

# 2024

## Handlingsplan for økologisk landbruk i Vestfold og Telemark

Økt lønnsomhet gjennom markedsarbeid



Foto: Astrid Bjørnson

Martin Dalen og Kari Mette Holm  
Statsforvalteren i Vestfold og Telemark  
05.12.2024

## Sammendrag

I Hurdalsplattformen skriver regjeringen at den vil «stimulere til økt produksjon og omsetning av økologisk mat». Statsforvalterne er gitt i oppdrag å videreutvikle det økologiske landbruket i sine respektive fylker, og følge opp regjeringens strategi. I Vestfold og Telemark har Partnerskap Landbruk, bestående av Fylkeskommunen, kommunene, faglaga, Innovasjon Norge og Statsforvalteren, gitt Statsforvalteren oppdraget å utarbeide en handlingsplan for økologisk landbruk. Handlingsplanens anbefalinger er oppsummert i figur 2 og figur 3, samt tabell 2 og tabell 3. Ansvar for oppfølging av anbefalingene er tillagt deltakerne i Partnerskap Landbruk ut ifra rolle og oppdrag.

Økologisk og konvensjonelt landbruk er ikke tenkt å konkurrere med hverandre. Økologisk landbruk skal fungere som et forbilde ved å ta i bruk nye, miljøvennlige løsninger i landbruket, som konvensjonelt landbruk også kan ha nytte av. Driftsformene økologisk og konvensjonelt samt lokalmat generelt møter dessuten mange av de samme utfordringene med markedstilgang hos de norske dagligvarekjedene. Vi trenger derfor å stå sammen om tiltak som beskytter norsk matproduksjon. Satsingen på økologisk landbruk skal derfor sees på som en integrert og prioritert del av arbeidet med næringsutvikling i landbruket.

Revisjonsrapporten «Gode intensjoner, lite handling» fra Oxford Research har kritisert regjeringens strategi for manglende virkemidler. I handlingsplanen for Vestfold og Telemark har vi derfor lagt vekt på å foreslå så konkrete virkemidler som mulig. Og forklare hvordan satsingen kan bidra til å løse lokale, nasjonale og globale problemer med vannforurensing, matsikkerhet og klimautslipp. Når nasjonale virkemidler noen steder er beskrevet er det fordi vi ønsker at regionale aktører skal gi innspill til nasjonale myndigheter om disse virkemidlenes betydning for utviklingen av norsk økologisk landbruksproduksjon.

- 1. Reduserer vannforurensing til Oslofjorden og andre vannmiljøer**
- 2. Kutter klimautslipp fra mineralgjødsel og plantevern**
- 3. Møter befolkningens etterspørsel etter lokal og økologisk mat**
- 4. Tar i bruk nye, miljøvennlige løsninger i landbruket**

*Figur 1. Positive effekter av økologisk landbruk.*

- 1. Mål om offentlig innkjøp av 15 % norsk økologisk mat.**
- 2. Prioritering av IBU- og RT-midler til støtte for økologiske produksjoner og til støtte for omsetning av økologisk mat direkte fra produsent til forbruker**
- 3. Styrke det videregående utdanningstilbudet for økologisk landbruksproduksjon**
- 4. Forankre handlingsplanen i fylkenes landbruksstrategier med handlingsprogram**
- 5. Fremme handlingsplanens innspill til jordbruksforhandlingene**

*Figur 2. Handlingsplanens anbefalinger til fylkeskommunen.*

- 1. Egen distriktstilskuddsats (DK-sats) for økologisk produksjon, på størrelse med maksimal DK-sats**
- 2. Reduserte minstevolum for DK-tilskudd. Kravene til minstevolum bør være tilpasset småskala direktesalg fra gård**
- 3. Støtte til biologisk nitrogenfiksering via regionale miljøprogram**
- 4. Bruk av prosenttoll på landbruksprodukter som kan produseres i Norge**
- 5. Regelverk med formål om å begrense dagligvarekjedenes bruk av egne merkevarer (EMV) og vertikal integrering**
- 6. Nasjonalt produksjonsmål og nasjonalt offentlig innkjøpsmål for norsk økologisk mat**

*Figur 3. Handlingsplanens anbefalinger om innspill til nasjonale myndigheter.*

Tabell 1. SWOT-analyse av økologisk landbruk i Vestfold og Telemark.

<p><b>Sterke sider</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gunstig klima og god jord.</li> <li>• Relativt mange produsenter.</li> <li>• Utviklingsvilje.</li> <li>• Markedsnært.</li> <li>• Forbilde for konvensjonelt landbruk.</li> <li>• Møter forbrukernes økte bevissthet om helse.</li> <li>• Sterk merkevare.</li> <li>• Ingen miljø- og helserisiko fra kjemisk plantevern.</li> <li>• Øker bevisstheten om jordhelse i landbruket generelt.</li> <li>• Øker det biologiske mangfoldet i landbruket</li> <li>• Bedre nitrogeneffektivitet og mindre nitrogenutslipp enn konvensjonelt.</li> </ul>	<p><b>Svake sider</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mye leiejord og få driftsenheter til salgs.</li> <li>• Vanskelig å skaffe markedstilgang for nye produsenter.</li> <li>• Lav lønnsomhet ved salg gjennom dagligvaren.</li> <li>• Tilskuddstilpassede produksjoner med lave volum skader omdømme.</li> <li>• Lite økologisk frukt og grønt tilbys gjennom dagligvaren.</li> <li>• Næringsforsyningen er komplisert fordi den baseres på et samspill mellom kjemiske, biologiske og fysiske faktorer i jorda.</li> <li>• Manglende volum/omsetningsbaserte tilskuddsordninger retta mot økologisk.</li> <li>• Ingen nasjonale mål for produksjon.</li> <li>• Få rådgivere/forskere spesialisert på økologisk tilgjengelige i Norge.</li> <li>• Økologisk finnes kun som valgfag på naturbruksskolene.</li> <li>• Mangel på øremerkede midler til forskning på økologisk landbruk.</li> <li>• Manglende tallgrunnlag</li> </ul>
<p><b>Muligheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Politiske mål om offentlig innkjøp av norsk økologisk mat.</li> <li>• Småskala produksjon, litt av mye, skaper lavterskel innstegsmuligheter for nye øko-produsenter</li> <li>• Økt matmangfold i befolkningen.</li> <li>• Eksport.</li> <li>• Teknologiske innovasjoner.</li> <li>• Urbanisering – økt etterspørsel etter lokalt og økologisk</li> <li>• Nye gjødselkilder, f.eks. tang, fiskeavfall og nitrogenfikserende mikroorganismer.</li> <li>• Tilgang på struvitt, som er nitrogen og fosfor fra renseanlegg</li> <li>• Økt andel plantebasert kosthold i befolkningen.</li> <li>• Tilskuddsordninger som favoriserer økologisk landbruk.</li> <li>• Dyre konvensjonelle innsatsfaktorer</li> </ul>	<p><b>Trusler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterk markedskonsentrasjon og vertikal integrering fra dagligvaren.</li> <li>• Krevende å komme inn som ny produsent.</li> <li>• Import og fjerning av tollvern.</li> <li>• Få rådgivere inne økologisk matproduksjon.</li> <li>• Myter om at økologisk produksjon ikke vil gi nok mat til alle.</li> <li>• Dårlig tilgang på økologisk sertifisert plantemateriale.</li> <li>• Redusert tilgang på gjødsel godkjent til bruk i økologisk landbruk.</li> <li>• Manglende tallgrunnlag for omsetning.</li> <li>• Problemugas, som f.eks. hønsehirse.</li> <li>• Liten tilgang på økologisk formeringsmateriale.</li> </ul>

Tabell 2. Tiltak for økt lønnsomhet i økologisk produksjon.

Tiltak	Virkemiddel	Ansvarlig
Prioritering av IBU-midler til foredlingsutstyr, foredlingskompetanse og korntørker hos økologiske primærprodusenter. Styrke Kompetansenettverket for lokalmat gjennom jordbruksavtalen.	IBU, Innspill til jordbruksforhandlingene.	IN, NB, NBS, FK.
Tilbud til økologiske produsenter om å delta i nettverk.	RT/Bedriftsnettverk, mentorordningen, dyrkingsgrupper	FK, IN, NLR, SFVT.
Produksjoner og prosjektsøknader med økologisk formål og/eller alternative omsetningskanaler prioriteres med RT, IBU og KMP-midler.	RT, IBU, KMP.	FK, IN, SFVT
Prioritering av IBU-midler til merkevarebygging, markedskompetanse, og nettverksbygging hos økologiske produsenter.	IBU	
Videreføre prosjekt om offentlig innkjøp etter BOLO.	NFR/IN/Ldir	SFVT/USN /HVL
Spredning av informasjon fra BOLO-prosjektet og om Matvalget til offentlige innkjøpere og bønder.		SFVT, partnere
Etterlyse og støtte prosjekter som kobler sammen økologisk lokalmat og offentlig forbruk.	RT-midler.	FK
Prosenttoll på landbruksprodukter som kan produseres i Norge.	Innspill til statsbudsjettet.	FK, NB, NBS.
Regelverk med formål om å begrense dagligvarekjedenes bruk av egne merkevarer (EMV) og vertikal integrering.	Innspill til jordbruksforhandlingene.	FK, NB, NBS.
Tilskudd til biologisk nitrogenfiksering via regionalt miljøprogram.	Innspill til Landbruksdirektoratet.	SFVT
Redusere minstekvantum for å motta distriktstilskudd.	Innspill til jordbruksforhandlingene.	FK, NB, NBS.
Høyeste distriktstilskuddsats til økologiske landbruksvarer.	Innspill til jordbruksforhandlingene.	FK, NB, NBS.
Nasjonalt produksjonsmål og nasjonalt offentlig innkjøpsmål for norsk økologisk mat.	Innspill til jordbruksforhandlingene.	FK, NB, NBS.

Tabell 3. Tiltak for forbedret agronomisk praksis og nye økologiske produsenter.

Tiltak	Virkemiddel	Ansvarlig
Prioritere prosjekter som deler agronomisk kompetanse om økologisk.	RT, KMP.	FK, SFVT.
Støtte utprøvinger av nye agronomiske virkemidler i økologiske produksjoner.	RT, KMP.	FK, SFVT.
Utvikling av utdanningstilbudet fra naturbruksskolene til økologiske produsenter. Inkl. Voksenagronom markedshage på Melsom VGS, og prosjekt «Dyrking av økologisk kjernefrukt».	Voksenagronom, nasjonale RT-milder, lærlingplasser.	FK, SFVT, SJH

Informasjons- og mobiliseringsarbeid om økologisk retta mot eiere av landbrukseiendommer.		Kommune ne, SFVT, IN
Skape en kobling mellom nye produsenter og arealer som er eller står i fare for å bli satt ut av drift. Kan være spesielt relevant i bynære/urbane områder.	Prosjekt arealer ute av drift.	SFVT, kommune ne.
Styrke agronomien med jordhelsetiltak, som biologisk nitrogenfiksering	RMP	FK, NB, NBS, SFVT.
Støtte til arrangement som formidler kunnskap om norske økologiske bønder og jordbruksproduksjoner til forbrukere.	Omdømmemidler	IN
Tilgang til friskt norsk plantemateriale av relevante sorter.	Prosjekt «Dyrking av økologisk kjernefrukt»	SFVT, SFV, SJH, Sagaplant AS.

# Innhold

Sammendrag .....	1
1. Om handlingsplanen for økologisk landbruk i Vestfold og Telemark .....	7
1.1 Handlingsplanens grunnlag .....	7
1.2 Virkemidler i økologisk handlingsplan .....	8
1.3 Lønnsomhet og markedsarbeid .....	9
1.4 Om det norske matmarkedets betydning for valg av virkemidler .....	10
1.4.1 Hvilke faktorer påvirker prisen bonden oppnår i markedet? .....	10
1.4.2 Om motsetningsforhold mellom dagligvarekjedenes lønnsomhet og norsk landbrukspolitikk .....	10
1.4.3 Markedstilgangen for norske matprodusenter .....	11
1.4.4 Andelen økologiske varer hos norske dagligvarekjeder .....	11
2. Økt lønnsomhet i økologisk produksjon .....	12
2.1.1 Alternative omsetningskanaler .....	12
2.1.2 Merkevarerbygging .....	13
2.1.3 Videreforedling hos bonden .....	13
2.1.4 Offentlig forbruk .....	14
2.1.5 Produsentsamarbeid i nettverk .....	14
2.1.6 Tilskudd til biologisk fiksering av nitrogen via regionalt miljøprogram .....	15
2.1.7 Distriktstilskudd til markedshager .....	16
2.1.8 Økt distriktstilskudd til økologisk produksjon .....	16
2.1.9 Prioritering av IBU-midler til tørker hos økologisk korn-, belg-, og oljevekstproduksjon. ....	16
2.1.10 Prosenttoll på landbruksprodukter som kan produseres i Norge .....	16
2.1.11 Regelverk med formål om å begrense dagligvarekjedenes bruk av egne merkevarer (EMV) og vertikal integrering .....	17
2.1.12 Tallfestet mål for økologisk produksjon .....	17
2.2 Forbedret agronomisk praksis og nye økologiske produsenter .....	18
2.2.1 Støtte til deling og utprøving av agronomisk kompetanse .....	18
2.2.2 Utdanning og rekruttering av økologiske produsenter .....	18
2.2.2 Mobilisering av nye produsenter .....	19
2.2.3 Bedre og rimeligere tilgang på plantemateriale .....	19
Forklaringer til forkortelser og organisasjoner .....	21
Referanser .....	22

Vedlegg 1. Pågående og nylig gjennomført prosjekt/programarbeid relatert til økologisk handlingsplan .....	24
Vedlegg 2. Deltakere i handlingsplanens arbeidsgruppe og referansegruppe .....	27

## 1. Om handlingsplanen for økologisk landbruk i Vestfold og Telemark

### 1.1 Handlingsplanens grunnlag

Partnerskap landbruk i Vestfold og Telemark har 1.12.2022 bedt Statsforvalterens landbruksavdeling om å utarbeide en handlingsplan for økologisk landbruk. Handlingsplanen du nå leser er et resultat av Partnerskapets vedtak. I Hurdalsplattformen skriver regjeringen at den vil «Stimulere til økt produksjon og omsetning av økologisk mat». Videre er Statsforvalterne gitt i oppdrag av regjeringen å «bidra til å videreutvikle økologisk jordbruk som en del av landbruket i fylket, og bidra til å følge opp nasjonal strategi for økologisk jordbruk».

Oxford Research (2023) har revidert nasjonal strategi for økologisk landbruk, og påpeker at vi må handle for å øke omsetningen av norsk økologisk mat. Gode intensjoner er ikke nok. Økologisk handlingsplan i Vestfold og Telemark peker på nettopp handlinger, lokale og nasjonale, som kan øke omsetningen av norsk økologisk mat.

Regjeringen har vedtatt fire landbrukspolitiske mål, som gjelder for både konvensjonelt og økologisk landbruk i Norge: matsikkerhet, landbruk over hele landet, økt verdiskaping og bærekraftig landbruk med lavere utslipp av klimagasser. I regjeringens nasjonale strategi for økologisk landbruk er målet «å stimulere til økologisk produksjon som er etterspurt i markedet». Det norske forbruket av økologisk mat steg i årene 2010-2020. Samtidig gikk arealtallene for økologisk produksjon svakt tilbake. Det finnes ikke i dag grunnlagstall for å angi importandelen for økologisk mat, men arealtallene gir grunn til å anta at økt forbruk dekkes av økt import (Agri Analyse, 2022). Å handle for å øke norskandelen av økologisk mat er derfor viktig for å nå de generelle landbrukspolitiske målsetningene, samt målsetningen for økologisk landbruk i nasjonal strategi.

Handlingsplanen er forpliktende for gjennomføringen av regionale tiltak, og et grunnlag for innspill til nasjonale myndigheter. Selv om ikke en lokal handlingsplan styrer nasjonalt regelverk, skjer påvirkning på nasjonalt regelverk fra lokale steder. Alle aktører i verdikjedene for mat oppfordres til å løfte sammen for at handlinger for økologisk landbruk i Vestfold og Telemark gjennomføres, både lokalt og nasjonalt.



Statsforvalterembetene skal rapportere årlig på hvilke bærekraftsmål virksomhetens arbeid har bidratt til. Økologisk landbruk er en del av løsningen for å oppnå FNs bærekraftsmål. Prinsippene for økologisk landbruk er i samsvar med FNs mål for bærekraftig utvikling.

Figur 4. Påvirkning fra økologisk landbruk på FNs bærekraftsmål.



EU anerkjenner økologisk landbruk som en del av klimaløsningen. Det økologiske jordbruksarealet i EU skal økes fra dagens 8% til 25% innen 2030. Dette ambisiøse målet inngår i forslagene EU-kommisjonen fremmer i de to strategiene «A farm to fork strategy» og «Biodiversity strategy for 2030». Endringene som EU ønsker å gjennomføre vil kunne påvirke norsk matproduksjon gjennom kunnskapsutveksling, handel med jordbruksprodukter og driftsmidler og regelverksutvikling for jordbruksproduksjon. Rethink Food sier det må lønne seg å produsere mat på en bærekraftig måte, og det må straffe seg å ta snarveier som påfører samfunnet merkostnader. De viser til en rapport utgitt av Rockefeller Foundation (2021), der det hevdes at den sanne kostnaden på mat er tre ganger høyere enn det forbrukeren betaler for maten. Den samme kostnaden på mat inkluderer kostnader som involverer biodiversitet (eller mangel på), miljøeffekter, menneskelig helse og nasjonale utgifter.

## 1.2 Virkemidler i økologisk handlingsplan

Landbruksdirektoratets økologiprogram (Landbruksdirektoratet, 2023b) omtaler blant annet produksjonstilskudd, investerings- og bedriftsutviklingsmidlene (IBU), tilretteleggingsmidler (regionale og nasjonale), klima- og miljøprogram-midler, forskningsmidler og midler til Norsk Landbruksrådgiving som relevante virkemidler for økologisk produksjon. Programmet viser til nasjonal strategi, og lister opp satsingsområdene kunnskap, kompetanse, tilrettelegging og effektiv verdikjede for å nå regjeringens mål.

Det viktigste delvis regionale, virkemiddelet over jordbruksavtalen er investerings- og bedriftsutviklingsmidlene (IBU) fra Innovasjon Norge, fordi IBU-midlene er særlig viktige for å støtte produsenter under omlegging. I fylkeskommunenenes handlingsprogram tilhørende Regionalt Næringsprogram for landbruket i Vestfold og Telemark, hvor føringer for IBU-midlene legges, er økologisk landbruk prioritert. Denne prioriteringen får mindre effekt av at de fleste områder av landbruket prioriteres i handlingsprogrammet. I Telemark har dette lite å si i praksis i 2024 fordi tildelte IBU-midler er større enn det som er omsøkt. I Vestfold vil spissing av prioriteringene til økologisk kunne ha større betydning, fordi tildelte IBU-midler har vært mindre enn det som er omsøkt.

### 1.3 Lønnsomhet og markedsarbeid

Verdikjeden for økologisk mat er et abstrakt begrep. Den kan allegorisk forstås som en elv, hvor maten flyter fra bondens gård til forbrukerens gaffel. Alle områder av elven er like viktige for flyten. En hindring eller innsnevring på deler av elven vil kunne ha stor negativ påvirkning på vareflyten. Den mest effektive strategien vil være dem som åpner elven der hvor den er smalest, eller lager nye elvespor rundt hindringene.

Agri Analyse (2019, 2022) har publisert rapporter om barrierer og drivere for norsk økologisk produksjon, basert på spørreskjema med selvrapporing. Indre motivasjon synes å være en driver. Lønnsomhet synes å være en barriere. Respondentene i Agri Analyses (2019) undersøkelser oppgir at økte eller stabile tilskudd samt avtalefesta merpris for produktene er viktigere enn informasjon og veiledning. Lønnsomhet, tilskudd og varepriser trekkes også gjennomgående frem av deltakerne i referansegruppa som viktig for å øke produksjonen. Både Bondelaget og Småbrukerlaget peker på bondens inntekt som sine viktigste saker. Faglaga viser til Grytten-rapporten, som påpeker at driftsresultatene i norsk jordbruk ikke gir markedsmessig avkastning til både arbeid og kapital (NOU2022:14, s.8). Bonden stiller i dag altså med enten gratis kapital eller gratis arbeid. Dette er en felles grunnleggende utfordring for økologiske så vel som konvensjonelle bønder.

Et premiss for å oppnå regjeringens mål er at vi har et matmarked i Norge som kan fungere for alle. Måten det norske matmarkedet fungerer utfordrer lønnsomheten i både økologisk og konvensjonelt, og denne problemstillingen er beskrevet nærmere i punkt 1.4.

Selv om det er særegne utfordringer i økologisk landbruk, så er en viktig utfordring i økologisk felles med konvensjonelt: å kombinere god markedstilgang med lønnsomhet for bonden. Lønnsomhet er en forutsetning for bærekraftig matproduksjon. Handlingsplanen inneholder derfor en rekke tiltak for bedre lønnsomhet. Hovedtiltakene handler om å stimulere til salg gjennom andre omsetningskanaler

enn dagligvarehandelen, samt gi innspill til nasjonale myndigheter om tiltak som kan gi bonden en høyere andel av pris i butikk.

#### 1.4 Om det norske matmarkedets betydning for valg av virkemidler

Det er kontrast fra Grytten-rapportens påpekning av manglende vederlag til arbeid og kapital i jordbruket, til Konkurransetilsynets konklusjon i Marginstudien 2024. Ifølge Konkurransetilsynet (2024) er avkastningen i dagligvaredriften betydelig høyere enn det en skulle forvente å finne i et marked med få etableringshindringer og hard konkurranse. At Norge er landet i Europa med stabilt høyest butikk tetthet pr innbygger (Menon Economics, 2016; ; NHO, 2024) i en tid hvor den generelle trenden er reduksjon i antallet fysiske butikker (NHO, 2024), kan også sees på som en indikasjon på høy lønnsomhet i dagligvaremarkedet.

##### 1.4.1 Hvilke faktorer påvirker prisen bonden oppnår i markedet?

Den norske bonden omsetter sine produkter i all hovedsak gjennom de tre kjedene i norsk dagligvarehandel, enten direkte eller via norsk matindustri. Tilsvarende matvarer er ofte tilgjengelige i utlandet til en lavere pris enn i Norge. Den norske bonden forhandler med staten i jordbruksoppgjøret om priser på jordbruksprodukter, men dagligvarekjedene står fritt til å selge hvilke varer de ønsker til den prisen de selv bestemmer.

For at ikke dagligvarekjedene skal importere mat som den norske bonden kan lage, bruker myndighetene i hovedsak to virkemidler: Tilskudd som reduserer prisen på norsk mat, og tollvern som øker prisen på importert mat. Tilskudd bevilges direkte til gårdbrukerne over jordbruksavtalen. I tillegg kommer prisnedskrivningstilskudd som reduserer prisen på kraftfôr til husdyr og som reduserer prisen på matmel til møllene.

Noen merkevarer står så sterkt hos forbrukerne at det er vanskelig for kjedene å ta dem ut av sortimentet. Sterke merkevarer kan beskytte norske produsenter mot import, og øke produsentens andel av sluttprisen til forbruker. Åtte av ti nordmenn foretrekker å kjøpe norsk mat (Opplysningskontoret for meieriprodukter, 2022), så norsk mat kan sies å være en sterk merkevare.

##### 1.4.2 Om motsetningsforhold mellom dagligvarekjedenes lønnsomhet og norsk landbrukspolitikk

Når importerte råvarer eller importerte bearbejda matvarer gir dagligvarekjedene høyere lønnsomhet, oppstår det motsetningsforhold mellom de landbrukspolitiske målsetningene og dagligvarekjedenes økonomiske incentiver. Et tydelig eksempel er norsk epleproduksjon, hvor norske epler mister hylleplass hos dagligvarekjedene så snart importvernet er borte. Men prisen norske

forbrukere betaler for epler, norsk eller importert, styres av dagligvarekjedene uten korrelasjon med tollvern (Godpris AS, u.å.; Liseth Solutions AS, 2023). Driftsformene økologisk og konvensjonelt møter mange av de samme utfordringene med markedstilgang hos de norske dagligvarekjedene. Økologiske og konvensjonelle produsenter kan derfor ha nytte av å samarbeide om tiltak som beskytter norsk matproduksjon.

#### 1.4.3 Markedstilgangen for norske matprodusenter

Det norske dagligvaremarkedet hadde i 2022 en verdi på 222,9 milliarder NOK (NHO, 2024). Tre dagligvareaktører kontrollerte 96,6% av dagligvaremarkedet i 2022. Det betyr i praksis at tre selskaper bestemmer hvilken mat som skal tilbys den norske befolkningen, hva de ulike matvarene skal koste og hvilken plassering og promotering matvarene skal ha i butikkene. I dette systemet skiftes bondesamvirkenes kjente merkevarer, som f.eks. Gilde, ut med dagligvarekjedenes egne merkevarer, forkortet EMV (Menon Economics, 2022; Agri Analyse, 2023).

Norske bønder og norsk matindustri forholder seg til et duopol (Bama/COOP) innen frukt og grønt, og et triopol (Norgesgruppen/COOP/REMA) for øvrige matvarer. Dagligvarekjedene eier frukt- og grøntgrossistene, samt flere foredlingsbedrifter for mat, slik at verdikjedene for mat lukkes for konkurranse (Agri Analyse, 2023). Det betyr i praksis at hvis en norsk matprodusent mister leveringsavtalen med sin dagligvarekjede, mister vedkommende bedrift med stor sannsynlighet markedstilgangen og går konkurs. Denne typen asymmetriske maktforhold, sammen med bruken av EMV, har ifølge leverandørene betydning i prisforhandlinger (Agri Analyse, 2023). Det betyr også at nye tilbydere av mat i Norge vil kunne møte på utfordringer i det å skaffe seg leverandører.

#### 1.4.4 Andelen økologiske varer hos norske dagligvarekjeder

Landbruksdirektoratets rapport nr. 05/2024 om produksjon av økologiske jordbruksvarer oppgir omsetning av økologiske varer fra ulike markedsaktører i 2023. Rapporten beskriver et norsk marked med relativt liten interesse for økologisk mat. Men rapporten er blitt kritisert av blant annet Økologisk Norge (Møhring, 22.august 2024) for svakt tallgrunnlag. Den legger ikke til grunn ACNielsens rapport om økologisk salg i dagligvaren. Ei heller belyser rapporten andelen importert økologisk mat, fordi det ikke skiller på økologisk og konvensjonell vare i tolltariffene. For eksempel utelukkes BAMAs 2023 import av økologiske epler fra statistikken, noe som utgjorde 430 tonn, tilsvarende 7,1% av BAMAs totale salg av norske epler (Møhring, 10.sept. 2024). Omsetningstall for norsk økologisk mat solgt direkte fra gårdbruker til forbruker eller restauranter er heller ikke inkludert i direktoratets rapport. Ifølge rapporten utgjorde omsetning av økologisk i dagligvaren i underkant av ca 1,1% av totalen, noe

som er svært lavt i europeisk sammenheng. Hos Vinmonopolet derimot utgjorde omsetningen av økologisk 6,5% av totalen. Det er også verdt å merke seg at økologiske urter har i norsk sammenheng en spesielt høy markedsandel hos dagligvarekjedene, omtrent 20%, og at økologiske urter har hatt lavere innkjøpskostnader enn konvensjonelle urter (Landbruksdirektoratet, 2024).

Organisasjonen Økologisk Norge har poengtert paradokset at enkeltprodusenter av norsk økologisk frukt omsetter mer direkte lokalt til forbruker, enn hele den norske dagligvarebransjen gjør til sammen (Sjøvik, 2024). Da Milford m.fl. (2019) undersøkte produksjon og omsetning av økologisk frukt, bær og grønnsaker gjennom alternative salgskanaler, fant de at øko-produsentene som ikke trodde det var marked for økt økologisk produksjon typisk leverte gjennom dagligvarekjeder. Og produsenter som solgte utenom dagligvaren opplevde at økologisk merking gjorde det lettere å få solgt varene (Milford m.fl., 2019).

## 2. Økt lønnsomhet i økologisk produksjon

Handlingsplanen foreslår å støtte omsetning gjennom verdikjeder som ikke importerer mat, samt utvikle og beskytte produsentenes merkevarer. Disse to løsningene kan bidra til at en større del av sluttprisen til forbruker tilfaller bonden, på bekostning av dagligvarekjedene. En slik overføring av fortjeneste internt i verdikjeden kan redusere behovet for tilskudd med offentlige midler.

### 2.1.1 Alternative omsetningskanaler

Det nasjonale økologiprogrammet foreslår støtte over jordbruksavtalens utviklingsmidler til blant annet «tiltak som kan bidra til omsetning gjennom andre omsetningskanaler enn dagligvarehandelen». Ifølge Milford m.fl. (2019) er økologisk produksjon overrepresentert hos produsenter som omsetter gjennom alternative omsetningskanaler. Eksempler på alternative omsetningskanaler kan være REKO-ringer, salgs-huber, Bondens marked, gårds- og spesialbutikker, sesongbaserte markeder, restauranter, pickup-point og mindre grossister.

For å stimulere til bruk av nye omsetningskanaler kan det være viktig å støtte produsenter som vil starte nye økologiske produksjoner uten avtaler med dagligvarebransjen, samt produsenter som vil omstille salget fra dagligvare til alternative omsetningskanaler. Økologiske produksjoner som har potensiale for salg gjennom alternative omsetningskanaler bør prioriteres høyere, enn konvensjonelle

produksjoner og produksjoner som planlegges omsatt gjennom dagligvarekjedene. Prioriteringene for bruk av IBU og RT til utvikling av alternative omsetningskanaler bør forankres i Partnerskap Landbruk.

#### 2.1.2 Merkevarebygging

Støtte til produktdesign og merkevarebygging kan øke produsentens andel av sluttpris til forbruker ved å synliggjøre produktets merverdi overfor forbruker, og dermed beskytte produsenten mot konkurranse fra import. Fordi 8 av 10 forbrukere foretrekker å kjøpe norsk mat (Opplysningskontoret for meieriprodukter, 2022), er det særlig viktig at maten merkes tydelig med opprinnelse. I innspill fra referansegruppa etterspørres det mer kompetanse på markedsarbeid, og IBU-midlene kan være et virkemiddel for å finansiere økt markedskompetanse hos gårdbrukere. IBU-midler til markedskompetanse hos økologiske produsenter bør prioriteres. Prioriteringene for bruk av IBU til merkevarebygging hos norske matprodusenter forankres i Partnerskap Landbruk.

Informasjon til forbrukere om norske økologiske produsenter og økologiske produksjonsmetoder kan sees på som en del av merkevarebyggingen av norsk økologisk mat. Handlingsplanen anbefaler at arrangement som formidler kunnskap om norske økologiske bønder og jordbruksproduksjoner til forbrukere, får støtte av omdømmemidler fra Innovasjon Norge.

#### 2.1.3 Videreforedling hos bonden

Støtte til foredlingsutstyr og foredlingskompetanse hos økologiske primærprodusenter kan bidra til å styrke både bondens merkevarer og alternative omsetningskanaler. Foredling kan også redusere matsvinn, og gi flere arbeidsplasser i landbruket. Det nasjonale økologiprogrammet foreslår støtte over jordbruksavtalens utviklingsmidler til blant annet «tiltak til utvikling/utprøving av produsentsamarbeid som kan få fram nye kategorier av økologiske varer til forbruker» og «tiltak som bidrar til produktutvikling og alternative måter å utnytte økologiske råvarer».

Støtte til Kompetansenettverket for lokalmat bør videreføres og styrkes.

IBU-midler til videreforedling av økologisk mat bør prioriteres.

Økologiske husdyrproduksjoner av mindre omfang, der produsenten selv står for markeds-, foredlings- og salgsarbeid, bør prioriteres uavhengig av type husdyr.

Satsing på videreforedling hos bonden bør forankres i Partnerskap Landbruk.

#### 2.1.4 Offentlig forbruk

Offentlig innkjøp av mat utgjør et stort volum. I Sverige og Danmark har offentlig innkjøp av økologisk mat bidratt betydelig til å øke den økologiske matproduksjonen (Møller, u.å.). For at norske produsenter av økologisk mat skal ha forutsigbar markedsadgang, bør derfor staten, fylkeskommunene og kommunene vedta konkrete målsetninger for innkjøp av norsk økologisk mat i sesong og lagersesong. Referansegruppa foreslår at de fylkeskommunale og kommunale målsetningene for innkjøp av norsk økologisk mat bør være i størrelsesorden 10%-15%, og at de offentlige innkjøpene bør baseres på eksisterende økologisk produksjon i regionen. Målet er satt ut fra et anslag på tilgjengelige norske økologiske matvarer i regionen.

Kommunene og fylkeskommunen anbefales å bruke Matvalget for å tilrettelegge for flere økologiske måltider i norske barnehager, skoler, kantiner og sykehjem. Matvalget anbefaler sine samarbeidspartnere om å ha 15% økologisk som målsetning.

Forprosjektet «Bærekraftig offentlig innkjøp av lokal mat» (Viciunaite m.fl., 2024) har utforsket hvordan offentlig innkjøp på kommunalt nivå kan stimulere produksjon, forbruk og kunnskap om bærekraftig lokal mat. Handlingsplanen anbefaler at funnene fra BOLO formidles til innkjøpere og bønder, og at prosjekt som kobler økologisk lokalmat og offentlig innkjøp innvilges. For innkjøp av norske økologiske grønnsaker, poteter, frukt og bær må man ha kjennskap til tollvern for å sikre at man får norske økologiske varer. Norske landbruksvarer har en høy tollbeskyttelse for å sikre norsk produksjon. Grønnsaker, frukt og bær har lavere toll enn for eksempel animalske produkter. I norsk sesong er tollsatsene høyest, men de er tollfrie utenom norsk sesong (Dombu m. fl. 2022; Landbruks- og matdepartementet, u.å.). Her er det viktig for de som utformer innkjøpsavtaler at de kjenner til når det er sesong for norske grønnsaker, frukt og bær. Kunnskap om tollvern kreves for å kunne være trygg på at innkjøpsavtalene som utformes legger til rette for norske sesongprodukter av frukt og grønt. Innkjøp i kategorien økologisk frukt og grønt sier ikke noe om lokalprodusert og derfor norsk, så disse produktene kan like gjerne komme fra import. Importerte grønnsaker har vanligvis lavere pris enn norske, og offentlige virksomheter presser priser for å holde seg innenfor sine årlige budsjetter.

#### 2.1.5 Produsentsamarbeid i nettverk

Kollegial støtte kan være av avgjørende betydning for å lykkes med innovasjons- og utviklingsarbeid. Kollegial støtte kan føre til forpliktelse og kobles til både indre og ytre motivasjon. I gründernettsverk kan kollegial støtte til utvikling av eget foretak kombineres med kompetanseutveksling. Nettverkene kan også være en viktig alternativ omsetningskanal og arena for merkevarebygging, ved å drive intern handel med varer og tjenester, og samarbeide om markedsføring.

Gründernettverk kan være nyttig for alle oppstartsbedrifter. Det er likevel nærliggende å tro at behovet for gründernettverk kan være ekstra stort i økologiske produksjonsmiljøer. Det er fordi økologiske miljø i Norge er små sammenlignet med konvensjonelle miljø, og fordi økologisk produksjon kan oppfattes som en konkurrent av de etablerte landbruksmiljøene.

Stiftelsen Gründernettverket, START, NLRs mentorordning og NLR Økologisk grupperåd bør videreføres og styrkes for å støtte produsentsamarbeid i nettverk. Handlingsplanen anbefaler at IBU-midler til nettverksbygging med økologiske produsenter prioriteres.

#### 2.1.6 Tilskudd til biologisk fiksering av nitrogen via regionalt miljøprogram

Det er et miljømessig og klimamessig problem med lav nitrogeneffektivitet. For nitrogenet som ikke blir en del av avlinga havner i vann, eller det tapes som lystgass (Staalstrøm m.fl., 2022). For Oslofjorden har nitrogenutslipp fra landbruket svært alvorlige miljømessige konsekvenser (Staalstrøm m.fl., 2022). I tillegg har det kostet fossilt brensel å lage og spre nitrogen gjødsel.

NIBIO-rapport nr.44/2023 (Bechmann m.fl., 2023) om nitrogenforvaltning i jordbruket tar opp nitrogeneffektiviteten til økologisk og konvensjonelt landbruk. Rapporten viser til Hansen m.fl. (2021) sine funn av gjennomsnittlig overskudd på 22 kg nitrogen per dekar og år på gårder som drev konvensjonelt, og 9 kg nitrogen på gårder som drev økologisk. Andre studier i Norge har vist opp til 26kg N-overskudd pr dekar for konvensjonell melk (Hansen m.fl., 2009). Gårdene som driver økologisk har altså høyere nitrogeneffektivitet enn de som driver konvensjonelt, og dermed lavere risiko for utslipp av nitrogen til luft og vann. Ifølge NORSØK (Hansen m.fl., 2021) er biologisk nitrogenfiksering med på å øke nitrogeneffektiviteten. Ifølge Renna (2022) bidrar kløver i eng i Nordland med 4kg - 10kg nitrogen pr daa pr år.

Nasjonal evaluering av instruks for regionalt miljøprogram (RMP) gjennomføres frem mot rullering av instruksene i 2027. Handlingsplanen anbefaler at Partnerskap Landbruk spiller inn støtte til biologisk nitrogenfiksering i evalueringsarbeidet. Biologisk nitrogenfiksering i jord er en prosess som skjer ved hjelp av frittlevende og symbiotiske bakterier. Prosessen kan være viktig for nitrogentilførsel i både konvensjonelt og økologisk landbruk. Støtte kan gå til bruk av belgvekster som underkulturer og samvekster, samt til bruk av frittlevende nitrogenfikserende bakterier på kulturplanter. Både økologiske og konvensjonelle areal bør kunne være søknadsberettigede.



#### 2.1.7 Distriktstilskudd til markedshager

Distriktstilskuddet for frukt, bær og veksthusgrønnsaker har i dag minstekvantum, noe som avgrenser tilskuddet mot hobbyproduksjon. Markedshager drives ofte økologisk og har typisk et relativt lite areal med mange forskjellige produksjoner. Hver for seg er altså produksjonene små. Helheten av mange produksjoner samt høy omsetningsverdi pr enhet gjør at markedshagen likevel har et næringsmessig preg og kan defineres som vanlig jordbruksproduksjon. Ved å redusere minstekvantomene for å motta distriktstilskudd, og øke tilskudd for de første dekalene forutsatt mangfold, kan vi legge økonomisk til rette for flere økologiske markedshager og mer økologisk lokalmat. Et lignende forslag er blitt fremmet av Småbrukarlaget til jordbruksforhandlingene, da som en grunnstøtte på 50000 kr til markedshager. Redusert minstekvantum for distriktstilskudd må spilles inn til partene i jordbruksforhandlingene via ordinære kanaler for innspill.

#### 2.1.8 Økt distriktstilskudd til økologisk produksjon

Distriktstilskuddet premierer i dag produksjoner som ligger relativt langt fra de største markedene. For å stimulere til økologisk omlegging i områder med flere potensielle alternative omsetningskanaler, bør økologiske landbruksprodukter kvalifisere til høyeste sats for distriktstilskudd (DK) uavhengig av beliggenhet. Produsenter som legger om til økologisk i områder med lave DK-satser vil dermed ha større sjanse for å lykkes med salg i lokalmarkedet. Omlegging til økologisk i befolkningstette områder kan også ha en ekstra helse- og miljøgevinst for samfunnet. Referansegruppa har vektlagt økt DK-tilskudd til økologisk som viktigste tiltak, og gitt anbefaling om å innrette tilskuddene slik at økt produksjon premieres foran økt areal. Økt distriktstilskudd til økologisk må spilles inn til partene i jordbruksforhandlingene via ordinære kanaler for innspill.

#### 2.1.9 Prioritering av IBU-midler til tørker hos økologisk korn-, belg-, og oljevekstproduksjon.

Økologiske korn-, belg-, og oljevekstprodusenter har et særskilt behov for korntørker på grunn av varierende mottakskapasitet hos Felleskjøpet Agri i sesong (Landbruksdirektoratet, 2023a). IBU støtte til korntørker hos økologiske produsenter bør derfor prioriteres. Prioriteringene for bruk av IBU-midler til økologisk kornproduksjon forankres i Partnerskap Landbruk.

#### 2.1.10 Prosenttoll på landbruksprodukter som kan produseres i Norge.

Så lenge lønnsomheten i å selge importert er høyere enn å selge norsk kan man ikke forvente at dagligvareaktørene vil stimulere innenlandsk produksjon. Konsekvensen av stor import kan bli at norske produsenter mister markedstilgangen. Et virkemiddel for økt norskandel i denne situasjonen

er toll. Toll påvirker ikke forbrukerprisen, fordi tollsystemet i Norge øker importkostnadene for handelen kun så lenge det er norsk vare tilgjengelig. Når norske varer er utilgjengelige fjernes tollene.

Tilskudd og tollvern mister effekt på den norske bondens lønnsomhet dersom de ikke økes i takt med den generelle prisstigningen i samfunnet. Omlegging fra en fast kronetoll til prosenttoll er derfor nødvendig for på sikt å kunne opprettholde effekten av tollvernet. Både Bondelaget og Småbrukarlaget påpeker behovet for tollbeskyttelse av norsk jordbruksproduksjon. Innspill om bruk av toll for å øke lønnsomheten i norsk økologisk matproduksjon bør gis fra faglagene til de politiske partiene.

2.1.11 Regelverk med formål om å begrense dagligvarekjedenes bruk av egne merkevarer (EMV) og vertikal integrering.

En merkevare gir merkevareeieren mulighet til å hente ut en merverdi som ligger i produktet. Å beskytte produsentenes merkevarer vil kunne styrke produsentenes makt i verdikjeden, og redusere muligheten for at forbrukere forveksler norske varer med importerte varer. Å styrke produsentens makt i verdikjeden, ved å begrense dagligvarekjedenes bruk av egne merkevarer (EMV) og begrense vertikal integrering, gjør at en større andel av sluttpris til forbruker kan tilfalle bonden. Behovet for offentlige tilskudd kan dermed bli redusert.

2.1.12 Tallfestet mål for økologisk produksjon

Mål og virkemidler for økologisk matproduksjon er ifølge Oxford Research nødvendig for å skape utvikling av det økologiske landbruket. Begge faglagene og de øvrige deltakerne i ressursgruppa peker på behovet for konkrete produksjonsmål. Bondelaget har vedtatt mål om 10 % økologisk produksjon, mens Småbrukarlaget har vedtatt 15 % økologisk produksjon innen 2030.

## 2.2 Forbedret agronomisk praksis og nye økologiske produsenter

Et av de økologiske prinsippene er at «landbruket skal bygge på levende økologiske systemer og kretsløp, arbeide med dem, etterligne dem og hjelpe til å bevare dem.». Det er ved omlegging til økologisk ikke tilstrekkelig å kun fjerne eller erstatte syntetiske plantevernmidler og kunstgjødsel med økologisk godkjente alternativer. Det er nødvendig å ta lærdom av levende økologiske systemers næringstilførsel og kontroll med planteskadegjørere for å lykkes med økologisk produksjon. Kunnskap om disse metodene for matproduksjon må deles, og nye produsenter av økologisk mat må rekrutteres, for at den norske økologiske matproduksjonen skal øke. Landbruksdirektoratets økologiprogram peker på kompetanse som et hovedsatsingsområde. Ressursgruppa til handlingsplanen har uttalt at det er særlig viktig med kompetansedeling og utdanning retta mot nye økologiske produsenter.

### 2.2.1 Støtte til deling og utprøving av agronomisk kompetanse

Det finnes mange eksempler på god, lønnsom økologisk landbruksproduksjon i Norge og sammenlignbare europeiske land. Men det kan være kostnadskrevende og risikabelt å overføre kunnskap og praksis til nye områder. Aktørene i Partnerskap Landbruk bør derfor støtte deling og utprøving av agronomisk kompetanse mellom økologiske produsenter. Fylkeskommunen bør prioritere bruk av RT-midler til deling og utvikling av metoder som kan benyttes i både økologisk og konvensjonelt. Og bønder som har en forbildefunksjon bør kunne søke om investeringsstøtte fra RT, som f.eks. til utprøving av ny teknologi.

Mentorordningen og grupperåd i landbruket i regi av NLR er en viktig arena for deling av kompetanse mellom økologiske produsenter, en arena som bør videreføres og også gi mulighet for å tilby utenlandsk økologisk kompetanse.

Midler over klima og miljøprogrammet (KMP) bør prioriteres til prosjekt som innenfor KMP sitt formål også kan nyttiggjøres innenfor økologisk landbruk.

### 2.2.2 Utdanning og rekruttering av økologiske produsenter

Et godt utdanningstilbud for rekruttering er viktig for at nye økologiske produsenter skal ha et godt faglig fundament for drifta. Økologisk landbruk som valgfag i voksenagronomopplæring er vektlagt i nasjonalt økologiprogram. Et utdanningstilbud til drivere av markedshager og annen småskala frukt- og grøntproduksjon vil sannsynligvis virke stimulerende på økologisk produksjon, fordi disse produksjonene ofte drives økologisk.

Statsforvalterne i Vestfold og Telemark samt Vestland samarbeider med Sogn Jord og Hagebruksskole om utviklingen av studie i økologisk fruktdyrking.

Statsforvalteren i Vestfold og Telemark følger opp oppstartprogrammet for markedshager, med mål om å etablere kompetansesenter og/eller utdanning innen småskala landbruksproduksjon. Melsom VGS tilbyr modulbaserte kurs i økologisk landbruk gjennom sin agronomutdanning for voksne.

### 2.2.2 Mobilisering av nye produsenter

Mange jordbruksarealer er ute av drift eller står i fare for å bli det. Særlig er små skifter i urbane strøk utsatt. De er tunge å drive i en stordrift, og samtidig utsatt for press fra bebyggelse. Denne typen arealer kan egne seg for markedshager, og markedshager er oftest økologisk drevet. En kobling mellom nye småskala økologiske produsenter, og arealer som er eller står i fare for å bli satt ut av drift kan derfor være spesielt relevant i bynære/urbane områder. Statsforvalteren i Vestfold og Telemark jobber i prosjektet «Arealer ute av drift» med en nettløsning som kobler potensielle drivere med arealer ute av drift.

I Telemark har det vært for få søkere i forhold til rammen for IBU-midler. Kommunene kan, sammen med Statsforvalteren og Innovasjon Norge, ha en rolle i å mobilisere og informere eiere av landbrukseiendommer om mulighetene som ligger i matproduksjon og direktesalg, med vekt på informasjon om økologisk produksjon. Målgruppen er eiere av mindre landbrukseiendommer, som leier ut arealene sine. Mobiliseringsmøter kan for eksempel settes opp etter modell fra Larvik kommunes informasjonsmøte i 2019 for eiere av landbrukseiendommer.

### 2.2.3 Bedre og rimeligere tilgang på plantemateriale

Endringer i EUs regelverk for økologisk landbruk medfører at mulighetene for å bruke konvensjonelt formeringsmateriale på dispensasjon blir faset ut frem mot 1.1.2036. I europeisk planteproduksjon er det et relativt stort utbud av økologisk formeringsmateriale, men sortimentet innenfor ulike arter er ikke alltid tilpasset norske forhold. Risikoen for å importere alvorlige planteskadegjørere er dessuten betydelig. Hvis dispensasjonsmuligheten for økologisk plantemateriale forsvinner blir det i praksis ikke mulig for norske øko-produsenter å unngå import, selv om plante-helse er unntatt fra EØS-avtalen. Markedet for økologisk plantemateriale til yrkesproduksjon i Norge er så lite at det vanskeliggjør og/eller fordyrer en fremavlskjede. Det kan derfor være behov i Norge for unntak fra EUs nye krav om bruk av økologisk plantemateriale.

Regelverksutvalget for økologisk produksjon (RVU) legger til rette for godt samarbeid mellom myndigheter, næring og andre berørte parter om regelverksutvikling innen økologisk produksjon. Det er nødvendig å arbeide for bedre og rimeligere tilgang på plantemateriale til norsk økologisk produksjon frem mot 2036.

Statsforvalterne i Vestfold og Telemark samt Vestland samarbeider med Sagaplant AS om å tilby relevant formeringsmateriale til det norske økologiske fruktmiljøet.

## Forklaringer til forkortelser og organisasjoner

**BOLO:** Prosjekt Bærekraftig offentlig innkjøp av lokalmat. Se vedlegg 2 for informasjon om prosjektet.

**FK:** Fylkeskommunen

**IBU-midler:** Investerings- og bedriftsutviklingsmidler, forvaltet av Innovasjon Norge i henhold til forskrift, nasjonal policy og prioriteringer fra regionalt partnerskap.

**Inspirasjonsbonde:** Bønder som deltar i prosjektet Landbrukets Økoløft. For å stimulere til økt økologisk produksjon benyttes inspirasjonsbønder til en rekke oppdrag for å inspirere bønder og nye til næringa til å satse på økologisk produksjon. Inspirasjonsbøndene har også fått en viktig rolle i å inspirere dagligvarekjeder og -butikker og forbrukere, inkl. storkjøkken, til å prioritere norskproduserte økologiske varer.

**IN:** Innovasjon Norge.

**KMP:** Klima og miljøprogrammet. Klima- og miljøprogrammet gir prosjekttilskudd innenfor temaene klimatilpasning, klimagassutslipp, jord, forurensing, kulturlandskap og naturmangfold. Statsforvalteren forvalter ordningen og gir støtte til regionale prosjekter.

**Matvalget:** Matvalget er en ideell veiledningstjeneste uten økonomiske særinteresser. Matvalget jobber på generelt grunnlag for å fremme et mer bærekraftig matsystem – og hvor økologiske landbruksmetoder utgjør en viktig veiviser for den retningen utviklingen bør ta. Matvalget har tverrfaglige team med kompetanse innen blant annet kokk- og matfag, ernæring, miljøanalyse, kommunikasjon og prosessledelse. Matvalget er gode på samarbeid, både innad i teamet og i dialog med relevante oppdragsgivere og alliansepartnere.

**NIBIO:** Norsk Institutt for Bioøkonomi. Forskningsinstitutt.

**NORSØK:** Norsk senter for økologisk landbruk er en norsk stiftelse stiftet 27. april 1986. NORSØK er et nasjonalt senter for tverrfaglig forskning og kunnskapsformidling for å utvikle økologisk landbruk.

**REKO-ring:** Rettferdig-konsum-ring. Facebookbasert online plattform hvor matprodusenter tilbyr varer til forbrukere, og avtaler sted og tid for vareoverlevering.

**RMP:** Regionalt miljøprogram. Ordningen gjelder tilskudd for å gjøre miljøtiltak på egen gård eller leiejord. Kommunene er vedtaksmyndighet for tilskudd. Statsforvalteren fastsetter forskrift for ordningen, innenfor rammene av den nasjonale instruksjonen.

**RT-midler:** Regionale tilretteleggingsmidler. Midler tildelt over jordbruksavtalen, forvaltet av fylkeskommunen. Midlene skal legges til rette for regional næringsutvikling med mål om å styrke verdiskapingen i landbruket. Det kan gis tilskudd til tilretteleggingstiltak som bidrar til utvikling av konvensjonell eller økologisk drift i landbruket eller til utvikling av andre landbruksbaserte næringer innenfor fastsatte rammer i jordbruksoppjøret og statsbudsjettet.

**SFVT:** Statsforvalteren i Vestfold og Telemark

## Referanser

- Agri Analyse (2019). Fleire økologiske bønder? – hva mener bonden? Rapport nr 9/2019. Oslo: Agri Analyse
- Agri Analyse (2022). Mangel på norskprodusert øko-melk? Rapport nr 2/2022. Oslo: Agri Analyse
- Agri Analyse (2023) Den norske matvareverdikjeden- konsekvenser av et prisdiskrimineringsforbud. Oslo: Agri Analyse
- Bechmann, M., Berland, R.F., Rivedal, S., Brod, E., Fischer, F., Seehusen, T. og Øgaard, A.F. (2023) Tiltak for bedre nitrogenforvaltning i norsk jordbruk. NIBIO rapport nr 9/44/2023
- Dombu, S. V., Johnsen, H. M., Kårstad, S., & Pettersen, I. (2022). Mer norsk frukt og grønt i offentlig sektor. NIBIO.
- Godpris AS (u.å.). Prisstatisikk for importerte epler. Hentet fra <https://food.no>
- Hansen, S., Koesling, M., Bergslid, R. og Serikstad, G.L. (2021). Miljømessig og økonomisk bærekraft på gårder med økologisk eller konvensjonell melkeproduksjon - studie av 20 gårder i Møre og Romsdal. NORSØK rapport nr 6/10/2021. Tingvoll: NORSØK
- Hansen, S., Morken, J., Nesheim, L., Koesling, M. og Fystro, G. (2009). Reduserte nitrogenutslipp gjennom bedre spredningsrutiner for husdyrgjødsel. Bioforsk rapport vol 4 nr 188/2009.
- Konkurransetilsynet (2024). Konkurransetilsynets marginstudie 2024 Del 1. Lønnsomhetsberegninger på virksomhetsnivå. Hentet fra <https://konkurransetilsynet.no/wp-content/uploads/2024/05/Rapport-marginstudie.pdf>
- Liseth Solutions AS (2023) *Kassalapp*. (1.0.84) [App]. Apple App Store. <https://kassalapp.no>
- Landbruksdirektoratet (2023a). Økt norskandel i økologisk fôr. Rapport nr 14/2023. Oslo: Landbruksdirektoratet.
- Landbruksdirektoratet (2024). Produksjon av økologiske jordbruksvarer 2023. Rapport nr 5/2024. Oslo: Landbruksdirektoratet.
- Landbruksdirektoratet (2023b). Økologiprogram 2019-2030. Rapport nr 8/2019. Oppdatert 1.sept.2023. Oslo: Landbruksdirektoratet.
- Landbruks- og matdepartementet (2018). Nasjonal strategi for økologisk jordbruk. Nasjonal strategi 2018- 2030. Publikasjonskode M-0751 B. Oslo
- Menon Economics (2016). Utvalget av mat og drikke i norsk og svensk dagligvare – En analyse av sammenliknbare butikker. Menon-publikasjon nr 56/2016.
- Menon Economics (2022). EMV i norsk dagligvarebransje sammenlignet med andre retailbransjer. Menon-publikasjon nr 69/2022.
- Milford, A.B., Prestvik, A.S. og Kårstad, S. (2019) Produksjon og omsetning av økologisk frukt, bær og grønnsaker gjennom alternative salgskanaler. NIBIO rapport nr 5/95/2019.
- Møhring, H. (2024, 22.august) Økologisk Norge kritisk til direktoratets økostatistikk. *Økologisk24*. Hentet fra <https://www.okologisk24.no/landbruk/okologisk-norge-kritisk-til-direktoratets-okostatistikk/1170038>

Møhring, H. (2024, 10.sept.) Bama solgte 6.300 tonn med norske epler i fjor. Kun 15 av dem var økologisk produsert i Norge. *Økologisk24*. Hentet fra <https://www.okologisk24.no/produksjon/bama-solgte-6300-tonn-med-norske-epler-i-fjor-kun-15-av-dem-var-okologisk-produsert-i-norge/1251123>

Møller, P. (u.å.) Nordmannen, svensken og dansken. Hentet fra <https://debio.no/historier/nordmannen-svensken-og-dansken/>

NHO (2024, 13.mars). Tall og trender 2023: Handel. Henta fra <https://www.nhosh.no/tall-og-fakta/tall-og-trender/tallogtrender2023/handel-tall-og-trender/#part5>

NOU 2022: 14. (2022). *Inntektsmåling i jordbruket*. Landbruks- og matdepartementet.

Opplysningskontoret for meieriprodukter. (2022, 12. mai). Nesten 8 av 10 foretrekker å kjøpe norskprodusert mat og drikke [Pressemelding]. Hentet fra <https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/17933396/nesten-8-av-10-foretrekker-a-kjope-norskprodusert-mat-og-drikke?publisherId=90026>

Oxford Research (2023). Gode intensjoner – lite handling. Evaluering av nasjonal strategi for økologisk jordbruk. Rapport nr 11/2023. Kristiansand: Oxford Research

Renna, R. (2022) Hvor mye nitrogen kan kløveren fikse i nord? Hentet fra <https://www.nlr.no/fagartikler/grovfor/nord/hvor-mye-nitrogen-kan-kloveren-fiksere-i-nord>

Sjøvik, K.M. (2024, 22. august). Hva er det som er så vanskelig med øko? *Økologisk24*. hentet fra <https://www.okologisk24.no/synspunkt/hva-er-det-som-er-sa-vanskelig-med-oko/1170254>

Staalstrøm, A., Walday, M., Vogelsang, C., Frigstad, H., Borgersen, G., Albretsen, J. og Naustvoll, L. (2022) Utredning av behovet for å redusere tilførselene av nitrogen til Ytre Oslofjord. NIVA rapport nr 7723-2022.

The Rockefeller Foundation (2021). The true Cost of Food – Measuring What Matters to Transform the U.S Food System

Viciunaite, V., Holm, K.M. og Pedersen, P.E. (2024) Bærekraftig offentlig innkjøp av lokalmat. Hentet fra:

<https://www.statsforvalteren.no/contentassets/6896db6e91a64786981976e9fd33e6b0/prosjektrapport.pdf>



## Vedlegg 1. Pågående og nylig gjennomført prosjekt/programarbeid relatert til økologisk handlingsplan

### 1) Bærekraftig offentlig innkjøp av lokalmat (BOLO):

Forprosjektet «Bærekraftig offentlig innkjøp av lokal mat», BOLO, har utforsket hvordan offentlig innkjøp på kommunalt nivå kan stimulere produksjon, forbruk og kunnskap om bærekraftig lokal mat. Statsforvalteren i Vestfold og Telemark samarbeider med Universitetet i Sørøst Norge i forprosjektet som støttes av Regionale Forskningsfond Vestfold og Telemark.

### 2) Oppstartprogram for markedshager i Tønsberg og Færder:

Femten kvalifiserte deltakere ble rekruttert og har gjennomført et eget designet program i regi av Statsforvalteren og prosjektleder Kristine Aronsen. Prosjektet ble avsluttet våren 2023. Målet var å gjøre deltakerne rustet til å stå på egne ben økonomisk etter å ha gjennomført kurset.

### 3) Holt Gård som kompetansesenter for småskala dyrking:

Prosjektet er en direkte oppfølging av oppstartprogram for markedshager. Målet er å etablere Holt gård som kompetansesenter for småskala landbruksproduksjon

- Lage forretningsmodell for hva gården kan tilby framover
- Inntjeningsmuligheter
- Hva vil markedet ha
- Tilbud om testareal for å lære å dyrke

Prosjektet avsluttes februar 2024 og erfaringene overleveres Holt Gard.

### 4) DigiFood:

Prosjektet ledes av USN, Horten. Statsforvalteren i VT er samarbeidspartner i prosjektet.

Prosjektet skal utvikle kunnskap som underlag for å svare på følgende tre forskningsspørsmål: Hvilke typer av alternative matnettverk utvikles som følge av digitalisering og digitale plattformer?

Hvilke lokale, regionale og nasjonale faktorer påvirker disse matnettverkenes utvikling til å bli betydningsfulle matmarkeder?

Hvilket potensial har slike alternative matnettverk til å bli bærekraftige alternative matsystemer?

Prosjektet avsluttes i 2024.

### 5) Fjellandbruksatsing i Telemark:

Statsforvalteren i Vestfold og Telemark tildeler midler hvert år for å stimulere til økt utvikling og bruk av landbruket sine ressurser i fjellområdene. Fra og med 2025 overtar fylkeskommunen ansvaret for fjellandbruksmidlene.

Vestfold og Telemark er en av de fire regionene som skal ha en spesiell satsing innen fjellandbruket. De andre regionene er Innlandet, Oslo og Viken og Trøndelag. Det er gitt midler til blant annet kurs i dyrking av grønnsaker og bær i fjellkommunene.

#### **6) Prosjekt Dyrking av økologisk kjernefrukt**

Sogn Jord og Hagebruksskole skal i prosjektperioden etablere økologiske undervisningsfrukthager, med forskjellige typer plantesystem. SJH, SFVT og SFV samarbeider blant annet med Sagaplant AS om å tilby relevant formeringsmateriale til det norske økologiske fruktmiljøet.

Prosjektet er støttet av nasjonale tilretteleggingsmidler.

#### **7) Jordhelsesamarbeid på tvers av embeter**

Statsforvalterne i Østfold, Buskerud, Oslo, Akershus, Vestfold, Telemark og Innlandet samarbeider i en felles jordgruppe. Arbeid med jord og jordhelse følger opp målsettingen om nok og trygg mat og hensynet til kvaliteten på vann og hav.

Samarbeidet har handlet om gårdskompost, økologisk handlingsplan, innspill tilskudd jordhelse, bruk av felles nettverk og besøk hos gårdbrukere som satser på jordhelse. Som følge av gårdsbesøkene følger embetene opp utfordringer i bruk av fangvekster, flomvern, regenerativt landbruk, nye miljøkrav og oppstart av mikroslakteri. I åkerkulturer opplever embetene at bevisstheten om jordhelse øker.

#### **8) Opprettelse av et nettverk for viderekomne gårdbrukere innen regenerativt jord- og hagebruk: RegenPro**

Statsforvalterne i Østfold, Buskerud, Oslo, Akershus, Vestfold, Telemark og Innlandet har lagt til rette for og støttet opprettelsen av et nettverk for viderekomne gårdbrukere innen regenerativt jord- og hagebruk. Nettverkets formål er samarbeid om å tilgjengeliggjøre rådgiving på viderekomment nivå til nettverksdeltagerne.

#### **9) Mat og reiseliv i Fjell-Noreg**

Statsforvalterens matkontakt representerer Vestfold og Telemark inn i prosjektet til Fjellnettverkets prosjekt: Mat og reiseliv i Fjell-Noreg. Matkontakten bruker sin spisskompetanse på lokalmat og landbruksbasert reiseliv inn i arbeidsgruppa for prosjektet. Matkontakten har mer enn 20 års erfaring fra lokalmatarbeid, og Fylkeskommunen som eier prosjektet, ser nytten av denne kunnskapen.

#### **10) Økouka i Vestfold og Telemark**

ØKOUKA er en nasjonal feiring av norsk økologisk og biodynamisk mat og jordbruk som formidler råvarer, kunnskap og inspirasjon. ØKOUKA ønsker å vise fram mangfoldet i norsk jordbruk. I Vestfold og Telemark er vi stolte av flotte produsenter og formidlere og byr på en rekke arrangementer i hele fylket, hvor du kan smake på økologisk Vestfold og Telemark. Økouka har tidligere fått støtte fra Vestfold og Telemark Fylkeskommune. Statsforvalteren i Vestfold og Telemark har bidratt med nettverk og kompetanse til ØKOUKA.

#### **11) Utvikling av markedshager i Norge**

Robust småskala grønnsaksproduksjon er et tre-årig (2021-24) samarbeidsprosjekt for å løfte småskala grønnsaksproduksjon over hele landet. Prosjektet vil øke tilbudet av grønnsaker i lokalmatmarkedet og sikre god kompetanse hos produsentene, både innen salg og produksjon. Prosjektet tilbyr nettverk og kunnskap til bønder og gartnere over hele landet.

Statsforvalteren i Vestfold og Telemark leder arbeidsgruppe nettverk for erfarne dyrkere, der embetet hver vinter organiserer webinarer basert på etterspurte tema.

## **12) Oppfølging av mulighetsstudien «Urbant landbruk i by- og stedsutvikling i Vestfold og Telemark»**

Statsforvalteren i Vestfold og Telemark, Vestfold fylkeskommune og Telemark fylkeskommune tar informasjon fra mulighetsstudien videre i arbeidet med urbant landbruk:

- Stort potensial for urbane tiltak sentralt i byene
- Behov for spesialisert utdanning innen urbant landbruk
- Urbant landbruk favner bredt
- Urbane landbruksinitiativ er personavhengig
- Offentlige arealer har stor verdi
- Informasjon og kommunikasjon er viktig
- Økonomi i urbane landbrukstiltak

## **13) Regionalt miljøprogram**

Miljøtiltak som gårdbrukere kan søke tilskudd for å gjennomføre. Rettighetsbaserte, årlige tilskudd til tilskuddsformål som er definert i egen forskrift. Alle jordbruksforetak som er berettiget produksjonstilskudd kan søke på disse, og tilskuddene tildeles etter standardvilkår og faste satser til alle som tilfredsstiller vilkårene.

## **14) Klima- og miljøprogrammet**

Fylkesvise midler til prosjekt- og informasjonsarbeid som fremmer landbrukspolitikkenes mål for klima og miljø. Midlene forvaltes av Statsforvalterne.

## Vedlegg 2. Deltakere i handlingsplanens arbeidsgruppe og referansegruppe.

### Arbeidsgruppe:

Kari Mette Holm, landbruk, Statsforvalteren i Vestfold og Telemark

Ellen Dagsrud, landbruk, Statsforvalteren i Vestfold og Telemark

Mona Olsrød, landbruk, Statsforvalteren i Vestfold og Telemark

Martin Dalen, landbruk, Statsforvalteren i Vestfold og Telemark

Anne Skaug Nisi, landbruk, Telemark fylkeskommune

Ivaylo Ivanov, landbruk, Drammen kommune

Elin Skålid, landbruk, Fyresdal kommune

Hege Sundet, Norsk landbruksrådgiving.

### Referansegruppe:

Kari Holm Totland, Innovasjon Norge

Karl-Otto Mauland, Vestfold Fylkeskommune

Turid Stalsberg, Vestfold Bondelag og Telemark Bondelag

Bergljot Styrvoll, Vestfold Bonde- og Småbrukarlag

Andre Trondsen, Telemark Bonde- og småbrukarlag

Harald Moskvil, landbrukspolitisk talsperson Miljøpartiet De Grønne

Per Erik Rosnes, gårdbruker, grønnsaker

Astrid Bjørnson, gårdbruker og inspirasjonsbonde, frukt og bær

Per Arne Hoppestad, gårdbruker og inspirasjonsbonde, grønnsaker

Tore Jardar Virgenes, gårdbruker og inspirasjonsbonde, andelsgård, markedshage, direktesalg.

Harald Lie, gårdbruker, melkeproduksjon

Kim Erik Ellingsen, gårdbruker, husdyr

Jan Phillips Olsen, gårdbruker, frukt

Reklima AS, Pionerbedrift innen sirkulær matproduksjon og biogjødsel

Viktorija Vicuinaite, forsker, Prosjekt Digifood og Bærekraftige offentlige innkjøp

Anne Sofie Willumsen, prosjektleder Økouka Vestfold og Telemark

Jon Herman Wold-Hansen, gårdbruker, korn