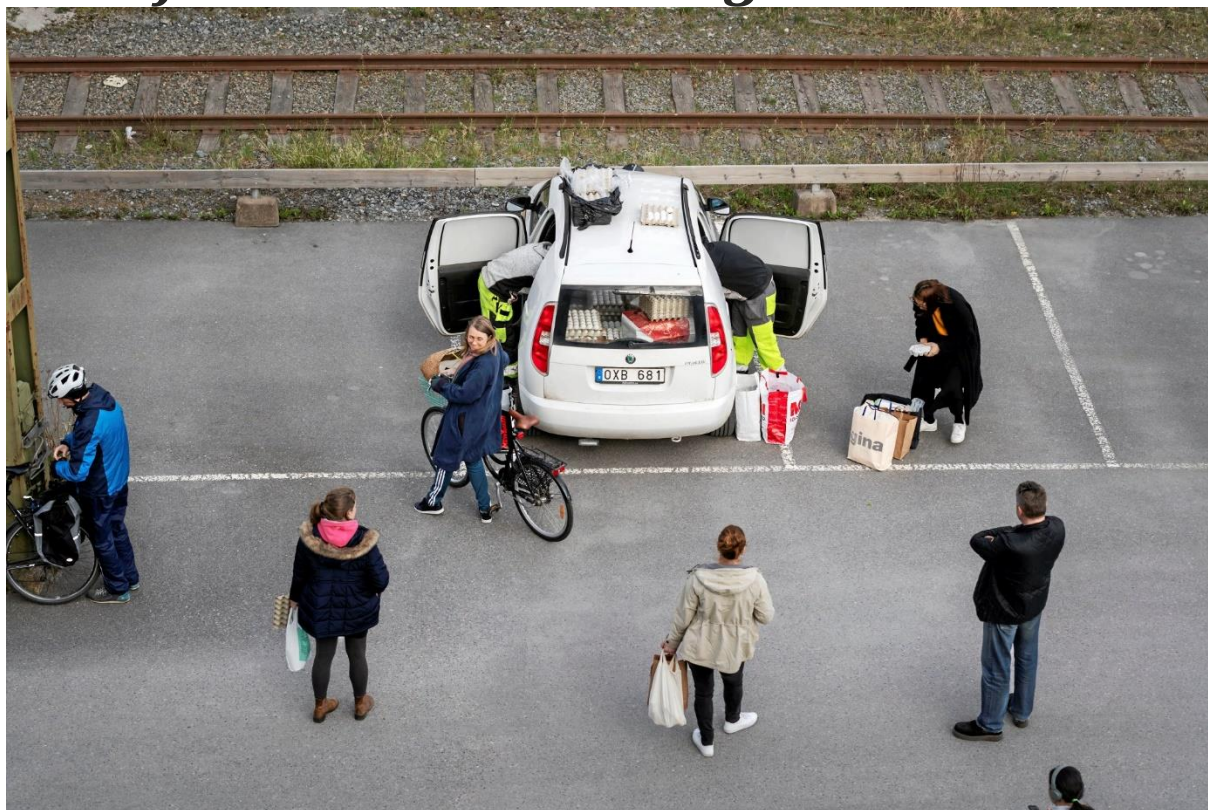


Reko-folket vil ha mer øko-grønnsaker



Reko er en modell for salg av mat direkte fra produsent til forbruker. Varene bestilles på Facebook og leveres på oppsatte tidspunkter og hentesteder. Foto: Stina Stjernkvist / TT / NTB scanpix
Åpne deleknapper for artikkelen

13.05.20 08:23

Christine Hvitsand, Gunn Kristin Aasen Leikvoll og Ingvild Haugen (Forskere ved Telemarksforskning)

Reko-ringene kan vise seg å bli viktige omsetningskanaler for norskprodusert mat, og særlig for økologiske grønnsaker.

KRONIKK Dette er en kronikk, skrevet av en ekstern bidragsyter. Kronikken gir uttrykk for skribentens holdninger.

Slik kan reko muliggjøre økt matproduksjon på norske ressurser, styrke selvforsyningen og bidra til lokal verdiskaping.

Reko-ringer har de siste par årene vokst fram over hele Norge, med en popularitet som tyder på at mange ønsker å kjøpe mat direkte fra produsent og slik både spise lokalt og støtte lokalt næringsliv. Ved å tilby en salgskanal uten mellomledd, gjør reko-ringene det mulig for flere å produsere mat, også i

liten skala. Sjelden har dette vært mer aktuelt enn i et korona-preget samfunn, der næringslivet er under stort press og betydningen av å ha egen matproduksjon har blitt synlig for flere.

Reko er en modell for salg av mat direkte fra produsent til forbruker. Handelen organiseres gjennom Facebook-grupper, der hver gruppe utgjør en «ring». Varene bestilles på Facebook og leveres på oppsatte tidspunkter og hentesteder. Den første reko-ringene i Norge ble etablert i november 2017, og utviklingen har vært eksplosiv.

Studien viser potensial for økt omsetning av økologiske matvarer, og særlig grønnsaker, gjennom reko-ringene.

Ved årsskiftet fantes 80 aktive reko-ringer med hele 400.000 medlemmer, over hele landet. (Produsenter og kunder kan være medlem i flere grupper, derfor viser ikke dette tallet antall unike personer, men antall medlemskap.) Reko-fenomenet har utspring i Finland, og har også spredt seg i Sverige.

I fjor gjennomførte Telemarksforskning en nasjonal studie for å øke kunnskapen om hvilken rolle reko-ringer kan ha i å fremme økologisk og bærekraftig matproduksjon og matforbruk. Studien ble finansiert av Landbruksdirektoratet. Telemarksforskning intervjuet produsenter og gjennomførte en spørreundersøkelse blant forbrukere (1789 besvarelser) og produsenter (215 besvarelser) i alle de norske reko-ringene.

Studien viser potensial for økt omsetning av økologiske matvarer, og særlig grønnsaker, gjennom reko-ringene. Reko-kundene hadde blitt mer bevisste på hvordan maten er produsert og kjøpte mer økologisk etter de ble med i reko. Hele 73 prosent av kundene svarte at de ville eller kanskje ville handle mer økologisk dersom det var et større utvalg økologiske varer i reko. Av disse ønsket flestepartene seg mer økologiske grønnsaker, deretter kjøtt og kjøttprodukter etterfulgt av frukt og ost.

Av produsentene i spørreundersøkelsen oppga 34 prosent at alle eller noen av produktene de solgte i reko var sertifisert økologiske. Dette er en langt større andel enn i det norske landbruket som helhet. Blant alle reko-produsentene hadde 87 prosent opplevd at kundene etterspurte økologiske produkter, og særlig økologiske grønnsaker. Funnene i spørreundersøkelsen bekreftes i intervjuene, hvor det forklares at grønnsaker er svært populært og nærmest rives vekk.

Det er flere faktorer som motiverer reko-kundene. De ønsker bedre tilgang til økologisk mat og å støtte opp om lokalt næringsliv og verdiskaping. Bedre

tilgang til kortreist mat og fersk mat i sesong ble også oppgitt som viktige motivasjoner, samt å vite hvor maten kommer fra og få bedre kontakt med produsenten. Studien viste at reko tiltrekker seg mange bærekraftsorienterte forbrukere og produsenter, som er opptatt av å sette holdninger ut i praksis. gjøre miljøvennlige handlinger i praksis.

Samtidig må vi presisere at reko er åpen for alle produsenter, store og små, økologiske eller ikke-økologiske, og det er kundens ansvar å avgjøre hvilke produsenter de ønsker å handle fra. Det er for eksempel ikke slik at mat som selges gjennom reko automatisk er mer miljøvennlig eller er produsert med bedre dyrevelferd.

Kunder må heller ikke tro at lokalprodusert nødvendigvis er det samme som bærekraftig. Mange flere faktorer spiller inn i det store bildet av hva som er bærekraftig mat. Overordnet mener vi likevel at reko-ordningen bringer norsk matproduksjon og matforbruk i en mer bærekraftig retning.

Vi er midt i en offentlig satsing på å styrke norsk grøntproduksjon, blant annet gjennom øremerkede forsknings- og utviklingsmidler. Det offentlig oppnevnte utvalget for innovasjon, vekst og økt norskandel i grøntsektoren lanserte nylig sin rådgivende rapport om grøntsektoren mot 2035. Utvalget foreslår blant annet å sette i verk tiltak for økt etterspørsel etter norsk grønt.

Generelt er mer grønt i kostholdet ønskelig også ut fra et helseperspektiv. Kanskje kan nye tiltak for økt tilbud, etterspørsel og forbruk av grønt lære noe fra reko-ringene, der vi altså finner en udekket etterspørsel etter lokalt produserte, og særlig økologiske, grønnsaker?

Tilgang til markedet gjennom de vanlige salgskanalene anses som en barriere for økt produksjon og forbruk av økologiske grønnsaker, og alternative salgskanaler som reko kan være en måte for produsenter og kunder å komme i direkte kontakt. Telemarksforskings studie viser at reko er viktig for mange av produsentene, spesielt de som selger grønnsaker og bær, eller produkter derav.

Gitt reko-fenomenets økende omfang og oppslutning blant kundene, kan reko gjøre det mulig for flere å satse på økologisk grønnsaksproduksjon i Norge. Det finnes flere eksempler på at grønnsaker kan produseres over hele landet, selv om produksjonen i dag er konsentrert rundt spesielt egnede jordbruksområder.

At reko-folket vil ha mer lokalproduserte, bærekraftige grønnsaker og andre produkter viser at det er en mulighet økt selvforsyning fra norsk produksjon og lokal verdiskaping i landbruket.