et visst område. I en sameby finnes flere reindriftsforetak. De fleste foretak består av en eller flere reinciere, der det mest vanlige er å ha familieforetak (Jordbruksdepartementet, 2001).

I tillegg til rene samebyer finnes det i Sverige enkelte konsesjonsbyer som er organisert slik at bare samer kan ha konsesjon til å drive reindrift, men der alle

medlemmene av byen kan eie rein, dvs. at ikke-samer også kan være reieiere. Reieierne innenfor en konsesjonsby er vanligvis eiere av jordbrukseiendommer som tradisjonelt har ønsket å drive med reindrif som tilleggsnæring. En konsesjonsinnehaver har gjennomsnittlig 790 rein, mens eiere av jordbrukseiendommer kun får lov til å ha 30 rein per husstand (Jordbruksdepartementet, 2001 og Søyland et al., 2002). Sverige er i dag inndelt i 51 samebyer fordelt på ca. 940 reindrifsenheter/ driftsenheter. Tabell 3.1 viser antall driftsenheter, rein og rein per driftsenhet i perioden 1999–2003. Av tabellen kan man se at både antall driftsenheter og antall reieiere har holdt seg noenlunde stabilt de senere årene, og i 2003 var det 4 597 reieiere fordelt på 937 driftsenheter, dvs. 4,9 reieiere per driftsenhet.

Tabell 3.1 Antall driftsenheter, reieiere og personer per driftsenhet, 1999–2003

	Antall driftsenheter	Antall reieiere	Antall reieiere per driftsenhet
1999	934	4 522	4,8
2000	930	4 525	4,9
2001	915	4 500	4,9
2002	928	4 487	4,8
2003	937	4 597	4,9

Kilde: Jordbruksverket (2006)

I Sverige var det i 2004/05 om lag 266 000 rein, dvs. om lag 18 % mer enn det som er i Norge. I tabell 3.2 har vi sammenfattet utviklingen av antall rein i Sverige i perioden 1999/00 til 2004/05. Av tabellen ser vi at reintallet økte i hele perioden, med unntak av i 2000/01 da det var en liten nedgang i reintallet. Sett hele perioden under ett, har reintallet økt med 20 % i løpet av de siste syv årene. Innad i Sverige er det Norrbottens som har desidert flest rein, med over 56 % av totalt antall rein. Videre har Västerbotten om lag 24 % av reien mens de resterende 20 % holder til i Jämtlands län.

Tabell 3.2 Utvikling av antall rein i Sverige, 1999/00–2004/05

Ar	Reintall
1999/00	221 164
2000/01	219 517
2001/02	229 538
2002/03	237 481
2003/04	257 000
2004/05	266 000

Kilde: Økonomisk utvalg (2005)

Ved forhandling om EU-medlemskap fikk Sverige videreført all nasjonal støtte til reindrif som de hadde hatt tidligere, dette inkluderer bl.a. en prisstøtte for reinkjøtt. Dette betyr også at støtten per kg kan bli videreført selv om kvantumet av reinkjøtt nå skulle gå opp. Dersom Sverige eller Finland skulle ønske å innføre nye tiltak i reindrifspolitikken, må dette imidlertid notifiseres som statstøtte og godtas

av Kommisjonen. Finland fikk bl.a. avvist et forslag om prisstøtte ved sine forhandlinger om EU-medlemskap som følge av at det allerede ikke var en tradisjonell ordning i finsk reindriftspolitik.

3.1.2 Reindriftnæringen i Finland

Det finske reindriftsområdet dekker 114 000 km² (ca. 1/3 del av Finland) og omfatter mesteparten av Lappland len og nordøstre del av Oulu len (Søyland et al, 2002 og Paliskunnat, 2006). Retten til å drive med reindrift gjelder alle EU-borgere som bor innenfor reindriftsområdet og ikke bare samene. Det er kun i de nordlige områdene av Lappland at en finner samisk reindrift, og av totalt 6 500 finske samer bor 4 000 innenfor det samiske reindriftsområdet. De samiske reineierne er organisert i 13 distrikter, og de samiske driftsenhetene har et stort antall rein i reinflokkene. Reindrift er i dette området fortsatt av stor betydning for den samiske kulturen og ca. 1/3 av den samlede mengden slaktet rein kommer fra dette området.

Det er relativt store forskjeller i hvordan næringen utøves i de ulike distriktene, noe som bl.a. skyldes at både samer og ikke-samer kan drive med reindrift, samtidig som det er økologiske ulikheter innen reindriftsområdet (Søyland et al., 2002). I sørlige deler av Finland, der i hovedsak den ikke-samiske reindriften holder til, er reindrift hovedsakelig en binæring og kan til dels sammenlignes med tamreinlagene i Norge. I disse områdene går reinen i skogsområder og det er også mer vanlig å føre reinen i disse områdene.

Det finske reindriftsområdet er delt opp i 56 distrikter og hvert distrikt disponeres av et reindriftsforetak. Reineierne er organisert gjennom Reinbeitelagsforeningen, som fungerer som et samlet interesseorgan for reindriftsforetakene. I samråd med Reinbeitelagsforeningen bestemmer Jord- og skogbruksministeriet, med utgangspunkt i vurderinger om beiteområdenes tilstand, hvor mange rein det er tillatt å ha på vinterbeite for ti år av gangen. Det gis også begrensninger for hvor mange rein et foretak og hver enkelt reneier kan ha (Søyland et al., 2002).

I Finland er det i dag om lag 200 000 rein og antall reneiere ligger i overkant av 5 000, dvs. noe lavere reintall enn i Norge men nesten dobbelt så mange reneiere. Den samiske reindriften har om lag 35 % av totalt antall rein i Finland, og av samene eier 80 % færre enn 25 rein, mens det resterende 20 % eier resten (DN.Økonomi, 2006). Tabell 2.11 gir en oversikt over antall rein, tillatte rein, og reneiere i Finland fra reindriftsåret 1999/00 til 2003/04.

Tabell 3.3 Antall rein, antall tillatte rein og antall reineiere, 1999/00–2003/04

Ar	Antall rein	Antall tillatte rein	Antall reineiere
1999/00	203 424	220 900	5 878
2000/01	185 731	203 700	5 682
2001/02	199 708	203 700	5 485
2002/03	196 727	203 700	5 334
2003/04	201 058	203 700	5 243

Kilde: Paliskunnat (2005) og Hætta (2003)

Av tabellen ser vi at totalt reintall i hele perioden har ligget under antall tillatte rein. Sammenlignet med reintallsutviklingen i både Norge og Sverige har reintallet i Finland holdt seg noe mer stabilt, og var noe lavere i 2004/05 enn i 1999/00.

3.1.3 Den russiske reindriften

Man antar at om lag 2/3 av all tamrein i verden holder til i Russland, dvs. om lag 1,2 millioner rein. Over halvparten av tamreinen holder til i de nordvestlige områdene der folkeslagene samer, nenets og komies dominerer. I alt er det 18 ulike folkeslag som er involvert i tamreindriften som foregår i Russland. I tillegg til tamreinen antar man at den russiske villreinstammen utgjør mellom 1–1,5 millioner dyr og i dag er den økende bestanden av villrein på bekostning av tamrein en utfordring (Utenriksdepartementet, 2003).

Den samiske reindriften i Russland finnes først og fremst i Murmansk fylke og i dag er det meste av reindriften konsentrert til selve Kolahalvøya. Reintallet i området var på 63 000 dyr i 1999, mens beitekapasiteten er beregnet til 110 000 rein totalt for området. Reindriften i området er organisert i to større andelslag (tidligere statskollektiver), en mindre statsfarm, samt en liten enhet på grensen til Karelia. Antall mennesker tilknyttet reindriften i Murmansk fylke er på ca. 500 personer, hvorav de som reelt jobber med rein utgjør ca. 260 personer. Disse består i hovedsak av samer og komies. I tillegg fins det noen nenetsere og andre folkegrupper i reindriften på Kolahalvøya. Privat reindrift i den forstand vi kjenner til i de nordiske land, finnes i svært begrenset omfang i dette området (Jernsletten og Klovan, 2002).

Andelen av statlige og offentlige foretak står sterkt i hele Russland og etter 2. verdenskrig og frem til begynnelsen av 1990-tallet har statlige og offentlige foretak kontrollert mellom 70–90 % av all tamrein i Russland. I dag har man tre former for eierskap i reindriften: felles eierskap, statlig eierskap og privat eierskap. I de statlige bedriftene er reindriftsutøverne ikke eiere men lønsmottakere, som i bestefall kun har noen privateide rein i flokken. Felleseide reinflokker var tidligere statlig reindriftsfarmer, men som følge av privatiseringen har det blitt opprettet felleseide reinflokker. For reindriftsutøverne har det lite betydning og reinflokken er statlig eller felleseid, da felleseide reinflokker styres av bl.a. kommuner eller større bedrifter der reindriftsutøveren kun har et lite eierskap. Privat eierskap er en eierform som er mer lik det man har i norsk reindrift, der reindriftsutøveren selv eier reinen. Som oftest har reindriftsutøverne kun en lite antall privateide rein som

går i en statlig eller felleseid flokk. Utviklingen de siste 10 årene tyder på at antall privateide rein er i ferd med å øke og man anslår at ca. 50 % dvs. 600 000 rein var eid av statlige og offentlige foretak i 2003, mens resterende var privateid (Jernsletten og Klovan, 2002 og Ulvevadet og Klovov, 2004). Uavhengig av eierskapsform er den daglige reindriften som oftest organisert i «brigader» dvs. en form for felleskap, oftest av familier som er i slekt innenfor et avgrenset beiteområde. Tabell 2.12 sammenfatter utviklingen av antall tamrein i Russland totalt samt antall rein i privat eie.

Tabell 3.4 Antall tamrein og antall privateid tamrein i Russland, 1999–2003

Ar	Antall tamrein	Antall tamrein i privat eie
1999	1 350 000	690 000
2000	1 250 000	610 000
2001	1 200 000	580 000
2002 ¹⁾	1 200 000	590 000
2003 ¹⁾	1 200 000	590 000

1) Basert på anslag

Kilde: Jernsletten og Klovan (2002) og Ulvevadet og Klovov (2004)

3.2 Forvaltning

EU har ingen felles politikk for reindrift, og dermed heller ingen felles forvaltning av næringen. Både Sverige og Finland fikk allikevel fremforhandlet muligheten til å ha nasjonale støtteordninger for reindriftsnæringene ved forhandling om EU-medlemskap. Russland, på sin side, har tidligere hatt en sterk statlig styring av reindriftsnæringen som følge av sitt eierskap i reindriften.

3.2.1 Forvaltning av den svenske reindriften

I Sverige er det Jordbruksdepartementet som har det overordnede forvaltningsansvaret for reindriftsnæringen, med Jordbruksverket som ekspertmyndighet og ansvarlig for tilskudds- og erstatningsordningene innen reindrift. På fylkesnivå er det de tre nordligste lenene Norrbotten, Västerbotten og Jamtländ len som har ansvaret for forvaltningen av reindriftsnæringen.

Av forhold som bidrar med å påvirke reindriftsnæringen vil tilskudds- og erstatningsordninger for næringen ha betydning. Her kan en nevnte nasjonale støtteordninger (pristillegg, arealforvaltning, katastrofefond og utviklingsprosjekt), erstatninger (Tsjernobylerstatninger og rovdyrerstatninger), annen støtte (Riksgrenses-tengsel og øvrig statstøtte) og EU-finansiert støtte. Til sammen utgjorde de nevnte ordningene om lag 71,8 mill. SEK i 2004 (Landbruks- og matdepartementet, 2005). Til tross for at svensk reindriftsproduksjon er på tilnærmet likt nivå som i Norge, er samlet støtte i Norge vesentlig høyere og i 2004 ble det utbetalt ca. 124 mill. NOK

fra ulike tilskudds- og erstatningsordninger til norsk reindriftsnæring (Landbruks- og matdepartementet, 2006).

3.2.2 Finlands forvaltning av reindriftsnæringen

I Finland er det Jord- og skogbruksministeriet som har det sentrale ansvaret for reindriftsnæringen. Som følge av at Jord- og skogbruksministeriet ser på reindriften som en ren næring der målet er å bedre produksjonsforutsetningene, finnes det på langt nær så mange tilskudds- og erstatningsordninger for finsk reindrift som norsk og svensk drift.

På regionalt nivå er det Lapplands lensstyre og Oulu lensstyre som har ansvar for å følge opp reindriftsnæringen, med bl.a. ansvar for at reieneierne følger reindriftenloven og at reieneierne ikke har flere rein en tillatt. På lokalt nivå er det Arbeidskraft- og næringsssentralen i Lappland som har forvaltningsansvaret for reindriftsnæringen og sentralen har ansvar for administrasjon og tilsyn av både nasjonale tilskuddsordninger, EU-støtte som utbetales til reieneierne og utbetaling av rovvilt-erstatninger.

Reinbeitelagsforeningen (Paliskunnat) er forbindelsesorganet mellom forvaltningen og reieneierne. Foreningen driver med informasjon og forskning, og får årlig utbetalt et beløp tilsvarende om lag 14 mill. NOK, der om lag halvparten brukes til arbeid i forbindelse med reinbeitekonvensjonene med Norge, Sverige og Russland (til gjerder, overvåking av grensene o.l.) og resten brukes til forskning og informasjonsarbeid (Søyland et al., 2002).

3.2.3 Russisk reindriftnforvaltning³

I dag ligger forvaltningsansvaret for den russiske reindriftsnæringen i det nasjonale Landbruksdepartementet, der enheten for regional koordinering har hovedansvaret. I perioden 1961–1991 var den statlige forvaltningen av reindriften omfattende, men som følge av at man gikk bort fra statlig eierskap til mer privat eierskap til reien i 1991, har reindriften de siste 15 årene blitt mindre prioritert fra det offentlige. Den statlige støtten til reindriftsnæringen har de senere årene dermed blitt sterkt redusert.

Reindriften i Russland er regulert gjennom lovverk for landbruksforetak og forskjellige andre lover. Spesiallov for reindriften finnes i dag bare enkelte republikker. Det har i den senere tid også vært arbeidet med en føderal reindriftnlov for Russland som skal danne rammer for regionale lovvedtak vedrørende reindriften, men denne er etter det vi kjenner til foreløpig ikke implementert. I motsetning til andre land har ikke Russland noen form for reindriftnlov som sikrer reindriftsnæringen en legal status. Forhold som gjelder reindriftsnæringen og økonomien i næringen er regulert gjennom andre lover og regelverk. Det finnes også forvaltningsenheter under det russiske landbruksdepartementet på regionalt og lokalt nivå.

Hovedstøtten som reindriftsnæringen i dag mottar fra staten, kommer i form av et direkte tilskudd til alle typer kjøtt og andre landbruksrelaterte produkter. Dette

³ Dette avsnittet bygger på Jernsletten og Klokov (2002).

tilskuddet utbetales fra regionale budsjetter til alle som driver med kjøttproduksjon, inkludert reinkjøttproduksjon. Reindriftsvirksomhetene har videre fra 2000 også mottatt et tilskudd per dyr som er direkte rettet mot reindriftsnæringen. I tillegg til disse tilskuddsordningene, har de regionale myndighetene mulighet til å utbetale egne tilskudd til reindriftsvirksomhetene i sine områder. I for eksempel regionen Tyva får man utbetalt et tilskudd per dyr som er fire ganger så høyt som den statlige støtten (450 rubler per dyr). I tillegg til tilskudd per dyr, gir det russiske landbruksdepartementet transportstøtte til all jordbruksproduksjon i de nordlige regionene. Dette er et viktig bidrag til reindriftsnæringen, der transportkostnadene kan utgjøre opptil 60 % av de totale kostnadene i driften.

I Russland har reineierne opprettet en egen union, The Reindeer Herdes Union of Russia (RHUR). Om lag 220 juridiske enheter fra reindriftsnæringen i alle de nordlige regionene står samlet i denne unionen. Denne unionen fungerer bl.a. som et forbindelsesorgan mellom forvaltningen og reindriftsnæringen, samt at de har et nært samarbeid med reindriftsorganisasjonene i Norge, Sverige og Finland.

3.3 Utbudet av reinkjøtt

Hvor mye rein som slaktes, og sammensetningen av slakteuttaket i de enkelte landene er varierende, og vi vil i det følgende presentere en kort oversikt over utbudet av reinkjøtt i de enkelte markedene.

3.3.1 Slakteuttak

I slaktesesongen 2003/04 ble det slaktet om lag 48 275 rein i Sverige, noe som utgjorde om lag 1 307 tonn. Det vil si et både lavere slakteuttak i antall dyr og i tonn sammenlignet med Norge. Samtidig utgjorde andelen kalveslakt dette året 62,9 % og det er noe høyere enn i Norge. I tabell 3.5 har vi angitt utviklingen av antall slaktet rein, tonn slakt og gjennomsnittlig slaktevekt per dyr for sesongene 1999/00 til 2003/04 og antall slaktet rein i 2004/05. Av tabellen kan vi se at antall slaktede rein økte frem til slaktesesongen 2002/03, for så å gå ned i 2003/04. Reduksjonen i antall slaktede rein denne sesongen skyldes hovedsakelig reduserte avregningspriser i kombinasjon med avsetningsproblemer på kjøttet (Jordbruksverket, 2006). I 2004/05 bedret imidlertid markedssituasjonen seg og flere rein ble igjen sendt til slakting.

Tabell 3.5 Antall slaktet rein, slakteuttak, kalveslakt, tonn slakt og gj.snittlig slaktevekt, 1999/00–2004/05 i Sverige

	Totalt antall rein	Antall slaktet rein	%-vis slakteuttak	Andel kalveslakt	Tonn slakt¹⁾	Gj.snittlig slaktevekt per dyr
1999/00	221 164	46 910	21,2 %	59,9 %	1 288	27,4
2000/01	219 517	46 988	21,4 %	62,4 %	1 270	27,0
2001/02	229 538	58 698	25,5 %	60,4 %	1 597	27,2
2002/03	237 481	60 168	25,3 %	60,2 %	1 685	28,0
2003/04	257 000	48 275	18,8 %	62,9 %	1 308	27,1
2004/05	266 000	52 409	19,7 %			

1) Beregnet av NILF på bakgrunn av antall dyr og gj.snittlig slaktevekt per dyr

Kilde: Jordbruksverket (2006)

Ser vi på uttaket av rein i Finland ble det i slaktesesongen 2003/04 tatt ut 106 318 rein. Gjennomsnittlig slaktevekt utgjorde denne sesongen ca. 24,0 kg noe som medfører et slakteuttak på om lag 2 552 tonn. Gjennomsnittlig slaktevekt per dyr har tradisjonelt ligget noe lavere i Finland enn i Norge, samtidig som antall slaktet rein er langt høyere. En forklaring på det er bl.a. at Finland tradisjonelt har høyere kalveslakteuttak enn Norge. Nesten 70 % av all slakt er kalveslakt, noe som forklarer den lave gjennomsnittsverken (Jord- og skogbruksministeriet, 2002). I tabell 3.6 har vi angitt utviklingen av antall slaktet rein, prosentvis slakteuttak, tonn slakt og gjennomsnittlig slaktevekt per dyr for sesongene 1999/00 til 2004/05.

Tabell 3.6 Antall slaktet rein, slakteuttak, tonn slakt og gj.snittlig slaktevekt, 1999/00–2004/05 i Finland

Ar	Totalt antall rein	Antall slaktet rein	%-vis slakteuttak	Tonn slakt	Gj.snittlig slaktevekt per dyr
1999/00	203 424	92 895	45,7 %	2 127	22,9
2000/01	185 731	87 397	47,1 %	2 019	23,1
2001/02	199 708	97 571	48,9 %	2 361	24,2
2002/03	196 727	106 355	54,1 %	2 606	24,5
2003/04	201 058	106 316	52,9 %	2 552	24,0
2004/05	207 157	115 576	55,8 %		

Kilde: Paliskunnat (2005) og Hætta (2003)

Av tabellen ser vi at reintallet i løpet av perioden har økt, noe som også har gitt økt antall slaktede rein. Det prosentvise slakteuttaket i løpet av perioden har ligget på mellom 45 og 56 %, noe som er høyere enn i Norge. Dette kan bl.a. forklares med den høye andelen kalveslakt.

3.3.2 Handel med reinkjøtt

Tabell 3.7 gir en oversikt over Sveriges handel med reinkjøtt. Av tabellen ser vi at samlet eksport var på 343 tonn, mens importen var på 236 tonn, dvs. en netto

eksport på 107 tonn. I perioden 1999 til 2005 har eksporten hele tiden vært høyere enn importen, med unntak av i 2000 og 2004. Sverige har tradisjonelt eksportert større deler av sin reinkjøttproduksjon enn det Norge har, der bl.a. det norske markedet har vært et attraktivt eksportmarked.

Tabell 3.7 Sveriges handel med reinkjøtt (i tonn), 1999–2005

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Import totalt	173	566	571	538	528	568	236
– hvorav kjøtt og slaktebiprodukter av rein ¹⁾	173	566	571	538	528	567	236
– hvorav saltet, tørket eller røkt kjøtt av rein ²⁾	0	0	0	0	0	1	0
Eksport totalt	316	464	664	710	601	417	343
– hvorav kjøtt og slaktebiprodukter av rein ¹⁾	292	443	647	693	572	397	325
– hvorav saltet, tørket eller røkt kjøtt av rein ²⁾	24	21	17	17	29	20	18
Netto eksport	143	-102	93	172	73	-151	107

1) Omfatter følgende tollnummer 02.08.9060

2) Omfatter følgende tollnummer 02.10.9021 og 02.10.9931

Kilde: Eurostat (2006)

Siden 1999/00 har Russland eksportert mellom 130 og 310 tonn reinkjøtt årlig til Sverige. Det er den svenske bedrifter Polarica som importerer reinkjøtt fra Russland fra sitt russiske reinslakteanlegg på Kolahalvøya. Ifølge Eurostat (2006) er Sverige det eneste landet innad i EU-25 som importerer reinkjøtt fra Russland.

Tabell 2.16 gir en oversikt over Finlands handel med reinkjøtt. Av tabellen ser vi at i 2005 var samlet eksport på 49 tonn, mens importen var på 172 tonn, dvs. en netto import på 123 tonn. Innad i perioden har både importen og eksporten variert en del, og importen var på det høyeste i 2000 med 188 tonn, mens eksporten var på det høyeste i 1999 med 418 tonn. En av årsakene til nedgangen i eksporten de senere årene er at Norge stengte for import f.o.m. 2003/04.

Tabell 3.8 Finlands handel med reinkjøtt (i tonn), 1999–2005

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Import totalt	171	188	97	112	106	116	172
– hvorav kjøtt og slaktebiprodukter av rein ¹⁾	152	183	87	101	93	102	162
– hvorav saltet, tørket eller røkt kjøtt av rein ²⁾	19	5	10	11	13	14	10
Eksport totalt	418	86	218	166	94	43	49
– hvorav kjøtt og slaktebiprodukter av rein ¹⁾	418	86	210	163	94	43	49
– hvorav saltet, tørket eller røkt kjøtt av rein ²⁾	0	0	8	3	0	0	0
Netto eksport	247	-102	121	54	-12	-73	-123

3) Omfatter følgende tollnummer 02.08.9060

4) Omfatter følgende tollnummer 02.10.9021 og 02.10.9931

Kilde: Eurostat (2006)

3.3.3 Utbudet av reinkjøtt

I Sverige så man at det de senere årene har blitt slaktet mellom 1 250 og 1 600 tonn reinkjøtt årlig, og at det i sesongen 2003/04 ble slaktet 1 308 tonn reinkjøtt. Tar man i tillegg hensyn til import og eksport av reinkjøtt dette året, får man et samlet utbud av reinkjøtt til den svenske markedet på 1 459 tonn, noe som er tilnærmet det samme volumet som omsettes på det norske forbrukermarkedet. I tillegg kommer reinkjøtt til privat forbruk og omsetning, dvs. rein som slaktes privat og ikke via slakterier. Totalt utgjør det samlede utbudet av reinkjøtt på det svenske markedet kun 0,2 kg reinkjøtt per person per år, noe som er lavere enn i Norge. Til sammenligning ligger forbruket av svin, storfe og lam på hhv. 14,3, 10,4 og 0,9 kg per innbygger (Jordbruksverket, 2005).

I Finland ligger det årlige slakteuttaket på mellom 2 000 og 2 600 tonn, og i sesongen 2003/04 utgjorde slakteuttaket 2 552 tonn reinkjøtt. Tar man hensyn til import og eksport av reinkjøtt, får man et samlet utbud av reinkjøtt til det finske markedet i 2004 på om lag 2 625 tonn. I tillegg kommer reinkjøtt til privat forbruk og omsetning, dvs. rein som slaktes privat og ikke via slakterier. Det samlede utbudet av reinkjøtt til forbruker ligger med det på om lag 0,5 kg per innbygger i 2004, dvs. det samme som i Norge. Til sammenligning ligger forbruket av svin, storfe og lam på om lag 32,0, 18,0 og 0,2 kg per innbygger⁴ (TIKE, 2006).

3.4 Prisbilde

Liksom i Norge er de svenske og finske prisene på reinkjøtt relativt høyere enn annet kjøtt av samme årsaker som i Norge. Allikevel ligger de svenske og finske prisene noe lavere enn i Norge, og det norske markedet har vært ett attraktivt eksportmarked. Som EU-medlem har verken Sverige eller Finland noen mulighet til å administrere prisen på reinkjøtt, og prisen bestemmes derfor av markedet.

For Russland har vi ingen oversikt over verken produsent- eller forbrukerpris for reinkjøtt. Det er imidlertid en generell oppfatning at prisen på russisk reinkjøtt ligger betydelig lavere enn de norske, svenske og finske produsent- og forbrukerprisene.

3.4.1 Pris til reieier

Tabell 3.9 angir gjennomsnittlige produsentpriser i Sverige på reinkjøtt i sesongen 1999/00 til 2003/04. Av tabellen ser vi at den gjennomsnittlige produsentprisen for reinkjøtt har variert noe de senere årene, og lå på 39,72 SEK/kg i 1999/00 mot 37,10 SEK/kg i 2002/03. Ifølge Little (2005) oppstod det et overskuddsproblem i Sverige i 2003, som medførte en kraftig reduksjon i produsentprisene og i 2003/04 var prisen på kun 28,38 SEK/kg.

⁴ Forbrukstallene inkluderer i tillegg til ferskt og fryst kjøtt også bearbeidet kjøtt, og forbrukstallene for de enkelte kjøtttypene er derfor høyere i Finland enn i Sverige og Norge, der forbrukstallene kun reflekterer ferskt og fryst kjøtt av ren vare.

Tabell 3.9 Produsentpriser på reinkjøtt i Sverige (ekskl. prisstøtte), 1999/00–2003/04 (i SEK/kg)

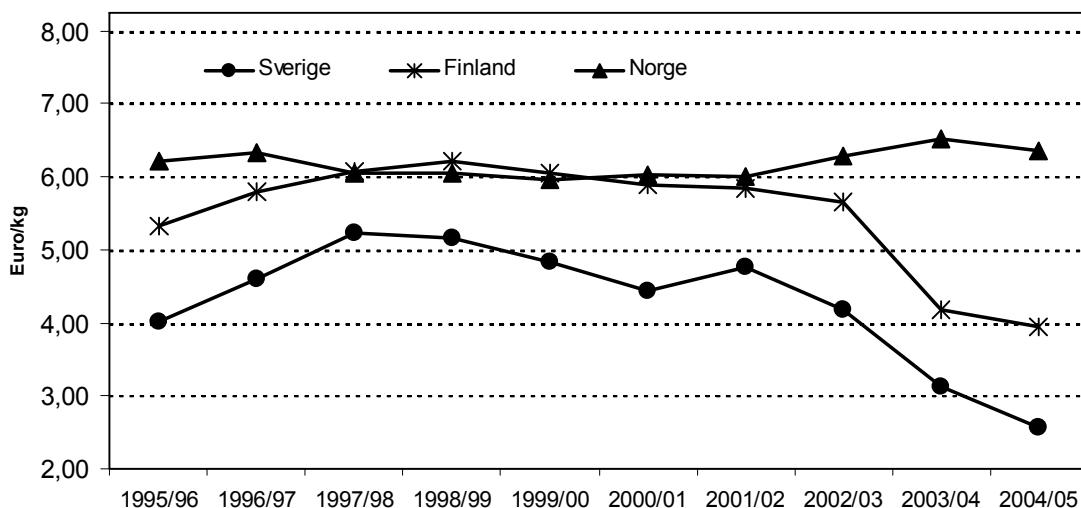
Ar	SEK/kg
1999/00	39,72
2000/01	37,70
2001/02	41,62
2002/03	37,10
2003/04	28,38

Kilde: Jordbruksverket (2006)

Vi har ikke tilgang på den samme detaljerte prisinformasjonen i Finland som i Sverige, som følge av at den finske reindriften har mindre prioritet fra myndighetene enn i Norge og Sverige og dermed finnes det også mindre offisiell informasjon om den finske reindriften.

Ifølge ulike kilder lå imidlertid den finske produsentprisen på reinkjøtt på 4,43 €/kg i 1995/96 mot 5,49 €/kg i 2000/01. De senere årene har produsentprisen gått ned og i 2004/05 var pris til reieier på kun 3,9 €/kg. Det ser imidlertid ut til at prisen igjen gikk opp i slaktesesongen 2005/06 med om lag 10–15 % (Søyland et. al, 2002 og DN.Økonomi, 2005).

For å sammenligne produsentprisene i Norge med prisene i Sverige og Finland, har vi med utgangspunkt i Økonomisk utvalg (2005) i figur 3.1 satt opp utviklingen i produsentprisene for reinkjøtt i disse tre landene i faste 2004-priser (€/kg) de siste 10 årene. Av figuren ser vi at i 2004/05 hadde Norge de høyeste produsentprisene med ca. 6,3 €/kg, mens prisen i Finland og Sverige lå på hhv. 3,9 og 2,6 €/kg samme år. Av figuren ser vi at produsentprisen i Sverige hele tiden har ligget lavere enn i Norge, mens Finland hadde produsentpriser på tilnærmet samme nivå som i Norge frem til 2001/02. Ser vi på prisutviklingen fra 1995/96 til 2004/05 har den norske produsentprisen økt med om lag 2 %, mens den finske og svenske produsentprisen har gått ned med hhv. 26 % og 36 % i samme periode. Prisnedgangen i det svenske og finske markedet har vært størst de tre siste årene. Det må her understrekes at det kan være noe usikkerhet knyttet til denne prissammenligningen, da prisene i de enkelte landene kan innhentes på noe ulike måter og i ulike tidsperioder.



Figur 3.1 Utvikling i produsentpriser for reinkjøtt i Norge, Sverige og Finland i faste 2004-priser (€/kg), 1995/96–2004/05

3.4.2 Priser i forbrukermarkedet

Det foreligger ingen offisielle forbrukerpriser på reinkjøtt, verken i Sverige eller Finland. Nedenfor har vi i tabell 3.10 gjengitt den totale konsumprisindeksen (KPI) og forbrukerprisindeksen for hovedgruppen «matvarer og alkoholfrie drikkevarer» i Sverige og Finland (SCB, 2005). Sammenlignet med Norge har både Sverige og Finland hatt en høyere prisvekst på mat og drikkevarer enn det Norge har hatt, med en prisøkning på hhv. 6,9 % og 8,6 % mot 5,0 % i Norge. I hvilken grad forbrukerprisen på reinkjøtt har hatt samme trend som mat og drikkevarer er derimot usikkert.

Tabell 3.10 Prisutvikling på forbrukerniva, 1999–2004 (indeks 1999 = 100)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Sverige						
– KPI total	100,0	101,0	104,0	106,0	108,0	108,0
– Mat og alkoholfrie drikkevarer	100,0	100,0	103,0	106,9	106,9	106,9
Finland						
– KPI total	100,0	103,4	106,1	107,8	108,3	108,6
– Mat og alkoholfrie drikkevarer	100,0	101,0	105,4	108,4	109,1	109,9

Vi har ikke hatt muligheten til å sammenligne forbrukerprisen på enkelte reinkjøtt-produkter i det norske, svenske og finske markedet, men en studie gjennomført av Reinert (2002) viser at prisen på reinskav i 2002 lå på 159 NOK/kg i Norge, 135,50 SEK/kg i Sverige og 17,88 €/kg i Finland.

3.5 Reinkjøttmarkedet og aktører i verdikjeden

Markedsforholdene for reinkjøtt er til dels like i Norge, Sverige og Finland som følge at reinkjøtt i alle disse landene kun utgjør en marginal andel av den totale kjøttproduksjonen og forbruket per person er deretter lavt. Sverige og Finland har tradisjonelt eksportert mer reinkjøtt enn Norge, og mye av eksporten har gått til Norge. Da Norge i 2003 valgte å ikke åpne for importkvoter for reinkjøtt førte det til omsetningsproblemer i både det svenske og finske markedet som følge av at de mistet en markedskanal. Svensk og finsk reindriftsnæring har de senere årene derfor måtte etablere nye markedskanaler samt at de har prøvd å styrke allerede eksisterende markedskanaler.

3.5.1 Reinkjøttprodusenter

På produsentnivå er reindriften i Sverige relativt lik som i Norge, der reindriften karakteriseres som småskaladrift. Reineierne var tidligere selvstendige næringsutøvere som hadde ansvar for hele verdikjeden, fra selve reindriften til salg av reinprodukter til forbruker. I dag er svenske reindriftssamer kun en del av verdikjeden frem til reinen er slaktet, men det har de senere årene vært et sterkt fokus på at reineierne skal ta tilbake mer av verdiskapingen gjennom å ta del i større deler av verdikjeden. På bakgrunn av dette har de svenske reineierne, i regi av Svenska Samernas Riksförbund (SSR) startet et nytt samisk selskap RENLYCKA AB som skal markedsføre og selge reinkjøtt. Hovedfokuset til selskapet vil være å markedsføre og selge reinkjøtt fra samebyene i Sverige, og visjonen er å bli den største leverandøren av reinkjøtt fra samebyene i Sverige. Selskapet skal ikke eie eller drive egne produksjonsanlegg, men istedenfor inngå leieproduksjonsavtaler med produsenter som er dyktige på skjæring, stykning og foredling (Renlycka, 2006).

I Finland samarbeider reineierne innenfor hvert enkelt reinbeitedistrikt om salget av reinkjøtt slik at man i realiteten kun har 56 tilbydere av reinkjøtt i markedet. I Finland regner man med at om lag 15 % av alt kjøtt selges direkte fra reineier til forbruker, samt at reineierne selv konsumerer 15 %. Dvs. at om lag 70 % av utbudet av reinkjøtt går gjennom tradisjonelle markedskanaler frem til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet (Reinert, 2002). Etter det vi kjenner til har de finske reindriftssamene ikke noe lignende samvirkeforetak som er opprettet i Norge og Sverige.

Etter det vi kjenner til er reinkjøttprodusentene i Russland en fragmentert gruppe, og kan karakteriseres som småskala drift.

3.5.2 Slakting og videreforedling

I Sverige og Finland har reinslakteriene tradisjonelt i større grad enn i Norge vært eid av reineierne selv, og ifølge Reinert (2002) sto slakterier eid av reineiere i Sverige og Finland for hhv. 80 % hver av totalt slakteuttak i 2002, mens denne andelen var på 20 % i Norge.

I Finland er det i dag om lag 30 reinslakterier, hvorav 12 store slakterier som er godkjent for eksport, 10 mindre slakterier som produserer til det innenlandske

markedet samt 8 mobile slakterier hvor de fleste er eiet av reineierne selv (Rangifer, 2002).

De svenske reinslakteriene har også til dels en noe mer fragmentert struktur enn i Norge, men det er her også noen få store aktører som har ansvaret for store deler av slakteuttaket. De tre største reinslakteriene i Sverige er hhv. Renomera AB, David Karlsgrens Slakteri og Ammarnäs Vilt AB. Renomera AB, tidligere Arvidsjaur Renslakteri AB, ble opprettet i 1992 av fire samebyer og hadde i 2005 en omsetning på ca. 20 mill. kroner. Selskapet driver også med videreforedling av kjøttet som de bl.a. selger i sin egen gårdsbutikk samt over internett. Selskapet selger også annet viltkjøtt etc. (Arvidsjaur Renslakteri, 2006). Ammarnäs Vilt AB er et familieforetak eid av reineierne selv som ble startet opp på begynnelsen av 1990-tallet. Foretaket har det siste året ekspandert og har om lag 12 ansatte og forventer en omsetning i 2006 på 14 mill. kroner (Ammarnäs Vilt, 2006). Ammarnäs Vilt AB slakter og foredeler eget reinkjøtt, samt at de også tar inn andre viltsorter.

I tillegg til de industribedriftene som foredeler reinkjøttet selv finnes det også noen spesialiserte foredlingsbedrifter som for eksempel Polarica, Bergströms rökeri, Tärna Vilt AB og Arjeplog Kött AB. I Sverige er Polarica den største grossisten innen reinkjøtt og står for om lag 2/3 av alt reinkjøttomsetningen på det svenske markedet. De resterende 1/3 deler går til mindre slakterier grossister. Polarica er en svensk næringsmiddelbedrift, som har spesialisert seg på vilt, sopp og bær. Produktene fra Polarica selges som bulkvare til videreforedlingsindustrien mens mindre pakker selges til storhusholdnings- og dagligvaremarkedet (Polarica, 2006). Polarica har bedrifter i en rekke land, deriblant et eget EU-godkjent slakteri i Russland på Kolahalvøya, og Polarica importerer om lag en tredjedel av reinkjøttet fra Finland og Russland (Renlycka, 2006 og Ica-kuriren, 2006).

Det russiske markedet for reinkjøtt er relativt lukket som følge av bl.a. manglende infrastruktur og liten grad av videreforedling av kjøttet. Den eneste eksporten fra Russland til Norden kommer fra et EU-godkjent anlegg eid av svenske Polarica og på dette anlegget blir det årlig slaktet om lag 800 tonn reinkjøtt (Polarica, 2006). Det som først og fremst hinder det russiske reinkjøttet fra å komme til det norske markedet, er at russerne i dag mangler infrastruktur og slakterier som tilfredsstillt krav til dyrevelferd og hygiene- og slaktekrav som Norge og EU har satt.

Det er i dag stort behov for investeringer i slakterier og videreforedlingsbedrifter i Russland. Videre er det behov for investeringer i ny teknologi som gjør det mulig å utnytte større deler av dyret. Med bakgrunn i dette har et finsk selskap, Kometos Oy, tatt initiativ til å starte opp en slakteri- og videreforedlingsbedrift i Russland i samarbeid med den russiske bedriften ZAO Izhma Reindeer Meat i republikken Komi. Dette samarbeidsprosjektet er bl.a. finansiert av Finnfund som er et finsk investeringselskap og prosjektet har som mål å bygge opp ett russisk marked for reinkjøtt med fungerende slakterier og videreforedlingsbedrifter. Bak ZAO Izhma Reindeer Meat står både lokale reineiere og investeringsmiljø. Det russiske slakteriet har kapasitet til å slakte 500–600 tonn reinkjøtt, noe som tilsvarer ca. 60 % av det totale slakteuttaket i republikken Komi (Finnfund, 2006).

3.5.3 Distribusjon, salg og markedsføring

I alle tre landene foregår distribusjon, salg og markedsføring av reinkjøttprodukter enten av de som videreforedler selv, eller av egne grossister. I Sverige er Polarica og Åke P. Fågel och Vilt eksempler på foretak som markedsfører, selger og distribuerer reinkjøttprodukter på det svenske markedet.

3.5.4 Forbrukermarkedet

Salg av reinkjøtt på det lokale markedet og i storhusholdningsmarkedet i Sverige og Finland foregår på tilnærmet lik måte som i Norge. I Russland omsettes, som nevnt tidligere, store deler på det lokale markedet med unntak av det som eksporteres. Dette skyldes først og fremst at det i liten grad er bygd om ett markedet for reinkjøtt i Russland og man har heller ikke etablert leveringskjeder for reinkjøtt på lik linje med de nordiske landene.

Dagligvaremarkedene i Norden har mange fellestrekk men også noen ulikheter, bl.a. er de nordiske dagligvaremarkedene dominert av få aktører men markedene har vesentlige forskjeller i butikktyper. Likhetstrekkene skyldes bl.a. at flere av paraplykjedene i Norge, Sverige og Finland har et mer eller mindre formaliserte samarbeid over landegrensene (ACNielsen, 2004). Det russiske dagligvaremarkedet er fortsatt mindre konsentrert enn de nordiske markedene, men både russiske dagligvarekjeder og multinasjonale dagligvarekjeder er i ferd med å styrke sine posisjoner på det russiske markedet.

Både svenske og finske forbrukere bruker noe større andel av de totale utgiftene på mat enn det norske forbrukere gjør. Nordiske forbrukere er til en viss grad like, men har noe forskjellig etterspørsel etter ulike typer kjøttslag som følge av bl.a. hvilke kjøttslag som produseres i de enkelte landene (ACNielsen, 2004). Den gjennomsnittelige russiske forbrukeren har en lav inntekt og reinkjøtt er først og fremst tilgjengelig for de som produserer reinkjøtt selv og befolkningen som bor i reindriftsområder. Samtidig er det en voksende overklasse i Russland, og det vil kunne være et betydelig potensial i å selge reinkjøtt til denne forbrukergruppen om man klarer å bygge opp infrastruktur og markedskanaler for slik omsetning.

4 Rammevilkår

Reindriftnæringen og reinkjøttproduksjonen påvirkes av en rekke rammevilkår, som nå er i endring. Noen av rammevilkårene gir overordnede politiske føringer for reindriften og reinkjøttindustrien, mens andre påvirker kostnadsnivået i bransjen gjennom ulike avgifter og tilskudd. En ny WTO-avtale vil kunne gi lavere innkjøpspriser på kjøttvarer, og kan dermed øke konkurransen for norsk reinkjøtt på det norske markedet. Samtidig gir variasjoner i produksjonsforholdene et ustabil utbud av reinkjøtt til det norske markedet. Vi vil i dette kapitlet se nærmere på noen av de rammebetingelsene som reindriften og verdikjeden for reinkjøtt påvirkes av.

4.1 Offentlig regulering og forvaltning

På bakgrunn av nasjonale forpliktelser, etter Grunnloven og folkerettens regler om urbefolkninger og minoriteter, sees reindriftpolitikken i en generell same- og samfunnspolitisk sammenheng. Reindriftpolitikken er derfor bygd på to selvstendige grunnlag; en næringspolitisk produksjonsverdi og en samepolitisk kulturverdi. Landbruks- og matdepartementet er det ansvarlige næringsdepartementet for reindriftpolitikken, mens Kommunal- og regionaldepartementet er ansvarlig for samepolitikken generelt.

Reindriftpolitikken hovedføringer styres av St.meld. nr 28 (1991–92) «En bærekraftig reindrift» og Stortingets behandling av denne, jfr. inst. S. nr. 167 (1991–92), samt regjeringens Soria Moria-erklæring (Landbruksdepartementet, 1992, Stortinget, 1992 og Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet, 2005). I tillegg berøres reindriftpolitikken av St.meld. nr 55 (2000–01) «Om Samepolitikken» og St. meld. nr 15 (2003–04) «Rovvilt i norsk natur», samt at Reindrifts-

loven og den årlige Reindriftsavtalen er styrende for forvaltningen av reindriftnæringen (Kommunal- og regionaldepartementet, 2001 og Miljødepartementet, 2003). Vi vil i det følgende presentere de sentrale overordnede politiske føringer for reindriftnæringen.

4.1.1 Reindriftspolitikken og landbrukspolitikken

Reindriftspolitikken forvaltes av Landbruks- og matdepartementet og St.meld. nr 28 (1991–92) «En bærekraftig reindrift» og i Stortingets behandling av denne, jfr. inst. S. nr. 167 (1991–92) skisseres de mål og retningslinjer som er grunnlaget for reindriftspolitikken og forvaltningen av denne (Landbruksdepartementet, 1992 og Stortinget, 1992). Fordi næringen har stor betydning for opprettholdelse og utvikling av et levende samisk samfunn, økonomisk, sosialt og kulturelt, er sikringen av næringens materielle grunnlag en nødvendig del av en kulturell bærekraft. Innstillingen konkretiserer begrepet «en bærekraftig reindrift» i tre mål:

1. Økologisk bærekraft
2. Økonomisk bærekraft
3. Kulturell bærekraft.

Disse tre står i en innbyrdes sammenheng; den økologiske bærekraften gir grunnlaget for økonomisk bærekraft, og sammen gir disse mulighet til å utvikle kulturell bærekraft.

En forutsetning for den økologiske bærekraften er at det legges vekt på å forvalte beitegrunnlaget slik at beitebalansen sikres. I områder der det har vært overbeiting må balansen gjenopprettes slik at næringen får utviklingsmuligheter både på kort og lang sikt. Gjennom regulering av reintallet og begrensning av inngrepene i ressursgrunnlaget kan beitepotensialet sikres. Begrensningen av inngrep gjelder også næringens egne inngrep i form av barmarkskjøring, gjerdebygging og lignende. Med utgangspunkt i de overordnede målene om en bærekraftig utvikling forutsettes det at det gjennomføres en beitebruk og driftsmessig tilpasning fra reindriften som skjer på naturens premisser og som utvikler miljøkvalitet i vid forstand.

Videre forutsettes det at det for å oppnå økonomisk bærekraft må stilles krav til produktivitet, inntjeningssevne, kostnadseffektivitet, inntektsnivå og inntektsfordeling. Et element i dette er målet om en bedre utnyttning av verdiskapingspotensialet i reindriften. Det vektlegges at det må stilles krav om et rimelig samsvar mellom næringens ressursgrunnlag og det antall mennesker som skal finne innteks- og sysselsettingsmuligheter i reindriften, med de markeds- og inntektsmuligheter som er tilstede. Med en henvisning til et potensial innen større produktmangfold basert på lokal kultur og tradisjon, lokal bearbeiding, utnyttelse av biprodukter, samt en optimalisering av den biologiske produksjonen, knyttes den kulturelle betydningen av reindriften opp mot den økonomiske bærekraften til næringen.

I meldingen tydeliggjøres det at reindriften har en avgjørende betydning for bevaring av samisk kultur og språk, og i behandlingen av reindriftsmeldingen sluttet Stortinget opp om at kulturell bærekraft sikres gjennom stabil sysselsetting og inntekt. Dette er særlig viktig i sørsamiske områder hvor den samiske befolkningen

er spredt og tallmessig liten, og hvor klare rammebetingelser for den enkelte næringsutøver gjør at reindriften vil kunne styrke sin posisjon som sentral bærer av samisk kultur.

Selv om stortingsmeldingen legger de overordnede føringene for reindriften, har det skjedd store endringer i reindriften de siste 14 årene som gjør at meldingen på en del områder ikke er like aktuell. Dette gjelder ifølge Reindriftsforvaltningen (2006) bl.a. på det økologiske plan gjennom økende tap av beiteland, rovdyrtap, klimaendringer etc., på det rettslige plan gjennom økt fokus på sedvanerett, gjennom det arbeidet som nå pågår med ny reindriftslov og ny reinbeitekonvensjon og det økonomiske plan blant annet gjennom omlegging av tilskudds- og erstatningsordningene.

Ser vi på hva som er sagt om reindrift i Soria-Moria erklæringen, som er den sittende regjerings plattform for regjeringssamarbeidet, er det i erklæringen fokusert på at landbruket er mangfoldig og omfatter både jordbruk, skogbruk, beitebruk og reindrift, samtidig som landbruket er viktig for reiseliv, kultur og næringsmiddelindustri. Regjeringen erklærer videre at norsk matjord er en begrenset ressurs det er viktig å ta vare på, og den har som sitt mål å opprettholde et levende landbruk over hele landet (Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet, 2005).

Reindriftsloven

De juridiske virkemidlene for reindriften i Norge er regulert av reindriftsloven av 1978. Lovens formål er å legge til rette for en økologisk bærekraftig utnyttning av reinbeiteressursene, til gagn for reindriftsbefolkningen og samfunnet for øvrig (Landbruks- og matdepartementet, 1978). Det legges vekt på at reindriften skal bevares som et viktig grunnlag for samisk kultur, og at næringen bør gi grunnlag for trygge økonomiske og sosiale kår for dem som har reindrift som yrke, samtidig som deres rettigheter sikres. I tråd med disse formålene skal loven fastlegge rammer for reindriftsutøvernes rettigheter og plikter, regulere forholdet til andre næringer og samfunnsinteresser, og så langt som nødvendig regulere det innbyrdes forhold mellom reindriftsutøverne og skape grunnlag for en hensiktsmessig organisering og administrasjon.

Retten til å drive reindrift, og retten til opphold av rein og til ferdsel, flytting og flyttleier, retten til beite for rein, retten til anbringelse av anlegg som trengs til reindriften, retten til brensel og trevirke og retten til jakt, fangst og fiske er rettigheter gitt gjennom reindriftsloven. Retten til opphold, ferdsel og flyttleier innebærer bl.a. adgang til å la rein oppholde seg i utmark under forsvarlig tilsyn og til å disponere grunn til nødvendige hytter og gammer til folk og buer til utstyr og matvarer. Det innebærer også adgang til å få utvist tomt til bolig mot vederlag, til bruk av nødvendige fremkomst- og transportmidler, og til fritt og uhindret å drive og forflytte rein der reinen lovlig kan ferdes og etter tradisjonelle flyttleier. Disse flyttleiene må ikke stenges, men kan legges om med myndighetenes samtykke når berettigede interesser gir grunn til det. Beiteretten gir rett til å la reinen beite i fjellet og annen utmarksstrekning, med unntak av arealer inngjerdet med gjerde som freder for rein og de områder som myndighetene gjør vedtak om at skal være fredet for reinbeiting

i en viss tid. Loven gir samtidig føringer på at de områdene som blir fredet for reinbeiting bør kompenseres ved utleggelse av tilsvarende beitearealer hvor dette er mulig.

Loven regulerer også utnyttelsen av eiendom i reinbeiteområde, og begrenser grunneier og bruksberettigede til ikke å utnytte sin eiendom i reinbeiteområde på en slik måte at det er til vesentlig skade eller ulempe for reindriftsutøvelsen i samsvar med reindriftsloven for øvrig.

Merkingen av tamrein og registreringen av reinmerkene er også regulert gjennom loven. Reinmerkene er knyttet til eierskapet av reinen, og alle selvstendige næringsdrivende i reindrift kan kreve å få registrert ett reinmerke. Et vilkår for å få registrert reinmerke er at søkerens rein inngår i godkjent driftsenhet. All tamrein skal være merket i samsvar med disse reglene med eierens registrerte merke innen 31. oktober det år den er født. Fristen kan i særlige tilfeller overskrides med områdestyrets samtykke, men aldri lenger enn 31. oktober påfølgende år. Eiendomsretten for rein som ikke er merket på foreskrevet måte innen fastsatt frist faller bort og overføres til fellesskapet. Reinen skal da omsettes etter nærmere bestemmelser fra reindriftsstyret og inntekten tilfaller fondet i vedkommende reinbeitedistrikt.

Reindriftsavtalen

Reindriftsavtalen inngås mellom Landbruks- og matdepartementet og Norske Reindriftssamers Landsforbund (NRL), og reguleres av hovedavtalen for reindrift som ble godkjent av Stortinget 26. februar 1993. Reindriftsavtaleforhandlingene gjennomføres i tillegg med basis i gjeldene mål og retningslinjer for reindriftpolitikken som er trukket opp i St. meld. 28 (1991–92), og med bakgrunn i de aktuelle utfordringene i reindriftnæringen er de ulike virkemidlene gjenstand for en fortløpende vurdering (Landbruks- og matdepartementet, 2005b).

Ved siden av reindriftsloven, er reindriftsavtalen regjeringens viktigste operative redskap for å følge opp målene og retningslinjene i reindriftpolitikken. Reindriftsforhandlingene gjennomføres hvert år, og i disse forhandlingene har Sametinget en observatørstatus. I tillegg gis Sametinget anledning til å utale seg om reindriftsavtalen før Stortinget behandler den årlige stortingsproposisjonen. Sametinget oppnevner videre medlemmer til reindriftenes styringsorganer; reindrifstyret og områdestyrene.

Sametingets rolle i reindriftsforhandlingene er begrenset. Som et ledd i Makt og demokratiutredningen 1998–2003, gav Bjørn Bjerkli og Per Selle ut boken *Samet, makt og demokrati*. Her viser de til at reindriftenes posisjon er problematisk i forhold til Sametingets funksjon som et selvstendig organ. De legger vekt på at grep er tatt for at Sametinget skal fungere mer som et selvstendig politisk organ, og som et ledd i dette er det viktig at de områder som er sentrale for den samiske samfunnsutviklingen integreres sterkere i politikktutformingene. Men de samiske oppfatningene av dette er ikke entydige. Reindriftsmiljøene selv er i tvil om hvorvidt Sametinget bør få en mer ledende rolle, og mange mener den statlige organiseringen gjennom Reindriftsforvaltningen og Landbruks- og matdepartementet bør fortsette, eventuelt utvikles (Bjerkli og Selle, 2003).

4.1.2 Same- og distriktpolitikken

Samepolitikken har sitt grunnlag i Grunnlovens § 110a og Sameloven, og har som formål å legge forholdene til rette for at den samiske folkegruppen kan sikre og utvikle sitt språk, sin kultur og sitt samfunnsliv (Arbeids- og inkluderingsdepartementet, 1987). I tillegg følger en del forpliktelser av internasjonale konvensjoner, spesielt FNs konvensjon om sivile og politiske rettigheter artikkel 27 og ILO-konvensjon nr. 169 om urfolk og stammefolk i selvstendige stater.

Videre har Stortinget besluttet at regjeringen årlig skal legge frem stortingsmelding om Sametingets virksomhet, samt en gang i hver stortingsperiode fremlegge melding om de tiltak som foretas for å oppfylle hovedformålet i samepolitikken (Kommunal- og regionaldepartementet, 2005). I samepolitikken legges det til grunn at staten Norge opprinnelig er etablert på territoriet til to folk – samer og nordmenn – og at begge folkene har den samme rett og det samme krav på å kunne utvikle sin kultur og sitt språk. Det pekes på at det gjennom lang tid var den offisielle politikken at det samiske språket og den samiske kulturen skulle bort. Dagens politikk har ikke som formål å gi samene en særstilling, men å rette opp de negative virkningene av tidligere fornorskningsspolitikk, oppnå reell likebehandling og motvirke diskriminering.

Fordi areal- og naturressurser er begrensede ressurser med grunnleggende samfunnsmessig betydning, er arealforvaltningen viktig i samepolitisk sammenheng. Det er bl.a. viktig med en arealpolitikk som sikrer at samiske interesser blir ivaretatt gjennom plansystemet, og sikring av reindriftsarealer er en viktig del av dette. I tillegg til at reindriften er en arealkrevende næring, foregår den i områder som også er attraktive for forsvaret. I de områdene som disse arealkrevende aktivitetene foregår samtidig, kan de oppstå interessekonflikter. Målsettingen er at reindriften sikres tilgang til de nødvendige arealer, samtidig som forsvaret får mulighet til å gjennomføre nødvendig øvelse og trening. Dette krever fleksibilitet og god kommunikasjon mellom aktørene.

I tillegg er overbeiteproblematikken sentral i samisk distrikts- og arealpolitikk. For å oppnå økologisk bærekraft må arealene forvaltes slik at beitebalansen sikres og ressursene fornyer seg på lang sikt. I Finnmark har lavbeiteressursene hatt en negativ utvikling, og fokuset har derfor blitt satt på at reintallet må tilpasses beitepotensialet i området.

I Soria Moria-erklæringen legges det vekt på språk, kultur og samfunnsliv i forhold til samepolitikken, og kulturlivet trekkes frem som særlig viktig for å styrke identiteten samtidig som det bidrar til levende lokalsamfunn. Regjeringen setter seg som mål at Sametinget skal ha reell innflytelse på områder som er viktig for det samiske samfunn, slik som jordbruks-, reindrifts- og fiskeripolitikken. Regjeringen ønsker også å satse på samisk reiselivsutvikling som skal sikre og styrke næringslivet i samiske områder (Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet, 2005).

Finnmarksloven

I løpet av 2006 forventes den nye Finnmarksloven å tre i kraft. Med innføringen av denne overføres Statskogs eierandel av Finnmarksvidda til den nyopprettede

private eieren Finnmarkseiendommen som skal forvalte disse grunn- og naturressurser i samsvar med lovens formål og reglene i loven for øvrig. På vegne av befolkningen i Finnmark vil Finnmarkseiendommen eie 45 000 kvadratkilometer med areal, om lag 96 % av grunnen i Finnmark (Justis- og politidepartementet, 2005).

Loven har som formål å legge til rette for at grunn og naturressurser i Finnmark forvaltes på en balansert og økologisk bærekraftig måte til beste for innbyggerne i fylket og særlig som grunnlag for samisk kultur, reindrift, utmarksbruk, næringsutøvelse og samfunnsniv. I loven pekes det samtidig på at samene har kollektivt og individuelt gjennom langvarig bruk av land og vann opparbeidet rettigheter til grunn i Finnmark. Det skal etableres en egen Finnmarkskommisjon som skal kartlegge disse rettighetene. Finnmarkskommisjonen er ikke en domstol, og det er derfor ikke nødvendig at partene går til sak for at et område utredes. Eventuelle tvister om hvem som har bruksrett eller eiendomsrett til arealer eller ressurser i et område skal avgjøres av Utmarksdomstolen i Finnmark (Justis- og politidepartementet, 2005).

Sametinget kan gi retningslinjer for hvordan virkningen for blant annet samisk kultur og reindrift av endret bruk av utmark skal bedømmes. Disse skal legges til grunn hos statlige, fylkeskommunale og kommunale myndigheter ved vedtak som kan medføre endret bruk av utmark. Dette er i tråd med Soria Moria-erklæringen, hvor det settes som mål at Sametinget skal ha reell innflytelse over reindriftpolitikken og over forvaltningen av avgjørende ressurser for det samiske folket (Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet, 2005).

4.1.3 Miljøvern- og rovviltpolitikk

Som et av de overordnede prinsippene for miljø-, nærings- og distriktpolitikken i et samepolitisk perspektiv fremheves den nære koblingen mellom tradisjonelle samiske næringer som duodji, reindrift, fiske og utmarksnæringer og naturen. I samiske næringer og i samiske områder er derfor miljøperspektivet og bærekraftig utvikling svært viktige elementer (Kommunal- og regionaldepartementet, 2001).

I Landbruks- og matdepartementets miljøhandlingsplan for perioden 2001–2004 fremheves det at utfordringene i reindriften særlig er knyttet til tilpasningen mellom reintall og beitegrunnlag. På grunn av økende omfang av inngrep og forstyrrende aktiviteter i reinbeiteområdene i de foregående ti årene har reindriftsarealene blitt varig redusert. Samtidig viser beitevurderinger at vinterbeitene og en del sommerbeiter har vært utsatt for nedbeiting og sterk slitasje, noe som vil påvirke det biologiske mangfoldet negativt. Et av Landbruks- og matdepartementets mål i handlingsplanen er å sikre en bærekraftig reindrift gjennom en tilpasning av dyretallet til ressursgrunnlaget (Landbruksdepartementet, 2001).

I januar 2002 avgjorde Reindriftsstyret et øvre reintall for hver driftsenhet, basert på en vurdering av hva som vil være biologisk bærekraftig (Nationen, 2004). Til tross for dette er det kun fire distrikter som fra 2002 til 2005 har hatt en reduksjon i reintallet. For Vest-Finnmark er reintallet satt til 64 300 rein, men per. 1. april 2005 var reintallet i dette distriktet på over 90 000, dvs. 26 356 rein mer enn fastsatt.

I Soria Moria-erklæringen er det slått fast at Nordområdene er Norges viktigste strategiske satsingsområde i årene som kommer. Ivaretagelsen av miljømessige interesser i nord er en av de utfordringene som settes høyt, og det legges vekt på økt samarbeid med alle de viktigste statene som har interesser i nordområdene. Som et ledd i denne satsingen kom regjeringen i mars 2006 med St. meld. nr. 8 (2005–2006), «Om helhetlig forvaltning av det marine miljø i Barentshavet og havområdene utenfor Lofoten (forvaltningsplan)» (Miljøverndepartementet, 2006). Meldingen omfatter imidlertid ikke arealmessige vurderinger på land, men stadfester kun den forpliktelsen norske myndigheter har til å opprettholde grunnlaget for reindriften.

I storingsmeldingen «Om samepolitikken» vises det til at reintapet har økt og at dette representerer en betydelig trussel for næringens eksistensgrunnlag. Forskriften om erstatning for tap og følgekostnader når tamrein blir drept eller skadet av rovvilt er tuftet på de samme prinsippene som gjelder ved tap og skader på husdyr. I 2003 la regjeringen Bondevik II frem St. meld. nr 15 (2003–04). Rovvilt i norsk natur (Miljødepartementet, 2003). Her legges det vekt på at de rovviltartene som finnes i Norge alle i større eller mindre grad er felles bestander med Sverige. Det er viktig at de nasjonale målene er utviklet med forståelse for utbredelsen av rovvilt på begge sider av grensen. Den rovviltpolitikken som føres i Sverige er derfor av stor betydning for rovviltpolitikken i Norge.

Videre er det lagt vekt på å sikre sammenhengende rovviltbestander på tvers av regiongrenser. I sammenheng med dette legges det i Rovviltmeldingen opp til en forenkling av dagens organisering av ansvaret for jakt og felling av rovvilt gjennom kvotejakt, lisensjakt og skadefelling, og det foreslås å erstatte de fylkesvise rovviltutvalgene, jervenemder og gaupenemder med en rovviltnemd for hver region. I Stortingets behandling av Rovviltmeldingen ble grensene for åtte forvaltningsregioner for rovvilt fastsatt, med et minimumstall for årlige ynglinger av hver art i den enkelte region. Grensene følger fylkesgrensene, og tabell 4.1 viser hvordan regionene inndeles.

Tabell 4.1 Forvaltningsregionene for rovvilt

Region		Minimumstall for arlige ynglinger
Region 1	Vest-Agder, Rogaland, Hordaland og Sogn og Fjordane	Ingen nasjonale mal for ynglinger av gaupe, jerv, bjørn eller ulv
Region 2	Vestfold, Buskerud, Telemark og Aust-Agder	12 ynglinger av gaupe
Region 3	Oppland	5 ynglinger av gaupe og 4 ynglinger av jerv
Region 4	Østfold, Akershus og Oslo	6 ynglinger av gaupe, samt 3 ynglinger av ulv innenfor forvaltningsområdet for ynglende ulv i samarbeid med region 5
Region 5	Hedmark	10 ynglinger av gaupe, 5 ynglinger av jerv og 3 ynglinger av bjørn, samt 3 ynglinger av ulv innenfor forvaltningsområdet for ynglende ulv i samarbeid med region 4
Region 6	Møre og Romsdal, Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag	12 ynglinger av gaupe, 10 ynglinger av jerv og 4 ynglinger av bjørn
Region 7	Nordland	10 ynglinger av gaupe, 10 ynglinger av jerv og 2 ynglinger av bjørn
Region 8	Troms og Finnmark	10 ynglinger av gaupe – hvorav 4 i Finnmark, 10 ynglinger av jerv – hvorav 3 i Finnmark og 6 ynglinger av bjørn

Kilde: Direktoratet for naturforvaltning (2006)

I Rovviltmeldingen legges det vekt på at samiske interesser skal tas hensyn til, og i hver av nemndene i de fire regionene 5, 6, 7 og 8 er et av medlemmene oppnevnt av Sametinget (Miljødepartementet, 2003).

Et formål i Rovviltmeldingen er å ivareta hensynet til dyrevelferden til husdyr og tamrein. For å oppnå dette foreslås det i meldingen noe begrensning av utbredelsen av rovvilt i forhold til det bestående nivået. Et ledd i dette er at det ikke settes egne nasjonale mål for forekomsten av gaupe og jerv i det viktigste området for samiske reindrift i Finnmark. Innen sauehold legges det vekt på varige driftstilpasninger eller omlegginger i de områdene der det skal være faste bestander av rovvilt. Men i reindriften viser det seg at det er få tapsreducerende tiltak som ikke kommer i konflikt med næringens tradisjonelle driftsmønster og metoder.

I Rovviltmeldingen legges det opp til at den lovfestede retten til full erstatning for tap og følgekostnader når husdyr eller tamrein blir drept eller skadet av rovvilt videreføres. Innenfor de rammer som loven setter er det et mål å dele erstatningsutbetalingen i to komponenter, en som en videreføring av den eksisterende ordningen med erstatning knyttet til tap som kan dokumenteres. Den andre knyttet til erstatning for risikoen ved å ha husdyr eller tamrein i områder med rovvilt. For ikke å stimulere til høyere reintall, legges det i Rovviltmeldingen vekt på at det vil bli stilt klare betingelser for utbetaling av slik erstatning. Ved Regjeringen Bondevik II ble det utarbeidet forslag til ny forskrift i tråd med dette, men denne ble lagt på is

da Regjeringen Stoltenberg II tok over regjeringskontorene i september 2005. Inntil videre er det derfor den eksisterende erstatningsordningen som gjelder.

4.2 Tilskuddsordninger

4.2.1 Tilskuddsordninger over reindrifftsavtalen

Reindrifftsavtalen forhandles frem mellom Landbruks- og matdepartementet og Norske Reindriftssamers Landsforbund. I avtalen fastsettes bevilgninger til reindrifften over statsbudsjettet. Reindrifftsavtalens bevilgninger følger kalenderåret, og bevilgningen i avtalen for 2006–2007 gjelder for kalenderåret 2007. Forhandlingene skjer normalt i januar/februar hvert år, dvs. nesten ett år før avtalen trer i kraft. I avtalen for 2006/07 ble det vedtatt en ramme for bevilgningene på 92,5 mill. kroner, eksklusive midler til tiltak mot radioaktivitet. Dette tilsvarer bevilgningen for Reindrifftsavtalen 2005/06 etter vedtatt budsjett for 2006 (Landbruks- og matdepartementet og Norske Reindriftsamers Landsforbund, 2006). Bevilgningen fordeles mellom utviklings- og investeringstiltak, kostnads-senkende og direkte tilskudd, organisasjonstilskudd og velferdsordninger. Vi vil i det følgende først og fremst se nærmere på de tilskuddsordninger og virkemidler som er knyttet opp mot markedet for reinkjøttmarkedet.

Utviklings- og investeringstiltak over Reindrifftens utviklingsfond

Bevilgningene til utviklings- og investeringstiltak forvaltes av Reindrifftens utviklingsfond (RUF). RUFs målsetting er å bidra til å utvikle en økologisk, økonomisk og kulturelt bærekraftig reindrift, herunder stimulere til oppbygging av stabile miljøer og strukturer i næringen, som resulterer i utvikling av menneskelige ressurser, balansert bruk av naturgrunnlag og full utnyttelse av produksjons-potensialet i reinflokkene (Landbruksdepartementet, 1999).

I 2006/07 er bevilgningen i Reindrifftsavtalen til RUF på 37,3 mill. kroner. Av disse midlene er det som tidligere år satt av 7,7 mill. kroner til Verdiskapings-programmet for reindrift mens 2,0 mill. kroner er satt av til markedstiltak. Utover de midlene som er avsatt til øremerkede formål, har RUF også anledning til å benytte fondets midler til blant annet markedsfremmende tiltak. Tabell 4.2 gir en oversikt over utvikling i midler til markedsfremmende tiltak over RUF i perioden 2000/01 til 2005/06. Hvor stor del av midlene som har blitt brukt til markedsfremmende tiltak har variert de senere årene.

Tabell 4.2 Tilskudd til markedsfremmende tiltak over RUF, 2000/01–2005/06

	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06
Totalt over RUF	38 700 000	49 700 000	45 300 000	36 500 000	33 500 000	34 300 000
Markedsfrem- mende tiltak	750 000	706 000	230 000	3 875 000	3 000 000	3 000 000

Kilde: Økonomisk utvalg (2000–2005) og Landbruks- og matdepartementet og Norske Reindriftsamers Landsforbund (2006)

Av tabellen ser vi at det i 2000/01 ble brukt 750 000 kroner eller 1,9 % av RUFs totale midler på markedsfremmende tiltak, mens det i 2002/03 kun ble brukt 230 000 kroner eller 0,5 % av RUFs totale midler. I reindrifftsavtalen 2003/04 ble det ikke satt av noen øremerkede midler til markedsfremmende tiltak, likevel ble det dette året brukt til sammen 3,87 mill. kroner eller 10,6 % av RUFs totale midler til markedsfremmende tiltak. Midlene gikk først og fremst til å finansiere en kampanje for reinkjøtt der motivet var å øke etterspørselen etter reinkjøtt som følge av den ekstraordinære markedssituasjonen høsten 2003. I reindrifftsavtalen 2004/05 ble det øremerket 3,0 mill. kroner til markedsføring. Midlene skulle spesielt bli benyttet til generisk markedsføring, og av midlene til markedstiltak ble 2,1 mill. kroner disponert til markedsføringskampanjer for reinkjøtt gjennom OFK. Videre ble 0,9 mill. kroner disponert til etableringen av Boalvvir. For reindrifftsavtalen 2005/06 ble partene enige om å videreføre en avsetning på 3,0 mill. kroner til markedsføring av reinkjøtt. Ifølge avtalen skulle tiltakene som skulle prioriteres avhenge av den gjeldende markedssituasjonen, der Kontaktforumet for reinkjøtt-omsetning var en sentral aktør i forhold til å foreslå prioriterte tiltak. I tillegg ble partene enige om å prioritere søknader til forsknings- og veiledningsmidler som hadde som formål å sikre en mer forutsigbar og en bedre markedssituasjon for reinkjøtt.

Kostnadssenkende og direkte tilskudd

Bevilgningen til kostnadssenkende og direkte tilskudd fordeles mellom distrikts-tilskudd, tilskudd til driftsenheter og tamreinlag samt enkelte andre tilskudd.

Distriktstilskudd gis til distrikter hvor det utøves en reindrift som er i samsvar med de til enhver tid gjeldende lover og forskrifter for næringen, som pålagte tellinger og bestemmelser knyttet til oppfølging av lovlig fattede vedtak om høyeste reintall. I avtalen for 2006/07 er det avsatt 8,2 mill. kroner til distriktstilskudd.

Tilskudd til driftsenheter og tamreinlag er delt opp i fem tilskuddsordninger: produksjonspremie, kalveslaktetilskudd, tidligslaktetilskudd, driftstilskudd og ektefelle tillegg og tabell 4.3 gir en oversikt over avsetningene til disse tilskuddsordningene i 2006/07.

Tabell 4.3 Avsetninger til tilskudd til driftsenheter og tamreinlag i 2006/07 (i mill. kroner)

Tilskudd	Bevilgning
Produksjonspremie	18,5
Kalveslaktetilskudd	4,5
Tidligslaktetilskudd i Finnmark og Troms	4,5
Driftstilskudd	6,2
Ektefelle tillegg	3,1

Kilde: Landbruks- og matdepartementet og Norske Reindriftsamers Landsforbund (2006)

Ordningen med produksjonspremie, som det er avsatt 18,5 mill. kroner til i 2006/07, innebærer at driftsenheten får tilskudd tilsvarende 25 % av avgiftspliktig salg av kjøtt og andre avgiftspliktige næringsinntekter fra rein. Det øvre taket på inntekt som det utbetales produksjonspremie for er 400 000 kroner per driftsenhet, og 1 000 000 kroner per tamreinlag. Avsetningen til produksjonspremie over Rein-driftsavtalen har de senere årene økt, men beregningen av tilskudd til den enkelte driftsenhet/tamreinlag har derimot ikke forandret seg på disse årene.

I 2006/07 er det avsatt 4,5 mill. kroner til kalveslaktetilskudd, og satsen per kalv er på 150 kroner. Det er også i Reindriftsavtalen 2006/07 avsatt 4,5 mill. kroner til tidligslaktetilskuddsordningen. Begge disse tilskuddsordningene skal bidra til øke slakteuttaket for derigjennom å redusere reintallet.

I tillegg til disse tilskuddsordningene gis det også et driftstilskudd og et ektefellestilskudd, der driftstilskuddet bl.a. skal dekke ulike kostnader i reindriften mens ektefellestilskuddet gis når begge ektefeller utøver aktiv reindrift.

En rekke vilkår må være oppfylt for at tilskudd til driftsenheter og tamreinlag skal kunne innvilges. Et av vilkårene er knyttet til antall rein, og hver driftsenhet må i utgangspunktet ha under 600 rein. Driftsenhetsinnehaveren må heller ikke motta alderspensjon etter folketrygden. På samme måte som for distriktstilskuddet forutsettes det at driftsenheten eller tamreinlaget utøver reindrift i samsvar med de til enhver tid gjeldende lover og forskrifter for næringen. Dette gjelder for eksempel pålagte tellinger og bestemmelser knyttet til oppfølging av lovlig fattede vedtak om høyeste reintall. I tillegg må driftsenhetsinnehaverne vise til en salgsinntekt fra salg av reinkjøtt på minimum 50 000 kroner ekskl. mva.

Frakttilskudd og slaktetilskudd

Av andre tilskudd finner vi i avtalen for 2006/07 frakttilskuddet. Dette gis som tilskudd for frakt av slakteskrotter fra slakteanlegg til fryseanlegg, og i avtalen er det avsatt 2,5 mill. kroner til denne ordningen.

I Reindriftsavtalen 2005/06 ble det avsatt 1,0 mill. kroner til slaktetilskudd til sesongslakterier, helårsslakterier og mobile slakteanlegg. Satsen for tilskuddet var 3 kroner per kg rapportert slakt og skulle kompensere for kostnader til kjøttkontrollavgift for de slakteriene som ikke var omfattet av omstillingstøtten, samt og stimulere til økt slakting ved mindre feltslakteanlegg. Dette tilskuddet ble imidlertid avvirket i reindriftsavtalen for 2006/07.

Organisasjonstilskudd

I Reindrifftsavtalen 2005/06 ble det fremhevet at reindrifftsneringen står overfor store utfordringer noe som fordrer en aktiv deltagelse fra neringen selv, og det gis derfor et organisasjonstilskudd til reindrifftsneringen. I Reindrifftsavtalen 2006/07 ble det bevilget 5,9 mill. kroner til denne ordningen, hvorav 0,3 mill. kroner er øremerket NRLs ledelse av Kontaktforumet for reinkjøttomsetning og HMS-tiltak i reindrifften med hhv. 100 000 og 200 000 kroner.

Verdiskapingsprogrammet for reindrifft

For å sikre en fremtidsrettet reindrifftsnering ble det i forbindelse med reindrifftsavtalen 2001/02 etablert et verdiskapingsprogram for reindrifft (VSP-rein).⁵ Verdiskapingsprogrammet har som formål å styrke reindrifftsneringen ved å utløse kreativitet og entreprenørskap, der utfordringen ligger i å bruke neringens kultur, særpreget og tradisjon i næringsmessig sammenheng (Økonomisk utvalg, 2001). De senere årene har det blitt avsatt 7,7 mill. kroner til VSP-rein, der midlene både skal dekke Innovasjon Norges drift av programmet og aktivitetene/tilskuddene som gis over programmet. Tilskudd til nyskaping og bedriftsutvikling kan gis til:

- primærprodusenter (reineiere), eller
- primærprodusenter i et organisatorisk samarbeid med andre bedrifter.

Målsetningen med støtteordningen er å bidra til å øke reineiernes inntjening gjennom å gi dem muligheter til å stå for en større del av verdiskapingen selv. Tilskudd kan gis til produktutvikling (inkl. utvikling av emballasje), konsulentbistand, kompetanseutvikling, testsalg og markedsføring. Det kan også gis tilskudd til fysiske investeringer i mindre anlegg (bygninger og maskiner mv.). Dette forutsetter at det foreligger et nyskapingselement i prosjektene. På bestemte betingelser kan eget arbeid inngå i kostnadsgrunnlaget. Det kan gis støtte både til utviklingsfasen (forprosjekter) og hovedprosjekter. Innvilget støtte til forprosjekter er imidlertid ingen garanti for støtte til neste fase (Innovasjon Norge, 2006).

Velferdsordninger i reindrifftsavtalen

Deler av bevilgningen i Reindrifftsavtalen er øremerket til velferdsordninger, som tidligpensjon i reindrifften, medlemsavgift i Folketrygden og sykepengeordning. Til sammen er det i Reindrifftsavtalen 2006/07 avsatt 1,8 mill. kroner til velferdsordninger utenom tidligpensjon. Ordningen med tidligpensjon finansieres over Reindrifftens Utviklingsfond (RUF), mens det til medlemsavgift i Folketrygden og Sykepengeordningen er avsatt hhv. 1,2 mill. og 0,6 mill. kroner. Dessuten kan det over RUF settes av penger til avløserordning ved svangerskap. Tidligpensjonsordningen har som mål å gjøre overgangen fra gamle til nye generasjoner reineiere lettere, mens avløserordningen ved svangerskap skal bidra til å styrke kvinnenes posisjon i reindrifften.

⁵ Verdiskapingsprogrammet ble formelt etablert 1. juli 2001.

4.2.2 Andre tilskuddsordninger

I tillegg til tilskuddsordningene over reindrifftsavtalen kan reindrifftsneringen indirekte få støtte over Samisk utviklingsfond ved støtten til duodji, samt over EUs Interreg-prosjekter.

Samisk utviklingsfond

Som et ledd i samepolitikken finner vi Samisk utviklingsfond (SUF), som skal bidra til sterke og levende samfunn med stabil bosetting og allsidig nærings-, kultur og samfunnsniv (Sametinget, 2005). SUF forvaltes av Sametinget som fastsetter mål, strategi og tiltak i sitt årlige budsjett der dette vedtaket gir overordnede prioriteringer for støtteordningen. SUF er videre underlagt kultur- og næringsavdelingen i Sametinget, og det er etablert et tilskuddsstyre som har forvaltningsansvaret for fondet. Dette styret forvalter også Samisk kulturfond, samt en rekke andre stipend og tilskuddsordninger innen kultur og næringsutvikling, språk, kulturminnevern og helse og sosialtjenester (Kjuus og Bergset, 2003).

Tilskuddene gis til investeringer, forprosjekter, produktutvikling, etablererstipend og markedsføring som skal gjennomføres innenfor virkeområdet for SUF. Fondet har i tillegg til målsettingen om å skape og opprettholde levedyktig næringsvirksomhet og arbeidsplasser, funksjon som kultur- og likestillingspolitisk virkemiddel i det samiske bosettingsområdet. Frem til og med 2002 fikk reindrifftsneringen indirekte støtte fra SUF gjennom driftstilskudd til næringskombinasjoner, men denne ordningen er nå avviklet (Kjuus og Bergset, 2003).

Duodji, samisk håndverk og husflid, er i ferd med å få økt betydning som næring, og mange tidligere reindrifftsutøvere som har gått ut av næringen ønsker å satse på dette. I 2005 ble det etablert en næringsavtale mellom Sametinget og Landsorganisasjonen Sámiid Duodji. Rammen for denne avtalen er i driftsåret 2006 på 8,5 mill. kroner, og av disse var 3 mill. kroner bevilget over SUF til utviklings og investeringstiltak. Denne avsetningen kan brukes til investeringer, bedriftsutvikling, opplæring/kompetanse, etableringsstipend og prosjekter. I avtalen er det lagt noen føringer for hvordan bevilgningen over SUF skal disponeres, blant annet er 0,5 mill. kroner avsatt til merkevareoppbygging og markedsføring. I tillegg innebærer næringsavtalen bevilgning til bl.a. driftstilskudd, velferdsordninger som barseltilskudd og sykepengeordning, organisasjonstilskudd og utsalgsbedrifter/-verksteder (Duojar, 2006).

Interreg-program

Interreg er et EU-program for grenseoverskridende regionalt samarbeid. Programmet ble etablert i 1991 og Norge har deltatt siden 1996. Formålet er å fremme sosial og økonomisk integrasjon over landegrensar gjennom regionalt samarbeid. Norge deltar i sju av de i alt 70 Interreg III programmene, og innenfor disse fantes det våren 2005 til sammen vel 300 Interreg-prosjekter med norsk deltagelse.

I Nord-programmet, Interreg III A Nord, deltar fire land, Norge, Sverige, Finland og Russland. Programområdet omfatter Finnmark, Troms og Nordland fylkeskommuner i tillegg til Lapplands län i Finland, Norrbottens län i Sverige og

den nordvestlige del av Russland. Programmet er inndelt i tre, og Sápmi er den delen av programmet som omfatter de samiske bosettingsområdene.

Til sammen har Nord-programmet fått 47,2 mill. Euro fra EUs strukturfondsmidler, mens den samlede støtten fra EU-landene beløper seg til 90,5 mill. Euro. Norges bidrag til dette programmet er på 16 mill. Euro, dvs. ca 131,2 mill. kroner.

Eksempler på prosjekter med norsk deltagelse er prosjektet Gapta som handler om sørsamiske drakter i Norge og Sverige, og som er et prosjekt innenfor Sápmi-programmet. Gapta bygger på et samarbeid mellom Gaaltije – sørsamisk kultursenter i Östersund og Saemien Sitje – sørsamisk museum og kultursenter i Snåsa. Prosjektet har ført til styrking og utvidelse av nettverket mellom samiske utøvere, og det er utviklet en samlet terminologi knyttet til sørsamisk drakttradisjon og det er gjennomført kurs og utstilling om sørsamiske drakter (Kommunal- og regionaldepartementet, 2005b).

4.3 Avgifter og gebyrer

Norsk kjøttbransje er omfattet av en rekke avgifter og gebyrer, der noen er pålagt produsent mens andre er pålagt kjøttindustrien. De fleste avgifter og gebyrer som er pålagt kjøttbransjen omfatter også reinkjøttbransjen. Tabell 4.4 gir en oversikt over de avgifter som er lagt på hhv. kjøtt og vilt i 2005.

Tabell 4.4 Satser for kjøttavgifter

Produkt	Omsetningsavgift (maks. sats kr per l/kg)	Forskn. avgift kr per l/kg	Matprod. avgift kr per l/kg
Kjøtt			
– Sau/lam	3,00	0,11	0,48
– Storfe/kalv	1,50	0,11	0,48
– Svinekjøtt	2,00	0,11	0,48
Vilt			
– Rein		0,11	0,48
– Elg		0,11	0,48
– Hjort		0,11	0,48

Kilde: SLF (2006)

Forskningsavgift

Forskningsavgiften gjelder alle norskproduserte og importerte landbruksvarer som brukes i produksjon av nærings- og nytelsesmidler, samt import av ferdigvarer og halvfabrikata av landbruksbaserte råvarer. Formålet er å sikre økonomisk grunnlag for forskning knyttet til landbruksprodukter som nyttes til ervervsmessig bearbeiding eller framstilling av nærings- og nytelsesmidler og fôrkorn til husdyr. Midlene forvaltes av Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter, og styret for dette fondet har ansvar for innkreving og forvaltning av fondsmidler.

Tollvesenet krever inn avgiften på de importerte produktene, mens SLF krever inn avgiften på norskproduserte varer, og for norskprodusert kjøtt skjer dette fortløpende. Som for andre landbruksprodukter, ligger forskningsavgiften for reinkjøtt på 0,35 % av avgiftsgrunnlaget. Avgiften innkreves/motregnes gjennom Leveranseregisteret basert på månedlige oppgaver fra det enkelte slakteri og beregnes ut fra brutto fakturabeløp ekskl. mva. (Landbruks- og matdepartementet, 2001b).

Matproduksjonsavgift

I forskriften for matproduksjonsavgiften heter det at matproduksjonsavgiften skal innbetales for alle næringsmidler, med unntak av vann. Denne skal finansiere Mattilsynets kostnader med tilsyn og kontroll, sikre helsemessige trygge næringsmidler og fremme helse, kvalitet og forbrukerhensyn langs hele produksjonskjeden, ivareta miljøvennlig produksjon, samt brukes på tiltak for å bedre god plante- og dyrehelse. I tillegg kommer ivaretagelsen av hensynet til aktørene langs hele produksjonskjeden, inkludert markedsadgang i utlandet (SLF, 2006b).

Generelt beregnes grunnlaget for avgiften ut fra fakturabeløp ekskl. mva. ved kjøp fra råvareprodusenten, slik som for forskningsavgiften, men for kjøtt er avgiften satt til 0,48 kr per kg godkjent slakt. SLF krever inn matproduksjonsavgiften på vegne av Mattilsynet, og det er Mattilsynet som bestemmer hvor innkrevingen skal skje. I størst mulig grad skjer dette hos grossistene (Landbruks- og matdepartementet, 2004).

Kjøttkontrollgebyr

Etter avtale med mattilsynet, krever SLF inn kjøttkontrollgebyr fra alle slakterier. Gebyret er knyttet til Mattilsynets ordninger for tilsyn og kjøttkontroll, og det er Mattilsynet som er ansvarlig for ordningen og som fastsetter hvor mye hvert slakteri skal betale. Gebyret bidrar til å dekke Mattilsynets kostnader ved en rasjonell og kostnadseffektiv tilsyns- og kjøttkontrollordning (SLF, 2006b).

For kontroll ved slakteri beregnes avgiften ut fra antall dagsverk á 7,5 timeverk, med en sats som i 2006 er på 3 250 kroner per dagsverk. Dertil kommer tillegg for overtid/helgearbeid. Ved fremstilling av vilt og oppdrettsvilt, som rein, brukes ikke beregningen av dagsverksats, men en sats som i 2006 er på 75 kroner per dyr, inkludert reise- og overtid. Denne kontrollen omfatter bl.a. post-mortem-undersøkelse, undersøkelse av antibakterielle midler og bakteriologisk kjøttkontroll (Landbruks- og matdepartementet, 2005d).

Omsetningsavgift

Omsetningsavgiften er en avgift som legges på produsentenes salgsproduksjon for å finansiere tiltak for å fremme omsetningen, jf. Omsetningsloven og forskrift om omsetningsavgift på jordbruksvarer. Avgiften går inn i fondet for omsetningsavgift for kjøtt og blir brukt til finansiering av markedsregulering, faglige tiltak og opplysningsarbeid i kjøttsektoren. Omsetningsavgiften på korn og kjøtt av gris, sau/lam og storfe/kalv er fastsatt som en maksimalsats. Innenfor denne øvre grensen kan Omsetningsrådets arbeidsutvalg endre avgiften gjennom året ved

behov. Som markedsregulator har Gilde Norsk Kjøtt ansvar for å balansere råvaremarkedet for kjøtt gjennom året (SLF 2006b).

Reindriften har ingen form for omsetningsavgift slik som annen kjøttproduksjon. Det er imidlertid hjemmel i Omsetningsloven for å kunne innføre en slik avgift også på reinsdyr, men den benyttes ikke i dag. Myndighetene driver i dag ingen systematisk markedsregulering av reinkjøtt, og kostnader til faglige tiltak og opplysningsarbeid i reinkjøttsektoren dekkes av myndighetene gjennom reindriftsavtalen.

4.4 Grensevern og internasjonale avtaler

4.4.1 Grensevern

Det tollbaserte importvernet skal praktiseres på en måte som sikrer reindriftnæringen et rimelig vern mot konkurrerende import innenfor rammen av de forpliktelsene Norge har i henhold til WTO-avtalen.

Importutvalget for reinkjøtt består av sentrale aktører i næringen, og er nedsatt for å vurdere markedssituasjonen for reinkjøtt. Om man klarer å dekke etterspørselen i markedet avgjør om tollsatsene skal senkes. Etter samråd med Reindriftnæringens importutvalg, kan SLF fastsette kvoter for import med redusert toll. Importkvotene kan fastsettes for reinkjøtt og/eller levende rein for slaktning. De senere årene har det ikke blitt åpnet for import av reinkjøtt til lavere tollsats som følge av at lager- og markedssituasjon ikke har tilsagt det.

4.4.2 Internasjonale handelsavtaler, WTO

Sentralt i den pågående forhandlingsrunden i WTO er en ny avtale om landbruket, herunder jordbruk og reindrift. Forhandlingsmandatet ble vedtatt i Doha i 2001 og legger opp til betydelig reduksjon i handelsvridende internstøtte til landbruket, eliminering av eksportsubsidier og vesentlig forbedret markedsadgang for landbruksvarer. I juli 2004 vedtok man et rammeverk for en endelig avtale. I en ministererklæring fra ministermøtet i Hong Kong i desember 2005 ble denne rammeavtalen bekreftet og noe utdypet. En del prinsipper og føringer for den videre forhandlingsprosessen er dermed lagt, men det gjenstår å avklare og konkretisere de nye forpliktelsene på de ulike forhandlingsområdene. To viktige sider av rammeverket, sett med norske øyne, er at den åpner for særordninger når det gjelder markedsadgang for såkalte sensitive produkter, samt at det gjennom en egen ordning åpnes for at Norge kan videreføre en ikke ubetydelig del av vår areal og dyrestøtte.

I rammeverket er det bestemt at de høyeste relative tollsatsene skal kuttes mest. Norge har høy tollbeskyttelse for viktige produkter i norsk landbruk, også for reinkjøtt. Tollregimet i WTO-avtalen omfatter også reinkjøtt slik at kuttforslagene også vil ramme dette. Den norske budsjettstøtten til reindriften over reindrifts-

avtalen dekkes imidlertid ikke av internstøtten i WTO-avtalen og vil dermed ikke bli berørt av disse forhandlingene.

Det er forventet at den nye WTO-avtalen vil kreve aktive tilpasninger i norsk landbruk som indirekte også vil påvirke reindriften. Hvordan og hvor mye vil først bli klart når den endelige avtaleteksten foreligger. I dag er det norske importvernet først og fremst basert på krone-tollsats, men det vil være mulig å gå over til et prosent-tollbasert importregime. Dette vil med dagens priser i mange tilfeller gi høyere tollbeskyttelse, men samtidig vil det norske markedet være mer utsatt for svingninger i det internasjonale markedet. Reinkjøttmarkedet vil trolig bli mer påvirket av det relativt forholdet til andre kjøttslag enn direkte av den nye avtalen.

4.4.3 Norsk-svensk reinbeitekonvensjon

Reinbeiting har gjennom århundrer foregått uten hindringer fra grensen mellom Norge og Sverige. I 1751 kom Lappekodisillen som et tillegg til grensetraktaten mellom Sverige og Danmark-Norge. Den sedvanemessige adgangen til sesongflyttinger ble her opprettholdt, og siden har den vært regulert gjennom ulike konvensjoner (Reindriftsforvaltningen, 2005).

Den gjeldende konvensjonen av 1972 utløp 1. mai 2005. Våren 2003 ble det oppnevnt en norsk forhandlingsdelegasjon som startet forhandlinger om en ny avtale, men i september 2004 meldte forhandlingsdelegasjonene at en ny reinbeitekonvensjon ikke ville kunne sluttføres innen 1972-konvensjonens gyldighetstid løp ut. Resultatet var at det for første gang siden 1920-tallet ikke fantes statlig regulering av reinbeite mellom Norge og Sverige, noe som førte til uenighet mellom norske og svenske reindriftssamer. Fra norsk side ble det forsøkt å få til en midlertidig avtale, mens det på svensk side ble hevdet at i mangel av annen statlig regulering var det Lappekodisillen av 1751 som var gjeldene, noe som innebar at svenske samer ville fått tilgang til de områdene som deres forfedre brukte på 1700-tallet. Men i juni 2005 ble det vedtatt at Lov om reinbeite mellom Norge og Sverige av 1972 skulle videreføres, med enkelte endringer.

I november 2005 ble det oppnevnt en ny norsk forhandlingsdelegasjon for videre forhandlinger om en ny norsk-svensk reinbeitekonvensjon. Forhandlingsdelegasjonene fra de to landene skal arbeide frem et felles forslag til ny konvensjon som er nødvendig for den grenseoverskridende reindriften, og sammen skal de anvisse avgrensede beiteområder i Sverige og Norge som får anvendes av det andre lands reindriftssamer. Områdene skal avgrenses slik at de mest mulig rasjonelt kan anvendes på en måte som gir et langsiktig grunnlag for en økologisk, økonomisk og kulturelt bærekraftig reindriftnæring (Reindriftsforvaltningen, 2005 og Aftenposten, 2006).

4.5 Kostnadsniva

4.5.1 Kostnader i reindriften

I Totalregnskapet for Reindriftnæringen er det gjort beregninger av kostnadene innen næringen, der reindriften totale kostnader består av driftsenhetens kostnader, felleskostnader i samisk reindrift og tamreinlagenes kostnader (Økonomisk Utvalg, 2005).

Driftsenhetenes kostnader har de senere årene vært økende, og fra 2003 til 2004 økte kostnadene med 14,3 mill. kroner til 95,4 mill. kroner i 2004. Kostnadsøkningen har bl.a. trolig sammenheng med økte slaktekostnader på grunn av økningen i slaktekvantum. De klart største kostnadspostene er kjøretøy/maskiner og avskrivninger, som utgjør hhv. 29 % og 21 % av driftsenhetens kostnader. Ved inndeling av driftsenhetene i antall rein per driftsenhet viser beregninger fra Totalregnskapet at driftsenheter som har under 200 rein har de klart høyeste kostnadene per rein.

Felleskostnadene i samisk reindrift har de siste årene vært relativt stabile, med en svak tendens til nedgang fra 2001 til 2004, men med en liten økning fra 2003 til 2004. Totalt var felleskostnadene i 2004 på 19,9 mill. kroner, med frakt og transport (24 %) samt bygninger og anlegg (18 %) som de største kostnadspostene.

Tabell 4.5 gir en oversikt over de totale kostnadene i reindriften i 2003 og 2004. Fra 2003 til 2004 økte de totale kostnadene i reindriften med 15 %, fra 106,4 mill. kroner til 122,5 mill. kroner. Kostnadsøkningen skyldes bl.a. en økning i varekjøp med 34 %, mens kostnadene til kjøretøy og maskiner økte med 18 %. Det er store variasjoner i kostnadene i de ulike områdene, og det er Troms som har høyest kostnadsnivå sett i forhold til både reintall og produksjon. Tamreinlagene og Polmak/Varanger har de laveste kostnadene per kg kjøtt, mens Polmak/Varanger og Vest-Finnmark har de laveste kostnadene per rein.

Tabell 4.5 Totale kostnader i 2003 og 2004 etter kostnadsart (i 1 000 kr)

	2003	2004
Frakt og transport	5 150	6 261
Varekjøp	8 916	11 938
Reiser	2 258	2 278
Utstyr	9 090	10 873
Kjøret. og maskiner	25 011	29 422
Bygn. og anlegg	5 238	6 807
Avskrivninger	22 582	21 939
Strøm, energi	3 156	3 259
Administrasjon	4 438	4 502
Leie	4 334	3 788
Forsikring	1 670	1 824
Salg og reklame	181	403
Fremmedtjenester	5 022	7 829
Provisjonskostnader	0	15
Diverse	9 318	11 388
Totalt	106 362	122 526

Kilde: Økonomisk utvalg (2005)

4.5.2 Lønnskostnader i reinkjøttindustrien

Lønnskostnader er generelt sett av stor betydning for kjøttindustrien, også for reinkjøtt. Tallene som er presentert i tabell 4.6 viser utviklingen i lønnskostnadenes andel av produksjonsverdien for kjøttindustrien i perioden 1993 til 2004. Fra 1993 til 2004 har det samlet sett kun vært en økning i lønnsandelen (målt i lønnskostnadenes andel av produksjonsverdien) på 2 %, men innad i perioden har kjøttindustriens andel av produksjonsverdien variert en del.

Tabell 4.6 Utvikling i lønnskostnadenes andel av produksjonsverdien for kjøttbransjen, 1993–2004 (i %) (1993 = 100)

	1993	1995	1997	1999	2001	2002	2003	2004
Kjøtt og kjøttvarer	100	114	114	112	104	98	106	102

Kilde: SSB (2006b)

Som følge av at lønnskostnader generelt sett stor betydning for kjøttindustrien, vil ulik utvikling i lønnskostnader i Norge og hos våre handelspartnere ha betydning for konkurransekraften for norsk kjøttindustri, og også for norske reinkjøttprodusenter.

Det er vanskelig å sammenligne lønnskostnader på tvers av landegrenser. Ulike skattesystem og ulike oppfatninger av hva som legges i begrepet lønn gjør slike sammenligninger vanskelig. Vi har derfor ikke forsøkt å sammenligne lønnskostnadene for nærings- og nytelsesmiddelindustrien på tvers av landegrenser.

Det tekniske beregningsutvalget for inntektsoppgjørene utarbeider imidlertid årlig en rapport der de omtaler lønns- og inntektsutviklingen de siste årene (Arbeids- og sosialdepartementet, 2006). Rapporten omtaler industrien totalt, og sammenligner Norge med våre handelspartnere. Denne rapporten bruker vi her for å få en indikasjon på hvordan norsk nærings- og nytelsesmiddelindustri sine lønnskostnader kan påvirke deres konkurransevne.

Tabell 4.7 viser utviklingen i timelønnskostnadene i industrien for Norge og våre handelspartnere i prosentvis endring fra året før. Av tabellen ser vi at Norge hvert år har økt lønningene mer enn våre handelspartnere, men at veksten i Norge de to siste årene kun har vært marginalt høyere enn hos våre handelspartnere.

Tabell 4.7 **Utviklingen i timelønnskostnader i industrien, i Norge og gjennomsnittet for våre handelspartnere (%-vis endring fra året før)**

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 ¹⁾
Norge	4,4	6,2	6,2	5,1	5,4	5,7	4,6	3,6	2,8
Handelspartnere	3,6	3,3	3,2	4,2	4,2	3,4	3,7	3,4	2,7

1) Anslag for 2005

Kilde: Arbeids- og sosialdepartementet (2006)

4.6 Kulturelle og naturgitte forutsetninger

Som vi har sett tidligere er reindriften en av de viktigste bærere av samisk kultur og identitet, og næringen har stor betydning for det samiske samfunn, både økonomisk, sysselsettingsmessig, sosialt og kulturelt. Reindriften er Norges eneste nomadiske driftsform, og forskjeller mellom samisk og norsk kultur gir opphav til spesielle konflikter og utfordringer.

Reindriftsnæringen har endret seg på mange områder de siste 50 år. Det er innført skoleplikt for barn, reindriftsfamiliene har flyttet inn i bolighus, slakteri- og gjerdeanlegg er bygd, motoriserte kjøretøy og annen ny teknologi er tatt i bruk. Samtidig har veier gjort utmarkene mer tilgjengelig og presset på beitearealene har økt, rovvilt er blitt fredet og bestandene har vokst. Antallet reindriftsutøvere er nær doblet de siste 50 år, mens andelen aktive kvinner er kraftig redusert. I store deler av Finnmark har den sedvanemessige beitefordelingen gradvis blitt svekket i takt med en økende konkurranse om beiteressursene. Statlig inngripen har videre blitt stadig mer omfattende gjennom lover og tilskuddsordninger. Endringene har påvirket og utviklet reindriften (Reindriftsforvaltningen, 2006).

Vi vil i dette avsnittet gi en oversikt over noen kulturelle og naturgitte forhold med spesiell betydning for utbudet av reinkjøtt og reinkjøttmarkedet.

4.6.1 Beitetilgang og arealinngrep

Reinen lever på utmarksbeite hele året, og reindrift er en arealkrevende næring. Naturen tilbyr et varierende produksjonsgrunnlag for reindriften, og reinen er pris-

gitt uforutsigbare værforhold og store variasjoner i tilgang og kvalitet av beitet både mellom sesonger og år. Dette fører til store naturlige variasjoner i produksjonen av reinkjøtt (Reindrifftsforvaltningen, 2006).

Tilgangen på beite er ingen gitt og endelig størrelse. Storsamfunnets inngrep har over tid begrenset de totalt tilgjengelige arealene og forringet kvaliteten på andre, av og til kritisk viktige beitelokaliteter. De faktiske mulighetene for utnyttelse av beiteene blir også påvirket av forekomsten av rovvilt og av den rovviltpolitikken som blir ført til enhver tid. Samtidig blir kvaliteten på de tilgjengelige beiteene også påvirket av reineiernes egen bruk av områdene. Den viktigste faktoren her er beitestrykket i form av antall dyr, særlig sett i forhold til tilgangen på de mest kritiske beiteressursene (Søyland et al, 2002).

Reinbeiteområdene dekker om lag 40 % av Norges areal, men de siste tiårene har det vært en økning i inngrep og forstyrrelser innenfor reinbeiteområdene. Dette har ført med seg varig reduksjon av arealer som reindriften har til rådighet, og med dette økte forstyrrelser for reinflokkene. For reindriften som er avhengig av store arealer for å dekke reinens behov for ulike sesongbeiter og ubrutte flytteveier, er dette svært bekymringsfullt. Erstatningsutbetalingen for arealinngrep i reinbeiteområder varierer en del fra år til år, og var i 2004 på 5,5 mill. kroner, og midlene blir i hovedsak utbetalt til distriktene som gjennomfører ulike former for felles tiltak (Økonomisk utvalg, 2005)

Inngrepene i reinbeitearealene har vært i form av blant annet vekst i hytteutbyggingen, vegutbygging, vann- og vindkraftutbygginger, i tillegg kan store olje- og gassutvinningsprosjekter gi negative ringvirkninger for reindriften i form av økt utbyggingspress i områdene. Inngrepene er så alvorlige at ifølge FNs miljøprogram (UNEP) vil tradisjonell reindrift opphøre om allerede 50 år (Reindrifftsforvaltningen 2006).

4.6.2 Tap av rein

Det er mange årsaker til tap av rein. I tillegg til tap på grunn av for eksempel sykdom og ulykker, har en økende rovviltstamme medført store tap i reinflokkene. For reineierne er den økende rovviltbestanden, og rovvilttapene som en følge av denne, det største problemet, og det er jerv, gaupe og kongeørn som forårsaker flest tap (Søyland et. al, 2002). Samisk kultur vektlegger at reinen står i en mellomposisjon mellom helt frie dyr og husdyr og det er en oppfatning at reinen må holdes sammen, spredt men ikke for spredt. Eiers behov for kontroll med dyrene må derfor veies opp mot reinens behov for frihet. Dette som følge av at sosialt hierarki i flokken varierer med årstiden og bare rein som er fratatt sin frihet kan i etisk forstand karakteriseres som husdyr (kjørerein, kløvrein) (Landbruksdepartementet, 2002).

Det er usikkerhet omkring hvor mange dyr som blir tatt av rovvilt, men tapene har sammenheng med beiteproblematikken. Underernærte dyr er mer utsatt for rovviltangrep og for sykdommer. Ofte skyldes underernæringen at beitegrunnlaget er for lite, men i tillegg kan beite som i utgangspunktet er tilstrekkelig godt bli utilgjengelig for dyrene på grunn av klimatiske forhold. Særlig viktig er det at rein i

kalvingsområdene blir beskyttet mot rovvilt. En forutsetning for reduksjon i det samlede tapet i reindriften er at dyrene er i god kondisjon og reindriften tilpasset naturgrunnlaget. Ved beitekriser vil krisefôring kunne være et aktuelt virkemiddel for å styrke dyras kondisjon. Landbruks- og matdepartementet har bl.a. i dyrevelferdsmeldingen satt som mål å redusere tap ved beitekriser og rovvilttap, og det foreslås å legge til rette for opplæring i opplæring i krisefôring, samt evaluering av funksjonen til beredskapsgruppene ved beitekriser i Troms og Finnmark, og tiltak for å bedre disse. Fôring av rein er imidlertid noe som de norske reindriftssamene ikke har tradisjon for, og det er ulike oppfatninger om krisefôring er et effektivt tiltak og om det kommer reinen til beste eller om det er naturlig at dyr med dårlig kondisjon blir tatt av rovvilt.

4.6.3 Tsjernoby-ulykken

Etter kjernekraftulykken i Tsjernoby i 1986, falt det radioaktivt avfall over Norge. Som følge av at lavplantene har spesiell evne til å absorbere radioaktive stoffer, ble reindriften derfor særlig hardt rammet. Størst var nedfallet i Sør-Norge og Nordland, men variasjonene innen området har vært betydelige. I løpet av 1986 og 1987 ble det satt i verk flere tiltak for å redusere radioaktivitet i reinen før den ble slaktet. De viktigste tiltakene var nedfôring på «becquerel-fritt» fôr, og slaktning tidlig på høsten før reinen gikk over på lavbeite. Fra sist på 80-tallet betydde dette en betydelig omlegging av driftsmønsteret, og bygging av flere nedfôringsanlegg i de rammede distriktene (Økonomisk utvalg, 2005).

Som en følge av dette fattet regjeringen vedtak om at reineierne skulle holdes økonomisk skadesløse ved gjennomføringen av tiltak for å redusere radioaktiviteten i rein og reindriften mottar i dag en erstatningsutbetaling for kostnader knyttet til for høyt radioaktivt nivå. Grensen for tillatt Bq/kg var frem til 1994/95 på 6 000, deretter ble den redusert til 3 000 Bq/kg (Søyland, 2002).

4.6.4 Dyrehelse, dyrevelferd og kvalitet

Reinen er i utgangspunktet mindre utsatt for dyresykdommer enn husdyr. Dette skyldes først og fremst at reinen lever i et naturlig miljø samt at det arktiske klima er en fordel i bekjempelse mot smittestoffer. I tillegg er det lavt smittepress, lite sykdom og dyrene er funksjonsfriske. Til sammen gjør dette at reindriften har et bedre utgangspunkt for god dyrevelferd enn øvrig dyrehold (Landbruksdepartementet, 1992).

Samtidig gir den nomadiske driftsformen og forskjellene mellom samisk og norsk kultur opphav til spesielle konflikter som kan påvirke nettopp dyrevelferden. Dette skyldes bl.a. at den nomadiske reindriften representerer et dyrehold som både i kulturell tradisjon og praktiske driftsformer skiller seg fra tradisjonelt husdyrhold. Samtidig så synes det at begrepet dyrevelferd innen samiske tradisjon har en annen forståelse enn det som preger dagens dyrevernbestemmelser, og myndigheter og reindriftsutøvere deler derfor ikke alltid den samme virkelighetsoppfatningen noe som kan gi store konsekvenser reindriftsutøvelsen (Landbruks- og matdepartementet, 2001a).

Rådet for dyreetikk og både nasjonale og internasjonale dyrebeskyttelser er opptatt av dyrehold og dyrevelferd i reindriften, og har til dels ulike oppfatninger av reinens dyrevelferd enn reieneierne selv. Rådet for dyreetikk har bl.a. fremlagt at et begrenset tilsyn i reindriften gjør at det tar tid før skader, sykdom og rovdyrangrep oppdages. Stress i forbindelse med inndriving, transport og håndtering av reinen er dessuten en negativ faktor. Ifølge Rådet for dyreetikk er likevel ernærings-situasjonen i reindriften det største problemområdet i forhold til dyrevelferden (Rådet for dyreetikk, 2000). Et økende reintall i kombinasjon med redusert beitegrunnlag kan videre føre til økt beitestress som både kan svekke reinens kondisjon og motstandskraft og på den måten øke muligheten for tap av rein, samt gi svake produksjonsresultater og redusert slaktekvalitet.

Myndighetene er også opptatt av dyrevelferden i reindriften og fremlegger i St. meld. 12 (2002–2003) «Dyrehold og dyrevelferd» noen påkjenninger som kan være stressbelastende for reinen (Landbruksdepartementet, 2002). Dette er bl.a. angrep fra rovvilt og hund, driving i høyt tempo med motorkjøretøy, samling i gjerde, innfangning og midlertidig isolasjon fra flokken i forbindelse med for eksempel merking, transport, mye innsekter og tap av kalv for simle og tap av morssimle for kalv. I tillegg trekkes sult frem som et problem, og det slås fast at rammebetingelsene for reindriften skal sikre god overensstemmelse mellom dyretall og beiteressurser, og tilstrekkelig areal til tradisjonell drift.

Når det gjelder reinkjøttets kvaliteter, er reinkjøtt en mager kjøtttype. Fettet som finnes på reinkjøtt er sunne fettsyrer som omega 3 og omega 6. I tillegg inneholder reinkjøttet en rekke vitaminer og mineraler, og reinkjøtt inneholder bl.a. inneholder mye høyere verdier av vitamin B1 og B2, og høyere mengder vitamin A og B3 enn både storfe- og svinekjøtt. Reinkjøtt inneholder også andre vitaminer som vitamin B12, vitamin BP (folsyre), vitamin C og vitamin E (Reinert, 2002).

4.6.5 Transport og håndtering

Som følge av at reindriften drives på store områder er transport en del av reindriften. Reinen må bl.a. fraktes til slakteri, samt at transport i tillegg har blitt nødvendig enkelte steder fordi tradisjonelle flyttveier kan være ødelagt av utbygging, beitene langs flyttveiene nedslitte eller reinen så avkrefte etter vinteren at biltransport til vinterbeitet er nødvendig. Avhengigheten av transport til slakteri og ved flytting til beiter gjør reindriften uforutsigbar da vær og føre ofte kan hindre transport av reinen til planlagt tidspunkt.

Lange transportavstander er også uheldig som følge av hensyn til dyrevelferd samt høye transportkostnader. Regelverket for transport av rein er komplisert, men dette regelverket gjelder ikke ved transport under 50 km. Det er fortsatt tillatt å transportere rein på tradisjonelt vis, med reinen liggende på kjelke med bena bundet sammen (Mattilsynet, 2006b). I Stortingsmeldingen «Om dyrehold og dyrevelferd» går det frem at Landbruks- og matdepartementet ønsker å stimulere til driftsmønstre og slakteri-strukturer som reduserer behovet for lange transport. I tillegg ønsker departementet å styrke regelverket som beskytter dyrene under opphold i arbeidsgjerder og ved transport (Landbruksdepartementet, 2002).

5 Vurdering av dagens markedssituasjon

Vi vil i dette kapitlet se nærmere på dagens markedssituasjon for reinkjøtt, der vi først ser nærmere på bakgrunn for dagens markedssituasjon og reindriftsnæringens og forvaltningens arbeid for å bedre markedssituasjonen for reinkjøtt de senere årene. Videre vil vi se nærmere på noen sentrale flaskehalser i verdikjeden for reinkjøtt, samt gi et innblikk i enkelte aktørers vurdering av markedsmulighetene for reinkjøtt og forbrukerholdninger. Til slutt vil vi gjøre en vurdering av markedssituasjonen, slik NILF ser den i dag.

5.1 Bakteppet for den vanskelige markedssituasjonen

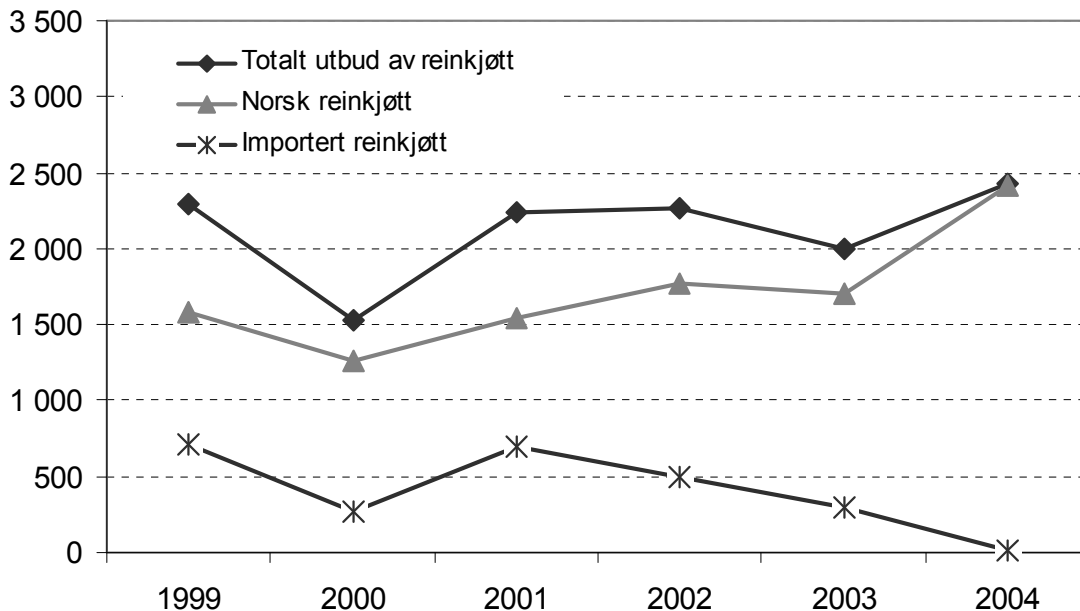
Som tidligere nevnt, fikk man i løpet av 2003 en vanskelig markeds- og slakte-situasjon for reinkjøtt. Flere av de store produsentene fikk problemer med å omsette reinkjøtt gjennom de tradisjonelle markedskanalene og lagrene bygde seg opp. Dette medførte igjen at mange reindriftsutøvere ikke fikk levert rein til slakting, og situasjonen førte at bl.a. arbeidet med reintallstilpasningen i Finnmark ble vanskelig.

Det har vært mange forklaringer på hvordan et marked som tidligere ikke har opplevd slike avsetningsproblemer, fikk problemer. Der varierende utbud, høy import kombinert med høyt slakteuttak, manglende markedsføringsarbeid etc. har vært nevnt som noen forklaringsfaktorer. Vi vil i det følgende gi en oversikt over utbudet av reinkjøtt i perioden før og etter denne markedssituasjonen oppsto, videre vil vi se nærmere på noen forhold som kan være med på å forklare avsetningsproblemene før vi til slutt ser nærmere på hvilke trender man har hatt i markedet og hvilke tiltak som ble gjort for å bedre markedssituasjonen.

5.1.1 Utbudet av reinkjøtt

Som nevnt tidligere, påvirkes utbudet av reinkjøtt på det norske markedet av to faktorer: totalt slakteuttak og import/eksport. Som følge av at man i størst mulig grad har ønsket en stabil tilførsel av norskprodusert reinkjøtt til det norske markedet skal importen først og fremst kompensere for svingninger i slakteuttaket.

Figur 5.1 gir en oversikt over utviklingen i det samlede utbudet av reinkjøtt, inkl. privatsalg til det norske markedet i perioden 1999 til 2004. Som vi ser av figuren, har utbudet av reinkjøtt til det norske markedet variert noe de senere årene. I 1999 var det totale utbudet på nesten 2 300 tonn, men utbudet falt med hele 33 % i 2000 noe som først og fremst skyldtes en nedgang i importen og at det ble slaktet kun 1 270 tonn reinkjøtt dette året. I 2001 økte både importen og uttaket av norsk reinkjøtt igjen, og det ble dette året omsatt 2 240 tonn reinkjøtt på det norske markedet, og av dette var 31 % import. Det samlede utbudet holdt seg relativt stabilt i 2002, først og fremst på grunn av en økning i produksjonen med følgende nedgang i importen. I 2003 gikk utbudet igjen noe ned og lå på kun 2 000 tonn, men økte igjen i 2004 til 2 472 tonn. Økningen i 2004 skyldes først og fremst en økning i slakteuttaket, og importert reinkjøtt utgjorde kun 1 % av samlet utbud dette året.



Figur 5.1 Utbudet av reinkjøtt til det norske markedet, 1999–2004 (i tonn)

Kilde: Økonomisk utvalg (2000–2005)

5.1.2 Forhold som pavirket markedssituasjonen

Vi så ovenfor at selv om det har vært noen variasjoner i utbudet av reinkjøtt i markedet de senere årene, har utbudet allikevel vært relativt stabilt. Sett i forhold til at det også tidligere har vært variasjoner i utbudet, uten at det har ført til

avsetningsproblemer, er variasjoner i utbudet som følge av endringer i både slakteuttak og import derfor trolig ikke årsaken til at man fikk en vanskelig markeds-situasjon for reinkjøtt i løpet av 2003. Vi vil i det følgende trekke opp noen forhold som kan ha vært med på å påvirke markedssituasjonen før høsten 2003.

Manglende markedsarbeid, bade fra det offentlige og fra næringen selv

Den sannsynligvis viktigste årsaken til at man fikk problemer med reinkjøtt-markedet høsten 2003, var at man over flere år hadde unnlatt å markedsføre reinkjøttet fordi markedsarbeid hadde vært lite prioritert både i reindriftnæringen og fra det offentlige.

På 1990-tallet hadde man et eget markeds- og kvalitetsutvalg for reinkjøtt bestående av bl.a. NRL, Opplysningskontoret for kjøtt (OFK), Norsk Kjøtt, Private Reinsdyrslakteries Landsforening og Reinprodukter AS. Markedsutvalget fikk bevilgninger direkte over Reindriftsavtalen frem til 1. januar 1999, men bevilgningene ble så overført til Reindriftnæringens Utviklingsfond (RUF) som en øremerket avsetning. Formålet med utvalget var bl.a. å gi råd til avtalepartene i reindriftnæringen om markeds- og kvalitetsarbeid med sikte på å oppnå stabil omsetning av reinkjøtt. I tillegg skulle utvalget være et kontaktorgan innen reinkjøttbransjen, der utvalget skulle initiere og gjennomføre fellestiltak i bransjen med hensyn til kvalitet, produktutvikling og markedsføring. Generisk markedsføring av reinkjøtt ble gjennomført av OFK. Da man så behovet for markedsregulering som begrenset ble markedsutvalget nedlagt 1. juli 2001 (Kjuus og Bergset, 2003).

Ved nedleggelsen av markeds- og kvalitetsutvalget ble også avtalen med OFK om markedsføring av reinkjøtt sagt opp. Fra høsten 2001 hadde dermed OFK eller andre sentrale aktører ingen pålagt rolle i forbindelse med markedsføring av reinkjøtt og den generiske markedsføringen av reinkjøttet opphørte. Det ble fortsatt satt av noen midler over RUF til markedsfremmende tiltak, men i sesongen 2002/03 utgjorde dette beløpet kun 230 000 kroner.

Som følge av at Markedsutvalget ble nedlagt, startet NRL høsten 2001 et eget utvalg; Reindriftnæringens markedsutvalg. Utvalgets oppgaver besto bl.a. av gi råd til departementet mht. til toll og importkvoter (Hoff og Henriksen, 2004). Dette markedsutvalget var i hovedsak et internt markedsutvalg for NRL og hadde dermed begrenset kontakt med andre aktører i næringen som for eksempel PRL, noe som gjorde at man ikke hadde noen form for koordinert markedsarbeid innad i næringen.

I motsetning til norsk kjøttindustri, har det i reindriftnæringen vært liten tradisjon for å markedsføre egne produkter, og spesielt har de store foredlingsaktørene tatt lite ansvar for å bygge merkevarer og reklamere for sine reinkjøttprodukter. En av årsakene til dette kan være at de slakteriene som har omsatt hovedparten av sin produksjon gjennom Gilde-systemet i liten grad har bygd opp eget salgsapparat og markedsføringskompetanse. I Gilde-systemet har reinkjøtt utgjort et ubetydelig volum, og Gilde har naturlig nok ikke prioritert å markedsføre reinkjøtt spesielt. Videre er de slakteribedriftene som videreforedler kjøttet selv

tradisjonelt små, og derigjennom ikke hatt den samme muligheten til å fokusere på markedsføring som følge av bl.a. manglende kapital og kompetanse.

Satsing på smaskalaproduksjon, men manglende leveringsavtaler

Verdiskapingsprogrammet for reindrift (VSP-Rein) ble iverksatt i 2001 med bevilgninger over reindrifftsavtalen med formål om å bidra til å øke verdiskapingen i reindriften slik at det kommer reineier til gode. Gjennom programmet ønsker en å oppnå:

- økt verdiskaping i reindriften ved at reineierne i økt grad skal integrere framover i verdikjeden,
- revitalisering av tradisjonelle produkter og bearbeidingsformer, og
- økt volum av produkter med høy kvalitet når frem til et betalingsvillig marked.

Gjennom VSP-rein ble det bl.a. tilrettelagt for en desentralisert slaktestruktur gjennom bl.a. feltslakt og mobile slaktebusser, da dette skulle gi reineierne mulighet til å ta del i en større del av verdiskapingen enn hvis kjøttet hadde blitt levert til sentralslakteriene. I programmets oppstartsperiode hadde man derimot i liten grad fokus på å bygge markedskanaler. Man fikk dermed problemer med å få levert reinkjøtt til forbrukermarkedet, som følge av at man hadde etablert nye produsenter men ikke opprettet tilhørende omsetningskanaler.

I reindrifftsavtalen 2004/05 ble det, med bakgrunn i reindriftenes vanskelige markedssituasjon, derfor bestemt at VSP-rein skulle prioritere søknader om markedsføring av merkevarer. Videre bestemte avtalepartene i reindrifftsavtalen 2005/06 at VSP-rein skulle prioritere søknader om markeds- og salgsfremmende tiltak.

Redusert slaktekapasitet hos slakteriene

En av årsakene til at produsentene ikke fikk levert rein til slakteriene i 2003, skyldtest i tillegg til avsetningsproblemer, redusert slaktekapasitet hos slakteriene. I Finnmark foregikk det på denne tiden en omstrukturering på anleggssiden, der bl.a. Aage Pedersen la ned sin slakteavdeling ved anlegget i Tana og overflyttet slaktingen til Gilde NNS Karasjok. Samtidig hadde MT Slakt i Kautokeino ikke mulighet til å ta imot reinsdyr til slakting fordi de ikke fikk levert slakteavfallet på forsvarlig måte. Samtidig tok en rekke andre aktører ikke inn slaktedyr i denne perioden på grunn av omsetningsproblemer og lageroppbygging, samt at noen av slakteriene hadde problemer knyttet til bl.a. likviditet og driftskapital (Hoff og Henriksen, 2003).

Avvikling av markedsordningen for reinkjøtt

Fram til reindrifftsåret 2001/02 var reinkjøttmarkedet regulert, der Norsk Kjøtt hadde markedsreguleringsansvaret. Dette ansvaret innebar (Økonomisk utvalg, 2002):

- Fastsettelse av målpris, der prisen skulle gjenspeile den prisen man mente var mulig å oppnå i markedet under de aktuelle markedsforhold.

- Kjøpeplikt fra A/S Reinprodukter til den pris som markedet, etter bruk av markedsreguleringsmidler ga grunnlag for, dvs. intervensjonspris.
- Markedsreguleringsansvar, der Gilde Norsk Kjøtt i samarbeid med avtalepartene ved behov skulle vurdere hvilke slakterier som skulle få avlastning via markedsreguleringslagre for kjøtt.

Årsaken til at man avvirket markedsreguleringsordningen var at man ønsket å legge til rette for å utvikle høykvalitets- og høyprisprodukter av reinkjøtt, uten begrensninger i administrativt fastsatte priser for på den måten stimulere til en størst mulig verdiskaping i næringen. Ved avvikling av markedsreguleringsordningen ble dermed målprisen avvirket, noe som innebar fri prisdannelse innenfor den beskyttelse importvernet gav (Økonomisk utvalg, 2002). Ved bortfall av markedsreguleringsordningen mistet også Gilde Norsk Kjøtt ansvaret for å regulere markedet og for å lagre kjøtt i en eventuell overskuddssituasjon.

Når man høsten 2003 fikk en vanskelig markedssituasjon hadde man dermed ingen slakterier som var forpliktet til å ta i mot reinkjøtt. Dette gav først og fremst problemer for reineierne i Finnmark som ikke fikk levert den mengden rein de ville til slakteriene, som følge av slakterienes overfylte lagre og foredlingsaktørens og grossistenes avsetningsproblemer. Bortfallet av målprisen muliggjorde også muligheten til å dumpe prisene på markedet, og flere distributører satt ned prisen på reinkjøtt deriblant Gilde som satte ned prisen med 15 kr/kg i en periode for å få reinkjøttet ut til forbruker. Avviklingen av markedsreguleringen var ikke en årsak til at man fikk en vanskelig markedssituasjon, men den var med på å forsterke symptomene som allerede var i markedet.

5.2 Markedsrettede tiltak

For å bedre markedssituasjonen for reinkjøtt ble det både fra myndighetene og aktørene side gjennomført en rekke markedsrettede tiltak. Vi vil i det følgende gi en oversikt over noen av tiltakene som ble gjennomført, samt gi en kort vurdering av disse.

5.2.1 Finansiering av markedsføring over Reindriftsavtalen

Etter flere år med fravær av statlige avsetninger til markedsarbeid over Reindriftsavtalen, ble det som følge av markedssituasjonen som oppsto f.o.m. 2003 igjen avsatt midler og i de følgende reindriftsavtaler har det blitt avsatt følgende midler til markedsfremmende tiltak:

- I reindriftsavtalen 2003/04 var det i utgangspunktet ikke satt av noen øremerkede midler til markedsfremmende tiltak, men det ble dette året brukt til sammen 3,9 mill. kroner eller 10,6 % av RUFs totale midler til dette. Midlene gikk først og fremst til å finansiere en kampanje for reinkjøtt i regi av OFK, der motivet var å øke etterspørselen etter reinkjøtt.

- I reindrifftsavtalen 2004/05 ble det videre øremerket 3,0 mill. kroner til markedsføring over RUF, der midlene spesielt skulle bli benyttet til generisk markedsføring. Av midlene til markедstiltak ble 2,1 mill. kroner disponert til markedsføringskampanjer for reinkjøtt gjennom OFK. Videre ble 0,9 mill. kroner disponert til etableringen av Boalvvir (omtalt nedenfor).
- For reindrifftsavtalen 2005/06 ble partene enige om å videreføre en avsetning på 3,0 mill. kroner til markedsføring av reinkjøtt. Der tiltakene som ble gjennomført skulle avhenge av den gjeldende markedsituasjonen. Kontaktforumet for reinkjøttomsetning var i denne sammenheng ment å være en sentral aktør i forhold til å foreslå prioriterte tiltak. Ifølge Reindrifftsforvaltningen i Alta gikk meste parten av de avsatte midlene til å gjennomføre markedsføringskampanjer i regi av OFK høsten 2005, og som følge av dette var det dermed ikke midler til å markedsføre reinkjøtt før påskesesongen 2006.
- I det kommende reindrifftsåret 2006/07 har det blitt avsatt 2,0 mill. kroner over RUF til markедstiltak. Hvilke føringer som er satt for bruken av disse midlene er foreløpig ikke kjent.

5.2.2 Markedsføring i regi av Opplysningskontoret for kjøtt

Mye av de økte markedsføringsmidlene som har blitt avsatt over Reindrifftsavtalen er gått til å finansiere markedsføringskampanjer i regi av Opplysningskontoret for kjøtt (OFK). Reklamekampanjene har hatt som sikte å øke etterspørselen etter reinkjøtt og har blitt gjennomført på TV, i aviser og på OFKs egen nettside Matprat.no. Gjennom OFKs markedskampanjer har reinsdyrkjøttet blitt presentert som et eksklusivt og eksotisk produkt, som samtidig er magert. I løpet av de siste årene har det blitt gjennomført følgende kampanjer:

- Den første kampanjen som ble gjennomført var en julekampanje i 2003, i uke 51–53. Det ble i denne perioden gjennomført kampanjer på internett, reklamefilmer på TV, utsendelse av pressemelding etc. Etter denne kampanjen ble det gjennomført en evaluering fra OFK, der det kommer frem at kampanjen til dels var vellykket ved at man fikk forbrukerne oppmerksom om reinkjøtt. Samtidig var det et problem med at det i løpet av kampanjeperioden ikke var ute reinkjøtt ute i butikk, og derfor fikk ikke kampanjen i noen stor grad påvirkning på markedet og omsetningen.
- I løpet av 2004 ble det gjennomført hele tre kampanjer, i forbindelse med hhv. påske, høst og jul. Påskeskampanjen koster 1,3 mill. kroner, og formålet var å bidra til målet om tomme kjøttlagre før høstens slakting. Høsten 2004 så man igjen behovet for å styrke etterspørselen etter reinkjøtt, og kampanjen ble gjennomført i uke 44 og 45. I tillegg til kampanjefilmer for reinsdyrkjøtt på TV2, TV3 og TV Norge, ble det distribuert informasjon og oppskriftshefter via dagligvarehandelen. Kampanjen ble også kombinert med bredere distribusjon av kjøtt til flere butikker, slik at man ikke skulle komme i samme situasjon som året før. Julekampanjen ble satt i gang 20. desember, dvs. noe sent i forhold til at for-

brukerne normalt har handlet inn det de skal til juledagene. Høst- og julekampanjene hadde samlet sett en kostnad på 4,1 mill. kroner.

- I 2005 ble det også gjennomført tre kampanjer, i forbindelse med påske, høst og jul til en kostnad på om lag 3,1 mill. kroner.
- Det ble våren 2006 ikke gjennomført noen markedsføringskampanje før påske som tidligere år, da man allerede hadde brukt opp markedsføringsmidlene avsatt i reindriftsavtalen 2005/06 til markedsføringskampanjer i 2005. Man så heller ikke et sterkt behov for å kjøre en reklamekampanje på reinkjøtt før påske da markedssituasjonen hadde bedret seg betraktelig. Det er ifølge OFK (2006) imidlertid planlagt å kjøre reklamekampanjer for reinkjøtt før slaktesesongen 2006/07.

5.2.3 Markedsarbeid i Landbruks- og matdepartementet

Ifølge Landbruks- og matdepartementet (2005) er markedstiltak i utgangspunktet et ansvar for næringen og aktørene i verdikjeden, mens det offentliges ansvar ligger i å sørge for at gjeldene rammebetingelser støtter opp om og stimulerer til samarbeid og omsetning av reinkjøtt.

I tillegg til midler til markedsføring og markedsarbeid over RUF, ser allikvel myndighetene behov for mer selektive tiltak og direkte engasjement fra det offentlige for å sikre et stabilt marked for reinkjøtt. Dette bl.a. for å styrke dialogen og samarbeidet mellom de ulike aktørene i verdikjeden, samt for å lette prosessen med reintallstilpasning i Finnmark. Tiltak som har blitt iverksatt fra Landbruks- og matdepartementets og Reindriftsforvaltningens side har bl.a. vært (Landbruks- og matdepartementet, 2005):

- *Initiativ til utredningen «krafttak for å øke salget av reinkjøtt», gjennomført av Agenda Utredning og Utvikling AS vinteren 2003/04.* Denne rapporten konkluderte med at det på kort sikt var gjort mange nyttige grep for å bedre markedssituasjonen, men at det på lengre sikt er behov for å styrke forbrukernes interesse for reinkjøtt, samt styrke den uformelle dialogen blant aktører i næringen.
- *Initiativ til reinkjøttseminar høsten 2004.* Dette seminaret hadde som formål å initiere en bred dialog mellom viktige aktører i hele verdikjeden for reinkjøtt og representanter for de store detaljist- og grossistkjedene, Gilde Norsk Kjøtt, slakteriene og reineierne deltok. På dette møtet ble man bl.a. enige om at næringen skulle etablere et egen markeds- og kvalitetsutvalg samt at man i næringen burde ha et økt fokus på produkt- og markedsstrategi (Agenda, 2004).
- *Etablering av slaktetilskudd.* For slaktesesongen 2004/05 ble det etablert et eget slaktetilskudd som hadde som formål å bidra til et større uttak av slakterein i innværende sesong i Vest-Finnmark. Slaktetilskuddet utgjorde 5 kr per kg slakt, og var finansiert over kapittel 1147 Reindriftsforvaltningen, post 71 Omstillings-tiltak i indre Finnmark.

5.2.4 Kjøp av lagringskapasitet

For å bedre markedssituasjonen inngikk Landbruks- og matdepartementet vinteren 2004/05 en avtale med Gilde Norsk Kjøtt om kjøp av inntil 10 000 rein ut over det som lå inne i de ordinære kjøpsavtalene i slaktesesongen 2004/05. Tiltaket ble iverksatt i slutten av januar 2005 og var ment for å hjelpe de distrikter som innen da ikke hadde fått slaktet. Tiltaket var øremerket rein fra Vest-Finnmark.

5.2.5 Opprettelse av Kontaktforumet for reinkjøttomsetning

Kontaktforumet for reinkjøttomsetning ble etablert i 2004. I dette forumet er bl.a. NRL, PRL, OFK, Gilde Norsk Kjøtt, Boalvvir og Reindriftsforvaltningen representert. NRL fungerer som leder av forumet. Kontaktforumets hovedoppgave er å gi råd og informere om markedssituasjonen for reinkjøtt til avtalepartene. I tillegg gir forumet rom for at aktørene kan komme sammen å «luften» tanker, ideer og problemer som næringen står overfor. I forbindelse med opprettelsen av dette forumet avviklet NRL sitt eget markedsføringsutvalg. Kontaktforumets ledelse og møtevirksomhet er finansiert over organisasjonstilskuddet i Reindriftsavtalen. Når det gjelder Kontaktforumets arbeid, skal NRL rapportere særskilt i forhold til dette arbeidet til Reindriftsforvaltningen og LMD, herunder hvilke planer forumet har fremover.

5.2.6 Satsing fra næringen og nyetableringer i markedet

Reindriftnæringen har de senere årene tatt initiativ til å gjøre noe med sin egen markedssituasjon gjennom bl.a. nyetableringer av foredlingsbedrifter samt etablering av sitt eget samvirkeselskap, Boalvvir BA. Mye av det arbeidet som har blitt gjort er initiert av aktørene selv, og delvis finansiert over VSP-rein som de senere årene har prioritert søknader om markedsføring av merkevarer og markeds- og salgsfremmende tiltak.

Etableringen av Boalvvir i 2004 har gitt reineiernes et eget salgslag, selv om det foreløpig kun er en liten del av reindriftnæringen som er medlem i salgslaget. Myndigheter og aktører i næringen har vært positive til etableringen av Boalvvir og Boalvvirs mål og visjoner. Samtidig så ser de at det arbeidet som er satt i gang av Boalvvir er ambisiøst og at det vil ta tid å nå de målsetningene som er satt for selskapet.

For å i større grad få kontroll med eget råstoff, gikk 35 reineiere i Nord-Trøndelag sammen om å kjøpe opp Lierne Viltfordeling i februar 2005. Formålet med oppkjøpet er å selv ta del i mer av verdiskapingen ved å viderefordre kjøttet i egen bedrift. Reinkjøttet skal først og fremst markedsføres overfor hotell- og restaurantnæringen i Norge som et eksklusivt og førsteklasses produkt fra tre nasjonalparker i Nord-Trøndelag. Incentivet bak oppkjøpet er at reineiere må sikre en bedre avsetning av eget produkt, samt at reineiere i større grad nå må tenke markedet, og ikke bare være råvareleverandører.

Videre fikk matbedriften Bardalsmat i Nordland inn reineiere som medeiere høsten 2004, og utvidet med det vareutvalget med flere nye reinkjøttprodukter. Prosjektet er finansiert over VSP-mat og VSP-rein.

Det finnes også mange andre eksempler på at næringen nå selv tar grep om markedet, der prosjektene er initiert av næringen selv og med delfinansiering av bl.a. VSP-rein.

5.3 Flaskehalsen i markedet for reinkjøtt

Selv om markedet for reinkjøtt er relativt lite, kan man her som i andre markeder skille mellom såkalt industriproduksjon og småskalaproduksjon. Industriproduksjonen omfatter de store slakteri- og foredlingsbedriftene som produserer volumprodukter som biffer, fileter, reinskav etc. til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet. I tillegg finnes det småskala slaktning, produksjon og omsetning, med små volumer som selges som høyforedelede produkter og som tar ut enn høyere pris i markedet enn volumproduktene.

I markedet for reinkjøtt står volumprodusentene og småskalaprodusentene til dels overfor de samme flaskehalsene, men småskalaprodusentene står trolig overfor flere hindringer i møtet med markedet. Hvilke flaskehalsen som finnes for næringen er bl.a. basert på intervjuer vi har gjennomført med en rekke aktører i verdikjeden, fra produsent til detaljist, som nevnt innledningsvis i kapittel 1. Vi vil i denne sammenheng også ta med enkelte betraktninger rundt potensialet for å styrke omsetningen av reinkjøtt i dagligvare- og storhusholdningsmarkedet.

5.3.1 Usikre volum

Forbruket av reinkjøtt er sterkt koblet til det tilgjengelig utbud av reinkjøtt. Utbudet er imidlertid preget av uforutsigbarhet. En årsak til de uforutsigbare volumene ligger i reindriftens natur, dvs. at svingninger i produksjonsflokkene gjør at slaktevolumene blir ustabile og det blir vanskelig å planlegge langt i forveien. At reinen kun slaktes på høsten og vinteren gir også store sesongmessige variasjoner. Små og usikre volum er først og fremst en flaskehals for småskalaprodusentene, da små og usikre volum vanskeliggjør muligheten for å inngå innkjøpsavtaler, distribusjon og lagring.

For å komme inn i både dagligvare- og storhusholdningsmarkedet er leverandørene avhengige av å inngå innkjøpsavtaler med den enkelte aktør. I dagligvarehandelen vil butikkenes pålegg om å måtte følge eksisterende innkjøpsavtaler kunne være en betydelig flaskehals for å få innpass i butikkhyllene. Den vanligste formen for distribusjon går gjennom grossist, og selv om ikke kjedene avskriver muligheten for direkteleveranser fra enkelte produsenter, tror enkelte at det i løpet av noen få år vil være slutt på all form for direktedistribusjon, og at alt må gå igjennom grossist. Dagligvarekjedene etterlyser også i større grad et organisert opplegg og samarbeid mellom aktørene da de ikke ønsker å kjøpe fra små enkeltprodusenter da dette er for kostnadskrevede.

Selv om det er grunn til å tro at dagligvarekjedene primært ønsker å forholde seg til enkelte totalleverandører som kan tilby en portefølje av produkter, tyder våre samtaler med nøkkelinformantene på at det også kan være rom for mindre nisjeleverandører. En av dagligvarekjedene åpner for muligheten til å knytte til seg mindre leverandører hvis de tilbyr spesielle produkter, og sier at produkter med ekstremt god kvalitet ikke nødvendigvis krever store volumer. Det er imidlertid ikke alltid like lett å få innpass som nisjeleverandør til de store kjedene. Kjedenes stiller sine krav til leverandør, produkt og leveringsdyktighet og det kan være vanskelig for en liten leverandør å slippe gjennom nåløyet.

Logistikk og distribusjon er også forhold som er sentrale for å lykkes med å utvikle markedet for reinkjøtt i dagligvarehandelen, og for å lykkes med omsetning av reinkjøtt i dagligvarebutikkene er følgende kriterier viktige:

- *Jevn varestrøm.* Ferskt reinkjøtt kan selges som et sesongprodukt i butikkhyllene på samme måte som lammekjøtt, men utover det ønsker butikkene en jevn forsyning av for eksempel fryste reinkjøttprodukter hele året.
- *God produktmerking og emballering.* Produktene må være riktig merket og bør følge retningslinjer for «Emballasjelogistikk i dagligvarebransjen», som er utarbeidet av Dagligvareleverandørenes Forening.
- *Sentralisert lager.* Dagligvarekjedene ønsker ikke reinkjøtt på sine lagre, og ser det på som fordelaktig om næringen i en eller annen form har en samarbeidspartner med et landsdekkende distribusjonsnett. Kjedenes setter som krav at reinkjøttet minimum bør distribueres samlet, da kjedene ikke vil hefte butikkene med fakturering, ordrearbeid, unødig mange vareleveranser etc. Lokalisering av produksjonen blir mindre vesentlig hvis en er knyttet opp mot et effektivt distribusjonsnettverk. Det er opplagt en fordel å ha flere produkter fra én leverandør, men det viktigste er at varene distribueres samlet.

I utgangspunktet ønsker dagligvarekjedene at leverandøren skal kunne levere hele året og stå for et betydelig volum, men kjedene kan også være åpne for andre løsninger, som lokketilbud, kampanjer og lignende, som er virkemidler der man i noen grad kan styre etterspørselen.

For at volum ikke skal være en flaskehals for å få reinkjøtt ut i butikkhyllene, er det en oppfatning fra kjedene at reindriftsnæringen må organisere seg slik at man kan samordne funksjoner og gjøremål, herunder slakting, markedsarbeid, emballasje, transport/levering og lignende. Volum har også en viktig betydning i forhold til markedsføring. For at dagligvarekjedene skal kunne kjøre kampanjer for reinkjøtt, er det behov for betydelig større volum enn det som er tilgjengelig i dag. Markedsføring i dagligvarekjedene gjennom bl.a. reklamebrosjyrer er kostnads-krevende, og med små volum blir markedsføringskostnaden per kilo kjøtt ekstremt høye.

Tradisjonelt er det storhusholdningsmarkedet, i tillegg til det lokale markedet, som har omsatt mest reinkjøtt. Disse kanalene har historisk blitt prioritert av reindriftsbransjen på grunn av enklere innselging og etablerte relasjoner. Selv om storhusholdningsmarkedet ikke stiller de samme krav til volumer som dagligvare-

markedet, er likevel stabile leveranser mer eller mindre en forutsetning for å oppnå en stabil omsetning også i dette markedet. Dagens leveranser av reinkjøtt fra grossist og til storhusholdningsmarkedet skjer i all hovedsak via de store innkjøpsavtalene. Og selv om det er mulig, er det vanskelig for en enkeltstående produsent å konkurrere med restauranter og hotellers eksisterende distribusjon. En kan imidlertid ikke utelukke at direkteleveranser vil la seg gjøre i tilfeller der grossisten ikke kan levere, eller i tilfeller der storhusholdningsaktøren ikke er bundet opp av innkjøpsavtaler. I tillegg ligger det et potensial i å omsette direkte til storhusholdningsmarkedet i de tilfeller der storhusholdningsaktøren er opptatt av lokale leveranser og der lokalmat inngår som en del av aktørens profil.

5.3.2 Prisbilde

Ser vi på utvikling i reinkjøttprisene på forbrukernivå, har prisen fra 1998 til 2005 økt med nesten 30 %, samtidig har prisene på hhv. lammekjøtt, svinekjøtt og storfekjøtt kun økt med 18 %, 10 % og 1 %.

I konkurransen med å nå ut til forbrukerne er pris til dels en viktig faktor, og det høye prisnivået på reinkjøtt gjør at forbrukeren som oftest vil vurdere substitutter med lavere pris som et reelt alternativ til reinkjøtt. For volumprodukter vil dermed pris være en flaskehals. For småskalproduksjon vil pris først og fremst være en flaskehals hvis aktørene ikke makter å nå ut med kjøttet sitt i markeder med høy betalingsvillighet.

Mange av aktørene i dagligvarebransjen ser prisen på reinkjøtt som for høy. Dagligvarehandelen er opptatt av hvilke behov forbrukeren har, men de er også opptatt av å skape behov. Selv om dagligvarekjedene kan være villig til å samarbeide om å bygge et marked for reinkjøtt, vil en komme inn på harde forhandlinger i forhold til pris. Når en skal sette prisen på kjøttet, er en også avhengig av å ta hensyn til hvilke substitutter forbrukeren har å velge i. Ifølge en av dagligvarekjedene kan ikke reinkjøtt tillate seg å ligge over prisen på utenlandsk kjøtt så lenge logistikken fungerer fra utlandet. Det er fortsatt en viss preferanse for norsk viltkjøtt og også for reinkjøtt, men det er en forståelse i dagligvarekjedene av at utenlandsk kjøtt som for eksempel brasiliansk indrefilet, vil komme mer og mer. Dette blir mer også mer aktuelt når man får en ny WTO-avtale og et redusert importvern for bl.a. kjøtt. Det er derfor viktig at reinkjøtt også er konkurransedyktig på pris.

Selv om storhusholdningsmarkedet også har fokus på pris, ser det ut til at pris her ikke i like stor grad er en avgjørende faktor. Flere av de vi har snakket med har sagt at prisen er spesielt viktig i det øyeblikket man skal sette seg ned og bestemme menyen, en meny som ofte skal gjelde for fire måneder av gangen. For eksempel fortalte en av våre informanter at restauranten i fjor høst stod overfor valget om å ta inn reinsdyr eller hjort på menyen, og at prisen på kjøttet var utslagsgivende for valget. Samtidig så oppfatter enkelte i restaurantmarkedet at gjestene i liten grad er opptatt av pris, og om de må betale 40 kroner mer for en meny, så er ikke dette et problem.

5.3.3 Kvalitet og trygg mat

Både dagligvarekjedene, storhusholdningsmarkedet og andre tilbydere av reinkjøtt stiller store krav til leverandørene når det gjelder produktsikkerhet, kvalitet, merking og godkjenning. Dette er krav som normalt er enklere å tilfredsstille for volumprodusentene enn for produsenter med små volum, da disse som oftest ikke har tradisjonelle slakte- og videreforedlingslinjer og ofte mangler både kapital og kompetanse som kreves for å imøtekomme slike krav. Utover de lovmessige og forskriftsmessige kravene, har også dagligvarekjedene egne krav til både kvalitet og emballasje, der kravene også varierer mellom de ulike profilhusene.

Det meste av reinkjøttet som omsettes i dagligvaremarkedet i dag er fryst vare. Skal reinkjøtt selges som et eksklusivt produkt med særegne kvaliteter må reinkjøttet i økende grad selges som fersk vare, er oppfatningen til de fleste aktørene. Forbrukerne tar ikke lenger seg tid til å planlegge middagen i god tid, og dermed heller ikke tid til å tine kjøttet. Fersk vare er derfor i utgangspunktet en mye mer attraktiv vare for forbrukerne, enn fryst vare. En del av reinkjøttproduktene som ligger i frysediskene har også varierende kvalitet, og ofte har produktene blitt fryst og tint flere ganger, og holder ikke mål ifølge næringen selv. I denne sammenheng er emballasje og hvordan varen framstilles også viktig.

Både forbrukerne og aktører i dagligvarehandelen og storhusholdningsmarkedet har i dag liten kjennskap til reinkjøttets særegne kvaliteter, og det er et helt klart et behov for mer informasjon om rein som råvare og reinkjøttets kvaliteter. Storhusholdningsmarkedet generelt, og kjøkkensjefene spesielt, er i stor grad opptatt av kjøttets kvalitet, og det å levere kjøtt med høy kvalitet er viktig hvis man skal betraktes som en attraktiv leverandør.

5.3.4 Flaskehalsen knyttet til lover og regler

Småskalaslakterier og -bedrifter møter en rekke flaskehalsen knyttet til det offentlige utforming og praktisering av lover og regler. En formell likhet mellom småskalabedrifter og volumprodusenter er med på å skape en reell ulikhet i konkurransesituasjonen fordi kostnadene blir større for småskalabedrifter. Spesielt gjelder dette i forhold til avfallshåndtering og hygienekrav.

EU har fra 1. januar 2006 innført et nytt hygieneregelverk som også blir gjeldende for Norge gjennom EØS-avtalen. Hovedformålet med dette regelverket er å etablere et høyt beskyttelsesnivå for forbrukerne i forhold til mattrygghet, samt like regler for å oppnå fri bevegelse av matvarer. Regelverket omfatter primærproduksjon (planter, fisk, kjøtt og melk), samt produksjon inkludert innsatsvarer som emballering, lagring, transport og frambud av fôr og næringsmidler. Det er fortsatt usikkert når regelverket vil bli innlemmet i EØS-avtalen og gjort gjeldende for Norge, men det arbeides med de nødvendige EØS-prosedyrer, og Mattilsynet forventer at det blir gjort gjeldende i løpet av 2006 (Mattilsynet, 2006a).

Det nye regelverket viderefører det meste av tidligere hygienekrav, men fremhever virksomhetenes ansvar for mattrygghet og hygiene. Ifølge Mattilsynet bygger regelverket i større grad enn tidligere på vurdering av risiko som grunnlag for tiltak.

Det stilles strengere krav til egenkontroll, og det blir stilt hygienekrav til all primærproduksjon (Mattilsynet, 2006a). Regelverket er enklere, mer generelt og samlet i færre forskrifter. Samtidig gis det rom for fastsetting av nasjonale regler på enkelte områder og det legges vekt på at man ønsker å utnytte fleksibiliteten i det nye regelverket slik at en både sikrer mattrygghet og tar hensyn til små og store virksomheter (Landbruks- og matdepartementet, 2005). Makter man å lage et hygieneregelverk som i større grad tar hensyn til små virksomheter vil dette dermed kunne bli en mindre flaskehals i fremtiden.

5.3.5 Flaskehalsen knyttet til produsent, samarbeidsforhold og innovasjonssystem

En grunnleggende forutsetning for å få reinkjøttet ut i markedet, er at man har aktører som tilbyr reinkjøttprodukter. I reinkjøttbransjen har man i dag noen få store aktører som tar hånd om det meste av reinkjøttet, samtidig som man har en rekke aktører med småskalaproduksjon. Ved etablering og utvikling av mindre matbedrifter møter man en rekke flaskehalsen bl.a. i forhold til markedsadgang, kompetanse, motivasjon og kapitaltilgang. Videre er nyskaping og innovasjon en flaskehals for mange etablerte bedrifter (SND, 2002).

Spesielt er kompetanse innen salg, markedsføring og distribusjon mangelvare. I de tilfeller der småskalabedrifter ikke kun skal selge produktene sine på det lokale markedet, vil man gjennom å skape nettverk med andre aktører kunne etablere egne salgs- og distribusjonskanaler for å sikre avsetning av produktene sine. Det er også behov for å styrke bedriftenes markedssegmentering og samarbeid med andre aktører i verdikjeden, da en viktig faktor for å nå frem til forbruker er å ha produkter som forbrukeren etterspør.

Produktutvikling, merkevarebygging og større grad av differensiering mot ulike kundebehov vil få større betydning fremover, og produktkunnskap og nødvendig kompetanse på bedriftsstyring, salg og markedsføring er nødvendige faktorer for å nå ut til forbrukeren. I småskalabedrifter vil bedriftens kompetanse som oftest kun være på et fåtall personer, og lavt utdannings- og erfaringsnivå vil kunne være en barriere for bedrifters videre utvikling. Det synes ofte å være behov for økt kompetanse innen bl.a. næringsmiddelfag, marked og markedsdifferensiering, produktbeskyttelse, økonomistyring, utstyr og teknologi etc.

5.4 NILFs vurdering av markedssituasjonen

Ut i fra forholdene beskrevet i avsnitt 5.1 ser det ut til at det først og fremst er manglende markedsarbeid fra reindriftsbransjen selv og også fra myndighetenes side som var hovedårsaken til at man fikk en vanskelig markedssituasjon høsten 2003 og videre ut i 2004. Avsetningsproblemene ble imidlertid forsterket av manglende slakte- og lagringskapasitet. Det at VSP-rein foreløpig ikke hadde prioritert initiering av prosjekter knyttet til markedskanaler og markedsarbeid, var

også med på å vanskeliggjøre markedssituasjonen, spesielt for nyetablerte småskala-produsenter og feltslakterier.

Når den vanskelige markedssituasjonen var et faktum ble det imidlertid raskt gjennomført en rekke tiltak for å bedre situasjonen, og tiltakene var initiert av både myndighetene og næringen selv. Tiltakene som ble gjennomført var først og fremst kortsiktige, men man så også etter hvert behovet for å iverksette mer langsiktige tiltak som kunne være med på å bedre avsetningen av reinkjøtt på lang sikt.

Som følge av at den vanskelige markedssituasjonen var en helt ny problemstilling for en bransje som tidligere ikke hadde hatt avsetningsproblemer for sine produkter, var naturlig nok noen av tiltakene mer vellykkede enn andre. En del av tiltakene i begynnelsen bar bl.a. preg av å være hastetiltak, hvor man i liten grad i forkant hadde gjort en vurdering av tiltakenes effekt.

Dette gjelder spesielt den første reklamekampanjen i regi av OFK, der man store ressurser på å markedsføre reinkjøtt, samtidig som det ikke var reinkjøtt tilgjengelig i butikkhyllene. Men både OFK og næringen lærte av dette i etterkant, og samlet sett har reklamekampanjene bidratt til å øke forbrukernes kjennskap til reinkjøtt og også hvordan man skal tilbrede reinkjøttet. Hvor ofte man må gjennomføre generisk markedsføring, og hvem som skal finansiere slike kampanjer er imidlertid et spørsmål vi vil komme tilbake til.

Verdiskapingsprogrammet gjorde også noen grep i løpet av 2003 og 2004 som førte til at man i større grad fikk fokus på markedskanaler og etablering av verdikjeder. Dette bidro positivt ved at næringen så hvilke utfordringer som ligger i å bygge markedskanaler samt at man har etablert nettverk og satset på kompetansehevende tiltak i næringen. For å sikre stabile markedskanaler har man imidlertid fortsatt en lang vei å gå, det tar lang tid å bygge opp nettverk og kontakter og verdiskapingsprogrammet vil dermed måtte spille en sentral rolle i reindriften også framover.

Kontaktforumet har også en positiv rolle ved at den samler alle partene i næringen til felles diskusjon, og om mulig også til å finne felles løsninger. Hvilke mulighet Kontaktforumet har for å påvirke markedssituasjonen er derimot usikkert.

Det er vanskelig å vurdere effekten av de enkelte tiltakene som er blitt gjennomført men samlet sett ser det ut til at de, i hvert fall på kort sikt, har bidratt til å bedre markedssituasjonen for reinkjøtt. Effekten av tiltak som er blitt iverksatt for å sikre avsetning av reinkjøtt på lengre sikt, er imidlertid foreløpig ikke mulig å evaluere.

Ifølge Altaposten (2006) selger reinkjøtt som aldri før, og lagrene er nå mer eller mindre tomme. Også Reindriftsforvaltningen melder om rekordhøyt salg av reinkjøtt, og at stadig mer av kjøttet distribueres ut til butikkhyllene. I sesongen 2004/05 var slakteuttaket videre rekordhøyt, med en økning på 26 % fra året før. Samtidig hevder de store slakteriene at man burde tatt ut mer i markedet, men at reieneierne holder igjen produksjonen i flokkene. Det ser ut til at man, gjennom summen av tiltakene som er gjennomført, har klart å snu markedssituasjonen slik at man nå ikke har omsetningsproblemer for reinkjøtt.

Samtidig er det brukt mye midler for å snu denne situasjonen og det er klart at det kreves mye arbeid for å opprettholde og sikre en stabil omsetning av det rein-

kjøttet som er tilgjengelig på markedet, samtidig som man ønsker å øke verdiskapingen til reineierne. I denne sammenheng ser NILF bl.a. behov for:

- At det systematisk arbeides med langsiktig markedsføringsarbeid i reinkjøttbransjen, og at markedsarbeid i større grad blir en del av den langsiktige utformingen av reindriftspolitikken.
- At det utarbeides en felles kommunikasjonsstrategi for markedsføring av reinkjøtt, og en felles forståelse av markedet og vurdering av hvordan reinkjøttet skal markedsføres. Hvilke profil (vilt/samisk/lokalt) reinkjøttet skal ha, vil her være viktig.
- Å styrke eksisterende markedskanaler samt å bygge opp nye markedskanaler for å sikre at reinkjøttet når ut til forbruker.
- Markedstilpasning hos aktørene i alle ledd i verdikjeden for reinkjøtt, samtidig som den reindriftssamiske kultur og tradisjon bevares.
- At arbeidsoppgavene i og målsetningene med Kontaktforumet for reinkjøtt videreutvikles, der forumet i større grad må sees i sammenheng med Importutvalget for reinkjøtt og RUF.
- At det gjøres en vurdering av framtidig produksjon og utbud av reinkjøtt, da markedsføringsarbeid og markedskanaler må tilpasses utbudet.

Samtidig som det fremover er behov for et aktivt markedsarbeid i reindriftsbransjen for å sikre reineierne økt verdiskaping i markedet for reinkjøtt, påvirkes reinkjøttbransjen av en rekke drivkrefter som vil virke inn på både reindriften og på reinkjøttindustrien. Vi vil i det neste kapitlet kartlegge nærmere hvilke drivkrefter som vil være viktige for reindriftsnæringen i fremtiden, og i hvilken retning de vil påvirke reindriftsbransjen for videre å skissere noen framtidssbilder for næringen.

6 Framtidsbilder for reinkjøttmarkedet

Reindriftens og reinkjøttmarkedets generelle rammevilkår er viktige premisser for å sikre en framtidrettet reindrift. Rammevilkårene er i endring og flere viktige prosesser både nasjonalt og internasjonalt vil være med på å legge premissene for reinkjøttmarkedet framover, og dermed også for reindriftnæringen. Det er usikkert hva utfallet av de ulike prosessene vil bli, og dermed er det også usikkert hvilke fremtidsbilder reinkjøttbransjen står overfor.

Selv om fremtiden er uforutsigbar, så er den ikke utenkelig. Gjennom å identifisere sentrale drivkrefter som kan påvirke den norske reindriften og reinkjøttmarkedet i fremtiden kan man utlede både et bakteppe for den fremtidige reinkjøttbransjen og ett sett med ulike scenarier eller fremtidsfortellinger. Denne øvelsen er først og fremst ment for å få en oversikt over bransjens handlingsparametere og risikofaktorer, med sikte på strategidiskusjoner og videre analyse.

I kapitlet presenterer vi først drivkrefter for reindriften og reinkjøttmarkedet og trekker opp bakteppet for næringens utvikling. Videre vil vi beskrive utfallsrommet for viktige og usikre drivkrefter for til slutt å presenteres ulike fremtidsbilder. Analysen er basert på eksisterende informasjon, datamateriale som bl.a. er presentert tidligere i rapporten og egne skjønnsmessige vurderinger.

6.1 Drivere for kjøttsektoren

I dette avsnittet blir ulike drivkrefter for reindriftnæringen og reinkjøttmarkedet presentert. For de fleste av drivkreftene viser vi til tidligere kapitler hvor drivkreftene er ytterligere beskrevet. Formålet med dette avsnittet er å presentere viktige drivere for næringen, samt å vurdere utfallet av disse.

6.1.1 Politikken

Norsk reindriftspolitik er en sentral drivkraft for produksjonen av reinkjøtt og er dermed av stor betydning for situasjonen i reinkjøttmarkedet. Videre har miljø- og samepolitikken betydning for reindriften generelt gjennom blant annet arealrettigheter og den samiske kulturen. I tillegg har norsk reindriftspolitik og markedet for reinkjøtt det siste tiåret i økende grad blitt påvirket av internasjonal politikktutforming og internasjonale reguleringer.

Norsk reindriftspolitik

Norsk reindriftspolitik er i dag fokusert på markedet og hvordan man kan stimulere til en markedsrettet produksjon og verdiskaping. Støtteordninger er lagt om for å motivere til økt verdiskaping, for eksempel fra faste beløp per driftsenhet til ordninger som premierer produksjon og verdiskaping. Man kan i fremtiden forvente at man vil få en vridning av tilskuddsordningene med mindre støtte til drift og mer støtte til innovasjon, kompetanseheving, produktutvikling, investeringer og markedsføring. Dette kan stimulere reindriftsnæringen til å ta kontroll over mer av verdiskapingen og større deler av leveringskjeden for reinkjøtt. Gjennom å stimulere til en reindriftsbasert næringsutvikling kan myndighetene skape rom for nye arbeidsplasser knyttet opp mot reindriften. Dette kan bidra til å gjøre det mer attraktivt for enkelte å i større grad satse på tilleggsnæringer i reindriften som reiniturisme, duodji, småskalamatproduksjon etc. På den andre siden kan myndighetene gjennom virkemiddelutformingen i fremtiden velge og kun stimulere til en kostnadseffektiv reinkjøttproduksjon og redusere støtten til differensiering og småskalaverdiskaping. Ved et slikt valg er det lite sannsynlig at man vil benytte muligheten til å tilpasse regelverk innen hygienekrav og kjøttkontroll til småskalaproduksjon, og felt- og mobilslakting, noe som gir reindriftsnæringen mindre mulighet til å øke sin andel av verdiskapingen. Myndighetenes evne og vilje til å utforme lover og regler slik at de i større grad er tilpasset forholdene i reindriften, er også usikker.

Liberalisering av handelen, enten gjennom en ny WTO-avtale eller FTAs, kan gi fortsatt mulighet for å beskytte norsk reinkjøttproduksjon gjennom å regulere importen slik at man får et mest mulig stabilt utbud av reinkjøtt. Selv om en liberalisering av handelen gir rom for beskyttelse av reinkjøtt vil importen av substitutter øke som følge av tollreduksjoner på andre kjøttvarer. Dette vil gi et prispress på norsk reinkjøtt og det vil derfor være viktig å sikre en mest mulig kostnadseffektiv produksjon på alle ledd i verdikjeden.

Norge har et høyere kostnadsnivå enn våre naboland, spesielt lønns- og driftskostnader, noe som gir norsk reinkjøttproduksjon kostnadsulemper. For å oppnå en konkurranseeffektiv produksjon vil myndighetene måtte vurdere å fjerne eventuelle konkurransehindrede elementer, dette kan for eksempel være ulike avgifter og gebyrer. Distriktshensyn og strukturelle begrensninger er politiske virkemidler som må vurderes opp mot en konkurranseeffektiv reinkjøttproduksjon.

Forhold som trygg mat, dyrevelferd og en bærekraftig reindrift er også faktorer som trolig kommer til å få økt fokus framover. Selv om myndighetene foreløpig

ikke har nådd målet om reintallstilpasning i Vest-Finnmark, står vedtaket om 64 000 rein i Vest-Finnmark fortsatt fast. Hvilke grep myndighetene vil gjøre for å nå dette målet, er foreløpig usikkert. Hvilken tidsramme som nå settes for reintallstilpasningen, vil være avgjørende for størrelsen på slakteuttaket de neste årene.

Samepolitikken

I forhold til reindriftsnæringen har samepolitikken fokus på arealrettigheter og sikring av reindriftsarealer. Samepolitikken påvirker reindriftsnæringen videre gjennom arbeidet med å styrke den samiske kulturen og tradisjonen, og har virkemidler som er rettet mot viktige binæringer til reindriften som for eksempel duodji. Samtidig har Samisk utviklingsfond utviklet sitt driftstilskudd til næringskombinasjoner som indirekte støttet reindriften. Det er for øvrig begrenset rom for at samepolitikken kan legge føringer for utvikling av reindriftsnæringen.

Samtidig har Sametinget gjennom aktiv støtte til samisk næringsvirksomhet generelt, og næringsvirksomhet knyttet til reindriften spesielt, mulighet til å skape og opprettholde levedyktig næringsvirksomhet og arbeidsplasser i samiske områder. Dette kan gjøres gjennom ulike investeringsordninger, etableringsstipend og støtteordninger som styrker kompetanse innen produktutvikling, markedsføring etc. Gjennom et økt samspill med reindriften har Sametinget videre mulighet til å bidra til å styrke verdiskapingen ikke bare i reindriften men også for den samiske befolkningen generelt. Man har i samepolitikken videre mulighet til å drive en aktiv arealforvaltning av samiske områder og reindriftens beiteareal noe som gir grunnlag for en bærekraftig reindrift og bevaring av samisk kultur.

Miljøpolitikken

Reindriftsnæringen er en arealkrevende næring og reindriftsnæringen påføres i økende grad tap av beiteland som følge av kraftig vekst i hytteutbygging, vegutbygging, vann- og vindkraftutbygging etc. I denne sammenheng er bl.a. miljø- og olje/energipolitikken av stor betydning for reindriftsnæringen. Nordområdene vil trolig være et viktig strategisk satsingsområde i årene som kommer, spesielt med vekt på petroleumssektoren i Norge og Nordvest-Russland. Utvinning av olje- og gassressurser i Barentshavet og andre arealkrevende prosjekter vil i fremtiden kunne ha en negativ effekt på reindriftsnæringen da det er usikkert i hvilken grad det vil bli tatt hensyn til reindriftsnæringen i denne sammenheng.

Som en del av miljøvernpolitikken har rovviltpolitikken stor betydning for reindriftsnæringen. En vesentlig del av de nasjonale bestandsmål for rovvilt skal oppfylles i de regioner der det drives samisk reindrift. En ny forskrift for erstatning ved tap til rovvilt er foreløpig utsatt, og om man fremover vil få en erstatningsordning som i større grad enn tidligere vektlegger reineiernes ansvar og som gir mindre tilskudd til tap og mer til tapsforebyggende tiltak/risikoerstatning, er dermed uvisst. Samtidig står myndighetenes målsetning om et minimumstall for antall rovvilt i de ulike områdene fortsatt fast og det er ingen grunn til å tro at rovviltproblematikken og tap av tamrein til rovvilt vil bli mindre enn i de senere årene. Selv om det i rov-

viltpolitikken legges vekt på at de samiske interessene skal tas hensyn til, er det usikkert i hvor stor grad disse interessene vil bli ivaretatt.

WTO-avtalen

I dag har spesielt importvernet betydning for det norske markedet for reinkjøtt. En ny WTO-avtale vil i fremtiden kunne få innvirkning på både markedet for reinkjøtt og reindriftspolitikken. Som tidligere nevnt handler den pågående forhandlingsrunden om avvikling av eksportstøtte, økt markedsadgang gjennom reduserte tollsatser og reduksjoner i internstøtten. Reinkjøtt mottar i dag ingen former for eksportstøtte, og vil derfor i liten grad påvirkes av at eksportstøtteordningene avvikles.

I en ny WTO-avtale vil man øke markedsadgangen til Norge gjennom å redusere tollsatser. Tollsatserne for utbeinede kjøttstykker av rein kan risikere høye tollkutt, men for andre ikke utbeinede kjøttstykker og hele og halve skrotter kan en trolig klare seg uten tollkutt. For norsk kjøttproduksjon generelt vil tollsatserne trolig kuttes noe, og dette gir mulighet for økt import og prisfall. I hvilken grad dette vil ha betydning for reinkjøttbransjen, avhenger bl.a. av hvor stort prisfallet blir på disse produktene og hvilke muligheter man har til å redusere kostnadene i produksjonen nasjonalt. Den nye rammeavtalen åpner for muligheten til å definere produkter som sensitive, men man vil imidlertid ved en slik ordning få økt import gjennom høyere tollkvoter til redusert tollsats. Uansett vil kutt i tollsatser eller økte importkvoter føre til økt import av kjøtt generelt og deriblant kjøttvarer som kan regnes som substitutter til reinkjøtt. Disse vil trolig selges i et lavere prissjikt enn det som gjøres i dag.

For reindriftsnæringen vil en ny WTO-avtale i liten grad påvirke de støtteordninger og virkemidler som er utformet i reindriftspolitikken. Det vil fortsatt være rom for å gi den type støtte som vi gir i dag. Generelt i landbruket vil man måtte omgjøre en del av den interne støtten som virker handelsforstyrrende til mer produksjonsnøytral støtte. Dette kalles å frikoble tilskuddsordningene i jordbruket fra kravet om produksjon.

Endring i internasjonale rammebetingelser, spesielt over WTO-avtalen, vil videre føre til en reell økt importkonkurrans og dermed legge ytterligere press på lønnsomheten i norsk reinkjøttproduksjon.

Forholdet til EU

Selv om Norge per d.d. ikke er i noen medlemsforhandlinger med EU, er det en mulighet for at et EU-medlemskap igjen kan bli et tema i Norge de neste årene. En deltakelse i den europeiske unionen vil bety endrede rammebetingelser for norsk reindrift. EU har ingen felles politikk for reindrift, og innad i EU foregår reindrift kun i Finland og Sverige.

Ved et eventuelt EU-medlemskap vil man trolig kunne beholde den norske særretten til å drive reindrift, samt opprettholde dagens støttenivå. Tilskuddet til reinslakterier må antagelig endres slik at tilskuddet ikke forstyrrer handelen mellom EØS-land. Samtidig må importvernet for reinkjøtt fjernes for andre EU-land og tilpasses EUs felles importvern overfor verden for øvrig. I praksis må reindriften

tilpasses prisene i Sverige og Finland så snart medlemskapet trer i kraft. Det er likevel rom for at EU kan åpne for tiltak dersom reindriften i en situasjon med medlemskap blir truet som næring eller dersom import fra tredjeland som for eksempel Russland, truer næringen innenfor EU.

6.1.2 Markedsmessige rammebetingelser

Uansett hvordan politikken utformes i fremtiden, vil reinkjøttbransjen stå overfor en rekke rammebetingelser som er gitt som følge av den økte internasjonaliseringen i matvaremarkedet. Dette gjelder bl.a. det høye kostnads- og prisnivået, den økte vertikale kontrollen og koordineringen i leveringskjedene, økte reguleringer for å sikre trygg mat og fremtidige forbrukerpreferanser.

Kostnads- og prisniva

I en situasjon med vesentlige handelshindringer for eksempel i form av toll, vil nasjonale forbrukerpriser på reinkjøtt variere med ulike kostnadsnivåer og ulike nivåer på samlet innenlandsk konsum. På kostnadssiden er lønnskostnader, offentlige avgifter og råvarepris viktige elementer som avgjør konkurransevnen i en situasjon med redusert importvern.

Lønnskostnadsnivået for industriarbeidere i norsk kjøttindustri ligger blant de høyeste sammenlignet med våre handelspartnere, og ser man på utviklingen i timelønnskostnadene har Norge som regel økt lønningene mer enn våre handelspartnere. Som følge av at Norge er et høykostland med høy vekst i BNP og realdisponibel inntekt samt lav arbeidsledighet, er det relativt sannsynlig at lønnskostnadene vil fortsette å ligge vesentlig høyere i norsk reinkjøttindustri enn hos våre handelspartnere. Forskjellene vil også sannsynligvis øke.

Sammenlignet med både Sverige og Finland har norsk reinkjøttindustri et høyere avgiftsnivå. I Norge er reinkjøttbransjen pålagt forskningsavgift, kjøttkontrollgebyr og matproduksjonsavgift. I en situasjon der norsk reinkjøttbransje blir utsatt for internasjonal konkurranse, vil det høye avgiftsnivået i Norge være konkurransevridene for norsk reinkjøttindustri.

Prisen på innsatsfaktorer i reindriften er også en viktig kostnadsfaktor i reinkjøttmarkedet. Av innsatsfaktorer utgjør kjøretøyer/maskiner og avskrivninger de klart største kostnadspostene i reindriften, og spesielt utgjør bensinavgiftene en stor andel av reindriftnæringens samlede kostnader. Distriktstilskuddet skal i utgangspunktet tjene som kompensasjon for ulike driftsforhold og kostnader i reindriften, og det er lite sannsynlig at kostnadene i reindriften vil gå ned de neste årene.

Et høyt kostnadsnivå er med på å hemme reinkjøttbransjens konkurransekraft både på produsent- og industrinivå, og medvirker til økende forbrukerpriser. For vurderingen av fremtiden for reinkjøttet i norsk matsektor, er kostnadsnivået både en viktig og samtidig ganske sikker faktor. Med økt internasjonal konkurranse understreker kostnadsutviklingen hvilke utfordringer næringen med stor sannsynlighet vil stå overfor.

Vertikal kontroll og koordinering i leveringskjedene

Dagligvarehandelen er den største omsetningskanalen av matvarer i Norge, og domineres av de fire store kjedene NorgesGruppen, Coop Norge, ICA Norge og REMA 1000 som årlig omsetter for om lag 105 mrd. kroner. De fire store dagligvarekjedene har om lag 98,5 % av butikkomsetningen og har de senere årene økt sin markedsrett ved å knytte til seg sterkere til grossister, utvikle egne grossistfunksjoner og også egne firma for produksjon og distribusjon av matvarer. I Sverige har for eksempel den største dagligvarekjeden, ICA, overtatt hoveddelen av stykningen av kjøtt for distribusjon i egen kjede. Maktforholdene innen kjedene er i løpet av de siste årene endret ved at flere av avgjørelsene om vareutvalg, innkjøpsbetingelser og innkjøpsavtaler fattes sentralt i paraplykjedene nasjonalt eller gjennom internasjonale sammenslutninger eller innkjøpsorganisasjoner.

Leverandørindustrien møter i dag fire store innkjøpere som i stadig større grad ønsker landsdekkende innkjøp. Organisasjonsendringer i dagligvarekjedene har videre ført til at dagligvaremarkedet de senere årene har blitt mer internasjonalt. Dette er i tråd med de globale konsolideringstendensene i detaljhandelen med dagligvarer. Økt kjøperrett og stordriftsfordeler innen innkjøp og merkevarer gir grunnlag for internasjonale allianser og eierskap på tvers av landegrensene. Coop Norden og ICA AB er nordiske eksempler på dette. Videre har Lidl, som den første dagligvarekjeden med 100 % utenlandsk eierskap etablert seg i Norge.

For å oppnå effektivitet i leveringskjeden for mat, er det nødvendig med samarbeid og koordinering mellom selvstendige aktører på ulike ledd. I en del tilfeller kan fri markedstilpasning mellom uavhengige aktører gi utilstrekkelig koordinering. Manglende koordinering kan da i stedet kompenseres ved at en aktør tar kontroll over en annen.

Konsolideringen av dagligvarehandelen de siste tiårene har vært motivert av et ønske om effektivitetsgevinster gjennom stordriftsfordeler og samordning og kontroll over leveringskjedene. Leveringskjedene har utviklet seg i retning av at detaljistene tar større kontroll over logistikk- og distribusjonsaktiviteter, og alle kjedene har i dag integrerte grossistvirksomheter. Innkjøps- og logistikkfunksjoner er viktige og gevinster kan realiseres innenfor effektiviserte grossistfunksjoner som lagring, transport og distribusjon.

Handelen i Norge står for ca. 50 % av distribusjonen selv, mens industrien står fortsatt selv for store deler av ferskvaredistribusjon innenfor landbruksvarer som fersk melk og ferske kjøttprodukter. Både handel og leverandørindustri har lagt vekt på å beholde kontrollen over logistikken fra leverandør til detaljist. Dagligvarehandelen har også tette relasjoner til leverandørindustrien, og flere av utfordrerne til de store merkevareleverandørene i norsk matsektor har nå eksklusive leveringsavtaler med en av dagligvarekjedene. Innen frukt- og grøntsektoren har bl.a. hver kjede sitt eget produksjons- og grossistsystem.

Konsentrasjonene på kjedeledet og kjedenes integrering mot engros- og industriledet har gitt dagligvarekjedene økt innflytelse i norsk matsektor. Dette er med på å gi dagligvarekjedene økt forhandlingsrett overfor kjøttsektoren og leverandørene av reinkjøtt og dermed også et økt pris- og merkevarepress. Med økt

internasjonalisering er det mer sannsynlig at industrien enn kjedene vil få svekket sine posisjoner. En fortsatt sterk dagligvarehandel som utfordrer industrien er en viktig del av bakteppet for å forstå utviklingen i reinkjøttbransjen.

Reguleringer knyttet til trygg mat

Mat har alltid vært en potensiell kilde til sykdom og helseskade. Intensivering av matproduksjon og økt handel på tvers av landegrensene har synliggjort problemene og skapt et økende behov for regulering av det internasjonale markedet. Regelverk og restriksjoner har som målsetting at mat ikke skal bidra til sykdom, skade eller annen ulempe. Trygg mat er ikke et entydig begrep og det kan være misvisende å drøfte trygg mat uavhengig av ernæringshensyn og det generelle forholdet mellom kosthold og helse. Problematikken rundt trygg mat har også en rekke biologiske, forvaltningsmessige og politiske aspekter knyttet til temaer som for eksempel zoonoser – dyresykdommer som kan smitte mennesker, dyrehelse og dyrevelferd, genmodifisering, matkvalitet, matmerking, markedsføring, emballasje og handelshindringer.

I Norge er reindriften preget av småskalaproduksjon, spredt drift og høy grad av beskyttelse i form av et sterkt grensevern og omfattende støtteordninger. Det har i ulike sammenhenger blitt hevdet at Norge har store fordeler når det gjelder produksjon av trygg mat, bl.a. pga klima, strukturen i reindriften og en god helsestatus blant norske reinsdyr. Internasjonalisering og økt konkurransepress kan utfordre denne situasjonen. EØS- og WTO-avtalen kan på sikt bidra til økning i importen. I tillegg regulerer disse avtalene hvilke krav som kan stilles til maten som importeres.

Utviklingen av kugalskap og munn- og klovsyke i Europa, og tiltak for å stoppe utviklingen og spredning av sykdommene, har økt fokuset på spørsmålet om trygg mat. Tiltakene som er satt i verk for å hindre spredning til Norge og sikre forbrukerne trygg mat har gitt økte kostnader i matproduksjonen og for det offentlige, men anses som nødvendige. Slike tiltak gir Norge anledning til å stille strenge krav i forbindelse med handel, samtidig som de gir dokumentasjon for god kvalitet i eksportsammenheng. Situasjonen understreker også behovet for å se hele matvarekjeden i sammenheng og å ha pålitelige kvalitets- og sporingssystemer hele veien fra jord til bord.

Man har i tillegg etablert et nytt hygieneregelverk i EU som vil bli gjeldene i Norge gjennom EØS-avtalen, der hovedformålet er å etablere et høyt beskyttelsesnivå for forbrukerne i forhold til mattrygghet, samt like regler i ulike land for å oppnå fri bevegelse av matvarer. I en situasjon med økt import av reinkjøtt men også andre typer viltkjøtt er det usikkert om trygg mat kan brukes som et argument for at norske forbrukere skal kjøpe norsk reinkjøtt.

Som annen norsk kjøttindustri vil regelverkene for reinkjøttindustrien i økende grad bli utformet i internasjonale fora. For at kjøttindustrien skal kunne tilpasse seg internasjonale regelverk, er det viktig at myndighetene og reinkjøttsektoren har kjennskap til regelverket og hvilken betydning det kan ha for norsk reinkjøttindustri. Videre er det viktig at myndighetene har evne til å sikre at norske og

samiske interesser blir ivaretatt i internasjonale fora hvor regelverk utvikles og kravene til gjennomføring bestemmes. Det er samtidig viktig å kunne være med på utformingen av de gjennomføringstiltakene som gjøres nasjonalt. Manglende kjennskap og strategi i forhold til eksisterende og kommende regelverk gir uforutsigbarhet i reinkjøttbransjens rammevilkår, og kan være med på å hindre tilpasning og omstilling i reinkjøttbransjen

Regelverksutvikling knyttet til produksjon av trygg mat spiller en stor rolle for utviklingen av all kjøttindustri, også reinkjøttneringen. Det er imidlertid neppe grunn til å anta at spørsmålet om trygg mat er det som gjør fremtiden for næringen spesielt usikker.

Forbrukerpreferanser

For å lykkes som aktør på det norske markedet er det viktig å kjenne sine kunder, slik at man kan tilpasse virksomheten etter deres ønsker og behov. Norske konsumenters forbruksmønster er fremdeles knyttet til historisk utvikling og norsk kultur. Samtidig er det slik at dagens samfunn preges av økt internasjonalisering. Den økte internasjonaliseringen vil være med på å styre fremtidens trender. Den norske forbrukeren utvikler bl.a. spisevaner som er i takt med den europeiske, noe som neppe først og fremst skyldes dagligvarehandelen. Det er særlig matopplevelser fra restauranter og spisesteder, både i Norge og i utlandet, som påvirker den norske forbrukeren.

Fremtidens forbrukere vil trolig søke gode matopplevelser og verdsette ekte, funksjonelle, sunne estetiske og etiske produkter. For reinkjøttbransjen ligger det viktige muligheter i å utnytte stillingen som særpregede naturlige produkter har. Produktene kan videreutvikles gjennom lokalt særpreg, ulik foredling, pakningsstørrelser og ulik grad av tilberedning. Økt fokus på helse og sunn mat er en annen mulig utvikling, og som kan være fordelaktig for reinkjøtt hvis bransjen makter å få fram reinkjøttets kvaliteter og egenskaper.

Forbrukernes preferanser for reinkjøtt er avgjørende for utvikling av reinkjøttmarkedet i fremtiden. Det er neppe grunn til å anta at det vil skje store skift i de prinsipielle egenskapene ved forbrukerpreferansene. Forbrukerne vil verdsette spesielle kvaliteter og særpreg som bidrar til gode matopplevelser. Usikkerheten gjelder neppe om det finnes nisjer eller markedssegmenter for særpregede reinkjøttprodukter, men mer om leverandørene vil ha forutsetninger for å utnytte mulighetene.

6.1.3 Omstillingsevne

Gitt de rammebetingelsene reinkjøttbransjen står overfor, er reindriftsnæringens og reinkjøttindustriens omstillingsevne avgjørende for utfallet, og viktige parametere er struktur- og teknologiutvikling, kompetanse og innovasjonsevne samt opprettholdelse og styrkning av forbrukernes tillit.

Struktur og produkt- og teknologiutvikling

Økonomien i norsk reinkjøttproduksjon er presset, både i primærproduksjonen og i industriledet. En forutsetning for en fremtidsrettet drift er økt lønnsomhet gjennom mer effektiv produksjons- og industristruktur, teknologiutvikling i reinkjøttsektoren eller økt verdi på produktene. I hvilken grad bransjen kan gjennomføre strukturell eller teknologiske utviklingstiltak, avhenger av bransjens omstillings-evne.

En økonomisk lønnsom reindriftnæring vil med økt internasjonal konkurranse og kostnadspress, kreve en rasjonell produksjonsstruktur der reieneierne har et stort nok antall rein for at driften blir økonomisk bærekraftig. Til tross for en rekke tiltak for å få stimulere til bedre ressursutnyttelse og reintallstilpasning som omstillingsprogram, innløsningsordningen, tidligpensjon og andre avviklingsordninger, har både antall rein og reieneiere knyttet til reindriften økt de senere årene. Kravet om reintallstilpasning i Vest-Finnmark vil føre til et betydelig redusert antall rein per driftsenhet i dette området, og det er usikkert i hvilken grad aktører velger å bli i reindriften med de følger at man får et betydelig redusert antall rein per reieneier. Videre sees det på som usikkert i hvilken grad reindriftnæringen generelt har vilje og evne til å omstille seg slik at man får en kostnadseffektiv produksjonsstruktur.

En av de viktigste utfordringene er at reinkjøttbransjen kontinuerlig må være i stand til å fornye og forbedre seg. Det er stort omstillingspotensial i kjøttindustrien, der mulighetene ligger i å utnytte potensialet i bl.a. restrukturering gjennom oppkjøp og mulighet til å øke reieneiernes markedsandeler, omstrukturere slakte-, skjære- og foredlingsanlegg og til å effektivisere selve driften. Utfordringene i en restrukturering ligger i hvilke muligheter og vilje det er til å gjøre slike omstillingsprosesser.

I et lukket marked vil det være mulig med en lokal reinkjøttindustri så lenge man kan tilpasse forbrukerpriser eller støttetiltak slik at kostnadene dekkes inn, men økt internasjonal konkurranse på hjemmemarkedet vil trolig medføre et behov for videre strukturrasjonalisering i reinkjøttindustrien. Problemet er at strukturendringer på industrisiden vanskelig får effekt uten strukturendring også på primærledet. Hvorvidt man har ønsker og har mulighet og evne til en slik strukturrasjonalisering er usikkert, som følge av faktorer som eiernes motiver, evne og vilje til omstilling og føringer i reindriftnæring og distriktspolitikken.

Aktørene i leveringskjedene fra reindrift via slakting, stykning, foredling til grossist- og detaljhandel, er både gjensidig avhengig av hverandre og i strid om fordeling av makt og innflytelse. Hvordan makten mellom de ulike leddene i verdikjeden er fordelt, og også maktforholdet mellom de ulike aktørene på hvert ledd i verdikjeden, har betydning for utviklingen i markedet for reinkjøtt. På det norske reinkjøttmarkedet er det Aage Pedersen AB som er dominerende når det gjelder slakting, med en markedsandel på 37 %. Foretaket har også en sterk stilling innen skjæring og viderefordeling. Gilde Norsk Kjøtt (norsk kjøttssamvirke), som er deleier av Aage Pedersens slakterivirksomhet og som avtar produktene for videreforedling og distribusjon, er også sterkt inne i reinkjøttmarkedet. Markedsandelen for den største aktøren er mindre enn tilsvarende for de største aktørene i meieri-

og kjøttmarkedet for øvrig. Innen matsektoren er det vanlig at den største aktøren har relativt høye markedsandeler innen sine segmenter. Dersom aktørene skal ta ansvar for å utvikle bransjen som helhet, kreves det trolig samarbeid mellom flere aktører.

For å øke reinkjøttets attraktivitet på markedet ligger det et potensial i å tilby produkter som i takt med endringene i forbrukernes preferanser søker å utnytte muligheter for nisjeprodukter og tilleggsverdier. Flere utviklingstrekk tilsier at forbrukerne i stadig større grad etterspør et større mangfold i dagligvarebutikkene, mer ferdigvare, økt catering og økende interesse for «mat og helse» samt «etnisk» mat. Det er viktig i denne sammenheng å ta høyde for at kjøttindustrien hele tiden, uansett hvor mye produktutvikling som drives, til alle tider er avhengig av å selge hele dyret, og utvikling av duodji i tilknytning til reindriften er derfor viktig. Det kan her også ligge et potensial i å satse på eksport av reinprodukter som bjeller/reinhjerter etc. til spesialmarkeder. Gjennom produktutvikling kan industrien få et konkurransefortrinn ved å levere produkter som skaper større verdi for forbrukerne. De store dagligvarekjedene har også vist økende interesse for å drive produktutvikling eller å gå inn i direkte samarbeid med produksjonsbedrifter om utvikling av nye varer. Større aktivitet og mer kreativ produktutvikling krever innovasjonsevne i bedriftene.

Økt konkurranse på hjemmemarkedet vil også medføre et behov for å redusere kostnadsnivået i reinkjøttbransjen gjennom teknologiutvikling og innovasjon. I reinkjøttindustrien kan automatisering i volumproduksjonen i noen grad bidra, men det er svært vanskelig å automatisere slakte- og skjærelinjene. På foredlingsleddet vil ytterligere automatisering kreve store volumer. For store deler av kjøttindustrien dreier effektivisering seg i stor grad om trening og motivering av arbeidsstokken for eksempel i skjærlinjene og mer effektiv logistikk inngående, utgående og internt i industrivirksomhetene. For feltslakterier og mobile slakterier ligger utfordringen i større grad i å finne effektive teknologiløsninger som bl.a. sikrer kapasitet, vann-tilførsel og effektive slakte- og nedskjæringsmetoder.

I teknologiutvikling kan det ligge muligheter i å bl.a. utvikle løsninger som bedre er tilpasset til feltslakterier og mobile slakterier, og som kan gi en mer kostnads-effektiv slakting. I volumproduksjonen kan automatiseringsløsninger for oppgaver innen slakting, skjæring, foredling og emballering gi mer kostnadseffektive produksjonslinjer og kostnadsbesparelser for reinkjøttindustrien. Utfordringene i forhold til å utnytte teknologi ligger i bedriftenes mulighet til å tilegne seg kompetanse om den teknologien som finnes, muligheten for å utvikle nye teknologiske løsninger og muligheten til å dekke kostnadene og skaffe kapital til å utvikle ny teknologi.

Reinkjøttindustriens evne til å omstille seg ved å utnytte potensialet som ligger i restrukturering, produktutvikling og mer effektive teknologiløsninger, er en forutsetning for en fremtidsrettet og konkurransedyktig reinkjøttbransje. Evne til nytenking og omstilling, gjennom å se behovet for og å skape endringer, utgjør en avgjørende verdi for reinkjøttbransjen i fremtiden og kan være reinkjøttbransjens fremste konkurransefortrinn i markedet. Næringens evne til omstilling på disse områdene er imidlertid usikkert da omstilling kan kreve nye løsninger på viktige

regionale og næringsmessige problemstillinger. Struktur, teknologi og driftsformer er derfor også faktorer som er beheftet med stor usikkerhet.

Kompetanse og innovasjonsevne

For å møte markedets krav, samt for å sikre videre utvikling og vekst i reinkjøttbransjen, er det viktig at det legges til rette for innovasjon og bygges opp kompetanse som sikrer en effektiv og markedstilpasset produksjon.

Innovasjon dekker mange andre former for omstilling enn strukturendring og investering i ny teknologi. Innovasjon innebærer også utvikling, kommersialisering eller utnyttelse av noe nytt. Begrepet omfatter produkt- og prosessutvikling, nyskaping gjennom teknologisk endring, FoU-basert endring, ny utnyttelse av råvarer, nye organisasjons- eller samhandlingsformer og åpning av nye markeder (Innovasjon Norge, 2004). Reinkjøttbransjen har spesielle og differensierte omstillingsbehov. Innovasjon kommer gjerne som følge av at det er vesentlige omstillingsbehov, men forutsetter også både kompetanse og samspill med andre aktører i verdikjedene. Satsing på kompetanse- og nettverksbygging som kan tilføre næringen økt innovasjonsevne, kan bli en viktig drivkraft i næringsutviklingen. Innovasjon er imidlertid også utfordrende på samme måte som strukturell endring og endring i tradisjonelle driftsformer. Evnen og mulighetene for å tilføre næringen betydelig innovasjonsevne, må derfor etter vår vurdering, betraktes som usikker.

En mer effektiv produksjon vil være med på å redusere reinkjøttindustriens kostnadsnivå og innebærer behov for kompetanse- og FoU innenfor for eksempel prosess-styring, logistikk og organisasjon. Videre vil en markedstilpasset produktutforming være med på å øke produksjonens verdi og innebærer behov for kompetanse- og FoU innenfor ulike næringsmiddelfag, analyse av forbrugeratferd, kvalitetssikring, utvikling av industrielle prosesser og emballering. Innovasjon i form av nye produksjonsmetoder, produktutvikling og særpreg krever kompetanse. Forbrukernes behov er i endring og kravene til produktutvikling er økende. Dette kan for eksempel være sunn mat, kortreist mat, funksjonell mat, mat med høy foredlingsgrad, økologisk mat, spesialprodusert mat osv. Ved å tilby markedet spesielle/særegne produkter reduseres prisfølsomheten og leverandører kan være konkurransedyktige tross høyere kostnadsnivå enn for eksempel internasjonale konkurrenter selv uten tollvern. Nøkkelen er produkt differensiering, dvs. å tilføre produktet egenskaper som gjør at produktet blant en del av forbrukerne ikke fullt ut kan erstattes av konkurrerende produkter. Reinkjøttindustrien er imidlertid en sammensatt bransje, med både volum- og småskalaproduksjon. Både når det gjelder størrelse på bedriftene, produktspekter og plassering i produksjonsprosessen er det store forskjeller. Dette medfører behov for ulike typer kunnskap og ulik mulighet og evne til å satse på og å utnytte FoU.

Forbrukernes tillit til reinkjøttet

For å sikre omsetningen av reinkjøtt er det viktig at produktene er attraktive for dagligvarehandelen og nyter forbrukernes tillit. Tilliten hos forbrukerne og tilgang til dagligvarebutikkene kan underbygges ved forståelse og analyse av problem-

stillinger knyttet til distribusjon, dagligvarehandel, merkevarebygging, forbrukerkommunikasjon, mattrygghet, dyrevelferd, miljøeffekter, samt sporbarhet og dokumentasjon.

Reineierne, reinkjøttindustrien, handelen og forbrukere har felles interesse når det gjelder behovet for at maten er trygg og at tilliten opprettholdes. Fremtidens reinkjøttprodusenter vil møte store krav til ulike typer kompetanse, ikke minst for å sikre dokumentert bærekraftig produksjon og tilfredsstillelse av et sammensatt marked. Forbrukernes tillit til at norsk reinkjøttproduksjon foregår på en bærekraftig måte, blant annet uten skadelig beskatning av naturressursene, kan være en grunnleggende forutsetning for å opprettholde markedet.

God dyrehelse og dyrevelferd er viktig i en sunn og bærekraftig økonomisk produksjon av trygg mat. Reinen er i utgangspunktet mindre utsatt for dyresykdommer enn husdyr, og reindriften har dermed et bedre utgangspunkt for dyrevelferd enn øvrig dyrehold. Samtidig har ikke reindriften i dag noe kvalitetssystem, som for eksempel landbrukets KSL-system. Tidligere hadde man et klassifiseringssystem for reinkjøtt i regi av slakteriene, men dette brøt sammen etter kun ett år. Det finnes heller ingen form for sykdomskontroll for reindriften utenom kjøttkontrollen. Grunnen er at det i liten eller ingen grad har vært et problem med alvorlige smittsomme sykdommer i reindriften. Man har også en god oppfølging av farene forbundet med radioaktivitet i fôret etter Tsjernobyl-katastrofen. Økte krav til produksjonen vil gi økte produksjonskostnader, og det er derfor viktig for både produsentene og varemottakerne å definere hva som er reelle og viktige krav for å sikre at produksjonskostnadene ikke økes uten at det gir kjøttet en reell økning i produksjonsverdien.

Forbrukernes tillit til at det produseres trygg mat spiller en stor rolle reinkjøttbransjen, og det er ingen grunn til å anta at spørsmålet om trygg mat er det som gjør fremtiden for næringen spesielt usikker.

6.2 Oppsummering av drivkrefter; bakteppe og utfallsrom

Alle drivkrefter som her har vært omtalt er å betrakte som viktige for reinkjøttbransjen, mens graden av usikkerhet varierer. De sikre drivkreftene danner et bakteppe for reindriften og markedet for reinkjøtt. De usikre skaper variasjonen i fremtidsbildene med basis i dette bakteppet. Nedenfor følger en kort oppsummering av drivkreftene.

6.2.1 Bakteppet for fremtidens reinkjøtt næring

Etter vår vurdering er det riktig å se fremtiden for norsk reinkjøttbransje mot et bakteppe av økt internasjonal konkurranse, vedvarende høyt kostnadsnivå i Norge i forhold til EU og en sterk og mer internasjonalt orientert dagligvarehandel i Norge.

Internasjonal konkurranse skyldes liberalisering av handelen som gir et prispress gjennom økt konkurranse. WTOs ministererklæring som ble vedtatt i desember 2005 var et viktig steg for organisasjonens fremtid. Hva konkret en ny avtale vil

inneholde og hvordan den blir utformet er ennå uklart, men det virker sannsynlig at en ny avtale vil føre til at det bl.a. blir færre muligheter til å skjerme norsk kjøttproduksjon noe som også vil påvirke reinkjøttbransjen. Norske aktører vil måtte regne med å i større grad operere i et internasjonalt marked i fremtiden og man vil få større innslag av utenlandske aktører på det norske markedet (industri og dagligvare). Tilbudet av eksotiske viltprodukter fra andre land vil trolig også øke. Dette vil medføre press på både på pris og volum.

Norge må regne med et vedvarende høyt lønns- og avgiftsnivå, og høye priser på sentrale innsatsfaktorer i produksjonen. I forhold til konkurrerende reinkjøttproduserende land som Sverige, Finland og Russland har norsk reinkjøttbransje en kostnadsulempe. Lønnsnivået og det offentlige avgiftsnivået i Norge er høyt og vil med stor sannsynlighet vedvare på dette nivået i fremtiden. I tillegg er produksjonskostnadene ved reindriften høyere i Norge enn hos våre naboland.

Dagligvarehandelen blir i økende grad internasjonalisert og handelens posisjon i matsektoren styrkes av handelens kontroll med grossist- og detaljistleddet gjennom sterke paraplykjeder. Det er allerede i dag en økende internasjonalisering i norsk dagligvarehandel og dagligvarekjedene inngår i stadig flere internasjonale innkjøpsavtaler. Konsentrasjonen av markedsmakten i dagligvaremarkedet vil vedvare, og det blir i økende grad en vertikal integrasjon hvor samme aktør har kontroll med både grossist-, detaljist- og også nære relasjoner med industrileddet.

Forbrukerpreferansene påvirkes av lokale, regionale, nasjonale og internasjonale trender og preferansene endrer seg sakte. Den norske forbrukeren vil la impulser på alle nivåer, fra lokalt til internasjonalt, være styrende for sine preferanser for kjøttvarer og størst er påvirkningen fra storhusholdningsmarkedet. Større endringer over tid, såkalte trender, utvikler seg derimot for sakte til at det vil være en faktor av stor usikkerhet for reinkjøttbransjen på mellomlang sikt. Samtidig anses den generelle økonomiske situasjonen for den norske forbrukeren å være stabil og god også i fremtiden, slik at kjøpekraften ikke vil medføre noen radikal endring av preferanser.

Trygg mat og forbrukernes tillit til matens betydning for helsen vil være viktig. Spørsmålet om trygg og sunn mat vil reise behov for standarder og deklarasjoner. Internasjonalt regelverk kan få stor betydning. Trygg mat og en bærekraftig reinkjøttproduksjon vil derfor ha stor betydning for avsetningen av reinkjøtt i fremtiden. Dette gjelder ikke minst med en utvikling i retning av stadig økende utvalg, ny teknologi og internasjonalisering av matvaremarkedet i Norge. Reinkjøttbransjen i Norge vil måtte forholde seg til stadig mer internasjonalt regelverk samtidig som handelspolitiske standarder må oppfylles.

6.2.2 Faktorer som skaper usikkerhet

Utforming av politikkområder som påvirker reinkjøttbransjen samt bransjens omstillingsevne vil være to viktige drivkrefter for utviklingen i markedet for reinkjøtt i fremtiden. Dette er drivkrefter hvor utfallet er tilstrekkelig usikkert til å antyde alternative utviklingsretninger i markedet for reinkjøtt. I et 15–20 års perspektiv kan disse to faktorene virke inn på reinkjøttbransjen i svært ulik grad og

i ulike retninger. For å kunne definere spennet i utfallsrommet, vil vi her gi en kort oversikt over utfallsrommenes ytterligheter, der det er mest sannsynlig at det faktiske utfallet blir et sted mellom disse ekstreme utfallene.

Pavirkninger fra nasjonale politikkområder

Norsk reindriftspolitik, miljøpolitikk og den generelle same- og samfunnspolitikken er viktig drivkrefter for reinkjøttbransjen. Men utfallet innenfor disse politikkområdene er usikkert. Vi kan se for oss ulike utfall av nasjonale politikkområder i forhold til reinkjøttbransjen.

Utfallene er i mer eller mindre grad avhengig av den fremtidige utformingen av tilskudd og støtteordninger i reindriftspolitikken, der myndighetenes handelspolitikk, miljøpolitikk, olje- og gasspolitikk og utenrikspolitikk vil være med på å legge føringer for utformingen av reindriftspolitikken. Andre politiske virkemidler som skatte- og avgiftssystemet og distriktspolitiske hensyn kan også være med på å bestemme utfallene. Utfallsrommets ytterpunkter kan beskrives som følger:

- Stimulans til en innovativ og verdiskapende reinkjøttbransje, og
- Kraftig press på primærproduksjonen og økt krav til kostnadseffektivitet på industriledet.

I det første ytterpunktet kan reindriftspolitikken virke stimulerende på reinkjøttbransjen, gjennom utforming av virkemidler som gir reindriftsnæringen mulighet til å ta kontroll over mer av verdiskapingen og mer av leveringskjeden for reinkjøtt. Gjennom same- og distriktspolitikken kan videre muligheten til å skape en reindriftsbasert næringsutvikling underbygges, mens en aktiv miljø- og rovviltpolitikk kan sikre reinens beitearealer.

I det andre ytterpunktet av utfallsrommet kan norsk politikk svekke grunnlaget for en økonomisk og kulturell bærekraftig reindrift ved å føre en politikk som ikke stimulerer til opprettholdelsen og styrkingen av reinkjøttproduksjonen. Kombinert med et krav om en kostnadseffektiv reinkjøttproduksjon og redusert støtte til differensiering og småskalaverdiskaping vil reieneernes mulighet til å ta del i en større del av verdikjeden falle bort. I tillegg kan en aktiv miljø- og olje/energi-politikk påføre reindriftsnæringen store tap av beiteland.

Omstillingsevne i reinkjøttbransjen

Reinkjøttbransjen domineres i dag av noen få store industriaktører og en fragmentert gruppe produsenter. Reindriften står overfor en rekke utfordringer i forhold til å øke sin andel av den verdiskaping reinkjøttbransjen initierer, mens reinkjøttindustriens utfordringer ligger i å ha en mer kostnadseffektiv og markedsrettet produksjon. For å styrke markedet for reinkjøtt ligger det også utfordringer knyttet til økt samspill gjennom hele verdikjeden. Hvilke utfallsrom en samlet reinkjøttbransje står overfor avhenger av både reindriftsnæringens og reinkjøttindustriens omstillingsevne, der viktige parametere er struktur- og teknologiutvikling samt innovasjon og kompetansearbeid. Utfallsrommets ytterpunkter kan beskrives som følger:

- Evne og vilje til omstilling
- Endringsvegning i hele verdikjeden.

I det første ytterpunktet ser både reineierne og reinkjøttbransjen de muligheter som ligger i en omstilling. Reineierne vil da ha evne og vilje til en ressursoptimal reinkjøttproduksjon og reinkjøttuttak, mens stor omstillingsevne i reinkjøttbransjen gir økt kompetanse innenfor markedsarbeid, produktutvikling, nettverksbygging, markedsføring etc. Reinkjøttbransjen vil videre se de fordeler det er og stå sammen, noe som gir økt grad av samspill og kompetanseutveksling.

I det andre ytterpunktet av utfallsrommet har reinkjøttbransjen motvilje overfor en omstillingsprosess, og man evner dermed ikke å styrke verdiskapingen i reindriften og reinkjøttindustrien. Interessekonflikter og manglende vilje til å støtte opp om de endringer som ligger i markedet, vil da gjøre at grunnlaget for en røkt verdiskaping i reinkjøttbransjen faller bort.

6.3 Fremtidsbilder

Utviklingen i markedet for reinkjøtt er bestemt av en rekke faktorer som er beskrevet ovenfor. Ut fra presentasjonen her kom vi frem til at to av driverne var spesielt viktige og usikre, og det dreier seg om reinkjøttbransjens omstillingsevne samt den fremtidige utformingen av politikkområder. Disse driverne har ulike mulige utfall.

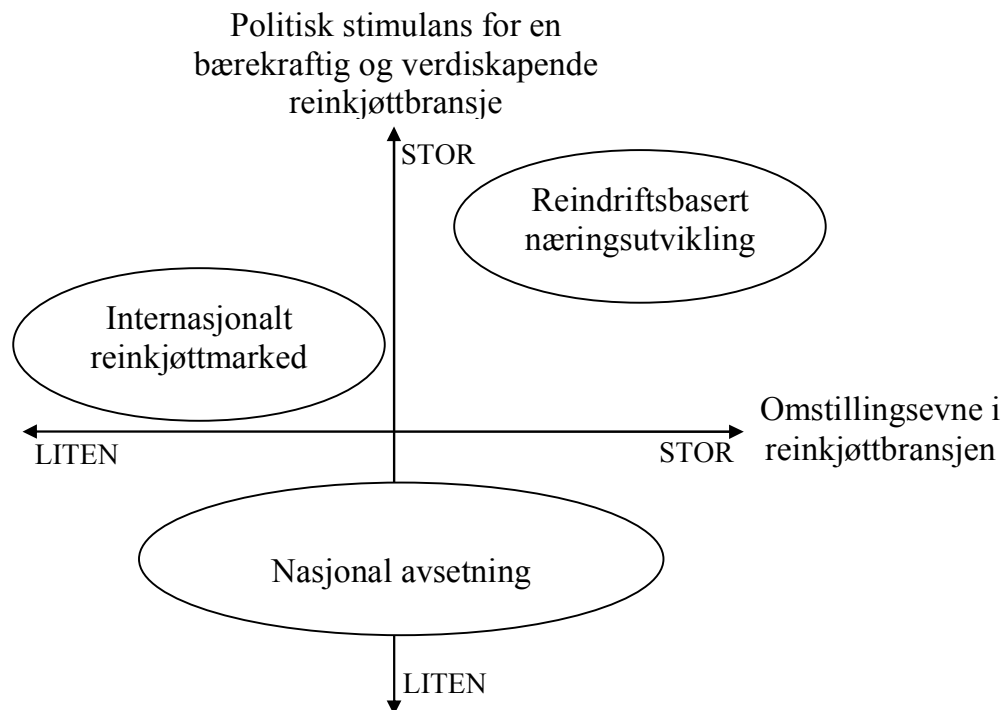
I dette avsnittet vil vi bruke beskrivelsene av disse to driverne og deres utfallsrom til å beskrive mulige fremtidsbilder for markedet for reinkjøtt. For å gjøre dette benytter vi oss av et scenarietryss, som presentert i figur 6.1, der hver akse representerer en driver, og denne driverens mulige utfallsrom. Ved å kombinere ulike utfallsrom for de to driverne, kommer vi i dette tilfellet frem til tre ulike fremtidsbilder for reinkjøttbransjen. I hvert fremtidsbilde vil det samme bakteppet gjelde. Dvs. at de driverne som er beskrevet som viktige og sikre gjelder for alle de tre fremtidsbildene.

6.3.1 Utvikling i norsk reinkjøttbransje

Gitt de driverne vi har funnet er de største usikkerhetsfaktorene for fremtiden til norsk reinkjøttbransje, er vi kommet frem til tre ulike fremtidsbilder for reinkjøttbransjen. Vi har kalt de tre for:

1. Internasjonalt reinkjøttmarked
2. Reindriftingsbasert næringsutvikling
3. Nasjonal avsetning.

I figur 6.1 fremkommer de tre fremtidsbildene som kombinasjoner av fremtidig utforming av reindriftpolitikk og omstillingsevne i reinkjøttbransjen.



Figur 6.1 Tre fremtidsbilder for reinkjøttbransjen

I det følgende vil vi komme nærmere inn på hvert enkelt fremtidsbilde, gjennom korte historier om hvordan norsk reinkjøttbransje og det norske markedet for reinkjøtt kan se ut 15–20 år frem i tid.

Internasjonalt reinkjøttmarked

Internasjonalt reinkjøttmarked er et fremtidsbilde der norsk reinkjøttbransje er marginalisert som følge av manglende omstillingsevne både på primærsiden og industrisiden. Dette har ført til at man nå har et reinkjøttmarkedet som er dominert av en stor internasjonal aktør som tar hånd om størsteparten av reinkjøttproduksjonen i både Norge, Sverige, Finland og Russland. Flyt av volum over landegrensene har gitt et mer stabilt utbud og lave priser, og nasjonal opprinnelse har blitt underordnet da forbrukeren oppfatter alt reinkjøtt som noe etnisk og spesielt. I det norske markedet finnes det fortsatt noen lokale bedrifter som produserer for små markeder (nisje, spesialprodukter) basert på lokal råvare, men det er kun en liten del av reindriftnæringen som drar nytte av dette. Reineierne er sikret avsetning av reinkjøttet der produksjon er i stor grad basert på faste leveringsavtaler og kontrakter, men vedvarende høyt prispress har marginalisert lønnsomheten i reindriften. Internasjonalisering av slakterivirksomheten har også ført til redusert tilgang til råstoff noe som vanskeliggjør mulighetene for økt verdiskaping i tilknytning til reindriftnæringen.

Hovedårsaken til at man har fått et internasjonalt marked for reinkjøtt skyldes først og fremst reinkjøttbransjens manglende evne og vilje til å omstille seg i løpet av perioden. I begynnelsen gikk myndighetene aktivt inn med virkemidler for å øke

verdiskapingen i reindriftnæringen men reieneierne klarte i liten grad klart å utnytte det potensialet som lå i markedet, og omstillingen i perioden var ikke stor nok til å møte det økte konkurransepresset, som fulgte av økt prispress, vedvarende høyt kostnadsnivå, endrede maktstrukturer i leveringskjedene etc. Dette skyldes først og fremst at det innad i bransjen var uenighet om hva som var de store kommende utfordringene i reinkjøttmarkedet, og verken reieneierne eller reinkjøttindustrien så at omstilling ville gi fordeler. Reinkjøttbransjens manglende evne og vilje til å øke verdiskapingen i næringen og å få reinkjøttet ut i markedet, kombinert med den generelle svekkelsen av norsk kjøttindustri som følge av en ny WTO-avtale, gjorde det for kostnadskrevende for myndighetene å fortsette satsingen på å øke verdiskapingen i reindriftnæringen. Man valgte derfor istedenfor å legge om strategien fra et nasjonalt fokus til satsning på et nordisk marked for reinkjøtt gjennom å bl.a. lempe på importrestriksjonene, med hovedformål om å sikre avsetning av norsk reinkjøttproduksjon.

Reindriftsbasert næringsutvikling

Reindriftsbasert næringsutvikling er et fremtidsbilde der det har vært en positiv utvikling i norsk reinkjøttbransje. Dette skyldes først og fremst stor omstillingsevnen i reinkjøttbransjen samtidig som myndighetene har ført en politikk som har stimulert til en innovativ og verdiskapende bransje. Dette har ført til at markedet for reinkjøtt nå domineres av en stor aktør som er eid av reieneierne selv. Denne aktøren har som den største i markedet mulighet til å påvirke både profilen og utbudet av reinkjøttet, noe som sikrer både etterspørsel og mer stabile volum ut i markedet. Satsing på et par store viderefordelingsbedrifter kombinert med en delvis desentralisert slaktestruktur med mobile slakterier og feltslaktestanlegg har gitt en kostnadseffektiv produksjon. Samtidig som småskalslaktning gir reieneierne økt råstofftilgang, noe som muliggjør muligheten til økt satsing på bl.a. duodji og utnytting av biprodukter. Den økonomiske lønnsomheten i reindriften har økt, noe som har gitt positive ringvirkninger i de samiske områdene. Bl.a. har satsing på reinturisme, «ut på vidda»-prosjekter etc. bidratt til økt turisme og derigjennom økt verdiskapingen i de samiske områdene. I tillegg har reieneierne maktet å få ned reintallet til et ressursoptimalt nivå, noe som har gitt bedre kondisjon på dyra og bedre kjøttkvalitet. Dette var bl.a. mulig gjennom myndighetenes arbeid med å stimulere til en reindriftsbasert næringsutvikling i de mest pressede områdene. Samtidig som reindriftsbransjen viste stor innovasjonsvilje og så muligheter i tilleggsnæringer knyttet til reindriften.

Reindriftnæringen har i perioden også vist stor evne og vilje til å gå sammen og støtte opp om en aktør på industrisiden, eid av reieneierne selv. Dette var imidlertid ikke mulig uten den store politiske viljen til å støtte opp om omstillingsprosessen i reinkjøttbransjen, der økt tilgang på kapital i næringen bidro til økt innovasjon, kompetanseheving, produktutvikling, investeringer og markedsføring i reinkjøttbransjen. Økt eierskap oppover i verdikjeden ga videre større mulighet for å i styre utbudet av reinkjøtt noe som bidro til å gi mer stabile priser til reieneier og et mer stabilt utbud av reinkjøtt. Myndighetene har videre tilrettelagt regelverket for å i

større grad kunne drive med feltslakting og mobile slakterier noe som har gitt økt slaktekapasiteten i pressede perioder, samtidig som det har gitt reieneierne større mulighet til å utnytte hele dyret. Samtidig har myndighetene gjennom avgifts- og gebyrreduksjoner økt lønnsomheten i reindriften. I tillegg til stimulans for en innovativ og verdiskapende reinkjøttbransje gjennom reindriftpolitikken, har man i løpet av perioden ført en miljø- og arealpolitikk som har bidratt om sterkere vern av reinens beiteområder samt at det er ført en rovviltpolitikk som ivaretar reindriften og de samiske interesser. Gjennom en aktiv samepolitikk har man videre stimulert til skape levedyktig næringsutvikling i de samiske områdene, også i tilknytning til reindriftnæringen.

Nasjonal avsetning

Nasjonal avsetning er et fremtidsbilde der det har skjedd lite endringer i markedet sammenlignet med tidligere, dvs. at man fortsatt har noen få store industriaktører som styrer utbudet av reinkjøtt og der noen få ildsjeler i reindriftnæringen har evnet å øke sin verdiskaping, men reieneiernes rolle i verdikjeden er marginalisert. Årsaken til at man har fått en slik situasjon skyldes først og fremst manglende evne og vilje hos myndighetene til å stimulere til et innovativt og verdiskapende marked for reinkjøtt. Samtidig som reindriftnæringen selv ikke har evnet å gjøre de omstillingene som var nødvendige, til tross for at viljen var til stede.

I dette bildet har man fortsatt en nasjonal reindriftproduksjon, men det meste av reinkjøttet kanaliseres gjennom noen få store aktører, og mye av reinkjøttet går gjennom det norske landbrukssamvirke der reinkjøttet er et meget lite produkt som har druknet i kampen med kjøttets egne produkter og merkevarer. På industrisiden har man hatt en strukturrasjonalisering med noen få store regionale slakterivirksomheter, og reieneierne har i liten eller ingen grad mulighet til å utnytte slakteskroddene og biproduktene av reien. Reindriftnæringen produserer reinkjøtt som tidligere, men høyt press på beitearealer og bevaring av rovvilt gir store variasjoner i utbudet og kvaliteten. I perioden med større utbud enn etterspørsel gjennomfører myndighetene markeds kampanjer, men ellers er ikke markedsarbeid et prioritert område fra myndighetens side. For å sikre norsk produksjon, er imidlertid importvernet opprettholdt som tidligere. Selv om deler av reinkjøttbransjen har hatt vilje til å omstille seg har reindriftnæringen, som følge av den politikken som er ført, ikke evnet å ta opp kampen med de store industriaktørene og er dermed ikke klart å realisere en økt verdiskaping.

Bakgrunnen for denne markeds situasjonen er den defensive reindriftpolitikken som er ført, der myndighetene kun har vist vilje til å støtte opp om selve reindriften, mens reinkjøttproduksjonen har blitt nedprioritert. Et strengt regelverk knyttet til hygiene- og avfallshåndtering har vanskeliggjort feltslakterier og virksomheten ved mobile slakterier. Myndighetene har videre ikke maktet å legge om til mer markedsrettede tilskudd, noe som har vanskeliggjort muligheten til å øke verdiskapingen i næringen. Kombinert med en liten reindriftsvennlig politikk generelt, har dette gitt en situasjon der reindriftnæringen til tross for fravær av avsetningsproblemer, ikke har evnet å øke sin verdiskaping.

6.3.2 Oppsummering

Vi har ovenfor gjengitt tre mulige fremtidsbilder for reinkjøttbransjen og utviklingen i markedet for reinkjøtt, avhengig av graden av stimulans i politikkutformingen for å legge til rette for en innovativ og verdiskapende reinkjøttbransje, og om reinkjøttbransjen både har vilje og evne til å gjøre de nødvendige omstillingene dette krever. I tillegg ble det beskrevet noen sikre drivere som var med på å skape bakteppet eller rammen rundt de enkelte fremtidsbildene.

Beskrivelse av fremtidsscenariene er først og fremst forsøk på å få frem noen perspektiver, og ikke minst et rammeverk, for å kunne tolke situasjonen. Scenariene er først og fremst et verktøy for å gi mening til en kompleks situasjon og å gi grunnlag for å sortere uvesentlige hendelser fra viktige utviklingstrekk. Dernest kan scenariene være et hjelpemiddel til å skape endringsvilje i reinkjøttbransjen og hos myndighetene, fordi de langsiktige virkningene av utviklingstrekk som allerede i dag er synlige, billedliggjøres på en slik måte at de er vanskeligere å overse.

7 En fungerende verdikjede for reinkjøtt

Markedssituasjonen for reinkjøtt har bedret seg betydelig det siste året, og det ser nå ut til at avsetningen av reinkjøtt på kort sikt ikke lenger er et problem. Samtidig påvirkes reinkjøttbransjen av mange ulike forhold som gir ulike utfordringer og muligheter for økt verdiskaping i reinkjøttmarkedet. Å sikre økt verdiskaping i reinkjøttbransjen er grunnleggende for en framtidig levedyktig reindriftsnæring. Vi vil med bakgrunn i informasjonen innhentet og analysert i de tidligere kapitlene til slutt oppsummere hvilke områder vi ser på som mest avgjørende for å få en verdikjede for reinkjøtt som gir optimal avsetning og økt verdiskaping i reinkjøttbransjen.

7.1 Utforming av konkurransestrategi

Vi har tidligere i rapporten pekt på at norskprodusert reinkjøtt er utsatt for sterkt konkurransepress. Det finnes noe direkte konkurranse i form av importert reinkjøtt. Men framfor alt finnes det en rekke andre kjøttprodukter (substitutter) på det norske markedet som i stor grad kan dekke samme behov som reinkjøtt. En forutsetning for å øke verdiskapingen i reinkjøttbransjen er at det utarbeides en konkurransestrategi. Hensikten med å utforme en bevisst konkurransestrategi er å få avklart hvordan de norske produsentene – gitt de ulike drivkrefters betydning for en framtidig reinkjøttbransje – best kan lykkes med å nå frem med sine produkter.

Ved utarbeidelse av en konkurransestrategi må man ha et fundament; dvs. et sett av grunnleggende ideer som løpende tiltak og daglige aktiviteter kan orienteres i forhold til. Porter (1992) skiller her mellom tre grunnleggende former for konkurransestrategier; nemlig kostnadsledelse, differensiering og fokus.

Essensen i *kostnadsledelse* er å tilby produkter og tjenester til lavere kostnader enn hva konkurrentene gjør. Det sentrale kriteriet for å lykkes er altså at kostnadene per

enhet faller med økende produksjonsmengde. En kostnadsleder satser i liten grad på produkt differensiering og markedssegmentering. Produktkvaliteten må være «god nok» i forhold til kundenes forventninger, men heller ikke noe mer.

Kjernen i *differensieringsstrategien* er å tilby kundene et produkt som de opplever som unikt på en eller annen måte. At produktet er unikt gir grunnlag for å ta en ekstrapris, dvs. en pris ut over det nivået som de fleste produsenter kan tillate seg å ta for ellers sammenlignbare produkt(er). Til forskjell fra en kostnadsleder, tar en differensierer ikke sikte på å lage et produkt som er tilpasset behovene hos «alle» kunder like godt. Differensierer vil vanligvis segmentere markedet sterkt, dvs. identifisere de kundegruppene som er mest interessert i akkurat de egenskapene som kjennetegner «deres» produkt. Dersom bedriften velger å tilby et produkt tilpasset et forholdsvis stort segment (f.eks. «alle norske kunder som ønsker økologiske produkter»), er den en såkalt bred differensierer.

En satsning på en avgrenset kundegruppe, går under navnet «smal differensiering» eller *fokus-strategi*. Et eksempel kan være å konsentrere seg om å selge til et utvalg gourmet-restauranter.

I tillegg finnes det en fjerde strategi som går ut på å satse på å tilby lavpris-produkter til et avgrenset kundesegment (som f.eks. billige feriereiser til visse studentgrupper). I praksis framstår dette som en lite interessant konkurransestrategi for de fleste norske matvarebedrifter.

Etter å ha valgt en av disse mulighetene, er utfordringen å få konkurransestrategien til å gjennomsyre næringens aktiviteter mest mulig. En kostnadsleder må utvikle kompetanse på å produsere et «helt greit produkt» med lavest mulig kostnader. En bred differensierer må bli dyktig på å framskaffe et produkt med unik(e) egenskaper til et bredt publikum. En smal differensierer må satse på å betjene en avgrenset kundegruppe på en bedre måte enn noen konkurrenter er i stand til. Ulike aktuelle konkurransestrategier er skissert i figur 7.1 (Porter, 1992).

	lavere kostnader	differensiering
bredt marked	1.Kostnadslederskap	2.Bred differensiering
smalt marked	3a. Kostnads-fokusering	3b.Smal differensiering

Figur 7.1 *Aktuelle konkurransestrategier*

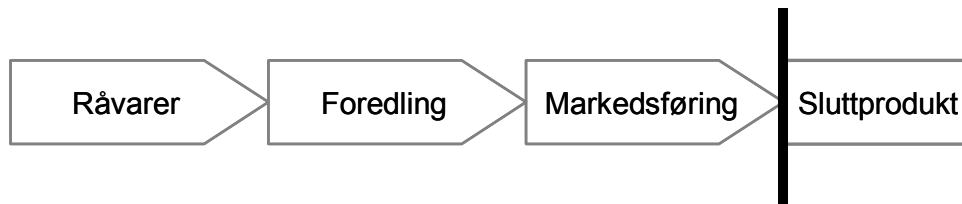
Spørsmålet er dermed hva slags konkurransestrategi som produsentene ønsker å satse på for å befeste sin stilling i markedet. Dette må selvsagt produsentene selv ta stilling til. Vårt siktemål her er å peke på noen alternative veier å gå, samt noen forutsetninger for å lykkes med de respektive veivalgene.

Det synes i utgangspunktet lite attraktivt for produsentene å satse på en ren-dyrket kostnadslederstrategi. Dette innebærer at en forsøker å «bli best på pris» og selge i så store volumer som mulig. Problemet er at produsentene per i dag kun har små volumer å selge, og at det er lite å hente for dem i en konkurransesituasjon der alt handler om lavest mulig pris. Det er mer attraktivt for norske produsenter av reinkjøtt å tydeliggjøre hvilke forhold (produktattributter) som gjør reinkjøttet unikt, og markedsføre disse relative fortrinnene overfor den eller de kunde-gruppe(ne) som er villig til å betale for slike egenskaper. Dette er dermed spørsmålene som norske produsenter av reinkjøtt må finne svar på:

- Hvilke differensieringsfaktorer skal en satse på å utvikle?
- Hvilke(n) målgruppe(r) skal en deretter rette innsatsen mot?

Det første spørsmålet handler om evnen til å skape noe unikt. Det andre spørsmålet handler om å vite mest mulig eksakt hvem som har tilstrekkelig betalingsvilje for de unike egenskapene ved produktet.

I prinsippet kan et produkt differensieres på ulike måter. Suksesskriteriet er at differensieringen foretas på en måte som er tydelig for kunden, og som han/hun er villig til betale for. Opphavet til differensieringen kan ligge på ulike nivå i verdikjeden, slik det er skissert i figur 7.2.



Figur 7.2 Differensiering kan ha opphav på ulike nivå i verdikjeden

Produsentene av reinkjøtt har en naturlig differensiering på råvareleddet, da reinens beiteforhold er med på å skape et unikt produkt med særegne kvaliteter. I tillegg vil produsentene av reinkjøtt kunne differensiere på markedsføringsleddet. Man kan her velge å markedsføre reinkjøttet ut i fra reinkjøttets kvalitet og ut i fra et helseperspektiv, eller man kan velge å profilere det som noe «etnisk» gjennom å fokusere på det samiske, arktiske etc. Man kan også velge å profilere reinkjøttet som et viltprodukt eller et naturligt produkt etc. eller som et norsk produkt.

Hvilke målgrupper reinkjøttbransjen skal rette innsatsen mot er et annet spørsmål som bransjen må ta stilling til. I dag omsettes reinkjøtt i både dagligvare- og storhusholdningsmarkedet. Et fokus på storhusholdningsmarkedet utelukker ikke en satsing på dagligvaremarkedet og omvendt. I tillegg er det også en mulighet i å satse på andre markedskanaler med mulighet for en positiv profilering og

håndtering av kvalitetskjøtt som for eksempel spesialbutikker innen kjøtt og kvalitetsmat.

Etter en grundig gjennomgang av potensielle kilder til differensiering, bør en være i stand til å formulere en samlet strategi for differensiering av norskprodusert reinkjøtt; dvs. hvordan dette kjøttet skiller seg positivt ut fra konkurrentene på markedet. Som tidligere nevnt, må dette sees i forhold til antatt betalingsvilje for de aktuelle produktene og produkttegenskapene. Sannsynlig vil det være mest formålstjenlig for norske produsenter av reinkjøtt å satse enda mer på å gjøre produktet unikt, og fortsette jakten på utvalgte kundegrupper som vet å verdsette dette. Dette er ikke enkelt, men sannsynligvis langt mer attraktivt enn å havne i en tøff konkurranse som utelukkende handler om å presse prisene mest mulig.

Det er viktig å se sammenhengen mellom hvilken konkurransestrategi en ønsker å satse på, og hvordan en organiserer virksomheten. Utfordringen er å klargjøre differensieringsfaktorene for reinkjøtt på en tydelig måte, finne nødvendig fokus i markedet, og organisere seg effektivt, gitt den valgte konkurransestrategien. Dersom reinkjøttprodusentene for eksempel satser på å få økt gjennomslag for reinkjøtt som høy-profilerte kvalitetsprodukter på utvalgte, krevende delmarkeder, må en organisere produksjonsprosessen stramt og «skreddersy» salgssinnsatsen effektivt mot de mest interessante kundene.

Et spørsmål som da reiser seg for norske reinkjøttprodusenter er om de ønsker å gjennomføre konkurransestrategien ved egne krefter og ressurser («autonomi»), eller ved å samarbeide med hverandre og eventuelt også med aktører utenfor reinkjøtt-næringen («allianse»). Fordelen med «autonomi»-modellen er at den enkelte produsenten beholder full kontroll over sine ressurser, og står fritt til å utvikle virksomheten i den retningen han eller hun ønsker. Ofte finner en imidlertid ut at «småskala-ulempene» ved «autonomi-modellen» er betydelige da det er krevende å ta seg like godt av alle aktiviteter selv. Ved å etablere en eller annen samarbeidsform med andre produsenter og/eller andre interesserte parter, kan en i større grad kunne konsentrere seg om det en kan best; nemlig kjøttproduksjon. Gjennom å samarbeide kan en også dele utgiftene ved å etablere en markedskanal som benyttes av flere aktører. Dessuten vil det være enklere å sikre jevn forsyning av produktene over tid. Kanskje vil det også være mulig å få omsatt en større del av dyret dersom flere produsenter går sammen om foredling og produktutvikling. Et forpliktende samarbeid vil selvsagt også kunne bidra godt til å styrke fagmiljøet. Det finnes mange former for samarbeid; fra enkel prosjektorganisering til mer strukturert selskap (f.eks. felles salgsselskap organisert som et brukerstyrt samvirke). Hvilken form som egner seg best, avhenger bl.a. av hvordan produsentene definerer sine fellesinteresser, og hvor villige de er til å avgi deler av sin selvråderett mot å høste samarbeidsgevinster.

Reinkjøttmarkedet preges av at det er små volum ute i markedet, i tillegg til at fersk kjøtt først og fremst er et sesongprodukt. Videre er det et fragmentert marked, med mange ulike tilbydere av reinkjøtt uten noen dominerende aktør med en klar markedsstrategi for reinkjøtt. For å befeste reinkjøttets stilling i det norske

markedet er det derfor mest hensiktsmessig at reinkjøttbransjen utarbeider én felles konkurransestrategi som man ønsker å satse på.

En felles konkurransestrategi betyr ikke at man velger mellom volumproduksjon og småskalaproduksjon, men at reinkjøttet profileres i de samme markedene og med de samme egenskapene. Velger man ulik strategi for volum- og småskalaproduksjon vil man kunne skape konkurranse mellom de ulike reinkjøttproduktene i markedet, istedenfor at reinkjøttbransjen står samlet om å møte konkurransen fra andre kjøttprodusenter. For en liten varegruppe som reinkjøtt, ligger ikke utfordringen i å velge mellom småskalaproduksjon og volumproduksjon, men å skape helhet og samspill i verdikjeden som en samlet bransje. Bransjen er uansett avhengig av en viss volumproduksjon, samtidig som det ikke skaper hindringer for småskalaproduksjon og muligheten for økt verdiskaping til reineierne. Gjennom en felles strategi og økt samarbeid i verdikjeden for reinkjøtt vil man kunne få et mer effektivt arbeid i forhold til å styrke bl.a. markedskanaler, produktutvikling og salg. Utfordringen her ligger imidlertid i å få konkurransestrategien til å gjennomføre reinkjøttbransjens aktiviteter mest mulig, og det vil her derfor være viktig å utarbeide en strategi som er i samsvar med den samiske reindriften og kulturen. Videre vil man ved implementering av en strategi måtte ha fokus på hva som er viktig og hvilke fordeler konkurransestrategien vil gi reinkjøttbransjen som helhet, og hvilke betydning den har for hver enkelt aktør.

Ovenfor har vi sett på ulike strategier som reinkjøttbransjen kan velge. Vårt viktigste poeng har vært å formidle at reinkjøttbransjen bør ta et bevisst valg i forhold til strategi, og fokusere på å utvikle konkurranseevnen. De strategiene vi har skissert er ment som eksempler på aktuelle veivalg. Til syvende og sist er det tross alt den enkelte produsent som må ta stilling til hva han/hun mener er best for seg selv, men hvis man skal utvikle reinkjøttbransjen som helhet, mener vi at aktørene i reinkjøttbransjen må utarbeide en felles konkurransestrategi som en samlet bransje kan stå bak.

7.2 Implementering av strategi

Når man har vært gjennom en strategiprosess, er en kritisk faktor at strategien gjennomføres da en god strategi først har effekt når den er implementert. Ny segmentering, ny forretningsmodell, nye konsepter, flytting av fokus fra produkt-salg til konseptsalg, ny merkevarestrategi osv. virker først når det er innarbeidet hos aktørene i reinkjøttbransjen.

Ved gjennomføring av en strategi i reinkjøttbransjen vil et viktig element være å kartlegge tilgangen på reinkjøtt, da et effektivt markedsarbeid hele tiden må vurderes ut i fra hvor stor reinkjøtttilgangen er. Videre vil det være behov for å følge markedsutviklingen, noe som nødvendiggjør et økt fokus på markedet og aktuelle markedskanaler. Når man har utarbeidet en overbyggende markedsstrategi vil man videre kunne få en mer effektiv markedsføring som sikrer avsetning av reinkjøttet i de riktige markedene på lang sikt.

Hovedpoenget er at det foregår i en koordinert og planlagt innsats fra en samlet reinkjøttbransje. For å sikre at strategien blir implementert er det derfor behov for å ha en struktur i organiseringen, da en effektiv koordinering og organisering vil lette gjennomføringen av konkurransestrategien. Vi vil i det følgende gå inn på de mest sentrale elementene ved en strategigjennomføring i reinkjøttbransjen.

7.2.1 Kartlegging av tilgangen på reinkjøtt

For å kunne drive et effektivt markedsarbeid må arbeidet hele tiden vurderes ut i fra hvor stor reinkjøtttilgangen er, der det er behov for å ha kjennskap til:

- utbudets størrelse,
- hvilke forhold som påvirker utbudet,
- om det finnes et vekstpotensial, og
- hvordan ulike tiltak som for eksempel reinstalltilpasning og ulike tilskuddsordninger påvirker utbudet.

Det drives i dag ingen form for prognosering av utviklingen av reinkjøttmarkedet og tilgangen til reinkjøtt fremover i tid. For å drive et effektivt markedsarbeid må man ha kjennskap til hvor stor reinkjøtttilgangen er. For at aktørene i markedet og myndighetene skal ha større kjennskap til hvilke faktorer som påvirker utbudet og utviklingen i utbudet fremover, ser vi derfor et behov for at det gjøres en systematisk analyse av det framtidige utbudet av reinkjøtt på det norske markedet. En årlig prognosering der man ser på ulike utviklingstrekk som kan påvirke markedet i et 4–6 års perspektiv vil kunne være et sentralt kontrolllement for styring av utbudet på lang sikt. Man kan i en slik prognosering for eksempel kjøre flere ulike scenarier, som følge av at man ikke vet utfallet av en del usikre drivkrefter. Man vil på den måten få en bedre oversikt over hvilke faktorer som påvirker tilgangen på reinkjøtt, noe som vil gi en bedre kontroll med utbudet som igjen betyr at man i større grad kan styre markedsarbeidet ut i fra hvilke behov det er i markedet.

7.2.2 Fokus på markedet og markedskanaler

Verdiskapingsprogrammet for reindrift har siden oppstarten i 2001 i stor grad bidratt til at aktørene i verdikjeden for reinkjøtt har fått et økt fokus på markedet, der dette spesielt har kommet småskalaprodusenter til gode. For å få reinkjøttet ut til betalingsvillige markeder, er det nødvendig å styrke og videreutvikle det arbeidet som gjøres gjennom dette programmet. Et økt fokus på markedet er ikke bare nødvendig for småskalaprodusentene, men hos aktørene i alle ledd i verdikjeden for reinkjøtt.

Nøkkelen ligger i å tilby produkter som forbrukeren etterspør, og i denne sammenheng er satsing på produktutvikling og -teknologi sentralt. Utvikling av bedre kjøle- og fryseteknikker som muliggjør bl.a. økt utbud av ferskt reinkjøtt, utvikling av forbrukervennlig emballasje etc. er områder som er viktig å videreutvikle. Et annet viktig element fremover vil være å bygge opp og styrke stabile

markedskanaler som sikrer at reinkjøttet når ut til forbruker og betalingsvillige markeder. Dette nødvendiggjør en fortsatt satsing gjennom Verdiskapingsprogrammet for reindrift og styrking av reinkjøttbransjens egen innsats på dette området.

7.2.3 Langsiktig behov for markedsføring

Vi har tidligere i rapporten pekt på at norskprodusert reinkjøtt er utsatt for sterkt konkurransepress, da det finnes en rekke andre kjøttprodukter (substitutter) på det norske markedet som i stor grad kan dekke samme behov som reinkjøtt. For å sikre avsetning av reinkjøttet er det derfor behov for å markedsføre reinkjøttet, både gjennom:

- a) generisk markedsføring, og
- b) produktspesifikk markedsføring.

Behov for generisk markedsføring

Generisk markedsføring er fellesmarkedsføring av en produktkategori, som for eksempel reinkjøtt, der markedsarbeidet har som mål å øke den samlede etterspørselen etter hele varegruppen og der markedsføringen ikke er rettet mot enkelte merkevarer.

Ideen bak generisk markedsføring er at når det blir for kostbart for den enkelte produsent selv å drive markedsføring av sine produkter, kan bransjen gå sammen om felles (generiske) markedsføringstiltak. I Norge finansieres den generiske markedsføringen av de fleste landbruksprodukter gjennom en avgift som produsentene betaler, men den kan også i enkelte tilfeller finansieres gjennom en avgift lagt på en innsatsfaktor i produksjonen eller på ett av leddene i omsetningskjeden. Reindriften er et eksempel på at den generiske markedsføringen ikke finansieres av produsentene selv, men av myndighetene gjennom overføringer over reindriftsavtalen. Man kan alltid stille seg spørsmålet om reieneierne selv bør betale for markedsføringen i form av en avgift, da markedsarbeid i utgangspunktet er et ansvar for næringen og øvrige aktører i verdikjeden. For en utsatt reinkjøttbransje kan imidlertid en avgift for å dekke kostnader til slik markedsføring virke konkurransehemmende fordi den vil gi reinkjøttbransjen økte kostnader. Samtidig vil trolig transaksjonskostnadene ved å kreve inn en slik avgift være så høye at det økonomiske incentivet for å innføre denne avgiften delvis faller bort.

Det er Opplysningskontoret for kjøtt som i dag har ansvaret for den generiske markedsføringen av reinkjøtt. OFK har som oppgave å fremme forbruket av norsk kjøtt og kjøttvarer i samarbeid med aktørene i den norske kjøttbransjen, og har gjennom sitt arbeid bygd opp en kunnskap og skaffet seg lang erfaring med generisk markedsføring av kjøtt. OFK er dermed en naturlig oppdragstaker for generisk markedsfører av reinkjøtt. Samtidig har det blitt stilt spørsmål om den nære kontakten mellom OFK og norsk landbruksbasert kjøttproduksjon er til hinder for å få markedsført reinkjøttets særegne kvaliteter. Markedsføringen over OFK har også vært kostnadskreven, bl.a. på grunn av OFKs eierskap til oppskriftsbrosjyrer etc. som er utarbeidet på vegne av reinkjøttbransjen. Hvilken aktør som skal ha i oppgave å drive generisk markedsføring for reinkjøtt har vi her ikke tatt

stilling til, da det er opp til næringen selv å finne ut hvilken aktør som best kan tilfredsstille deres krav. Samtidig er det viktig at man har en fast aktør som har ansvaret for markedsføringen da det er behov for å jobbe langsiktig for at generisk markedsføring skal ha noen effekt.

Langsiktig markedsføring, med gjentakelse av budskap over flere år bygger opp de ønskede positive preferansene for den spesifikke produktgruppen. For at markedsføringen av reinkjøtt skal sikre en mer stabil avsetning av reinkjøtt på lengre sikt, er det også behov for en langsiktig markedsføringsaktivitet da man ved å opprettholde en viss markedsføringsaktivitet vil vedlikeholde produktets posisjon over tid. En politikktutforming der man kun går inn med midler til markedsføring i perioder med avsetningsproblemer vil gi mindre effekt enn et langsiktig markedsarbeid med kampanjer med jevne mellomrom. Hyppigheten av kampanjene vil imidlertid kunne variere ut i fra markedssituasjonen.

Hvordan reinkjøttet skal markedsføres og hvilke produkter det skal reklameres for er også et diskusjonsspørsmål. Ved generisk markedsføring er man avhengig av å markedsføre produkter som er tilgjengelig i markedet, det er derfor naturlig å reklamere for tradisjonelle produkter som reinskav, finnbiff, reinsdyrstek, reinsdyrfilet etc. Selv om det først og fremst er generiske produkter, og ikke spesialiteter etc. som markedsføres, vil den generiske markedsføringen uansett ha en positiv effekt for hele varegruppen da den hever forbrukerens kjennskap og etterspørsel til hele varegruppen. Økt fokus på reinkjøtt i media vil også kunne skape synergieffekter i forhold til småskalaprodukter, der forbrukeren kan la seg inspirere til å kjøpe spennende og eksklusive produkter av reinkjøtt, gitt at de er tilgjengelig i markedet.

Det har bl.a. av Konkurransetilsynet vært hevdet at det innen en varegruppe er produsentene selv som er best i stand til å vurdere hvilke markedsførings- og informasjonstiltak de vil bruke for å øke etterspørselen etter sine produkter. Selv om dette innen enkelte varegrupper kan være tilfelle, er det for en varegruppe som reinkjøtt der produsentene frem til nå kun i liten grad har drevet med markedsføring av sine egne produkter, trolig nødvendig med generisk markedsføring. Dette underbygges også av at fraværet av generisk markedsføring på begynnelsen av 2000-tallet førte til store avsetningsproblemer for reinkjøtt. Erfaring viser at det er viktig å opprettholde en viss markedsføringsaktivitet for å vedlikeholde produktets posisjon over tid og generisk markedsføring vil derfor være et viktig bidrag for å beholde og styrke reinkjøttets posisjon i markedet fremover.

Styrking av merkevarer

Markedsføring av merkevarer har først og fremst fokus på å øke markedsandelen til en gitt merkevare innenfor produktkategorien. Fordelen ved at en produsent markedsfører sine egne merkevarer er at markedsfører kjenner kostnadene ved å produsere og distribuere produktet ut i markedet og kan dermed i stor grad koordinere markedsføring, pris og distribusjon. Gjennom merkevarebygging skaper man videre verdier utover det fysiske produktet. Merkevaren er det settet av forestillinger og assosiasjoner til et produkt som finnes i forbrukerens hode.

Dermed handler en sterk merkevare om mer enn det å være kjent. En sterk merkevare krever positive assosiasjoner rundt merket: At merket blir stolt på, at det blir likt, at forbrukerne identifiserer seg med merket og tillegger det egenskaper som gjør at de velger det fremfor andre varer. Jo sterkere disse preferansene er, jo sterkere er merkevaren. For å markedsføre reinkjøtt bør markedsføringen inneholde elementer som fremhever produktets unike egenskaper og som virker overtalende på forbrukernes beslutningsprosess. Denne type markedsføring krever imidlertid ofte høye nivåer på markedsinvesteringene.

Som vi har sett tidligere i rapporten er det i dag mange ulike tilbydere av reinkjøtt med ulik profil og strategi, der ingen i stor grad har satset på merkevarebygging og markedsføring av egne produkter. Delvis skyldes dette at en stor del av reinkjøttet kanaliseres gjennom Gilde-systemet, der reinkjøttet fort kan bli nedprioritert i forhold til Gildes andre produkter og merkevarer. Videre har markedsføring og merkevarebygging vært et lite prioritert område fra de andre tilbyderne av reinkjøtt. Dette skyldes først og fremst at små volum gir høye markedsføringskostnader for hver enkelt produsent, samt at aktørene bl.a. på grunn av små volum ikke har hatt behov for å markedsføre produktene sine. I et marked med fravær av en dominerende aktør som markedsfører kjøttet sitt, vil det også kunne oppstå et problem med «gratispassasjerer», der aktører som ikke velger å markedsføre produktene sine nyter godt av andre aktørers markedsføring.

For å ikke bare sikre avsetning av reinkjøttet, men også å kunne ta ut en høyere pris i markedet, er det ikke nok med generisk markedsføring men man er også avhengig av at aktørene selv markedsfører sine produkter. Nyetablerte Boalvvir er foreløpig den eneste aktøren i reinkjøttmarkedet som har satset på merkevarebygging, med sitt merkenavn Davas.

7.2.4 Struktur i organiseringen

Vi har tidligere i rapporten sett at det til en viss grad er motstridende interesser og oppfatninger av hvordan og i hvilken grad man skal drive markedsarbeid for å bedre avsetningen av reinkjøtt. Reinkjøttbransjen er i realiteten en liten bransje med små volum der det bør være mulig å få en oversikt over reinkjøtttilgangen. Samtidig er det en bransje med utfordringer som tilsier at man bør ha en koordinering av markedsarbeidet innad i bransjen. I den forbindelse spiller Kontaktforumet for reinkjøttomsetning, Importutvalget for reinkjøtt og også Reindriftens Utviklingsfond en viktig rolle. I tillegg er det en fordel om det i bransjen er klart hvilken rolle myndighetene skal spille i markedsarbeidet.

Ved implementering av konkurransestrategien, vil man måtte koordinere en felles styring av virkemidlene som settes inn i markedet. I en slik sammenheng vil det være viktig at reinkjøttbransjen har et felles system som kontinuerlig vurderer:

- markedssituasjonen,
- importbehov og strategi for importregulering,
- lagringsbehov og tiltak ved behov for lagring, og
- behovet for generisk markedsføring i forhold til markedssituasjonen.

I dag er det ansvaret for markedsarbeidet i næringen spredt mellom ulike aktører/organ. For at virkemiddelbruken skal være så effektiv som mulig, må man ha ett organ som har ansvar for å koordinere virkemidlene. Dette må være et bredt sammensatt organ. Alle parter i bransjen bør derfor være representert, da økt involvering av aktørene vil kunne bidra til at markedsarbeidet blir gjennomført i samsvar med bransjens interesser. Videre trenger man en ansvarlig enhet som har ansvar for å gjennomføre tiltakene, der Reindriftsforvaltningen trolig vil være den beste til å ta et slikt ansvar.

NILF ser ikke behov for de store systemendringene for at man skal få en positiv utvikling av reinkjøttmarkedet. Det forutsettes imidlertid at det utarbeides en felles konkurransestrategi og at man organiserer seg slik at tiltak raskt kan innrettes mot å følge opp endringer i markedssituasjonen. Videre er det behov for at den generiske markedsføringsaktiviteten fortsetter å bli finansiert av myndighetene, da dette er mest hensiktsmessig i et lite marked. Er det fra reinkjøttbransjens selv og fra myndighetenes side evne og vilje til å gjøre slike markedsrettede grep, vil man kunne få en verdikjede for reinkjøtt som gir optimal avsetning og økt verdiskaping i reinkjøttbransjen.

Referanser

- Aage Pedersen (2005). Pers medd. Aage Pedersen, høsten 2005.
- ACNielsen (2006). *Markedsrapporten 2006. Dagligvarer i Norge*. ACNielsen, Oslo.
- ACNielsen (2004). *Nordic Grocery Insight 2004*. ACNielsen, Oslo.
- Aftenposten oppdatert 05. mai 2005. *Samene ber Bondevik og Persson om hjelp*, URL: <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article1033405.ece>, hentet: 11.01.06.
- Agenda (2004). *Referat fra seminar om reinkjøttmarkedet 17. august 2004 i regi av Landbruks- og matdepartementet*. Datafil mottatt av Per-Trygve Hoff, 13.10.05.
- Altaposten (2006). *Får ikke reinkjøtt*. URL: <http://www.altaposten.no/nyheter/article27176.ece>, hentet 02.04.06.
- Amilien, A. (2002). *Fra vafler og hamburger til elghakk og hjortestek – Et bilde av matkultur i reiselivsbransjen*. Statens institutt for forbruksforskning, Oslo.
- Ammarnas Vilt (2006). *Om Ammarnes Vilt AB*. URL: <http://www.ammarnasvilt.se>, hentet 10.03.06.
- Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet (2005). *Politisk plattform for en flertallsregjering*. Framforhandlet på Soria Moria 26. september til 13. oktober 2005. URL: http://www.dna.no/asset/27119/1/27119_1.pdf#search='soria%20moria%20erkl%C3%A6ringen', hentet 07.04.06.
- Arbeids- og sosialdepartementet (2006). *Om grunnlaget for inntektsoppgjørene 2006*. Kortversjon. Foreløpig rapport fra Det tekniske beregningsutvalget for inntektsoppgjørene. URL: http://odin.dep.no/filarkiv/273703/kortversjon_TBU.pdf, hentet: 01.03.06.
- Arbeids- og inkluderingsdepartementet (1987). Lov om Sametinget og andre samiske rettsforhold (sameloven). LOV-1987-06-12-56.
- Arvidsjaur Renslakteri (2006). *Om foretaket*. URL: <http://www.arvidsjaur-renslakt.se>, hentet 09.04.06.
- Bjerkli, B. og P. Selle (2003) *Samiske offentlighet og makt*. I Bjerkli, Bjørn og Selle, Per (red.) *Samer, makt og demokrati. Sametinget og den nye samiske offentligheten. Makt og demokratiutredningen 1998–2003*. Gyldendal Norsk Forlag, Oslo.
- Brynildsen (2006). Pers medd. Roger Jacobsen. Brynildsen. 09.01.06.
- Direktoratet for naturforvaltning (2006). *Forvaltningsregioner*. URL: <http://www.dirnat.no/wbch3.exe?p=3648>. hentet 21.03.06.
- Duojar (2006). *Næringsavtale for duodji 1. januar 2006– 31. desember 2006*. URL: <http://www.duojar.no/images/stories/navtno.pdf>, hentet 27.03.06.
- DN.Økonomi (2006). *Prisdumpat kött pressar samerna*. URL: <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=678&a=254056>, hentet 03.04.06.
- Eurostat (2006). External Trade. URL: <http://fd.comext.eurostat.cec.eu.int/xtweb/submitresultsextraction.do>, hentet 16.03.05.

- Finnfund (2006). *ZAO Izhma Reindeer Meat, Russia*. URL: http://www.finnfund.fi/sijoitukset/en_GB/investments, hentet 12.03.06.
- Flesland (2005). *Storbusholdningsmarkedet 2004/2005*. Flesland markedsinformasjoner 2005.
- Floor, M. (2006). Pers medd. Morten Floor i Landbruks- og matdepartementet. 16.03.06.
- Hanssen, B. H., (Red) (2003). *Mat på norsk*. Kom forlag as, Kristiansund.
- Henriksen, I. M. og P. Hoff (2004). *Krafttak for å øke salget av reinkjøtt; situasjonsanalyse og anbefalinger*. Agenda utredning & utvikling AS.
- Hætta, E. I. O. (2003). *Notat – Reindriftnæringens syn på hovedutfordringer*. URL: <http://npolar.no/nordutvalg/Dokumenter/Hatta1.pdf>, hentet 16.03.06.
- ICAKuriren (2006). *Försvinnande gott – hälften av renskavet var vatten*. URL: http://www.icakuriren.se/ArticlePages/200410/29/20041029154314_Icak606/20041029154314_Icak606.dbp.asp?iPageId=3, hentet 16.03.06.
- Innovasjon Norge (2006). *VSP Rein*. URL: http://www.innovasjonnorge.no/templates/TjenestePage_____55318.aspx, hentet 12.02.06.
- Jernsletten, J. L. L. og Klovan K. (2002). *Sustainable Reindeer Husbandry*. Arctic Council 2000-2002, Tromsø 2002.
- Jordbruksdepartementet (2001). *SOU 2001:101, En ny rennæringspolitikk – öppna samebyar och samverkan med andre markanvändere*. Innstilling fra Rennäringspolitiska kommitén. Jordbruksdepartementet, Stockholm, Sverige.
- Jordbruksverket (2006). *Nyckeltal för rennäringen*. URL: <http://www.sjv.se/amnesomraden/djurveterinar/rennaring/nyckeltalforrennaringen.4.7502f61001ea08a0c7fff54218.html>, hentet 17.03.06.
- Jordbruksverket (2005). *Konsumtionen av livsmedel och dess näringsinnehåll*. URL: http://www.sjv.se/webdav/files/SJV/Amnesomraden/Statistik,%20fakta/Livsmedel/2005:4/20054_1.pdf, hentet 08.03.06.
- Jord- og skogbruksministeriet (2002). Pers. medd. Niemi, S. Rådgiver i Fisek. og viltavdelingen, september 2002.
- Justis- og politidepartementet (2005). Lov om rettsforhold og forvaltning av grunn og naturressurser i Finnmark fylke (finnmarksloven). LOV-2005-06-17-85.
- Kemppainen, J., J. Kettunen & M. Nieminen (2002). *Economic utilization of reindeer*. Finnish Game and Fisheries Research Institute. URL: <http://www.rangifer.no/eng/abstracts-2002-p.html>, hentet 02.02.06.
- Kjuus, J. og N. Ø. Bergset (2003). *Reindriftsavtalen – effektivisering av ordninger*. NILF rapport 2003–6.
- Kommunal- og regionaldepartementet (2005a). *St.meld. nr. 44 (2004–2005). Om Sametingets virksomhet i 2004*. Kommunal- og regionaldepartementet, Oslo.
- Kommunal- og regionaldepartementet (2005b). *Interreg. EU-program for grenseoverskridende regionalt samarbeid*. URL: http://odin.dep.no/flarkiv/246639/interreg_dok4web.pdf, hentet 27.03.06.
- Kommunal- og regionaldepartementet (2001). *St.meld. nr. 55 (2000–2001). Om samepolitikken*. Kommunal- og regionaldepartementet, Oslo.

- Konkurransetilsynet (2005). *Betaling for hylleplass. Virkninger for konkurransen i dagligvaremarkedet i Norge*. Rapport 2/2005. URL: http://www.konkurransetilsynet.no/archive/internett/publikasjoner/skriftserien/05_02_hylleplass.pdf, 13.01.06.
- Landbruks- og matdepartementet og Norske Reindriftsamers Landsforbund (2006). *Reindriftsavtale 1. juli 2006 – 30. juni 2007*. URL: http://odin.dep.no/filarkiv/274011/Reindriftsavtale_2006-2007.doc, hentet 16.03.05.
- Landbruks- og matdepartementet (2006). *Søkebys på landbrukspolitikken i EU*. URL: http://odin.dep.no/lmd/norsk/dok/andre_dok/rapporter/049041-220007/dok-bn.html, hentet 15.03.06.
- Landbruks- og matdepartementet (2005a). FOR 2005-12-22 nr 1723: Forskrift om administrative tollnedsettelse for landbruksvarer.
- Landbruks- og matdepartementet (2005b). St.prp. nr. 63 (2004-2005). Om reindriftsavtalen 2005/2006, om dekning av kostnader vedrørende radioaktivitet i reinkjøtt, og om endringer i statsbudsjettet for 2005 m.m.
- Landbruks- og matdepartementet (2005c). *Mat: Forbrukerne ønsker å kjøpe lokal mat*. URL: <http://odin.dep.no/lmd/norsk/tema/forbruker/nyheter/049051-990083/dok-bu.html>, hentet 27.07.05.
- Landbruks- og matdepartementet (2005d). FOR 2005-12-27 nr 1726: Forskrift om gebyr til dekning av utgifter ved kjøttkontroll.
- Landbruks- og matdepartementet (2004). FOR 2004-01-28 nr 221: Forskrift om avgifter og gebyr i matforvaltningen.
- Landbruksdepartementet (2002). *St. meld. Nr 12 Dyrehold og dyrevelferd (2002-2003)*. Landbruksdepartementet, Oslo.
- Landbruksdepartementet (2001a). *Landbruksdepartementets miljøhandlingsplan 2001 – 2004*. URL: <http://odin.dep.no/lmd/norsk/publ/handlingsplaner/020031-120027/index-dok000-b-n-a.html>, hentet 02.05.06.
- Landbruks- og matdepartementet (2001b). FOR 2001-04-06 nr 410: Forskrift om forskningsavgift på landbruksprodukter.
- Landbruksdepartementet (1992). *St. meld. nr. 28. En bærekraftig reindrift*. Landbruksdepartementet, Oslo.
- Landbruks- og matdepartementet (1978). Reindriftsloven LOV-2003-07-04-74 fra 2004-01-01.
- Little, A. D. (2005). *Studie kring orsaken till den begränsade förekomsten av renkött i svensk dagligvaruhandel*. URL: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/04/06/25/a3caf8f5.pdf>, hentet 12.02.06.
- Mattilsynet (2006a). *Hygienepakka*. URL: <http://www.mattilsynet.no/aktuelt/hygienepakken>, hentet 29.03.06.
- Mattilsynet (2006b). *Rein og oppdrettsvilt*. URL: <http://matportalen.no/Emner/rein>, hentet 30.03.06.
- Matmerk (2006). *Stykningssdeler av rein*. URL: <http://www.matmerk.no/?menu=83&o=169>, hentet 15.03.06.

- Miljøverndepartementet (2006). *St. meld. nr. 8 (2005–2006). Om helhetlig forvaltning av det marine miljø i Barentshavet og havområdene utenfor Lofoten (forvaltningsplan)*. Miljødepartementet, Oslo.
- Miljødepartementet (2003). *St.meld. nr. 15 (2003–2004). Rovvilt i norske natur*. Miljødepartementet, Oslo.
- Mjelde, H., M. Svennerud og M. Vengnes (2001). *Importkonkurransen for bakervarer*. NILF-rapport 2001–1.
- MT slakt (2005). Pers. medd. Mikkel Trumf, høsten 2005.
- Mittenzwei, K. (2006). *WTO – Handlingsrom for norske jordbrukspolitikk etter Ministerrådsmøtet i Hong Kong* i Kjuus, Johanne (red) *Mat og industri 2006 Status og utvikling i norsk nærings- og nytelsesmiddelindustri*, NILF, Oslo.
- Nationen (2004). *Ber om FN-hjelp mot Stortinget*. URL: <http://www.nationen.no/nyheter/article1313841.ece>, hentet 16.02.06.
- Neiden rein (2005). Pers. medd. Erling Haugen, høsten 2005.
- NILF (2006). *Månedlig utvikling i matpriser på forbruker-, engros- og produsentnivå fra 1998*. URL: <http://www.nilf.no/Matpriser/Bm/Matpriser.shtml>, hentet 16.03.06. Basert på månedlig datafil om konsumprisindeksen mottatt av SSB.
- Paliskunnat (2006). *Renbeteslagens förbund*. URL: <http://www.paliskunnat.fi/default.aspx?kieli=sv-SE>, hentet 20.03.06.
- Paliskunnat (2005). *Renbeteslagens förbund*. URL: http://www.paliskunnat.fi/gis_rap_tulokset.aspx, hentet 15.10.06.
- Polarica (2006). *Om Polarica*. URL: http://www.polarica.se/se/konsument_intro/index.asp, hentet 16.03.06.
- Ravninfo (2005). URL: <https://www.ravninfo.com>, hentet 18.12.05.
- Reindrifftsforvaltningen (2006). *Ressursregnskapet for reindriffts næringsen; 1. april 2004 – 31. mars 2005*.
- Reindrifftsforvaltningen (2005). *Reinbeitekonvensjon Norge og Sverige*. URL: <http://www.reindrift.no/?id=3112&subid=0>, hentet 16.03.06
- Reinert, E. S. (2002). *Verdiskapingsprogrammet for reindrift*. Norsk Investorforum.
- Reindrifftsnytt (2005). *Skal greie å ta unna*. Reindrifftsnytt Nr. 3 – September 2005 – 39 årgang.
- Reinsslakteriet (2005). *Velkommen til Aage Pedersen as*. URL: <http://www.reinsslakteriet.no>, hentet 08.12.05.
- Renlycka (2006). *Bättre betalt för renkött*. URL: http://info.renmat.se/index.php?option=com_content&task=view&id=6&Itemid=2, hentet 02.03.06.
- Rådet for dyreetikk (2000) *Reindrift*. <http://org.umb.no/etikktutvalget/Utallelser/REINDRIFT.htm>, hentet 16.03.06.
- Sametinget (2005). *Samisk utviklingsfond*. URL: <http://www.sametinget.no/Artikkel.asp?AId=113&back=1&Mid1=5&Mid2=132&Mid3=158>, hentet 13.02.06.
- Sámi Radio (2006). *Davas lanseres i dag*. URL: <http://www.samiradio.org/norsk/article23789.html>, hentet 06.02.06.
- SLF (2006a). *Lagerbeholdning av reinkjøtt*. Datafil mottatt av Jorun Winge i SLF, 27. mars. 2006.

- SLF (2006b). *Avgifter kjøtt*. URL: <http://www.slf.dep.no>, hentet: 06.03.06.
- SND (2002). *Flaskehalser og etableringsbarrierer for mindre matbedrifter – en handlingsplan for å fremme nyskaping og få frem flere matbedrifter*. Handlingsplan utarbeidet av SND for Landbruksdepartementet.
- SSB (2006a). *Statistikk over utenrikshandelen*. Datafil mottatt av Karin Snedrud, 17.01.06.
- SSB (2006b). *Industristatistikk*. Datafil mottatt av Nils Petter Skirstad, 17.01.06.
- SSB (2005a). *Strukturundersøkelse, hotell- og restaurantvirksomhet*. URL: http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selecttable/hovedtabellHjem.asp&KortnavnWeb=sthotell, hentet 15.03.06.
- SSB (2005b). *Strukturstatistikk, Hotell- og restaurantvirksomhet*. URL: <http://www.ssb.no/emner/10/11/sthotell/tab-2005-10-31-01.html>, hentet 15.03.06.
- SSB (2005c). *Forbruksundersøkelsen, 2002–2004*. URL: <http://www.ssb.no/emner/05/02/fbu>, hentet 12.12.05.
- SCB (2005). *Jordbruksstatistisk årbok 2005; med data om livsmedel*. URL: http://www.scb.se/statistik/_publikationer/JO1901_2005A01_BR_JO01SA0501.pdf. 17.03.06.
- Stensaas (2006). Pers. medd. Arnstein Stensaas, høsten 2005.
- Stortinget (1992). *Inst. S. nr. 167 (1991–92). Innstilling fra næringskomiteen om en bærekraftig reindrift under Landbruksdepartementet*. Stortinget, Oslo.
- Strøm (1998). *Markedsmakt eller partnerskap*. NILF-rapport 1998:6.
- Søyland, V., L. Forsell og J. Kjuus (2002). *Reindrift – nye virkemidler, økt verdiskaping*. NILF rapport 2002–9. NILF, Oslo.
- TIKE (2006). *Lantbruksstatistisk årbok 2005*. Jord- og skogbruksministeriets informasjonstjenstcentral (TIKE), Helsinki, Finland.
- Toll- og avgiftsdirektoratet (2006). *Tolltariffen – med statistikk varefortegnelse – gjeldene fra 1. januar 2006*. Fagbokforlaget.
- Ulvevadet, B. og K. Klovov (2004). *Hunting Economies, and the Status and Management of Wild Reindeer/Caribou Populations*. URL: <http://www.sami.uit.no/srh/index.html>. 20.03.06.
- Utenriksdepartementet (2003). *Mot nord! Utfordringer og muligheter i nordområdene*. NOU 2003:32. Ekspertutvalg for nordområdene nedsatt av Regjeringen 3. mars 2003. Avgitt til Utenriksdepartementet 8. desember 2003.
- Varanger Laks og Vilt (2005). Pers. medd. Erling Haugan, høsten 2005.
- Winge, J. (2006). Pers medd. Jorun Winge i SLF. 20.01.06.
- Økonomisk utvalg (2000–2005). *Totalregnskap for reindriftsnæringen; regnskap 2004, budsjett 2005*. I tillegg er tidligere årganger av totalregnskapet benyttet.