

Notat 2003–6

Økt forbruk av frukt og grønt?
*Strukturelle forhold og samarbeid
mellom myndigheter og bransje*

Mads Svennerud



NILF

Norsk institutt for
landbruksøkonomisk forskning

Tittel	Økt forbruk av frukt og grønt? Strukturelle forhold og samarbeid mellom myndigheter og bransje
Forfatter	Mads Svennerud
Prosjekt	Økt forbruk av frukt og grønt (K030)
Utgiver	Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)
Utgiversted	Oslo
Utgivelsesår	2003
Antall sider	26
ISBN	82-7077-506-1
ISSN	0805-9691

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 Budsjett-nemnda for jordbruket og de årlige driftsgranskingene i jord- og skogbruk.
- Gir ut rapporter fra forskning og utredning. Utvikler hjelpemidler for driftsplanlegging og regnskapsføring.
- Finansieres over Landbruksdepartementets budsjett, Norges forskningsråd og gjennom oppdrag for offentlig og privat sektor.
- Hovedkontor i Oslo og distriktskontor i Bergen, Trondheim og Bodø.

Forord

Formålet med dette notatet er å oppsummere og fremskaffe informasjon om noen av de strukturelle forholdene som påvirker prisutvikling og tilgjengelighet for varegruppen frukt og grønt. Prosjektet er finansiert av Sosial- og helsedirektoratet (SHDIR), avdeling for ernæring og inngår som en del av arbeidet med å utarbeide en strategiplan for å øke forbruket av frukt og grønt.

Mads Svennerud har skrevet det meste av rapporten, mens Anne Moxnes Jervell har kommentert innholdet og gitt bidrag til kapitlene 4 og 5. Anniken Owren Aarum i Sosial- og helsedirektoratet har lest og gitt kommentarer til et tidligere utkast av rapporten. Siri Fauske og Gerd Bråten har tilrettelagt notatet for trykking,

Oslo, februar 2003

Leif Forsell

Innhold

1	INNLEDNING.....	1
2	FORBRUKS- OG PRISUTVIKLING.....	3
3	STRUKTURELLE FORHOLD.....	7
3.1	Årsaker til prisøkning.....	7
3.2	Produksjon, import og bransjeorganisering	7
3.3	Prising og marginer	8
3.4	Svinn 9	
3.5	Undersøkelse blant norske produsenter.....	10
3.6	Økende importandel	11
3.7	Reguleringer som påvirker pris	12
3.7.1	Målpriser	12
3.7.2	Importregimet for frukt og grønt.....	12
3.7.3	Avgifter og tilskudd	14
4	SAMARBEIDSTILTAK FOR Å ØKE FORBRUKET AV FRUKT OG GRØNT.....	17
4.1	Opplysningskontoret for frukt og grønt	17
4.1.1	Skolefrukt.....	18
4.2	Satsingsområder i Landbruksdepartementet	19
4.3	Strategier og synspunkt i bransjen	20
4.3.1	Grossister	20
4.3.2	Detaljhandel	21
4.4	Alternativ og utviklingstrender	21
4.4.1	Nisjeproduksjon og alternativ distribusjon	21
4.4.2	Produktutvikling og substitutter.....	22
5	DISKUSJON OG SAMMENDRAG	23

1 Innledning

Frukt og grønt er en viktig kilde til et sunt kosthold og bidrar til å forebygge sykdommer. Imidlertid er forbruket av grønnsaker mye lavere i Norge enn i mange av de landene vi ønsker å sammenlikne oss med. For helsemyndighetene er det et sentralt mål å øke dette forbruket.

Formålet med dette notatet er å oppsummere og fremskaffe informasjon om noen av de strukturelle forholdene som påvirker forbruket av frukt og grønt. Først og fremst belyses forhold som påvirker priser, tilbud og omsetning. Vi ser også på muligheter for et utvidet samarbeid mellom myndigheter og aktører i bransjen med formål å øke forbruket av frukt og grønt.

Notatet bygger i stor grad på tidligere publisert informasjon, men det er også gjennomført flere intervjuer og samtaler med nøkkelinformanter. Prosjektet er finansiert av Sosial- og helsedirektoratet, avdeling for ernæring (SHDIR) og inngår som en del av arbeidet med å utarbeide en strategiplan for å øke forbruket av frukt og grønt.

2 Forbruks- og prisutvikling

Beregninger som NILF har gjennomført for Sosial- og helsedirektoratet, avdeling for ernæring viser at forbruket av frukt og grønnsaker i 2001 (sett under ett) er på ca 140 kg per innbygger¹. Den historiske utviklingen av frukt- og grønnsaksforbruket (inkl. poteter) er vist i Tabell 2.1. Mens forbruket av matpotet er mer enn halvert, har grønnsaksforbruket økt med ca 50 prosent etter 1970. Engrossforbruket av frukt og bær økte gjennom mange år. De siste ti år har det vært liten endring i forbruket.

I følge opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), er forbruket av ferske grønnsaker i Norge på ca 60 kg per innbygger (OFG, 2002d). Dette er langt lavere en gjennomsnittet i EU, som ligger på ca 120 kg. I følge samme kilde kan noe av forklaringen til det lave forbruket skyldes manglende tradisjon, måltidsvaner (vi har kun ett varmt måltid per dag), klima, dårlig tilgjengelighet, varierende kvalitet og høye priser. I tillegg kan muligens prisutviklingen på frukt og grønt sammenliknet med andre typer matvarer forklare det lave forbruket.

Tabell 2.1 Forbruk av frukt, bær, grønnsaker samt poteter (kg per innbygger)

	1959	1969	1979	1989	1999	2001
Frukt/bær	63,9	69,2	75,6	77,8	78,4	78,5
Grønnsaker	41,9	39,7	46,4	53,2	61,8	61,6
Poteter	100,0	99,0	82,5	80,1	73,0	79,6
- Herav matpotet	87,6	83,5	62,5	52,0	32,8	36,0
Sum forbruk	205,8	207,9	204,5	211,1	213,2	219,7

Kilde: NILF, 2002

Tilgjengelighet og priser påvirker forbrukernes mulighet til å kjøpe ulike varer, mens matvaner og holdninger påvirker viljen til å betale for disse varene (Andersen et. al, 2000). Prisutviklingen for varegruppen frukt og grønt har vært sterkere enn for andre matvarer, særlig etter 1995. I følge statistisk sentralbyrå (SSB, 2002a) har den totale

¹ Eksklusiv poteter.

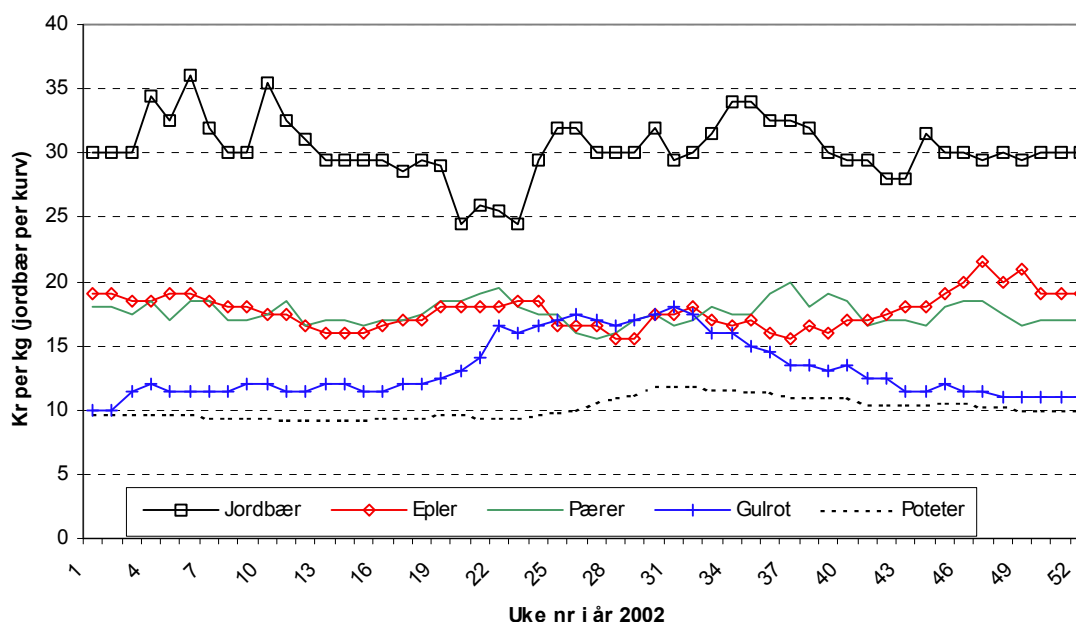
konsumprisindeksen (dvs alle varer og tjenester) økt med 32 prosent fra 1990 til 2002. For matvarer generelt, har den totale konsumprisindeksen økt med 16 prosent, mens det for frukt og grønt har vært en økning på henholdsvis 38 og 46 prosent. Dette er vist i Tabell 2.2.

Tabell 2.2 Konsumprisindeks for utvalgte kategorier

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Totalindeks	100	103	106	108	110	113	114	117	119	122	126	130	132
Matvarer	100	102	104	103	104	104	106	110	115	118	121	118	116
Brød/kornprodukter	100	103	105	105	107	108	108	109	113	116	117	113	111
Kjøtt	100	100	99	96	92	90	90	92	95	98	99	97	95
Fisk	100	102	102	101	100	101	101	103	107	115	120	122	121
Melk, ost, egg	100	103	108	109	110	108	111	116	120	122	123	118	117
Frukt	100	102	102	100	103	110	117	125	134	139	141	146	138
Grønnsaker, inkludert poteter	100	101	102	100	110	118	125	128	139	146	152	145	146
Sukker, syltetøy, sjokolade	100	103	107	108	110	117	120	123	129	135	138	138	137
Kaffe, te, kakao	100	98	95	90	111	136	125	141	149	138	137	130	119
Mineralvann, leskedrikker	100	102	106	106	107	109	109	111	120	125	130	129	130
Andre matvarer	100	104	104	106	106	107	107	110	115	119	121	118	112

Kilde: SSB, 2002a.

Ser man på prisene i 2002 for utvalgte frukt og grøntkulturer, viser tall fra Statens Landbruksforvaltning (Askund, 2003) at pris i butikk varierer fra kultur til kultur og fra uke til uke².



Figur 2.1 Prisutvikling i år 2002 for jordbær, epler, pærer, gulrot og poteter

² Prisene representerer et gjennomsnitt blant de ulike butikkene inkl. merverdiavgift og er uavhengig av opprinnelse (norskprodusert kontra import) som SLF har innhentet i Oslo området.

Prisnivå og prisendringer vil påvirke etterspørselen. Beregninger som ble gjennomført i 2000, viser at etterspørselen etter frukt og grønt vil øke med mellom 5 og 10 prosent hvis prisene på frukt og grønnsaker går ned med 10 prosent. Reduseres prisen med 20 prosent, øker forbruket med mellom 10 og 20 prosent. Hvis derimot prisen på kjøtt reduseres med 20 prosent, vil det forventede forbruket av frukt bli redusert med 4 prosent (Andersen, et al. 2000). Gustavsen (2002) har studert hvordan forbruket av frukt og grønnsaker på husholdsnivå påvirkes av prisendringer og funnet ulike effekter for ulike typer hushold og ulike produktgrupper. I følge undersøkelsen vil forbruket av frukt og grønt øke mest blant par med barn og enslige mellom 45 og 65 år, hvis prisene reduseres. Noen resultater fra disse beregningene er gjengitt i Tabell 2.3³.

Tabell 2.3 Forventet prosentvis endring i etterspørsel etter frukt og grønnsaker ved 12 prosent prisreduksjon på frukt og grønnsaker

Tradisjonelle grønnsaker (frisk kal, blomkal og gulrøtter)	10,6
Salatgrønnsaker (tomater, agurk, salat, paprika og andre friske grønnsaker)	4,2
Industrigrønnsaker (frosne, hermetiske og syltede grønnsaker)	14,3
Poteter	8,9
Klassisk frukt (epler, pærer, plommer og moreller)	15,1
Importfrukt (appelsiner, bananer, druer og fersken)	12,2
Totalt	10,4

Det er likevel viktig å huske at etterspørsel og forbruk ikke bare bestemmes av varens egen pris, men også bl.a. av forholdet mellom priser på ulike matvarer, inntektsforhold og av forbrukernes holdninger og preferanser og av varenes tilgjengelighet.

³ Modellen som er benyttet i etterspørselsberegningene har trolig enkelte svakheter. Disse svakhetene innebærer at forbruket av frukt og grønt trolig er noe mindre enn det som fremkommer i tabellen, når prisen settes ned med 12 prosent.

3 Strukturelle forhold

Produksjon og import, prisforhold, bransjeorganisering og tilgjengelighet tilhører de strukturelle forhold som setter rammer for befolkningens forbruk av frukt og grønnsaker. Det vil være vanskelig å nå målene om økt forbruk uten en gunstig utvikling i relativ pris og økt tilgjengelighet for varegruppen frukt og grønt. Både myndigheter og aktører i bransjen er med på å påvirke prisene på og tilgangen til frukt og grønnsaker, myndighetene blant annet gjennom målpriser og importbestemmelser, bransjen gjennom produksjon, import, prissetting og organisering av tilbudet til ulike kundegrupper.

3.1 Arsaker til prisøkning

Prisene på frukt og grønt har de siste 10 årene økt mer enn for andre typer matvarer. I rapporten *Frukt og grønnsaker; prisnivå og utvikling 1989–2000* (Søyland, Nersten og Knutsen 2001) antydes tre mulige faktorer som kan forklare utviklingen av priser på frukt/bær, grønnsaker og poteter de siste 10 årene.

- Vertikal integrasjon mellom de store matkjedene og frukt- og grønnsaks-grossistene på midten av 1990-tallet.
- Importvernet ble endret på midten av 1990-tallet fra å være et kvantitativt importvern til et tollbasert importvern.
- Økning i målpris i 1997, 1998 og 1999.

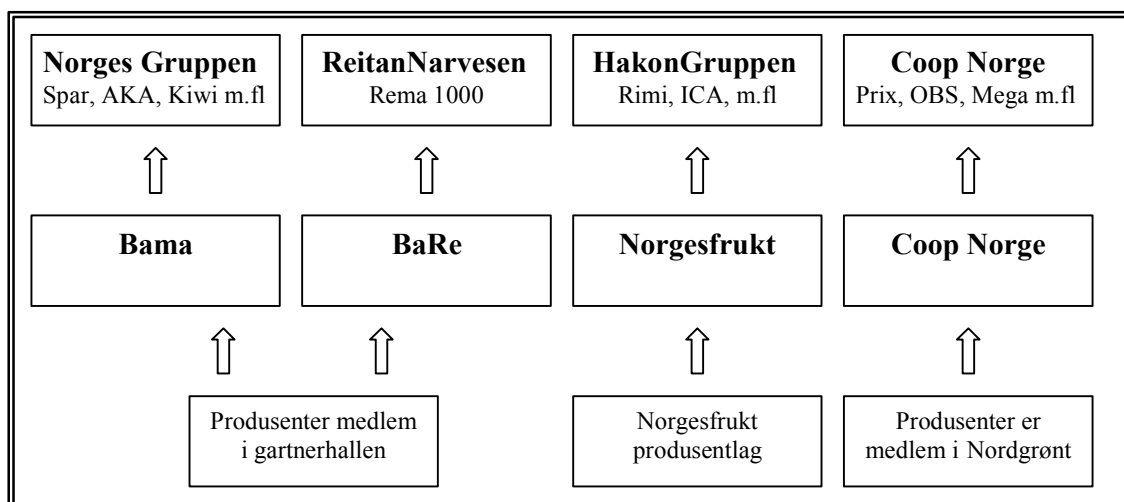
I tillegg kan noe av prisøkningen på aggregert nivå skyldes en endring i forbruksmønsteret med en økende andel varer med høyere pris.

3.2 Produksjon, import og bransjeorganisering

Det har skjedd relativt store endringer innenfor omsetningen av frukt- og grøntvarer i Norge de senere årene. Før de store matvarekjedene ble dannet, hovedsakelig fra begynnelsen av 90-tallet, var omsetningen av frukt og grønt preget av mange aktører og stor grad av konkurranse. Dannelsen av de store kjedene har ført med seg store endringer, og det har etterhvert festet seg en ny struktur i omsetningen av frukt og grønt. Det

har blitt en sterk kobling mellom frukt- og grøntgrossistene og matvarekjedene, og antall aktører er redusert. Det er nå en sterk, tilnærmet vertikal integrasjon fra detaljistene (de store kjedene) og ned til grossistene. Frukt og grønt bransjen består av ca 3 000 produsenter. Hovedvekten av disse produsentene er organisert gjennom medlemskap i Gartnerhallen, Nordgrønt eller Norgesfrukt produsentlag som igjen er tilknyttet en av de store grossistene og dermed knyttet opp mot hver sin distribusjonskanal, som er vist i Figur 3.1. De tre store aktørene består av Bama/Gartnerhallen (NorgesGruppen og ReitanNarvesen), Norgesfrukt (HakonGruppen) og Nordgrønt (Coop Norge). Deres markedsandeler er på henholdsvis 25 prosent, 26,5 prosent og 48,5 prosent (Årseth, 2002). Graden av vertikal integrasjon varierer for de tre grossistene.

Figur 3.1 Distribusjon av frukt og grønt



Kilde: Arseth, 2002.

3.3 Prising og marginer

Verdien av det totale norske *dagligvaremarkedet* for grøntvarer er av Søyland m.fl. (2001) anslått til ca 12 mrd. kroner, inkl. merverdiavgift (1998). Av dette utgjør verdien av norsk produksjon til dagligvarebransjen 1 250 mill. kroner (11 pst), import til dagligvarebransjen 3 100 mill. kroner (inkl deklarerert toll) (26 pst), margin til engros- og detaljledd, samt foredling 5 350 mill. kroner (44 pst), og merverdiavgift 2 230 mill. kroner (19 pst)⁴. I tillegg anslås storhusholdningene å være avtager av grøntvarer fra norsk produksjon og import tilsvarende 950 mill. kr. Prispåslagene i den norske frukt- og grønt bransjen kan synes relativt store, særlig fordi det er liten grad av foredling. Om dette er tilfelle og om det kan skyldes mindre konkurranse kan være verdt å undersøke nærmere.

Prising av varer ut til forbruker foregår som oftest sentralt/regionalt (i detaljistkjeden). I enkelte kjeder gis det derimot rom for lokal prising. Ofte prises varene ut i fra en fast margin innenfor varegruppen (frukt- og grønt). Dette gir rom for strategisk prising på enkeltvarer. Grossistene oppfatter seg selv i stor grad som tradere, der de får i

⁴ I og med reduksjonen av mva for matvarer fra 24 til 12 pst fra 1.7.2001, kan totalmarkedet per i dag anslås til i underkant av 11 mrd. kroner og mva-andelen vil være 10,7 pst.

oppdrag fra detaljistene å skaffe varer til en viss pris/kvalitet. I de tilfeller der grossisten ikke klarer å fremskaffe produkter som detaljisten ønsker, kan detaljisten benytte en annen grossist (eventuelt at grossistene kjøper av hverandre). Alternativt må detaljisten endre sitt krav til kvalitet eller pris for å få varer (Eskedal, 2002 og Tjomsland, 2002). Et nøkkeltall som ofte benyttes i butikkene er omsetning per kvadratmeter. På frukt- og grønt er denne ofte høy sammenliknet med andre varer. I følge (Tjomsland, 2002) kan man øke omsetningen av frukt og grønt⁵ ved å øke fokuseringen rundt dette nøkkeltallet. I en intervjuundersøkelse utført i 2001 (Knutsen et al., 2001), oppgav butikk-sjefer at omsetningen av frukt og grønt utgjør mellom 7–12 prosent av butikkens totale omsetning⁶.

Mange typer frukt og grønnsaker er typiske sesongvarer. For eksempel har klementiner en markedsandel på 7 prosent i begynnelsen av november, mens rett før jul utgjør markedsandelen 20 prosent (Dagligvarehandelen, 2001). Med denne kunnskapen prises ofte produktene strategisk. Den gjennomsnittlige bruttoavansen⁷ på frukt og grønt i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) lå på 22 prosent i 1996 (Strøm, 1999), mens enkelte butikker har en målsetting om en årlig bruttoavanse på nærmere 30 prosent (Dagligvarehandelen, 2001). Sammenlikner man marginen på frukt og grønt med andre dagligvareprodukter, viser Strøm sin undersøkelse at marginen på frukt og grønt er høyere enn på en rekke andre produkter.

Tabell 3.1 Utdrag fra marginundersøkelse utgitt i 1999

	Brutto fortjeneste i %	Salgsinntekt i %
Poteter, grønnsaker frukt og bær	22	7,8
Brød, kaker og lignende	22	4,4
Tørrvarer	20	8,7
Fisk og fiskevarer	20	2,1
Hermetikk	19	2,2
Barnemat	18	0,4
Kjøtt og kjøttvarer	18	6,3
Ost melk og andre meierivarer	14	13,8

Kilde: Strøm, 1999

3.4 Svinn

I 1994/1995 gjennomførte frukt- og grøntbransjen i samarbeid med Matforsk og Næringsmiddeltilsynet, en landsomfattende kartlegging av svinn på frukt og grønt i Norge (Bengtson et al., 1996). Undersøkelsen ble iverksatt for å dokumentere forholdene, for deretter å redusere svinnet der det monner mest. Resultatet fra denne kartleggingen viser et betydelig potensial for forbedring, hvor produsenter, grossister og butikker har et kollektivt ansvar for svinnet og den kvaliteten forbrukerne finner i butikken. Mer konkret viser undersøkelsen at det totale svinnet utgjør mellom 20–40 prosent av innhøstet mengde. Av dette utgjør svinnet i distribusjonsskjeden ca 13 prosent, mens svinnet blant produsentene utgjør mellom 10 og 30 prosent. Man antok at dette til sammen utgjorde et sted mellom 600–800 millioner kroner i året.

⁵ Det må imidlertid ikke gå utover variasjonen av andre typer produkter.

⁶ Det er til dels store sesongvariasjoner, samt variasjoner mellom butikker/kjeder.

⁷ I prosent av salgsinntekt.

Tabell 3.2 Svinn fra jord til bord

	Svinn
Pa akeren	?
Forhold hos produsenten etter innhøsting	10–30 %
Sum produsentsvinn	+ 10–30 %
Vrak-/kassasjons- og pusse, inkl. import- og transport	5,0 %
Fordampning	3,5 %
Nedprisning	2,0 %
Tyveri	1,5 %
Annet (kassafeil, lagerfeil o.a.)	1,0 %
Sum distribusjonssvinn	13,0 %

I de årlige beregningene i total kalkylen til NILF, har man beregnet at svinn på produsent ligger på ca 20 prosent for epler, pærer og bær, mens det for moreller, kirsebær og plommer utgjør 40 prosent. Det må sies at det er knyttet stor usikkerhet til disse beregningene. Når det gjelder svinn på grønnsaker, antar NILF at dette ligger på ca 20 prosent for de fleste kulturer med unntak av tomater og agurk (ca 5 prosent).

Svinn blant produsenter, grossister og detaljister varierer mye. Svinn antas å skyldes «pussing», lagerråte, overmodning og feil kvalitet i forhold til kravspesifikasjoner (som for eksempel størrelse og form). Mye av årsakene til svinn kan i følge undersøkelsen tilskrives dårlig kunnskap om oppbevaring/lagring av frukt og grønt i hele verdikjeden, samt at leveringshyppigheten har betydning for svinn i butikk (hyppig levering innebærer mindre svinn). I hvilken grad svinn påvirker pris og derigjennom det totale forbruket er det vanskelig å si noe konkret om, fordi man har et målprissystem. Ved «overproduksjon» av norsk frukt og grønt, vil overskuddet bl.a. bli regulert til pressing, slik at markedsmekanismen for pris og etterspørsel ikke gjelder.

3.5 Undersøkelse blant norske produsenter

Totalt er det nærmere 2880 leverandører som er tilknyttet en av de tre store grossistorganisasjonene. I følge en fersk undersøkelse blant disse (Årseth 2002) ønsker norske grøntprodusenter å opprettholde eller øke sin produksjon av grønt. De fleste produsentene gir inntrykk av å ha større fokus på kostnadseffektivitet enn å produsere særegen og kundetilpasset kvalitet. Den generelle interessen for nisjeproduksjon er forholdsvis lav, men interessen for direktesalg er relativt høy. Blant produsenter som ikke er knyttet til kjedegrossister, er interessen for å øke direktesalget til forbruker større enn interessen for å imøtekomme kjedegrossistenes krav for levering. Blant produsentene som er knyttet til kjedegrossister, er hele 40 prosent interessert i å finne alternativ distribusjonskanal (alene og/eller sammen med andre) for å kunne ha flere ben å stå på. De store produsentene er mer interessert i å jobbe for økt felles markedsføring, enn de små. I undersøkelsen som omfattet 295 respondenter svarte 77 prosent at de leverte varer til kjedegrossister, 8 prosent oppgav at de leverte direkte til butikk, 5 prosent til restauranter/storkjøkken, mens hele 33 prosent leverte direkte til forbruker.

3.6 Økende importandel

I tillegg til tilførselen fra norske produsenter importeres det store og økende volumer både utenfor og innenfor norsk sesong. Tabell 3.3 viser den norskproduserte andelen⁸, for både frukt, grønnsaker og poteter. Som vi ser av tabellen har andelen gått kraftig ned de siste 50 årene. Verdenshandelen med frukt og grønnsaker viser en generell tendens til økning, der samme produkt eksporteres i en periode og importeres i en annen (Cook, 2001). Dette har øket tilgangen på friske varer også utenom lokal sesong og gitt forbrukerne et større og mer variert tilbud av eksotiske varer. Av tabell 3.4 går det fram at økningen i grønnsakimporten særlig har kommet på andre varer enn de tradisjonelle norskproduserte grove grønnsakene.

Tabell 3.3 Norskprodusert andel av forbruket i prosent

	1951	1970	1979	1989	1999	2001
Frukt	42	35	29	27	16	16
Grønnsaker	93	87	72	73	58	57
Friske poteter	100	100	93	99	79	78

Kilde: NILF, 2002.

Importstatistikken for grønnsaker de siste sju årene viser en økning fra 99 tusen tonn (i 1995) til 125 tusen tonn (i 2001). Poteter står for ca 44 prosent av importen, mens tomater står for 11,5 prosent.

Tabell 3.4 Import av ferske grønnsaker (i 1000 kg) fra 1995–2001

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Poteter	50190	55056	35208	31478	43435	47827	55464
Tomater	11489	11523	11740	12540	13298	13147	14427
Løk	5237	3054	3767	7244	6836	6952	8039
Kal	10917	13565	12732	14635	13954	12562	12608
Salat	2888	4027	5106	5863	6668	6654	7458
Gulrøtter	3435	3878	3954	2532	6228	2261	4965
Agurk	5059	5379	5544	5605	4873	4475	5162
Annet	10107	11730	12915	13641	14869	15862	17181
Sum	99322	108212	90965	93537	110160	109740	125306

Kilde: SSB, 2002b.

Importstatistikken for frukt og bær viser en økning fra 205 tusen tonn i 1995 til 242 tusen tonn i 2001. Bananer og sitrusfrukter står til sammen for ca 50 prosent av importen, mens epler og pærer står for ca 25 prosent.

⁸ målt på energibasis i prosent.

Tabell 3.5 Import av fersk frukt (i 1000 kg) fra 1995–2001

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Bananer	59549	60655	58532	58211	64580	59902	60834
Sitrusfrukter	61089	58151	59613	62060	53148	62869	60728
Druer	14985	17786	15839	17072	18745	20727	23955
Meloner	6585	7746	9727	9853	11531	11798	13059
Epler	37187	38744	37796	39549	45385	42089	44438
Pærer	13179	15919	15176	14209	16973	15561	16936
Plommer	1339	1806	1920	1499	2446	2291	2584
Jordbær	1675	1677	1788	1601	2122	1644	1825
Andre bær (inkl. kiwi)	3501	4029	4233	3718	4108	4182	4633
Annet	6360	9731	8120	8335	11689	12416	13397
Sum	205450	216243	212743	216108	230728	233479	242388

Kilde: SSB, 2002b.

3.7 Reguleringer som påvirker pris

Offentlige reguleringer som for eksempel målpriser, avgifter, gebyrer, tilskudd og importregimet er alle elementer som påvirker priser på frukt og grønt.

3.7.1 Malpriser

Norskprodusert frukt og grønt er omfattet av målprissystemet. Målprisen varierer fra uke til uke, og fra produkt til produkt. Nivået for målprisen for de enkelte produktene blir forhandlet gjennom jordbruksavtalen (Forhandlingspartene er staten og Norges Bondelag). Hvis den gjennomsnittlige prisen som produsentene får for produktene ligger mer enn 12 prosent høyere enn målprisen (øvre prisgrense) to uker på rad, åpnes muligheten for å redusere tollsatsene (administrativ tollnedsettelse). Tabell 3.6 viser variasjonen i målpris og øvre prisgrense for utvalgte produkter for noen utvalgte uker i produksjonsåret 2002/2003.

Tabell 3.6 Eksempel på malpriser (MP) og øvre prisgrenser (ØP) i utvalgte uker i produksjonsåret 2002/2003 (i øre)

	2002, uke 30		2002, uke 40		2002, uke 50		2003, uke 10		2003, uke 20	
	MP	ØP	MP	ØP	MP	ØP	MP	ØP	MP	ØP
Tomater	1444	1617	1527	1710	-	-	-	-	1573	1762
Gulrøtter	533	597	340	381	370	414	490	549	540	605
Epler	-	-	895	1002	-	-	-	-	-	-

Kilde: Landbruksdepartementet, 2002a

3.7.2 Importregimet for frukt og grønt

Hovedvekten av det norske forbruket av frukt (84 %) importeres fordi man har lav selvforsyningsgrad. Drøyt halvparten av grønnsaksforbruket dekkes av norsk produksjon (57 %) (tabell 3.3). Dette innebærer at man er avhengig av å importere frukt og grønt. I følge importstatistikk (SSB, 2002b) har importen av friske og kjølte grønnsaker økt med 12

ca 26 prosent fra 1995–2001, mens importen av frisk/kjølt frukt og bær økte med ca 18 prosent. Hvor stor tollen på de importerte varene er, varierer mellom produkter, sesong, samt produktenes opprinnelse (frihandelsavtaler). Tabell 3.7 viser et utdrag av tollsatser for utvalgte «typisk norskproduserte» produkter, gjennom året.

Tabell 3.7 Tollsats (kr per kg) for utvalgte produkter i ulike perioder av året

Periode	Tomater	Periode	Gulrøtter	Periode	Epler
01 nov – 09 mai	0,00	01 mai – 31 aug	2,61 ⁴⁾	01 mai – 31 nov	4,83
10 mai – 10 jul	12,21 ¹⁾	01 sep – 30 apr	1,15 ⁵⁾	01 des – 30 apr	0,03
11 juli – 14 okt	8,86 ²⁾				
15 okt – 31 okt	1,60 ³⁾				

- 1) Tomater som importeres som opprinnelsesprodukter fra EFTA og EF i perioden 1 juni -10 juli har hovedsakelig en tollsats på 11,21 kr per kg.
- 2) Tomater som importeres som opprinnelsesprodukter fra EFTA og EF i perioden 11 juli -14 oktober har hovedsakelig en tollsats på 7,86 kr per kg.
- 3) Tomater som importeres som opprinnelsesprodukter fra EFTA og EF i perioden 15 oktober – 31 oktober har hovedsakelig en tollsats på 0,60 kr per kg.
- 4) Gulrøtter som importeres som opprinnelsesprodukter fra EFTA og EF i perioden 1mai – 31 august har hovedsakelig en tollsats på 2,53 kr per kg.
- 5) Gulrøtter som importeres som opprinnelsesprodukter fra EFTA og EF i perioden 1september – 30 april har hovedsakelig en tollsats på 1,07 kr per kg.

I den norske sesongen, dvs i perioder hvor man har stor omsetning av norskprodusert frukt og grønt, er tollsatsen som regel høyere enn resten av året. I enkelte tilfeller kan det derimot gis tollettelser i den norske sesongen. Dette skjer hovedsakelig gjennom administrative tollnedsettelse eller ved bruk av tollkvoter (SLF, 2002a). I budsjettforslaget for 2003 er det foreslått å fjerne tollsatser for enkelte landbruksprodukter. Hvis forslaget blir vedtatt vil dette omfatte produkter som sitrusfrukter, ananas, mango, vindruer, meloner, produkter man ikke har «naturlig norsk produksjon på» (Finansdepartementet, 2002).

Administrative tollnedsettelse

Ordningen for administrative tollnedsettelse består i hovedsak av to aktuelle ordninger som omfatter frukt og grønt; generelle tollnedsettelse og individuelle tollnedsettelse. Formålet med de to ordningene er å «legge til rette for import av landbruksprodukter som supplement til norsk produksjon ut i fra hensyn til forbrukere og næringsmiddelindustri. Tollvernet skal administreres med sikte på å sikre avsetningsgrunnlaget for norsk produksjon blant annet i henhold til jordbruksavtalens prisbestemmelser og å hindre markedsforstyrrelser» (Lovdata, 2002a).

Tollkvoter

Det kan søkes om kvoter på en rekke landbruksprodukter, herunder hvitkål, rødkål, epler og pærer. Når det gjelder fordeling av tollkvoten for epler og pærer, fordeles denne ut i fra bedriftens historisk import, mens for hvitkål og rødkål fordeles kvoten etter et auksjonsprinsipp. Tollkvoten på både hvitkål og rødkål ligger på ca 135 tonn, mens den for epler er ca 8 000 tonn og for pærer ca 250 tonn. Når man får tildelt av kvotene som her er omtalt, kan man importere en gitt mengde med redusert tollsats (Lovdata, 2002b).

3.7.3 Avgifter og tilskudd

3.7.3.1 Differensiert merverdiavgift

Lov av 14 desember 1973 nr 57 om kompensasjon for merverdiavgift på matvarer (ikrafttredelse 1. januar 1974 – opphevet 1. juli 1996), har vært benyttet i perioden 1974 – 1982 og 1993–1996. Merverdiavgiftskompensasjon har aldri omfattet frukt og grønt (Andersen et al., 2000). 1. juli 2001 ble derimot merverdiavgiften på alle matvarer redusert, fra 24 til 12 prosent.

3.7.3.2 Næringsmiddelavgift

Det skal betales næringsmiddelavgift til staten av alle næringsmidler, unntatt kjøtt, fisk og vann (vann som ikke er detaljpakket). Med næringsmidler menes enhver mat- eller drikkevare som er bestemt til å konsumeres av mennesker. Næringsmiddelavgiften utgjør 1,16 prosent av brutto fakturabeløp eksklusiv merverdiavgift⁹, (Lovdata, 2002f). I følge Frukt- og Grønnsaksgrossistenes servicekontor (Østebø, 2002) ligger det i budsjettforslaget for 2003 å øke næringsmiddelavgiften til 1,52 prosent for norskproduserte og importerte råvarer/halvfabrikata¹⁰. I følge de samme kildene innebærer budsjettforslaget en ny forskrift om avgift for å finansiere kontrollen med ordningen om beskyttelse av opprinnelsesbetegnelser, geografiske betegnelser og betegnelser for tradisjonelt særpreg på landbruksbaserte næringsmidler. Denne avgiften vil omfatte norskproduserte råvarer og vil ha det samme omfang og det samme avgiftsgrunnlaget som næringsmiddelavgiften. Satsen for denne avgiften er foreslått til 0,05 prosent.

3.7.3.3 Forskningsavgift

Det skal i utgangspunktet betales forskningsavgift på landbruksprodukter som nyttes til ervervsmessig bearbeiding eller til fremstilling av nærings- og nytelsesmidler. Imidlertid er enkelte landbruksprodukter fritatt for å betale forskningsavgift. Dette gjelder bl.a. bananer, ananas, mango, sitrusfrukter, meloner, aprikoser, fersken, nektariner og kiwi. Forskningsavgiften utgjør 0,3 prosent av brutto fakturabeløp eksklusiv merverdiavgift¹¹. (Lovdata, 2002g). I følge Østebø (2002) vil satsen for forskningsavgiften i statsbudsjettet for 2003 være uendret.

3.7.3.4 Kontrollgebyr

I henhold til «Forskrift om planter og tiltak mot planteskadegjørere» (Lovdata, 2002h), er det en rekke planter og smittebærende emner som ved import skal ha sunnhetssertifikat. Bl.a. sitrusfrukter, epler, aprikoser, fersken, kirsebær, moreller, nektariner, plommer pærer, kepaløk, sjalottløk og poteter må ha plantesunnhetssertifikat. I perioden 16 april til 30 september må også jordbær, solbær, rips, stikkelsbær, bringebær, stilkselleri, blomkål, brokkoli, meloner, fennikel, salat og tomat ha et slikt sertifikat¹². Gebyret på sertifikatet tilsvarer 1,8 prosent av varens importverdi. Gebyret gjelder ikke for norskproduserte varer.

⁹ For importerte ferdigvarer utgjør avgiften 0,92 prosent av importverdien.

¹⁰ For importerte ferdigvarer vil avgiften bli 1,2 prosent av importverdien.

¹¹ For importerte ferdigvarer utgjør avgiften 0,2 prosent av importverdien

¹² Man er fritatt for sunnhetssertifikat hvis importert mengde er under 10 kg (gjelder ikke poteter).

3.7.3.5 Omsetningsavgift

Med virkning fra og med 1982 ble innkreving av omsetningsavgiften på grønnsaker, frukt og jordbær opphevet og erstattet av en ordning med kollektiv dekning av omsetningsavgift over jordbruksavtalen. På andre produkter (kjøtt, egg, melk og korn) er det fortsatt omsetningsavgift i enkelte perioder av året (SLF, 2002b).

3.7.3.6 Tilskudd

I verdikjeden finnes det ulike tiltak som direkte og indirekte bidrar med å redusere prisene, så vel som å fremme samarbeid. Tilskudd til fruktlager¹³ og produksjonstilskudd-/distriktstilskudd/arealtilskudd er eksempler på dette (Lovdata, 2002c og Lovdata 2002d). 14 desember 2001 vedtok Stortinget å fjerne tilskuddsordningen «*Tilskudd til nedskrivning av priser for visse sorter frukt levert til Nordland, Troms og Finnmark*». Den totale støtten i tilskuddsordningen utgjorde ca 18 millioner kroner i år 2000, mens beløpet for 2001 var 14,5 millioner kr (Johannesen, 2003). NILF kjenner ikke til de totale konsekvensene ved å fjernet dette tilskuddet, men vi har fått opplyst at konsekvensen ved å fjerne støtten i forbindelse med dagens omfang av skolefruktordningen var relativt liten. En leverandør valgte å trekke seg fra avtalen om å levere frukt og grønt, mens de resterende valgte å fortsette.

¹³ Det er bevilget 8,1 millioner kr til ordningen i 2003 (samme som i 2002)

4 Samarbeidstiltak for å øke forbruket av frukt og grønt

I arbeidet med å øke forbruket av frukt og grønt kan helsemyndighetene ha felles interesser med bransjen og med andre myndigheter. Dette åpner muligheter for samarbeid og felles tiltak. Samtidig kan ulike aktører ha ulike prioriteringer og ulike syn på hvilke strategier og tiltak som vil ha effekt. I dette kapittelet behandles eksempler på samarbeid og fellestiltak, prioriteringer og synspunkt hos noen viktige aktører, i tillegg til noen nye trender og muligheter.

4.1 Opplysningskontoret for frukt og grønt

Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) er en felles organisasjon for frukt- og grøntbransjen i Norge. OFGs rolle er å drive generisk (nøytral) informasjons- og markedsføringsarbeid til nytte for alle som produserer og selger frisk frukt og grønnsaker. I tillegg til de tre store grossistene sitter Sosial- og helsedirektoratets avdeling for ernæring, Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Norsk Gartnerforbund, Grøntprodusentenes Samarbeidsråd, OIKOS-Økologisk landslag, Norges Frukt- og grønsaksgrossisters forbund i styret til OFG, noe som gjør organisasjonen sentral i å samordne en del av arbeidet med å øke forbruket av frukt og grønt. OFGs aktiviteter er først og fremst rettet mot handelsleddet og forbrukere, for derigjennom å øke forbruket og totalmarkedet av frukt og grønt. OFG fungerer også som en informant ovenfor presse/media og politiske myndigheter (OFG, 2002a). En av OFG sine strategier for 2002/2005 er at de skal være en nettverksorganisasjon som bygger allianser og nettverk til organisasjoner, bedrifter og myndigheter¹⁴. OFG har ikke til hensikt å involvere seg i politiske beslutninger som omfatter avgifter og regelverk som er omtalt i kapittel 3.7.1 til 3.7.3. OFGs virksomhet blir bl.a. finansiert gjennom jordbruksoppgjøret. I 2003 er det bl.a. bevilget 7,9 millioner kr (samme som i 2002) som skal benyttes til kvalitets- og

¹⁴ Strategidokumentet bygger på en forutsetning om at man innfører en avgift på 1% på all norskprodusert og importert frukt.

salgsfremmende tiltak¹⁵ (Landbruksdepartementet, 2002a). Når det gjelder fremtidig finansiering av OFG sine aktiviteter, jobbes det med å innføre en avgift¹⁶ fra både importører og norske produsenter (OFG, 2002a), som skal sikre en mer stabil/sikker finansiering. Anslagsvis vil avgiften utgjøre 42–46 millioner kroner pr år (Østebø, 2002).

OFG sine aktiviteter retter seg inn mot tre ulike arenaer: privat, arbeid/skole og kjøpsituasjon. I forbindelse med disse tre arenaene har OFG kartlagt strategiske barrierer og kritiske suksessfaktorer. Videre har de utarbeidet strategiske prosjekt som er knyttet til disse barrierene/suksesskriteriene. I Tabell 4.1 har vi oppsummert noen av disse barrierene/suksessfaktorene/prosjektene.

Tabell 4.1 Utdrag av OFGs strategiske barrierer, kritiske suksessfaktorer og strategiske prosjekt

Strategiske barrierer	Strategiske suksessfaktorer	Strategiske prosjekt
Privat:		
1) Den norske befolkning har manglende kunnskap om et sunt kosthold.	1) Innga samarbeid med helseorienterte organisasjoner som kan popularisere helse- og ernæringsstoff.	1) Bygge allianse med andre organisasjoner med helsefokus.
Kjøpsituasjon:		
1) Økonomiske drivere har høy viktighet for forbrukere.	1) Forklare økonomibildet herunder prisvariasjoner (hvorfor er prisen på frukt- og grønt slik den er, og er dette dyrt/billig)	1) Utvikle et kommunikasjonskonsept for økonomi og anvende dette mot samarbeidspartnere og media.
Arbeid/skole:		
1) Fa frem budskap om at frukt og grønt er viktig for trivsel, helse og velvære. 2) Lære barn til å spise frukt og grønt. Dette er positivt og vil få følger for fremtidig forbruksvaner.	1) Dokumentere at frukt og grønt har en innvirkning på effektiviteten i arbeidstiden/sykefraværet. 2) Kostnadseffektiv skolefruktordning, med forutsigbar kvalitet og troverdig påvirkning av elevene.	1) Samarbeide med organisasjoner som NHO, LO etc. 2) Arbeide frem detaljert kravspesifikasjoner for leverandører til skolefruktordningen, samt arbeide frem avtaleverk med Tine.

Kilde: OFG, 2002a

4.1.1 Skolefrukt

I Folkehelsemeldingen (Helsedepartementet 2003) er utvidelse av skolefruktordningen med finansiering av prisnedskrivning for alle elever et prioritert tiltak. Kostnadene er beregnet til 70 millioner kroner årlig. Skolefruktordningen er en måte å få barn og ungdom til å spise mer frukt og grønnsaker, ved å øke tilgjengeligheten og redusere prisen mot denne målgruppen. Det at man starter med opplæring gjennom gode matvaner i en tidlig alder kan også bidra til å påvirke fremtidig forbruk.

¹⁵ 5,5 millioner kr til opplysningsarbeid om frukt og grønnsaker, og 2,4 millioner kr til opplysnings- og prosjektvirksomhet for poteter.

¹⁶ «Avgiften skal innkreves gjennom lov og forskrift med offentlig innkreving, der det tas sikte på å innkreve 1 % av verdien ved import og med en likeverdig innkreving av produkter fra norsk produksjon. En slik ordning på ikke være i konflikt med det legale regelverket til WTO som Norge er forpliktet av, og det må ikke komme i konflikt med norsk konkurranselovgivning eller andre sentrale offentlige hensyn».

I det strategiske planverket til OFG står skolefruktordningen sentralt. En av oppgavene til OFG er å forvalte prisnedskrivningsordningen av frukt og grønt i skolen (Lovdata, 2002e). I 2003 er det avsatt 10 millioner kroner¹⁷ (samme som i 2002) til denne ordningen, hvorav 8,5 millioner er direkte tilskudd til grossister og butikker som leverer frukt og grønnsaker til skolene (Svennerud, 2002). Høsten 2002 deltar ca 1.300 skoler/ 64.000 elever i skolefruktordningen (OFG, 2002b) og år 2002 er det første året hvor man har klart å benytte hele beløpet som er avsatt til «tilskudd til prisnedskrivning av frukt og grønt i skolen» (Rebnes, 2002).

Finnmark er det eneste fylket som per i dag ikke er med i skolefruktordningen, men OFG jobber med å få fylket med til skoleåret 2003/2004. Bosettingsmønsteret og store avstander gjør det lite attraktivt for grossistene å levere skolefrukt i Nord-Norge. I følge Sørbøe (2003) vil økonomien i skolefruktordningen ikke kunne forsvares for noen av grossistene med dagens distribusjonssystem¹⁸. Den eneste måten alle skoler i Finnmark kan delta i skolefruktordningen er å desentralisere distribusjonen ved at transporten går via butikker og ut til skolene. Leverandører som er med på skolefruktordningen får i dag 2,50 kr per frukt per dag (betales av elevene). I tillegg får grossister og butikker henholdsvis 70 og 100 øre per frukt/grønnsak, som leverandør i skolefruktordningen¹⁹. I England er det innført gratis frukt og grønt i skolen for de aller yngste årsklassene (4–6 år), det vil til dels si for barn som er for unge til å omfattes av den norske ordningen (Department of Health, 2001).

4.2 Satsingsområder i Landbruksdepartementet

I følge statssekretær Leif Helge Kongshaug er det i 2003 budsjettet satset spesielt på følgende (Landbruksdepartementet, 2002b):

- Trygge matvarer av rett kvalitet.
- Større variasjon og mangfold i landbruksproduksjonen.
- Økt verdiskapning knyttet til landbruksbasert virksomhet.
- En bærekraftig produksjon.
- Forskning og utvikling.
- Modernisering og effektivisering av mat og landbrukspolitikken.

Ingen av de nevnte punktene er direkte satsingsområder som går ut på å øke forbruket av frukt og grønt. Imidlertid er det lagt vekt på kvalitet og variasjon, som kan bidra med å øke omsetningen. I følge Kongshaug (Landbruksdepartementet, 2002b) vil det i løpet av 2003 bl.a. bli innført en ny merkeforskrift, og man vil se nærmere på mulig endringer i potetforskriften.

Videre ønsker myndighetene ved Statens næringsmiddeltilsyn å ha en dialog med partene som er involvert i prosjektet «IK-grønt» (intern-kontroll som omfatter bestilling mottakskontroll, lagring, rullering, rydding i disk, vareplassering og helhetsintrykk), slik at man kan iverksette et landsomfattende opplegg. For å skape et mangfold i norsk

¹⁷ Dette utgjør ca 20 prosent av den samlede bevilgningen til ordningen med avsetningstiltak (Landbruksdepartementet, 2002a). Andre avsetningstiltak for 2003 er: Kollektiv dekning av omsetningsavgift i hagebruk (10,0 mill kr), Andre avsetningstiltak for hagebruk og potet (3,9 mill kr), Prisnedskrivningstilskudd til potetspritt (19,0 mill kr), kadaverhåndtering (5,0 mill kr) og ordningen for produsent-sammenslutninger (0,5 mill kr).

¹⁸ Bama er den av de store grossistene som har det nordligste lageret (i Tromsø). Transporten foregår per i dag som samtransport med meieriet, hurtigruten og via transportbyråer. De to andre grossistenes nordligste lagre ligger i Narvik og benytter i hovedsak samme distribusjonsnettverk som Bama.

¹⁹ Disse beløpene blir bevilget av det direkte tilskuddet på 8,5 millioner kr.

produksjon vil det offentlige bidra med forskningsmidler og midler til produktutvikling (Landbruksdepartementet, 2002b).

Et naturlig spørsmål er om markedspotensialet blant produsentene, grossistene og distributørene er godt nok utnyttet. Bl.a. hevder Kongshaug også at det er gode muligheter for å øke omsetningen av økologiske produkter, og myndighetene vil derfor opprettholde virkemidlene som eksisterer i dag (Landbruksdepartementet, 2002b). Det sattes også på mangfold og produktutvikling, blant annet utvikling av produkter for skolefruktordningen. Det er derfor viktig at bransjen (produsenter, grossister og detaljister) har systemer som kan ivareta differensierte produkter (også små volumer).

Når det gjelder importvernet for de viktigste norskproduserte produktene, har myndighetene gitt sterke signaler på å opprettholde dette for å kunne gi beskyttelse til de norske hovedproduksjonene (Landbruksdepartementet, 2002b). I følge grossistene bør man derimot gå inn å gjøre importordningene mer fleksible, slik at man kan opprettholde et større sortiment med differensierte produkter/produktkvaliteter.

4.3 Strategier og synspunkt i bransjen

4.3.1 Grossister

Med tanke på øke forbruket av frukt- og grønt, bidrar alle de tre grossistene med markedsaktiviteter i butikk (Bergstrøm, 2002, Wilhelmsen, 2002, Stensrud, 2002 og Årseth, 2002). Både Coop, Norgesfrukt og Bama er positive til det arbeidet som Opplysningskontoret for frukt- og grønt (OFG) gjør i forbindelse med generisk markedsføring²⁰. Imidlertid har de tre grossistene noe ulike synspunkter når det gjelder OFG sin totale påvirkningskraft for forbruket av frukt og grønt. I følge (Bergstrøm, 2002) er den sterkeste kanalen man kan benytte for å påvirke forbrukerne til å kjøpe mer frukt- og grønt i selve butikken, fordi andelen av impuls kjøp er så høy. Dette er i tråd med tidligere undersøkelser²¹ som er gjort i forbindelse med impuls salg. Grossistene er også enige om at media overfokuserer på butikkens «høye matpriser». De ønsker at media i større grad skal vektlegge kvalitet.

Grossistene etterlyser større engasjement fra helsemyndighetene bl.a. når det gjelder informasjonskampanjer og finansiering. Grossistene ønsker også at det skapes en arena bestående av handlekraftige representanter fra myndigheter og hele verdikjeden, som kan diskutere overordnede problemstillinger. «Slik situasjonen er i dag snakkes det mye, men det skjer veldig lite» (sitat: Wilhelmsen, 2002). Spesielt tollsystemet ble nevnt som et hinder for å kunne omsette mer frukt og grønt. Tollregelverket er i følge grossistene for lite markedsstilpasset, noe som fører til perioder med kunstig høye priser. I følge (Eskedal, 2002) bør myndighetene ha ett mål (ikke to). De to målene som myndighetene jobber med per i dag er a) øke forbruket av frukt og grønt på generell basis og b) fremme norskprodusert frukt- og grønt. Det ene målet utelukker i stor grad det andre. En av årsakene til dette, er det høye importvernet man har i Norge for å sikre norsk produksjon. Ved å kutte importvernet vil produktene bli billigere og man vil få solgt mer (forutsettes at kvaliteten er uendret sett ut fra et forbrukerperspektiv).

²⁰ Når det gjelder OFG sitt forslag om ny finansiering, er det uenighet om hvorvidt man skal gjøre dette ved å innføre en ny avgift, eller finne en alternativ måte som ikke går utover forbrukerne.

²¹ Basert på diverse presentasjoner i forbindelse med Oslo Handelstands forening handelskonferansen i Oslo Tirsdag 10. nov. 1999.

4.3.2 Detaljhandel

Detaljistene har i liten grad inngått direkte samarbeid med myndighetene med tanke på å øke omsetningen av frukt og grønt. Det er først og fremst grossistene som har hatt denne rollen, og de NILF har vært i kontakt med synes dette har fungert bra.

Også i følge representanter fra detaljhandelen (fullsortiment og lavpris) legges det for stor vekt på prisens betydning for forbruk. Pris har noe større betydning i lavpriskjedene enn i fullsortimentsbutikker, og trolig betyr kvalitet og tilgjengelighet mer. Den samme oppfatningen finner man også hos grossistene. Å si at pris ikke har betydning for forbruket, vil være feil. For enkelte grupper er prisen av avgjørende betydning. Ofte kan man se en sammenheng mellom utdannelsesnivå/familiesituasjon og forbruk (Sommerstedt 2002 og Eskedal, 2002).

Når det gjelder aktiviteter for å øke forbruket av frukt- og grønt, kan man i følge detaljistene bl.a. øke antall kampanjer i butikk, tilby mer informasjonsmateriell og ikke minst styrke arbeidet med holdningskampanjer. Detaljistene vi har vært i kontakt med, stiller seg positive til OFG sin strategi om å samordne den generisk profileringen med de tiltak som gjøres i butikk med hensyn på når dette skal gjøres. Imidlertid bør myndighetene også være klar over at de få kampanjene som gjøres i butikkene på eget initiativ, oftest er finansiert av leverandører som Chiquita, Dole etc.

Både grossister og detaljister har uttalt at det bør legges enda mer arbeid i hvordan frukt- og grønt presenteres i butikk. En av detaljistene vi har vært i kontakt med, hevder at lavpriskjedene fungerer som en hemske for å øke forbruket av frukt og grønt, mens det er takket være fullsortimentsbutikkene at frukt- og grønt forbruket er så høyt som det er. Detaljistene ønsker i likhet med grossistene et mer synlig engasjement fra helsemyndighetene for å øke forbruket av frukt- og grønt. Det at stadig flere blir bevisst på sunt kosthold kombinert med en befolkning med høy utdanning, taler for at forbruket av frukt og grønt kan økes ytterligere.

4.4 Alternativ og utviklingstrender

4.4.1 Nisjeproduksjon og alternativ distribusjon

Tilgjengelighet er en viktig variabel som bidrar til å forklare utviklingen i forbruket av frukt og grønt. Tilgjengelighet innebærer også det å kunne tilby produkter tilpasset forbrukernes sitt behov/ønsker. I følge en MMI-undersøkelse (MMI, 2002), har forbruket av sunn mat økt. Årsaken til dette er økt matglede og ikke nødvendigvis at forbrukerne har blitt mer opptatt av sunnhet. Økologiske produkter, nisjeprodukter (for eksempel «knaskerøtter») og produkter med lokal forankring kan stimulere forbruket.

Hovedvekten av frukt- og grønt omsetningen går gjennom de store etablerte grossistene/detaljistene. Det finnes imidlertid andre kanaler som kan utvikles/benyttas. Her kan nevnes hjemkjøring («home delivery»), selvplukk, private/direkte utsalg (for eksempel gardsmat eller salg fra kasser langs veien), direkte leveranser fra produsent til detaljist (for eksempel Beine veien) eller markeder (se Jervell, 2001, 2002).

Nye omsetningskanaler som Norsk gardsmat (initiert av Landbruksdepartementet), Bondens marked (Norsk landbruksamvirke, 2002) og Beine veien (Norgesgruppen) er egnet for omsetning av frukt og grønt og kan bidra både til å øke tilgangen lokalt og til økt forbrukerinteresse. I USA omsetter særlig små frukt og grønt produsenter store deler av produksjonen direkte (Jolly og Hansen 2000) og USDA har utgitt en rekke publikasjoner og veiledninger for å fremme direktesalg. Mange norske produsenter selger allerede direkte og flere uttrykker ønske om å øke omfanget av direktesalg (Årseth, 2002).

4.4.2 Produktutvikling og substitutter

Frukt og grønt har ulike substitutter alt etter type valgsituasjon. For eksempel konkurrerer frukt med kaker (som dessert), og snacks/sjokolade som («mellommåltid»). Grønnsaker kan derimot fungerer som substitutt i de tradisjonelle måltidene. Hva med å erstatte den ene brødskiven til lunch med ett eple og en gulrot, eller hva med å erstatte en 150 grams kotelett med en 120 grams kotelett og 40 gram brokkoli? Tabellen nedenfor viser en prissammenlikning på frukt/grønt og et utdrag av substitutter (målt per kg).

Tabell 4.2 Kilopriser for frukt, grønnsaker, bær og substitutter i uke 36, ar 2002

Substitutter	Kr per kg	Frukt & Grønt	Kr per kg
Sjokolade	105	Epler	16
Seigmenn	84	Gulrot	11
Hveteboller	30	Potet	15
Iskrem ¹	23	Jordbær ²	33

1) Gjelder 2 liter is

2) Pris per kurv

Kun sett ut i fra et prisperspektiv, vil en forbruker stort sett komme bedre ut økonomisk hvis han/hun velger frukt eller grønnsaker.

Det er en utfordring at frukt og grønnsaker i mindre grad enn andre varer markedsføres som merkevarer og at produktutviklingen har vært relativt svak i forhold til substituttene i markedet for raske måltidsløsninger. Strategier som tar sikte på å gjøre frukt mer tiltalende og konkurransedyktig kan øke tilgjengelighet og forbruk, men innebærer oftest også en kostnads- og prisøkning. I det amerikanske markedet økte omsetningen av friske delvis tilberedte frukt og grønnsaker (fruktblandinger/salater) fra nesten ingen ting på begynnelsen av 1990 tallet til 15 % i 2001 (Cook, 2001).

Ved å bevisstgjøre forbrukerne kan man oppnå en helseeffekt, samtidig som forbrukerne får en økonomisk gevinst fordi frukt og grønnsaker som oftest er billigere enn substituttene. For å lykkes med en strategi der frukt- og grønt skal fungere som substitutter for annen mat, må man øke kunnskapen om frukt- og grønt (oppbevaring, tilberedning, sammensetning av måltider etc) både i matvarekjeden og blant forbrukerne. Samtidig må frukt og grønt gjøres tilgjengelig i flere situasjoner (kiosker, kantiner, restauranter) og tilpasses markedet for lettvinnt mat gjennom delvis tilberedning og forpakning. Når det gjelder de etablerte omsetningskanalene innen KBS (kiosk-, bensinstasjon- og storhusholdning-) markedet, forventer bl.a. Bama en årlig omsetningsvekst på 30 prosent de 4 neste årene, som følge av økt satsing på denne distribusjonskanalen²² (Bama, 2001).

²² 30 prosent økning gjelder for gruppen blomster, frukt og grønt. Per i dag utgjør frukt og grønt 60 % av Bamas omsetning innen for KBS, mens blomster utgjør 40 %)

5 Diskusjon og sammendrag

I dette notatet har vi sett på noen strukturelle forhold som påvirker forbruket av frukt og grønt, med vekt på forhold som påvirker pris og tilgang. I løpet av de siste 40 årene har forbruket økt fra ca 105 kg per innbygger per år til ca 140 kg. Samtidig er det en tendens til at prisene på frukt og grønt øker sterkere enn for andre matvarer, særlig de siste 5–10 årene. Andelen som importeres øker sterkt.

Det er flere mulige årsaker til den uheldige prisutviklingen. Konsentrasjon og vertikal integrasjon i bransjen har skjedd samtidig som det har vært omlegginger i importregimet med overgang fra importforbud til tollregulering. Prisen på frukt og grønt er dessuten påvirket av merverdiavgift, næringsmiddelavgift, forskningsavgift, kontrollgebyr og diverse tilskudd. Antagelig er det likevel endringer i importregimet, sammen med organiseringen i bransjen, som bidrar mest til at konsumprisindeksen på frukt og grønt er høyere enn for andre matvarer. En nærmere undersøkelse av prisdannelse i bransjen og av utviklingen i Norge sammenlignet med andre land kunne bidra til en bedre forståelse her.

40 prosent av de norske frukt- og grøntprodusentene er interessert i å finne alternative distribusjonskanaler. Dette tyder på at det kan være mulig å stimulere til mangfold og tilgjengelighet gjennom å fremme ulike former for direktesalg av frukt og grønt.

Både produsenter, grossister og detaljister ønsker å samarbeide med myndighetene for å øke forbruket av frukt- og grønt. Bransjens oppfordringer til myndighetene er å få en bedre balanse mellom målsettingen og virkemidlene som settes inn i å øke forbruket av frukt og grønt. Utviklingen tyder på at handelsavtaler og import kan få en enda viktigere innflytelse på tilgang og prisutvikling framover.

Både Coop, Norgesfrukt og Bama samarbeider gjennom Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) med generisk markedsføring, samtidig som grossistene bidrar med markedsaktiviteter i butikk. OFG har en viktig rolle i å forvalte midler til prisnedskrivning i skolefruktordningen. Denne oppgaven og utfordringene i forhold til levering til alle landets skoler vil bli større dersom man lykkes i å få alle skoler til å tilslutte seg ordningen slik det legges opp til i Folkehelsemeldingen.

Referanser

- Andersen, G. F., Berge S., Gustavsen G., Jervell A. og M. Vengnes. 2000. *Prisreduksjon på frukt og grønt som virkemiddel i ernæringspolitikken*. Notat 2000:10. NILF, Oslo, 2000.
- Asklund, Å., 2003. Pers medd. Åge Asklund ved statens landbruksforvaltning. Dato: 23.01.2003.
- Bama, 2001. Årsrapport 2001.
- Bengtson G. B., Sørensen T., Marthinsen B. K. og Tandberg A., 1996. *Svinn på et utvalg av ferske vegetabiler i Norge 1994–95*. Matforsk, 1996.
- Bergstrøm Ø., 2002. Pers medd. Øyvind Bergstrøm ved Coop. Dato: 11.12.2002.
- Cook, R. 2001. *The U.S. Fresh Produce Industry: An Industry in Transition*. <http://www.agecon.ucdavis.edu/facultypages/cook/mofp/ch-02.pdf> (Dato: 28.01.03)
- Dagligvarehandelen, 2001. *Frukt- og grøntdisken trenger en rev*. Dagligvarehandelen, nr 39. 2001.
- Department of Health 2001. *The National School Fruit Scheme*. <http://www.doh.gov.uk/schoolfruitscheme/>, April 2001 (Dato 28.01.03)
- Eskedal J., 2002. Pers medd. Jon Eskedal ved Coop. Dato: 18.12.2002.
- Finansdepartementet, 2002. *Skatte-, avgifts- og tollvedtak 2003 St.prp. nr. 1*. <http://www.statsbudsjettet.dep.no/2003/dokumenter/pdf/skatteprp.pdf>. Dato: 10.12.2002.
- Gustavsen, G. 2002. *Etterspørsel etter frukt og grønnsaker*. Notat 2002:20. NILF, Oslo, 2002.
- Jervell, A. M. 2001. *Farmers' Market – direkte kontakt mellom produsent og forbruker*. Landbruksøkonomisk forum, Nr. 2/2001, s 5-18.
- Johannesen, T., 2003. Pers medd. Tore Johannesen ved Konkurransetilsynet. Dato: 21.01.2003.
- Jolly, D. and E. Hansen 2000. *Marketing patterns and Practices of Small-Scale Fresh Produce Operations in California. Implications for Technical Assistance and Marketing Education*. USDA, Agricultural Marketing Service.
- Knutsen H., Haukås T., Borgen O. S. og Svennerud M., 2001. *Hardangerepler under press*. NILF-rapport 2001:7. NILF, Oslo, 2001.
- Landbruksdepartementet, 2002a. *Jordbruksavtale for perioden 01.07.2002–30.06.2003*. <http://www.odin.dep.no/ld/norsk/Jordbruksoppgjoret/020031-990223/index-dok000-b-n-a.html>. Dato 27.11.2002.
- Landbruksdepartementet, 2002b. Referat fra seminar nov 2002. Kilde: Åse Marie Ru-saanes (mail 12.12. 2002).
- Lovdata, 2002a. *Forskrift om administrative tollnedsettelse for landbruksvarer*. <http://www.lovdata.no>. Dato: 26.11.2002.
- Lovdata, 2002b. *Forskrift om fordeling av tollkvoter for landbruksvarer*. <http://www.lovdata.no> Dato: 26.11.2002.
- Lovdata, 2002c. *Forskrift om tilskudd til fruktlager og godkjenning av omsetningsledd*. <http://www.lovdata.no> Dato: 27.11.2002.
- Lovdata, 2002d. *Forskrift om produksjonstilskudd i jordbruket*. <http://www.lovdata.no> Dato: 27.11.2002.
- Lovdata, 2002e. *Forskrift om tilskudd til prisnedskrivning av frukt og grønt i skolen*. <http://www.lovdata.no> Dato: 27.11.2002.
- Lovdata, 2002f. *Forskrift om næringsmiddelavgift*. <http://www.lovdata.no> Dato: 04.12.2002.
- Lovdata, 2002g. *Forskrift om forskningsavgift på landbruksprodukter*. <http://www.lovdata.no> Dato: 04.12.2002.

- Lovdata, 2002h. *Forskrift om planter og tiltak mot planteskadegjørere*.
<http://www.lovdata.no> Dato: 04.12.2002.
- MMI, 2002. <http://www.mmi.no>. Dato: 13.09.2002.
- NILF, 2002. Årlig beregninger gjennomført av NILF på oppdrag for Sosial- og helsedirektoratet.
- Norsk Landbrukssamvirke, 2002. *Bondens Marked. Anbefalinger for etablering og videreføring av konseptet og forretningsideen Bondens Marked i Norge*.
 Prosjektgruppens sluttrapport, Oslo, juni 2002.
- OFG, 2002a. *Strategi for OFG – 2002/2005*. Versjon per 10.09.02.
- OFG, 2002b. *Fakta om frukt og grønt i skolen*. <http://www.skolefrukt.no>. Dato 09.12.2002.
- OFG, 2002d. <http://www.ofg.no/fakta/artikkel/artikkell.cfm>. Dato: 12.12.2002.
- Rebnes G., 2002. Pers medd. Guttorm Rebnes ved OFG. Dato: 10.12.2002.
- SLF, 2002a. <http://www.slf.dep.no>. Dato: 06.12.2002.
- SLF, 2002b. Årsmelding Omsetningsrådet, 2001. <http://www.slf.dep.no>. Dato: 06.12.2002.
- Sommerstedt, P., 2002. Pers medd. Per Sommerstedt ved Bama. Dato: 11.12.2002.
- SSB, 2002a. <http://www3.ssb.no/statistikkbanken>. Dato: 25.11.2002.
- SSB, 2002b. Årlig datafil tilsendt av SSB til NILF, over import og eksport fordelt på tollnummer.
- Stensrud, T., 2002. Pers medd. Tone Stensrud ved Bama. Dato: 11.12.2002.
- Strøm Ø., 1999. *Matens pris*. NILF-rapport 1999:4. NILF, Oslo, 1999.
- Svennerud M., 2002. *En komparativ utredning om skolemåltidet i Norge, Sverige og Danmark*. Notat 2002:24. NILF, Oslo, 2002.
- Sørbøe, J. E., 2003. Pers medd. Jan Egil Sørbøe ved Aakre Olav AS, samarbeidspartner til Bama. Dato: 31.01.2003.
- Søyland, V. Nersten N. K. og Knutsen H. 2001. *Frukt og grønnsaker; prisnivå og utvikling 1989–2000*. NILF-rapport 2001:13. NILF, Oslo 2001.
- Tjomsland, T., 2002. Pers medd. Tore Tjomsland ved Coop. Dato: 18.12.2002.
- Wilhelmsen L., 2002. Pers medd. Lars Wilhelmsen ved Norgesfrukt. Dato: 11.12.2002.
- Østebø, 2002. Pers medd. Oddmund Østebø ved Norges Frukt- og Grønnsaksgrossisters Forbund. Dato: 10.12.2002.
- Årseth M. L., 2002. *Distribusjon av potet og grønnsaker*. Nordlandsforskning. NF-rapport nr 21, 2002.