

# Muligheter og flaskehalsar i produksjon og markad for økologisk frukt, bær og grønnsaker

UTREDNING TIL PARTENE I JORDBRUKSOPPGJØRET 2016

RAPPORT NR. 10 / 2016  
12.02.2016







Rapport:	Muligheter og flaskehalsar i produksjon og marked for økologisk frukt, bær og grønnsaker
Avdeling:	Avdeling ressurs og areal
Dato:	12.2.2016
Ansvarlig:	Turid Vollmo
Bidragstere:	Gry Sørensen, Sissel Nyhus, Helge Vittersø, Ola Rygh, Kari Mette Holm, Gunnhild Jaastad, Frøydis Lindén
Rapport-nr.:	10/2016
Forsidefoto:	Colourbox.com

# Forord

Tema for denne rapporten er muligheter og flaskehals i verdikjeden for produksjon og marked for økologisk frukt, bær og grønnsaker (inkl. potet). Verdikjeden er definert som leddene produsent-lager/pakkeri – grossist – matvarekjeder - butikker – forbruker. Det er lagt vekt på produksjon og omsetning av norske råvarer og på verdikjeden fram til dagligvare som utgjør anslagsvis 70–80 prosent av samlet omsetning av økologisk frukt, bær og grønnsaker.

Rapporten er utarbeidet av en arbeidsgruppe i Landbruksdirektoratet, der også representanter fra foregangsfylkene for frukt og bær og grønnsaker har deltatt. Utredningen sammenstiller og bygger på kunnskap fra tidligere rapporter, statistikk og erfaringskunnskap. Som ledd i denne utredningen har NIBIO gjennomført en undersøkelse på oppdrag fra Landbruksdirektoratet. Det er også avholdt møter med sentrale aktører i verdikjeden.

Bakgrunn for rapporten er en beslutning i jordbruksoppgjøret 2015 der Landbruksdirektoratet fikk i oppdrag å se nærmere på utfordringene innen produksjon og marked for økologisk frukt, bær og grønnsaker. Utredningen skulle ferdigstilles til jordbruksoppgjøret 2016.

Kapittel 2 beskriver status og utviklingstrekk innen produksjon og marked for økologisk frukt, bær og grønnsaker. I kapittel 3 er eksisterende virkemidler innenfor verdikjeden for norsk frukt, bær og grønnsaker kartlagt. Deretter er muligheter og flaskehals i verdikjeden kartlagt, og mulige tiltak og prioriteringer for å løse flaskehals er vurdert i kapittel 4. Kapittel 5 oppsummerer de viktigste momentene og anbefalinger fra utredningen.

Oslo 12.2.2016

Bjørn Huso  
Seksjonssjef

Turid Vollmo  
Prosjektleder

# Innholdsfortegnelse

<b>Forord.....</b>	<b>2</b>
<b>Sammendrag.....</b>	<b>5</b>
<b>Innholdsfortegnelse .....</b>	<b>3</b>
<b>1 Innledning.....</b>	<b>8</b>
1.1 Mandat.....	8
1.2 Avgrensing av mandatet.....	9
1.3 Organisering, metode arbeidsprosess og kildebruk.....	9
1.4 Oppbygging av rapporten.....	10
<b>2 Status og utvikling for produksjon og omsetning av økologisk frukt, bær og grønnsaker.....</b>	<b>11</b>
2.1 Produksjon og omsetning.....	11
2.1.1 Produksjonsareal .....	11
2.1.2 Kvantum av norsk økologisk omsatt i konsummarkedet.....	12
2.1.3 Priser til produsent.....	15
2.1.4 Priser til forbruker .....	17
2.1.5 Omsetning gjennom dagligvare.....	17
2.1.6 Sammenligning av andeler økologisk areal, tonn og kroner .....	20
2.1.7 Omsetning gjennom andre salgskanaler.....	20
2.2 Sysselsetting og struktur.....	21
2.3 Økonomi i økologisk produksjon.....	22
2.3.1 Gulrot, løk og potet .....	22
2.3.2 Tomat.....	24
2.3.3 Epler .....	25
2.3.4 Jordbær .....	26
2.4 Fremtidsutsikter for produksjon.....	26

2.5 Framtidsutsikter for omsetning .....	29
<b>3 Eksisterende virkemidler .....</b>	<b>31</b>
3.1 Oversikt over virkemidler innenfor verdikjeden for frukt, bær og grønnsaker .....	31
3.1.1 Virkemidler for å fremme produksjon.....	33
3.1.2 Virkemidler for å styrke lagring og omsetning .....	35
3.1.3 Virkemidler for å styrke kunnskap .....	36
<b>4 Muligheter, flaskehalsar og mulige tiltak i verdikjeden.....</b>	<b>40</b>
4.1 Resultat fra NIBIOs undersøkelse blant aktører i verdikjeden.....	40
4.2 Arbeidsgruppas vurdering og mulige strategier og tiltak .....	42
4.2.1 Generelt .....	42
4.2.2 Produsentnivået .....	42
4.2.3 Pakkeri og lager .....	46
4.2.4 Grossister.....	47
4.2.5 Matvarekjeder.....	47
4.2.6 Butikker .....	49
4.2.7 Forbrukere .....	49
4.2.8 Storhusholdning.....	50
4.2.9 Myndighetene .....	50
<b>5 Konklusjon og anbefalinger.....</b>	<b>52</b>

## **Vedlegg: Aktører i verdikjeden for økologisk frukt, bær og grønnsaker**

# Sammendrag

## **Fortsatt langt fra målet om 15 prosent økologisk produksjon og omsetning – stor vekst i etterspørselen – produksjonen må henge med**

Etterspørselen etter økologisk frukt, bær og grønnsaker øker og har nå passert meieriprodukter som største kategori innen omsetning av økologiske produkter i dagligvarehandelen. Omsetningen har vært spesielt stor de siste årene og økte med nesten 180 mill. kroner fra 2013 til 2014. Økologiske grønnsaker utgjorde i gjennomsnitt 3,6 prosent og økologisk frukt 2,1 prosent av totalomsetningen i dagligvare i 2014. Omsetningen av gulrot og rotgrønnsaker ligger imidlertid langt høyere enn gjennomsnittet. Omsetningen av økologiske bær er svært liten. Den prosentvise veksten i omsetningen er klart høyere for økologisk enn for konvensjonelt produsert frukt og grønnsaker. Økningen i omsetningen blir i stor grad dekket av import. Muligheten for import gjør at økologiske varer kan tilbys hele året, noe som er viktig for utviklingen av hele markedet for økologiske produkter i Norge.

Sammenlignet med norsk konvensjonell produksjon er den økologiske produksjonen svært liten. Arealet med norsk økologisk produksjon går tilbake, noe som i hovedsak skyldes nedgang i potetarealet. I 2014 utgjorde arealet med økologisk frukt, bær og grønnsaker 2,3 prosent av totalarealet som brukes til disse produksjonene i Norge.

Kvantumet av norske økologiske varer som omsettes fra produsent til grossist er generelt svært lavt sammenlignet med volumet av norske konvensjonelt produserte varer, med noen unntak som gulrot. Den økte etterspørselen er i begrenset grad møtt med økt norsk produksjon, men de siste årene har vi sett en generell økning i omsetningen i konsummarkedet av norske basisvarer som potet, gulrot, løk, agurk, kål og eple. I 2015 utgjorde omsetningen av norsk økologisk potet og kepaløk under 1 prosent, agurk rundt 2 prosent, kålrot rundt 3 prosent og gulrot i overkant av 4 prosent av total norsk omsetning av disse varene i konsummarkedet. Omsetningen av både norske økologiske og konvensjonelle epler sank fra 2014–15, hovedsakelig på grunn av klimatiske forhold. I 2015 utgjorde kvantumet av norske økologiske epler og plommer 1,3 prosent av total norsk eple- og plommeomsetning.

## **Den som kan og vil får det til – generell tro på vekst i etterspørselen**

Det er muligheter for fremtidig økning i produksjon og omsetning av norsk frukt og grønnsaker når en ser at det allerede finnes produksjoner som er store nok til å sikre en rimelig effektiv verdikjede, eksempelvis gulrot. Det er flere produsenter som over tid har hatt gode avlinger, med god kvalitet, og som har oppnådd stabile merpriser. Det finnes enkeltprodusenter innen eksempelvis epleproduksjon som produserer økologisk mer effektivt per dekar enn gjennomsnittlig konvensjonell produksjon. Dette viser at det er mulig å øke den økologiske produksjonen.

På andre ledd i verdikjeden ser vi også at de som kan og vil får det til. Enkelte pakkerier fungerer meget godt og forsyner grossistene med økologiske produkter av god kvalitet over tid og bidrar til god markedsadgang for sine produsenter. Enkelte frukt- og grøntansvarlige i butikk lykkes godt med utvalg, håndtering av svinn og omsetning av økologisk. Aktørene i verdikjeden som er intervjuet tror også at etterspørselsveksten etter økologisk vil fortsette og mener at norsk økologisk er å foretrekke foran importert økologisk.

## Utfordringene varierer mellom ulike kulturer

En økning i produksjonen kan skje gjennom å stimulere økologiske produsenter til å utvide eksisterende produksjon, og konvensjonelle produsenter til å legge helt eller delvis om til økologisk.

Utfordringene varierer mellom ulike produksjonskulturer. Hovedutfordringen for bær er at det nesten ikke finnes produksjon av økologiske bær i Norge. Økologiske epler og plommer finnes det en del av, men en hovedutfordring er lavt produksjonsnivå. Dyrkningstekniske utfordringer gjelder også for frukt og bær. Fruktlagre opplever i tillegg at det er ekstra kostnader med sortering og pakking på grunn av lave volum av økologisk frukt. Produksjonsnivået av økologiske grønnsaker varierer, og det er dyrkningstekniske utfordringer innen enkelte produksjoner. For å kunne øke produksjonen av grønnsaker er det også en generell utfordring å få nok tilgang på areal til vekstskifte og husdyrgjødsel.

### Økt produksjon er viktigst – må følges med tiltak for å styrke etterspørselen

Det er pekt på at den største utfordringen innenfor økologisk frukt, bær og grønnsaker er at det er for lite volum av norskproduserte varer til å skape en effektiv verdikjede. Når produksjonen er liten fører det til ujevn tilgang på varer og en generell risiko for manglende prioritering av økologisk blant aktører i verdikjeden. Opplevd risiko for markedssvikt blant produsenter er også en utfordring. Det er derfor behov for flere tiltak som kan bidra til økt og mer effektiv produksjon av økologiske råvarer. I tillegg er det pekt på behov for å styrke samarbeid, kommunikasjon og kunnskap om økologisk i hele verdikjeden og videre satsing på merkevarebygging og produktutvikling av økologiske produkter for å styrke etterspørselen.

### Det handler om kunnskap, økonomi, planlegging, kommunikasjon, samarbeid – og langsiktighet

Nedenfor er en oppsummering av forslag til mulige tiltak og prioriteringer rettet mot å løse konkrete flaskehals, jf. kapittel 4. Noen tiltak er relevante for flere flaskehals. De fleste tiltakene vil kreve en styrking eller videreutvikling av myndighetenes eksisterende virkemidler, men det er også pekt på tiltak der næringa og markedsaktørene har et selvstendig ansvar. Det er lagt vekt på mulige tilpasninger av eksisterende virkemidler framfor å foreslå nye. Flere av tiltakene er det anbefalt å utrede nærmere og der bør en også trekke med relevante aktører fra verdikjeden. Det er generelt pekt på behovet for langsiktighet i virkemiddelbruken.

Flaskehals	Prioriteringer og tiltak
Liten produksjon og ujevn tilgang på varer i norsk sesong og lagringsgrønnsaker resten av året	Premiere volumproduksjon gjennom eget distriktstilskudd til økologisk frukt, bær og grønnsaker
	Styrke produksjonsplanleggingen i nært samarbeid med markedsaktørene
	Sikre jevn kvalitet, god motivasjon hos produsentene og riktig og relevant kunnskap i produsentveiledningen
	Kartlegge og vurdere mulighet for individuell tollnedsettelse for å sikre billigere import på utvalgte råvarer i periode før de norske økologiske er på markedet
Dyrkningstekniske utfordringer og risiko for svinn	Sikre jevn kvalitet, god motivasjon hos produsentene og riktig og relevant kunnskap i produsentveiledningen
	Stimulerer til produsentsamarbeid (klynger) for kunnskapsoverføring, motivasjon og produsentorganisering

	<p>Prioritere støtte til relevante forskningstema på økologisk, ev. egen utlysning (produksjonsteknikk for økte avlinger, lagring, sorter, kvalitet) i nært samarbeid med næringa</p> <p>Prioritere at relevans for økologisk produksjon skal synliggjøres bedre i forskningsprosjekter på frukt, bær og grønnsaker generelt</p> <p>Prioritere prosjekter som får fram suksesshistorier (spydspissfunksjon) og korrekt informasjon om økologisk dyrking til konvensjonelle produsenter</p> <p>Prioritere prosjekter som skaper entusiasme og stolthet blant økologiske produsenter</p>
Tilgang på nok areal til vekstskifte og husdyrgjødsel	<p>Stimulere til produsentsamarbeid (klynger) for å sikre nok tilgang til areal til vekstskifte og husdyrgjødsel. Kartlegge og vurdere tiltak som gjør det enklere for grønnsaksprodusenter å få tilgang på engareal til vekstskifte</p>
Opplevd risiko for markedssvikt, herunder ikke å få solgt alt som økologisk	<p>Sikre en mer koordinert markedskommunikasjon, herunder organisert kommunikasjon om prisanbefaling og faglige tiltak knyttet til pakking, lagring, emballasje og logistikk for økologisk. I regi av Grøntprodusentenes Samarbeidsråd</p> <p>Styrke merkevarebyggingen av økologiske produkter, bl.a. gjennom markedsføring (generisk og produkt), opplysningsvirksomhet, FoU, alternative omsetningskanaler, produktutvikling der en ser økologisk og lokalmat i sammenheng</p> <p>Grossister og matvarekjeder deler risiko med produsent gjennom avtaler om leveranser og priser</p> <p>Styrket satsing på økologisk i salgsleddet, bl.a gjennom å sette mål for hvor mye de vil omsette av økologisk frukt og grønt, og satse der det er best forutsetning for å selge økologisk gjennom kampanjer og produktutvikling</p>
Ekstra kostnader med sortering og pakking	<p>Kartlegge og vurdere tiltak for å redusere kostnader for fruktlager</p>
Generell risiko for manglende formidling i verdikjeden pga. lite volum av økologisk	<p>Prioritere formidling av etterspørsel og tilgang på varer i salgsleddet</p> <p>Prioritere formidling av statistikk på volum og priser i hele verdikjeden</p> <p>Prioritere formidling av suksesshistorier og korrekt informasjon om økologisk til salgsleddet og forbruker</p>

# 1 Innledning

Det politiske målet for økologisk matproduksjon og forbruk er 15 prosent innen 2020. En underliggende forutsetning er at dette bør baseres på norsk økologisk produksjon som når ut til forbruker.

Denne utredningen ser nærmere på status og utviklingstrekk og hva som er generelle og spesielle muligheter og flaskehalsen når det gjelder produksjon og marked for norsk økologisk frukt, bær og grønnsaker.

Målt i areal utgjør norsk økologisk produksjon i dag totalt 4,7 prosent av alt jordbruksareal. Arealet med produksjon av økologiske grønnsaker, poteter, frukt og bær utgjør samlet sett 2,3 prosent av det totale jordbruksarealet som blir brukt på disse produksjonene i Norge. Vi har begrenset oversikt over all norsk økologisk produksjon målt i tonn, men det finnes statistikk på kvantum omsatt fra produsent til grossist.

Omsetningen av økologiske varer målt i kroner gjennom dagligvare skiller ikke på norske og importerte varer. Omsetningen av økologiske varer utgjorde totalt 1,5 prosent av all omsetning i 2014, hvorav økologiske grønnsaker nå utgjør den største verdimesige andelen med 3,6 prosent og økologisk frukt utgjør 2,1 prosent av totalomsetningen. Omsetningen av økologiske bær er svært liten, til tross for en viss økning i 2014. Etterspørselen etter økologiske varer øker for hvert år. Sammenlignet med konvensjonelt produsert frukt og grønnsaker er den prosentvise veksten nå klart størst for økologisk. Omsetning av norske økologiske varer i konsummarkedet følges med statistikk på totalt 15 ulike kulturer innen økologisk frukt og grønnsaker, som viser kvantumet som blir omsatt fra produsent til grossist. Kvantumet av økologisk produserte varer er svært lavt sammenlignet med volumet av norske konvensjonelt produserte varer, med unntak av økologisk gulrot. Andelen økologisk av totalt omsetning varierer mellom de ulike kulturene.

Det er fortsatt langt igjen til målet om 15 prosent produksjon og forbruk innen 2020. Utviklingen i de senere årene har imidlertid vært preget av stor etterspørselsvekst, særlig for grønnsaker, frukt og bær. Samtidig ser vi en viss reduksjon eller stagnasjon i arealet for den norske produksjonen av økologiske grønnsaker og frukt og bær. Dette innebærer at etterspørselsveksten må tas i form av økt import. Spørsmålet som denne utredningen skal belyse er hvilke faktorer som hindrer eller muliggjør økt produksjon og marked for norsk økologisk frukt, bær og grønnsaker. I utredningen er det stort sett brukt begrepet flaskehals for å beskrive hindringer i verdikjeden.

## 1.1 Mandat

Mandatet for utredningen er gitt i Prop. 127 S Jordbruksoppgjøret 2015 – endringer i statsbudsjettet 2015, fulgt opp i revidert tildelingsbrev for 2015 fra Landbruks- og matdepartementet til Landbruksdirektoratet.

«Landbruksdirektoratet får i oppdrag å se nærmere på utfordringene innen produksjon og marked for økologisk frukt, bær og grønnsaker. Utredningen skal ferdigstilles til jordbruksoppgjøret 2016. Det avsettes 0,5 mill. kroner til utredningen innenfor bevilgningen til Utviklingstiltak innen økologisk landbruk.»

## 1.2 Avgrensning av mandatet

Mandatet omfatter først og fremst en kartlegging av gjeldende situasjon og vil derfor i stor grad dreie seg om en beskrivelse av status og utviklingstrekk, og flaskehalser og muligheter innenfor verdikjedene for frukt, bær og grønnsaker. Det er lagt vekt på produksjon og omsetning av norsk frukt, bær og grønnsaker, inkludert potet.

I utredningen legger vi vekt på utvalgte volumproduksjoner og salg gjennom dagligvare, ettersom produksjoner med potensiale for vekst og folks hverdagshandling er avgjørende for å nærme seg målsettingen for økologisk produksjon og forbruk. Vi vil anslå at omsetningen gjennom dagligvare utgjør anslagsvis 70-80 prosent av samlet omsetning av økologisk frukt, bær og grønnsaker. Produksjoner som vi mener har størst volum og potensial for vekst gjennom dagligvare framover er poteter, gulrot, kålrot, løk, salat, tomat, agurk, urter, eple og plomme. Av bær er det bringebær, solbær/rips og jordbær, men disse har fortsatt svært lite volum og vi har ikke statistikk for den norske omsetningen.

Mindre produksjoner og salg gjennom andre kanaler enn dagligvare vil også bli kort omtalt.

I utredningen vil vi peke både på hva som fungerer og dermed utgjør muligheter i verdikjeden i dag. I tillegg vil vi avdekke generelle flaskehalser for norsk økologisk frukt, bær og grønnsaker. Verdikjedene for frukt, bær og grønnsaker er samtidig forskjellige, slik at det er nødvendig å se på hva som er spesielle flaskehalser og muligheter innenfor hver enkelt produksjon.

Vi ønsker også å fange opp eventuelle sammenhenger med andre produksjoner, eksempelvis når det gjelder betydningen av at økologiske grønnsaksprodusenter får nok tilgang til husdyrgjødsel og arealer til vekstskifte.

Selv om anbefaling av tiltak ikke direkte inngikk i mandatet, har arbeidsgruppa som innspill til partene i jordbruksoppgjøret valgt å foreslå en liste med tiltak som vi mener kan bidra til å løse flaskehalser i verdikjeden.

## 1.3 Organisering, metode arbeidsprosess og kildebruk

Utredningen er gjennomført av Landbruksdirektoratet, i nært samarbeid med foregangsfylkene for frukt og bær og grønnsaker. Turid Vollmo har ledet utredningen og bidragsytere er Gry Sørensen, Sissel Nyhus, Helge Vittersø og Ola Chr. Rygh fra Landbruksdirektoratet, samt Gunnhild Jaastad og Frøydis Lindén fra Foregangsfylke frukt og bær (Fylkesmannen i Hordaland og Sogn- og Fjordane) og Kari Mette Holm fra Foregangsfylke grønnsaker (Fylkesmannen i Vestfold).

Det er gjennomført flere utredninger i de senere årene, særlig knyttet til økologisk frukt- og grønnsaksproduksjon (se litteraturliste). Enkelte utredninger er også under arbeid på oppdrag fra foregangsfylkene. Landbruksdirektoratet følger utviklingen nøye gjennom innhenting av statistikk, møter med aktører i verdikjeden i forbindelse med markedsovervåking og oppfølging av tilskuddsforvaltning. Foregangsfylkeprosjektene har nå pågått i flere år og har opparbeidet særskilt kompetanse og nettverk på temaområdene i denne utredningen.

Arbeidsgruppa ønsket å få mer detaljert kunnskap om muligheter og flaskehalser i hele verdikjeden for frukt, bær og grønnsaker fra produsent til kunde. NIBIO fikk etter en anbudsrunde oppgaven med å gjennomføre en undersøkelse blant aktører i verdikjeden, der de skulle belyse problemstillinger knyttet til kommunikasjon, samarbeid, organisering, planlegging, beslutninger, motivasjon og kunnskap om økologisk i verdikjeden. Undersøkelsen ble gjennomført i perioden 10. november til 14. desember

2015. Landbruksdirektoratet arrangerte et seminar 14. desember 2015, der NIBIO presenterte funn fra undersøkelsen. Seminaret fikk god oppslutning med over 40 påmeldte deltagere og med mediedekning i NRK TV og radio, samt i Nationen. Etter seminaret hadde vi møte med sentrale aktører i verdikjeden for å drøfte resultat og mulige tiltak. Mulighet for tilpasning av tollregimet var i tillegg et tema på møte med frukt- og grøntbransjen i Landbruksdirektoratet 29.01.2016.

Hovedkonklusjoner fra eksisterende rapporter, statistikk og erfaringskunnskap er sammenstilt i denne utredningen. Vi viser til liste over litteratur og kilder.

## **1.4 Oppbygging av rapporten**

Kapittel 2 beskriver status og utviklingstrekk innen produksjon og marked for økologisk frukt, bær og grønnsaker. I kapittel 3 er eksisterende virkemidler innenfor verdikjeden for norsk frukt, bær og grønnsaker kartlagt. Deretter er muligheter og flaskehals i verdikjeden kartlagt, og mulige tiltak og prioriteringer for å løse flaskehals er vurdert i kapittel 4. Kapittel 5 oppsummerer de viktigste momentene og anbefalinger fra utredningen.

## 2 Status og utvikling for produksjon og omsetning av økologisk frukt, bær og grønnsaker

### 2.1 Produksjon og omsetning

#### 2.1.1 Produksjonsareal

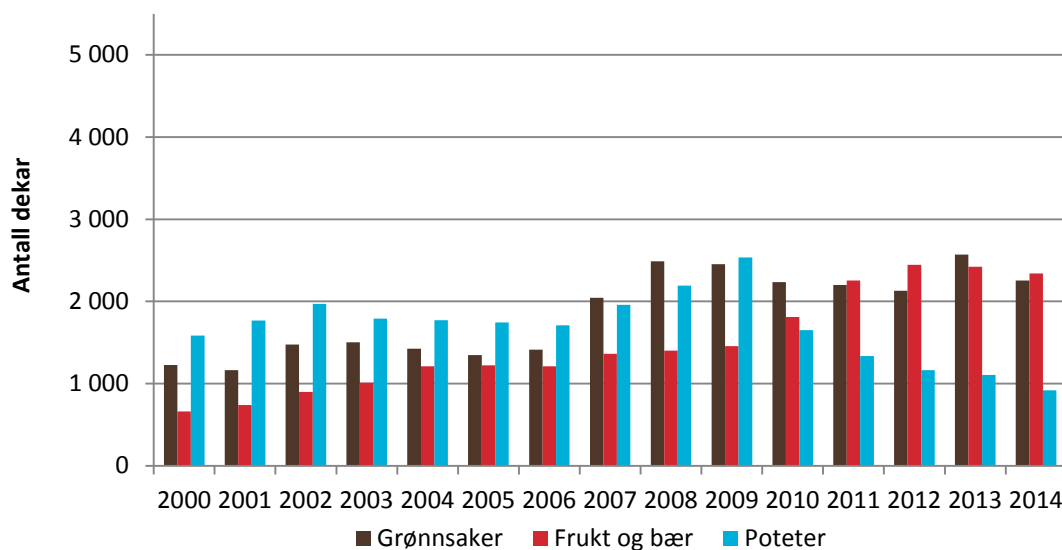
Det har vært en nedgang i de økologiske produksjonsarealene i de senere årene. Arealer brukt til produksjon av grønnsaker, frukt og bær er generelt små sammenlignet med arealer til produksjon av fôr. Samlet sett utgjør økologiske grønnsaker, frukt og bær 2,3 prosent av det totale arealet som brukes på disse produksjonene i 2014 (se tabell 1). Nedgangen i både økologisk areal og karensareal kan tyde på mindre vilje til drift og omlegging til økologisk produksjon av grønnsaker, frukt og bær.

*Tabell 1: Økologisk areal i dekar og prosent av totalt jordbruksareal i drift 2000 og 2012 – 2014.*

	2000	2012	2013	2014	Endring siste år, prosent
Totalt jordbruksareal	10 421 798	9 916 721	9 831 719	9 859 381	0,3 %
Økologisk areal	180 841	501 955	478 251	461 318	-3,5 %
Karensareal	24 387	50 639	43 998	38 743	-11,9 %
Totalt økologisk og karensareal	205 228	552 594	522 249	500 061	-4,2 %
Totalt areal grønnsaker, potet, frukt og bær	253 335	234 305	233 241	237 448	1,8 %
Total areal økologisk grønnsaker, potet, frukt og bær	3 486	5 740	6 268	5 555	-11,4 %
Karensareal grønnsaker, potet, frukt og bær	306	402	550	337	-38,8 %
Prosent økologisk av totalt jordbruksareal	1,7 %	5,1 %	4,9 %	4,7 %	
Prosent økologisk og karens av totalt jordbruksareal	2,0 %	5,6 %	5,3 %	5,1 %	
Prosent økologisk av totalt areal grønnsaker, potet, frukt og bær	1,4 %	2,4 %	2,7 %	2,3 %	

*Kilde: Debio og SSB*

Arealet med produksjon av grønnsaker og potet økte fram til 2009, men har deretter gått tilbake, noe som i hovedsak skyldes at potetarealet har gått tilbake (se figur 1). Arealet med frukt og bær har økt mer jevnt, men gikk i likhet med grønnsaker litt tilbake i 2014.



Figur 1: Utvikling i økologisk areal grønnsaker, frukt, bær og poteter i perioden 2000 – 2014.

Kilde: Debio

Andelen økologisk areal varierer mellom produksjonene. I 2014 utgjorde økologiske grønnsaker 3,3 prosent, poteter 0,7 prosent, og frukt og bær 5,3 prosent av det totale jordbruksarealet som blir brukt på disse produksjonene i Norge (tabell 2). Tabellen viser også at de største økologiske produksjonene målt i areal i Norge er epler, potet og gulrot. Under annen frukt er det særlig plomme som har et visst volum, og under andre frilandsgrovnnsaker er det salat som utgjør den største produksjonen.

Tabell 2: Økologisk areal i dekar og andel av totalt jordbruksareal brukt på ulike produksjoner i 2014.

Kultur	2013	2014	Endring siste år	Andel økologisk av totalt areal
<b>Poteter</b>	<b>1 105</b>	<b>918</b>	<b>-16,9 %</b>	<b>0,7 %</b>
Kålrot	117	76	-35,4 %	
Løk	132	33	-75,1 %	
Gulrot	515	855	66,1 %	
Andre frilandsgrovnnsaker	1 826	1 155	-36,7 %	
Urter	98	91	-7,1 %	
Diverse veksthuskulturer	54	45	-16,7 %	
<b>Sum grønnsaker</b>	<b>2 742</b>	<b>2 255</b>	<b>-17,8 %</b>	<b>3,2 %</b>
Epler	1 296	1 324	2,2 %	
Annen frukt	405	438	8,1 %	
Jordbær	74	64	-13,5 %	
Andre bær	646	515	-20,4 %	
<b>Sum frukt og bær</b>	<b>2 421</b>	<b>2 340</b>	<b>-3,3 %</b>	<b>5,3 %</b>

Kilde: Debio og SSB

## 2.1.2 Kvantum av norsk økologisk omsatt i konsummarkedet

Arealstatistikken gir ikke nødvendigvis det beste bildet på hva som faktisk blir produsert. Dersom det produseres best mulig på arealene, kan selve produksjonen øke selv om arealstatistikken går tilbake.

Fra våren 2012 startet Landbruksdirektoratet å innhente statistikk som grossistene leverer til Økern torvhall over omfang og priser på utvalgte norske økologisk varer som blir solgt fra produsent til grossist og fruktlager. Til nå foreligger statistikk for 3 hele år (2013, 2014 og 2015). Statistikken fanger ikke opp all produksjon. Det vil både være produkter som ikke holder kvalitetskrav for salg til grossist og produkter som blir solgt direkte fra gården. Statistikken gir imidlertid en oversikt over utviklingen i produksjonsvolumet målt i tonn og stykk som blir omsatt i konsummarkedet.

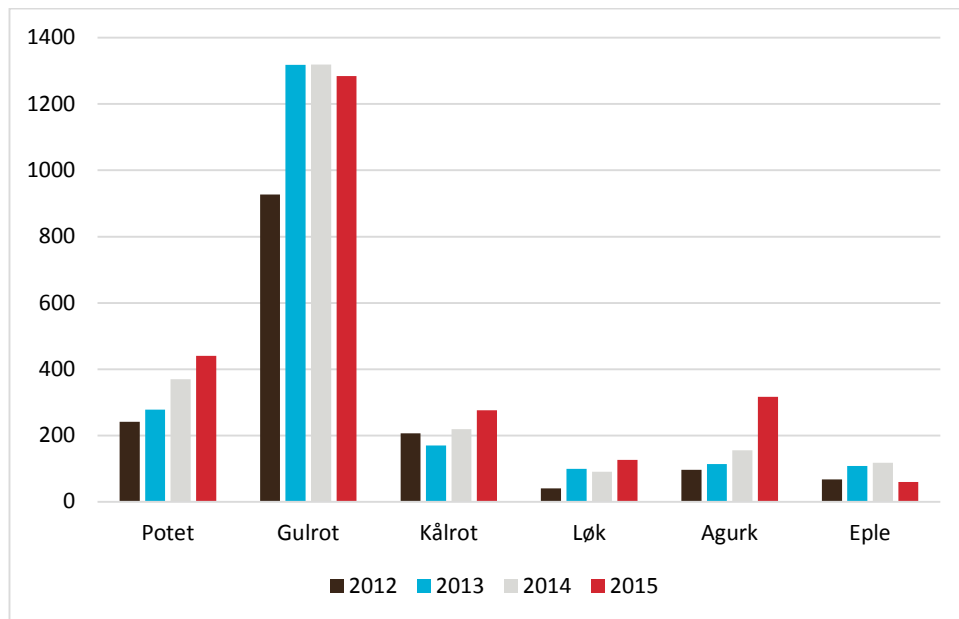
Tabell 3 viser kvantum og andelen norsk økologisk av total omsetning for 15 utvalgte norske økologiske frukt og grønnsaker. Tabellen viser at det er stor variasjon mellom de ulike kulturene. Varer som potet, agurk, løk og epler er fortsatt langt fra 15 prosentmålet. Omsetningen av agurk økte med 50 prosent i 2015 sammenlignet med 2014. Omsetningstallene for urter økte, men det legges også til grunn at det nå rapporteres omsetningstall for urter totalt, i motsetning til tidligere år hvor kun urter i 12 cm potte ble registrert. En stor andel av økologiske urter omsettes i 9 cm pottes. Omsetningen av rapidsalat gikk i 2015 ned både for økologisk og konvensjonell produksjon. Omsetningen av epler og plomme gikk ned og dette skyldes i avlingssvikt grunnet klimatiske forhold, som rammet både konvensjonell og økologisk produksjon i 2015.

**Tabell 3: Omsetning til direkte konsum av norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt i 2015, tonn eller stykk.**

Kulturer	Omsetning total <sup>1</sup>	Omsetning økologisk <sup>1</sup>	Endring i økologisk fra	Andel økologisk av total
	2015	2015	2014	2015
Potet	49 645	440	16 %	0,88 %
<b>Veksthusvarer</b>				
Agurk	16 193	317	51 %	1,92 %
Urter	8 638	912	96 %	9,55 %
Tomat	6 397	22	-27 %	0,34 %
Tomater, cherry 250 g, 1000 pk.	1 076	77	13 %	6,68 %
Rapidsalat, 1 000 stk.	1 054	571	-44 %	35,14 %
<b>Frilandsvarer</b>				
Kepaløk	14 242	126	28 %	0,88 %
Rødløk	4 132	44	11 %	1,05 %
Rødbeter	397	67	16 %	14,44 %
Hvitkål	9 470	126	21 %	1,31 %
Kålrot	10 609	276	21 %	2,54 %
Gulrot	28 367	1 284	-3 %	4,33 %
Isbergsalat, 1 000 stk.	8 880	193	-519 %	2,13 %
<b>Frukt</b>				
Epler <sup>2</sup>	5 153	60	-97 %	1,15 %
Plommer <sup>2</sup>	1 174	18	-72 %	1,51 %

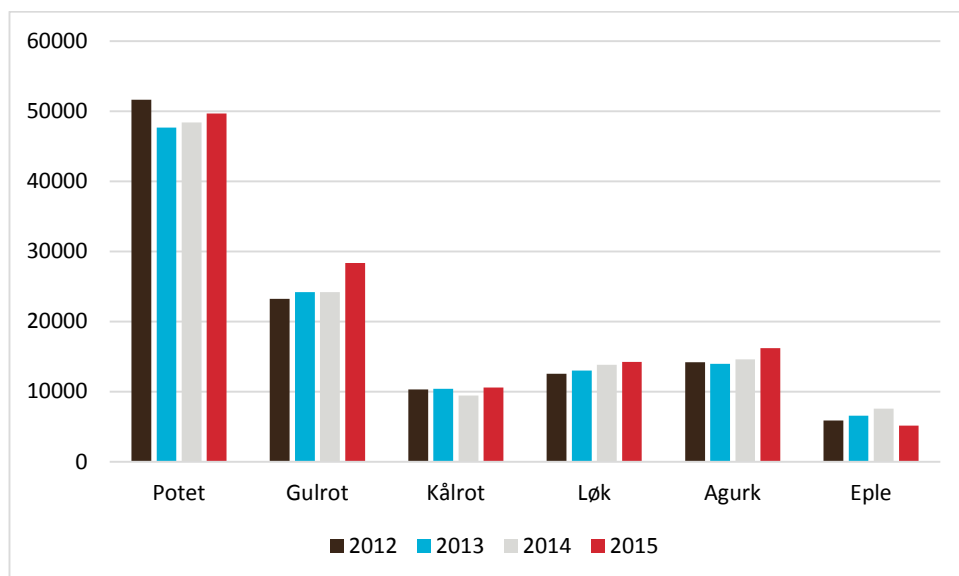
Kilder: <sup>1</sup>Økern Torvhall, tonn, dersom ikke annet er oppgitt. <sup>2</sup>GPS, fruktlagerinspektøren

Målt i omsatt norsk produksjon av disse utvalgte litt større produksjoner ser vi generelt en økning i volumet i løpet av de siste fire årene (figur 2). Sammenlignet med konvensjonell produksjon (figur 3) er den økologiske produksjonen liten, jf. venstre akse. I 2015 økte konvensjonell gulrotproduksjon, mens den sank innenfor økologisk.



**Figur 2: Omsetning i tonn fra grossist/lager av utvalgte norskproduserte økologiske varer, 2012– 2015.**

Kilde: Økern Torvhall og GPS, fruktlagerinspektøren



**Figur 3: Omsetning i tonn fra grossist/lager av utvalgte norskproduserte konvensjonelle varer, 2012– 2015**

Kilde: Økern Torvhall og GPS, fruktlagerinspektøren

Grossistene har høye kvalitetskrav på frukt og grønnsaker, noe som kan bidra til at det er vanskelig å få omsatt det som blir produsert som økologisk til konsummarkedet. Dette dreier seg bl.a. om krav til maksimum og minimumsstørrelser og krav til hvilken form produktene skal ha. Krav om like størrelser som passer inn i spesielle pakninger har vært en utfordring med tanke på å få solgt alle økologiske epler som økologisk. I 2015 er vi kjent med at det i større grad har blitt merket og solgt økologiske enkeltepler i brett på lik linje med konvensjonelle epler. Vi ser også [eksempler](#) på at det gjøres endringer i kvalitetskravene som kan bidra til å få mer grønnsaker ut i butikk.

Produksjonen vil variere fra år til år. Forklaringer på årlige variasjoner i produksjonen henger særlig sammen med klimatiske forhold. Lange og kalde vintre med dyp tele gir sen sesongstart og kjølige somre gir kort vekstsesong, jf. nedgang i både konvensjonell og økologisk eple- og potetproduksjon i 2015. Milde vintre og varme somre gir tidlig våronn, tidlig levering og lang vekstsesong. Flom er en særlig utfordring for grønnsaker fordi det fører til drukning av avling og dårligere lagringskvalitet. Når det er forholdsvis få produsenter slår det stort ut på den årlige produksjonsstatistikken dersom noen slutter eller starter opp med økologisk produksjon, eller utsettes for klimabetinget avlingssvikt, særlig når det er snakk om større produsenter.

Statistikken viser at produksjonsarealet går ned, særlig for potet, uten at dette nødvendigvis viser seg i like stor nedgang i omsatt volum. Dette kan ha sammenheng med gode vekstsesonger som nevnt over. Det kan også være at det er de minst aktive produsentene som gir seg. Dette vil slå ut på arealstatistikken, men ikke nødvendigvis like mye på produksjonsvolumet. Det kan også ha sammenheng med at det blir produsert mer effektivt på et mindre areal. Eksempler er at fruktprodusenter nå i større grad satser på tettplantinger og at grønnsaksprodusenter har lært å håndtere ugras, næringstilførsel og skadegjørere.

### 2.1.3 Priser til produsent

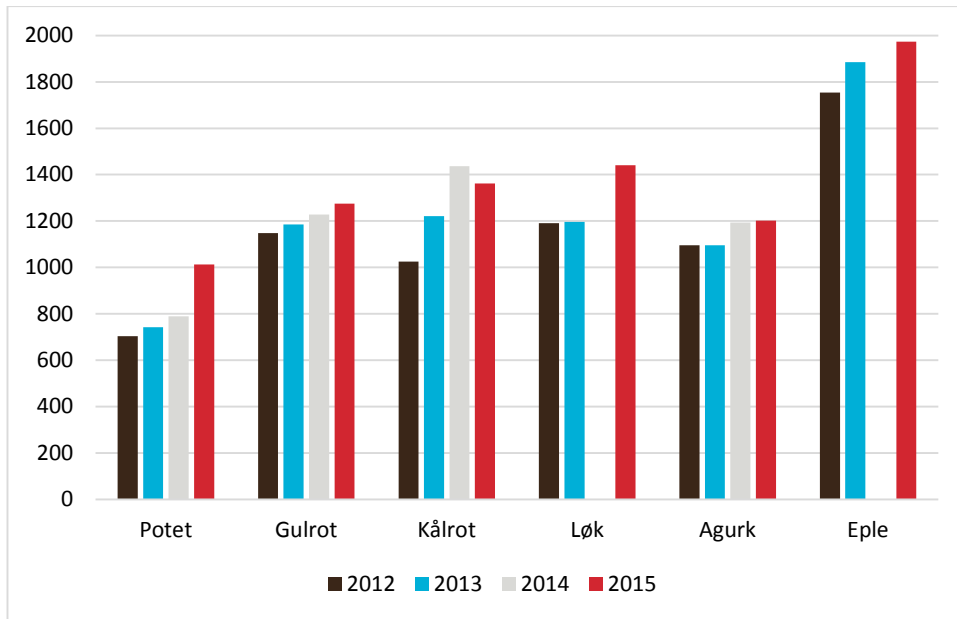
Tabell 4 nedenfor viser priser til produsent på de kulturene innenfor frukt og grønnsaker som Landbruksdirektoratet har oversikt over. Tabellen viser også prisforskjell i prosent mellom konvensjonell og økologisk vare. Som vi ser er det er det variasjoner i pris mellom år og forholdsvis store variasjoner i pris mellom konvensjonell og økologisk vare innenfor ulike kulturer. Forskjellen til konvensjonell pris er minst for urter, tomat, salat og frukt, og størst for kålrot, potet og kepaløk.

**Tabell 4: Priser til produsent av norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt i 2015, oppgitt i øre per kg eller stk.**

Kulturer	Priser konvensjonell <sup>1</sup>	Priser økologisk <sup>1</sup>	Prisendring økologisk fra 2014	Prisdifferanse til konvensjonell pris 2015
	2015	2015		
Potet	430	1 013	28 %	58 %
<b>Veksthusvarer</b>				
Agurk	688	1 202	1 %	43 %
Urter	1 218	1 008	-4 %	-21 %
Tomat	1 648	1 246	-	-32 %
Tomater, cherry 250 g, 1 000 pk.	888	1 318	44 %	33 %
Rapidsalat, 1 000 stk.	701	757	0 %	7 %
<b>Frilandsvarer</b>				
Kepaløk	649	1 440	-	55 %
Rødløk	869	1 609	-	46 %
Rødbeter	978	1 357	21 %	28 %
Hvitkål	579	1 355	6 %	57 %
Kålrot	509	1 362	-5 %	63 %
Gulrot	828	1 275	4 %	35 %
Isbergsalat, 1 000 stk.	1 161	1 159	1 %	0 %
<b>Frukt</b>				
Epler <sup>2</sup>	1 571	1 973	-	20 %
Plommer <sup>2</sup>	3 142	3 787	-	17 %

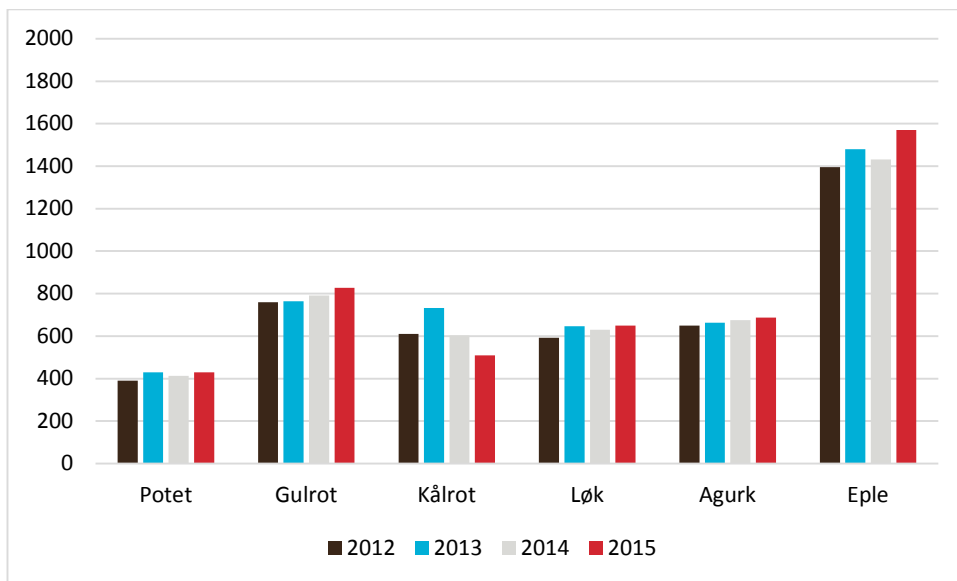
Kilde: Landbruksdirektoratet

Figurene nedenfor viser priser for noen utvalgte produkter som viser en økning i pris over tid til økologiske produsenter på enkelte økologiske produkter sammenlignet med konvensjonell, eks. potet, kålrot og løk. Priser for gulrot, agurk og eple har økt både for konvensjonell og økologisk.



**Figur 4: Priser i øre pr. kg på norsk økologisk fra grossist til produsent, utvalgte varer, 2012– 2015**

Kilde: Landbruksdirektoratet



**Figur 5: Priser i øre pr. kg på norsk konvensjonell fra grossist til produsent, utvalgte varer, 2012-2015**

Kilde: Landbruksdirektoratet

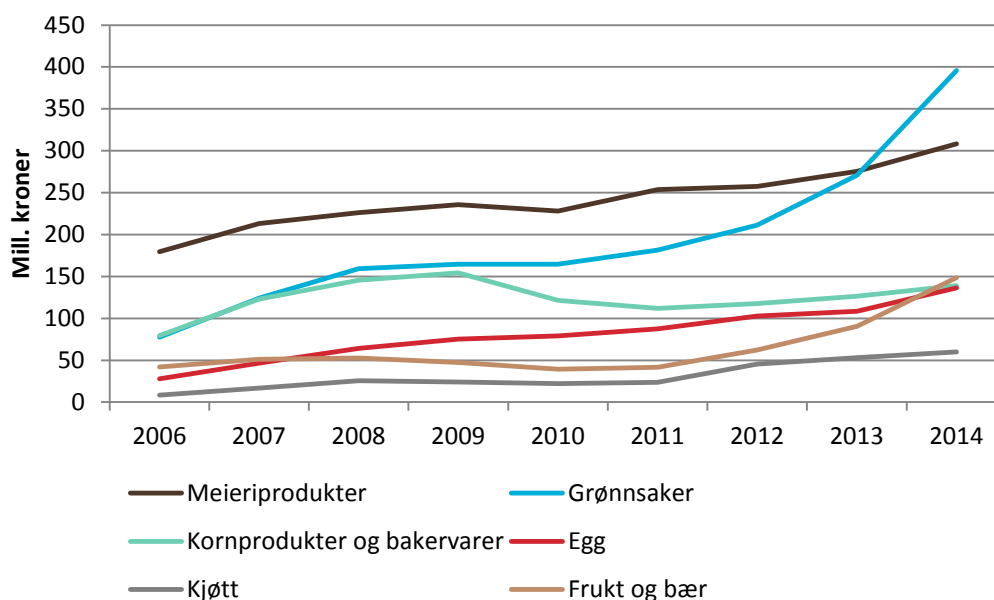
## 2.1.4 Priser til forbruker

NOU (2011:4), gjengitt i Pedersen m.fl. 2012, refererer til en undersøkelse som viser at forbrukerne er villige til å betale mellom 10– 40 prosent mer for økologiske produkter avhengig av produktgruppe. Det kommer også frem at betalingsvilligheten øker jo mer de økologiske produktene skiller seg fra de konvensjonelle, for eksempel når det gjelder smak, konsistens og innpakning mv. For eksempel skiller økologiske grønnsaker seg relativt mer fra konvensjonelle grønnsaker enn økologiske meieriprodukter skiller seg fra konvensjonelle. Det taler for at betalingsvilligheten for økologiske grønnsaker er høyere enn for økologiske meieriprodukter relativt sett i forhold til konvensjonelle produkter.

Det finnes ingen systematisk oversikt over dagligvarekjedenes prising av økologiske varer. Etter det Landbruksdirektoratet erfarer er det enkelte av grossistene som mener at kjedene subsidierer økologisk og selger med tap. Vi er også kjent med at kjedene bl.a. har brukt «lik pris for økologisk og konvensjonell frukt og grønt» i kampanjeperioder for noen år siden. Vi har ikke grunnlag for å si at kjedene driver med generell prissubsidiering eller om det er i perioder og på enkelte varer.

## 2.1.5 Omsetning gjennom dagligvare

Omsetningen av økologiske grønnsaker, frukt og bær gjennom dagligvare har økt hvert år i de senere årene, og med særlig høy vekst fra 2013-2014, da omsetningen steg med hele 189 mill. kroner (se figur 6, tabell 5 og tabell 6). Økologiske frukt og bær hadde en total omsetning på 149 mill. kroner. Av dette utgjorde omsetningen av økologiske bær kun 0,41 mill. kroner. Selv om omsetningen steg fra 0,02 mill. kroner fra året før, er andelen av totalomsetningen av økologiske bær minimal, mens økologisk frukt utgjorde 2,1 prosent av totalomsetning for denne varegruppen. Økologiske grønnsaker inkl. potet hadde i samme periode en total omsetning på 395,8 mill. kroner, noe som utgjorde 3,6 prosent av totalomsetningen av denne varegruppen.



**Figur 6: Omsetning i mill. kroner av økologiske produkter gjennom dagligvare 2006-2014**

Kilde: AC Nielsen

Omsetningsveksten for økologiske varer fortsatte også i første halvår 2015. Økologiske grønnsaker inkl. potet stod da for 25 prosent av totalomsetningen av økologiske varer. Grønnsaker utgjorde med

dette den største verdimesige andelen av totalomsetningen av økologiske varer, og den største norske økologiske varen er i dag som tidligere nevnt gulrot. Økologiske frukt og bær stod for 10 prosent av veksten i første halvår og utgjorde den fjerde største andelen av totalomsetningen etter økologiske meieriprodukter og barnemat. (Landbruksdirektoratet 14.9.2015). Tidligere har økologiske meieriprodukter stått for den største verdimesige andelen av totalomsetningen. Selv om veksten i økologiske grønnsaker, frukt og bær i stor grad er basert på importerte varer, viser etterspørselen at det er et potensiale for vekst i omsetningen av norske økologiske varer.

Målt i total omsetningsverdi ligger økologiske varer fortsatt langt under konvensjonelle varer (tabell 5 og tabell 6). Tabellene viser at det har vært en vekst i omsetningen for de fleste varetypene og at omsetningsverdien varierer mye mellom de ulike varene. Økologiske rotgrønnsaker utgjør en forholdsvis stor varegruppe både i målt i omsetningsverdi og andel av totalmarkedet for denne varegruppen. Vi ser også at økologiske bær, hermetiske frukt, og frosne grønnsaker utgjør små varegrupper i Norge. I tabell 6 har vi også tatt med omsetningen av økologiske nøtter, som i 2014 hadde stor vekst, men som fortsatt utgjør en liten andel av totalomsetningen.

**Tabell 5: Omsetning av økologiske grønnsaker, norsk og import, mill. kroner.**

	2012	2013	2014	Endring siste år	Andel økologisk
Gulrot	48,57	73,2	103,9	42,0 %	
Andre rotvekster som rødbeter, pastinakk, ingefær	2,3	2,5	6,7	172,2 %	
<b>Totalt rotvekster</b>	<b>50,9</b>	<b>75,6</b>	<b>110,6</b>	<b>46,2 %</b>	<b>10,5 %</b>
Agurk	13,0	23,7	31,6	33,4 %	
Tomat	20,7	23,0	32,4	40,7 %	
Andre grønnsaksfrukter som avokado, paprika, squash	10,6	16,1	31,3	51,6 %	
<b>Totalt grønnsaksfrukter</b>	<b>44,2</b>	<b>62,8</b>	<b>95,3</b>	<b>51,6 %</b>	<b>2,7 %</b>
Hermetiske grønnsaker	41,0	50,9	79,8	56,7 %	5,7 %
Kålvekster	15,6	19,3	27,6	43,0 %	3,1 %
Urter friske	17,6	18,2	17,8	-2,5 %	9,1 %
Løk- og purrevekster	8,6	15,7	23,4	49,5 %	2,8 %
Salat- og bladgrønnsaker	17,3	11,3	14,9	32,2 %	1,2 %
Poteter	11,4	11,2	17,9	60,3 %	1,3 %
Andre grønnsaker som stangselleri, fennikel og maiskolber	2,2	2,7	6,0	123,9 %	1,6 %
Erter og bønner	0,5	1,5	1,1	-27,7 %	12,0 %
Grønnsakspate/postei	1,4	1,2	1,2	-3,9 %	7,9 %
Dypfrysede grønnsaker/poteter og kjøtterstatninger	0,6	0,4	0,2	-37,6 %	0,0 %
<b>Totalt</b>	<b>211,3</b>	<b>270,8</b>	<b>395,8</b>	<b>46,2 %</b>	<b>3,6 %</b>

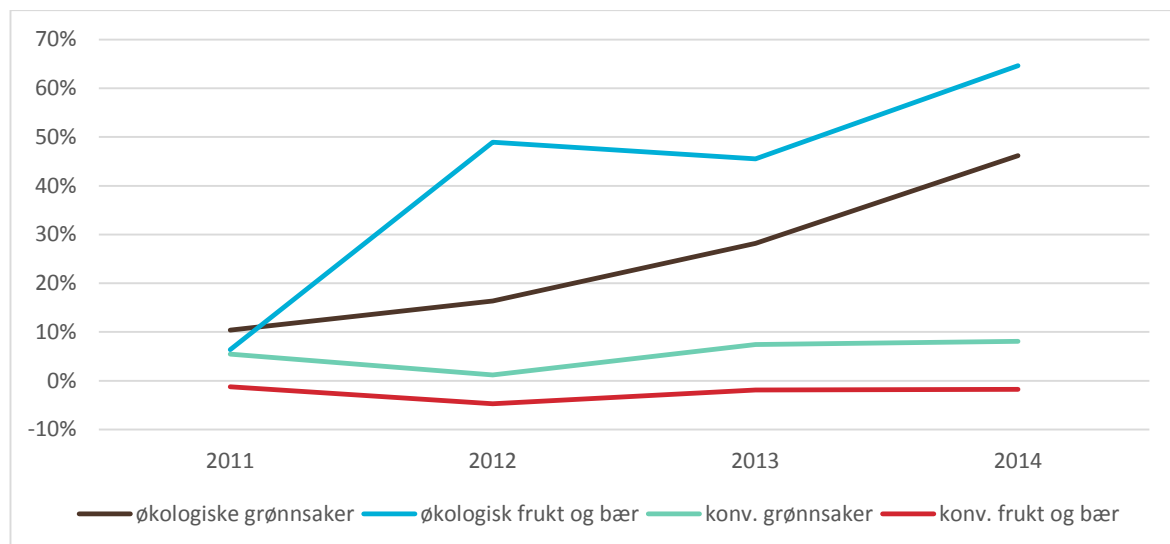
Kilde: AC Nielsen

**Tabell 6: Omsetning av økologiske frukt, bær og nøtter, norsk og import, mill. kroner**

	2012	2013	2014	Endring siste år	Andel økologisk
Banan og andre bløtfrukter	19,7	33,8	58,9	74,2 %	2,2 %
Epler	17,7	25,4	42,3	66,8 %	
Pærer	0,5	0,8	1,6	92,2 %	
<b>Totalt epler og pærer</b>	<b>18,2</b>	<b>26,2</b>	<b>43,9</b>	<b>67,6 %</b>	<b>3,3 %</b>
Sitrusfrukter	10,1	13,1	21,4	62,8 %	2,0 %
Plomme	0,5	0,8	1,7	101,3 %	
Andre steinfrukter	10,4	12,0	15,4	27,6 %	
<b>Totalt plomme og andre steinfrukter</b>	<b>10,9</b>	<b>12,9</b>	<b>17,0</b>	<b>32,4 %</b>	<b>2,5 %</b>
Tørket frukt	3,1	4,2	7,0	64,8 %	2,7 %
Nøtter	1,0	2,8	8,7	213,1 %	0,5 %
Hermetisk frukt	0,1	0,1	0,1	-11,1 %	0,1 %
Bær	0,02	0,02	0,41	2467,1 %	0,0 %
<b>Totalt</b>	<b>63,0</b>	<b>93,0</b>	<b>157,4</b>	<b>69,2 %</b>	<b>1,7 %</b>

Kilde: AC Nielsen

Målt i prosent er omsetningsveksten gjennom dagligvare klart sterkere for økologiske frukt, bær og grønnsaker sammenlignet med konvensjonelt dyrka frukt, bær og grønnsaker (se figur 7). For konvensjonelle frukt og bær er omsetningsveksten negativ (-2 prosent), mens den for økologiske frukt og bær er på hele 69,2 prosent i 2014. For konvensjonelle grønnsaker er veksten på 8 prosent, mot 46,2 prosent vekst for økologiske grønnsaker. Ettersom prisene for enkelte økologiske varer har økt mer enn konvensjonelle priser, skyldes veksten delvis også økte priser de senere årene, men utviklingen viser en trend med økende etterspørsel etter økologiske frukt, bær og grønnsaker sammenlignet med konvensjonelle frukt, bær og grønnsaker. Grunnet små volum på økologisk, så vil selvsagt prosentvis vekst få større utslag enn for konvensjonell der det er snakk om mye større volum.



**Figur 7: Sammenlikning av prosentvis årlig vekst i omsetningen av økologisk og konvensjonelt produsert frukt, bær og grønnsaker, 2011 – 2014.**

Kilde: AC Nielsen

Det totale grønnsaksforbruket i Norge har økt over tid og lå i 2012 på 74,2 kg per innbygger per år, mens frukt lå på 87,9 kg pr innbygger, ifølge rapporten «Vurdering av nye tilskudd til grøntsektoren» fra en partssammensatt arbeidsgruppe i 2014. Økningen er i stor grad tatt med import. Forbruk av norskproduserte grønnsaker og frukt lå på hhv. 35,4 kg og 3,6 kg per innbygger. Årlig forbruk av importerte grønnsaker og frukt lå på hhv. 38,8 kg og 84,3 kg per innbygger. Dette viser at det er potensiale for økning i norsk produksjon, særlig på frukt.

### 2.1.6 Sammenligning av andeler økologisk areal, tonn og kroner

Tidligere i kapitlet har vi sett på andel av produksjonsarealet i Norge, norsk frukt og grønnsaker som blir omsatt i tonn fra grossist og lager og omsetning i kroner gjennom dagligvare. En sammenligning mellom disse gir kun et bilde av størrelsesforhold, men det forutsetter at en kan sammenligne samme type vare. Fra denne statistikken er det kun mulig å sammenligne andeler økologisk på noen få varer fordi det enten ikke hentes inn statistikk eller at statistikk er samlet for noen type varer, eks. andre frilandsgrovnnsaker, kålvekster osv. Den mest interessante forskjellen i størrelsesforhold er areal med økologisk epleproduksjon og andelen av økologiske epler av klasse 1 som blir omsatt via grossist. Noe av denne forskjellen kan forklares med at store deler av produksjonen i Sogn og Fjordane går til industri, men hovedinntrykket er at det kan tyde på et potensiale for å øke produksjonen på eksisterende areal.

**Tabell 7: Andeler i areal, tonn og kroner på utvalgte økologiske varer i 2014.**

Vare	Andel produksjonsareal	Andel omsatt i tonn via grossist	Andel omsatt i kr i dagligvare
Potet	0,7 %	0,8 %	1,3 %
Kålrot	1,2 %	2,3 %	
Gulrot	5,5 %	5,2 %	
Epler	9,7 %	1,7 %	3,3%*

\*Både epler og pærer

*Kilde: Debio, SSB, Økern Torvhall, GPS –fruktlagerinspektør og AC Nielsen*

### 2.1.7 Omsetning gjennom andre salgskanaler

Landbruksdirektoratet registrerer omsetningen av økologiske produkter i kanaler utenom dagligvare. Resultatene publiseres årlig i rapporten «Produksjon og omsetning av økologiske produkter». Salgskanalenene som registreres er helsekost, storhusholdning, bakerier, abonnement, spesialbutikker og bondens marked.

Omsetningen gjennom disse kanalene utgjorde i 2014 ca. 580 mill. kroner eller 25 prosent av all omsetning av økologiske produkter. Imidlertid er ikke alle salgskanaler utenom dagligvare dekt i våre registreringer. Det omsettes relativt mye fra gårdsbutikker og direkte fra produsenter til butikker, festivaler og restauranter. Videre har omsetning gjennom nyere ordninger som nettsalg og andelslandbruk økt mye de par siste år, men vi antar at det er relativt liten omsetning av økologiske ferskvarer som frukt og grønnsaker gjennom nettsalg, mens det meste som produseres og konsumeres gjennom andelslandbruk er grønnsaker. Av de kanalene som vi registrerer er abonnement den som tradisjonelt har hatt det største andelen økologisk grønt, men de senere årene har abonnementskassene også etter hvert inneholdt produkter som egg, mel, kjøtt og tørrvarer.

Utfra de registreringer og opplysninger vi har om salgskanaler utenom dagligvare er et grovt anslag at omsetningen av økologisk frukt og grønnsaker utenom dagligvare er ca. 100 mill. kroner i 2014.

Andelen omsatt økologiske grønnsaker, frukt og bær for alternative kanaler er etter dette en del lavere enn gjennom dagligvare, med en andel på 17 prosent for alternative kanaler mot en salgsandel på over 30 prosent for dagligvare. Grunnen til at vi finner at dette er rimelig, er fordi vi vet at det selges relativt lite grønt gjennom de store salgskanalene helsekost, storhusholdning og bakerier, som samlet utgjør mer enn 80 prosent av de salgskanalene som registreres.

## 2.2 Sysselsetting og struktur

Frukt- og grønnsaksektoren i Norge sysselsetter anslagsvis 18 000 årsverk. Av totalt 5000 konvensjonelt- og økologisk drevne jordbruksbedrifter i 2011 bidro 16 prosent til 2/3 av omsetningen, dvs. at det er noen få, store bedrifter som står for størsteparten av omsetningen. 35 prosent av bedriftene er organisert i de største produsentorganisasjonene. De største foretakene innen frukt og grønnsaker er i frilandsproduksjon og veksthus, og de minste foretakene er innen frukt-, industribær- og potetproduksjon. Agronomiske utfordringer, salgsformer og markedsforhold varierer mellom kulturene (Pedersen m.fl., 2014).

I 2015 søkte 318 foretak om produksjonstilskudd for 1 eller flere daa med økologisk potet, grønnsaker, frukt og bær. Ca. 2/3 av disse har mindre enn 10 daa. Produksjonene domineres som før av relativt få aktører, der bare i overkant av 30 foretak har mer enn 40 daa med økologisk produksjon av disse kulturene, hvorav 5 foretak med potet, 12 med frukt/bær og 15 med grønnsaker.

I følge evaluering av tilskudd til økologisk landbruk (Pedersen m.fl., 2012), er virksomheter som driver økologisk fruktproduksjon signifikant mindre enn de som driver konvensjonell fruktproduksjon. Valgt signifikansnivå er satt til 5 prosent. Virksomheter med økologisk grønnsaksproduksjon er ikke signifikant mindre, med unntak av i Trøndelag. Virksomheter med økologisk potetproduksjon er signifikant mindre i Trøndelag, på Vestlandet, Buskerud, Telemark, Vestfold og i Mjøsregionen. Virksomheter med produksjon av økologisk grovfôr og melk er til sammenligning signifikant større enn virksomheter som produserer disse produktene konvensjonelt. Det er altså potensiale for større frukt- og potetprodusenter generelt. Dette kan være et uttrykk for at større produsenter, som gjerne er heltidsbønder, ikke legger om til økologisk produksjon.

Strengere regler om parallellproduksjon har blitt trukket fram som en flaskehals som begrenser mulighetene for økt produksjon av økologisk frukt, bær og grønnsaker. Fra og med 2015 var det ikke lenger tillatt å produsere grønnsaker av samme sort økologisk og konvensjonelt i samme foretak. For frukt og bær ligger det an til innstramming i regelverket noe senere. Samtidig med innstramming for grønnsaker, trådte ny forskrift om produksjonstilskudd i kraft, hvor de tidligere eierskapsbegrensningene var opphevet. Dermed kunne personer som f.eks. hadde en driftsenhet økologisk og en annen konvensjonell organisere produksjonen i to separate foretak og fortsatt være berettiget produksjonstilskudd og distriktstilskudd.

Selv om det ikke er mange produsenter som har parallellproduksjon, er det i hovedsak foretak som bidrar til stort volum av økologiske varer som også dyrker det samme konvensjonelt. Bakgrunnen for at produsentene velger å både drive økologisk og konvensjonelt kan være at det er risikabelt å legge om hele driften til økologisk, produksjonene er spesialiserte og sortsutvalget begrenset.

Etter innhøsting leverer produsentene varene til et pakkeri eller fruktlager, hvor varene blir sortert og pakket før de sendes videre. En del produsenter sorterer og pakker varene sine selv, særlig store grønnsaksprodusenter som i kraft av sin størrelse har mulighet til å ha utstyr som kreves for å håndtere produktene på gården. Noen av disse har egne pakkerier hvor de også tar imot varer fra andre produsenter. På grønnsaker finnes det også grossisteide pakkerier. Vi har ikke hentet inn statistikk på antall og lokalisering av pakkeri og lager.

På grossistledet er det noen sentrale aktører som selger varer til dagligvarekjedene, BaRe (til Rema), Bama (til Norgesgruppen), Nordgrønt og Norgesgrønt (til Coop og tidligere ICA) og Norfresh (til Bunnpris, samt BaRe). Det finnes også grossister for egen virksomhet som abonnementsordninger og matkollektiv og grossister som er suppleringsleverandør og til storhushold, som Bama Storkjøkken, Finstad gård engros og Økokompaniet.

I dag er det kun tre store dagligvarekjeder i Norge, Coop (som har kjøpt opp ICA), Norgesgruppen og REMA. Bunnpris har innkjøpssamarbeid med REMA. En del norskprodusert økologisk frukt og grønt distribueres til forbrukere gjennom alternative kanaler som storhusholdning, abonnementsordninger, forbrukerkooperativer, Bondens marked, og uavhengige økologiske butikker.

I tillegg til disse aktørene kommer også forvaltning, ulike medlems- og interesseorganisasjoner og informasjons- og kunnskapsorganisasjoner som jobber med økologisk landbruk.

Se nærmere om ulike aktører i verdikjeden i vedlegg.

## 2.3 Økonomi i økologisk produksjon

Det er vanskelig å komme med sikre økonomiske kalkyler for grønnsaker, potet frukt og bær, fordi variasjonene er store for flere kritiske faktorer. Det man kan fastslå er at grøntproduksjon, økologisk som konvensjonell, er kapital-, kunnskaps- og arbeidskrevende med relativt høy risiko både når det gjelder vær, plantesykdommer, insektangrep og marked. Derfor kreves gode forutsetninger for jordkvalitet, arrondering, samt bondens arbeidskapasitet, kunnskapsnivå og organisasjonsevner.

Samtidig har vi eksempler på flere jordbruksforetak som har lyktes i flere tiår med storskala økologisk grønnsaksproduksjon. En spørreundersøkelse blant økologiske og konvensjonelle grønnsaksprodusenter viste at de 7 økologiske produsentene gjennomgående var fornøyd med økonomien (Milford, 2014). De tilpasset produksjonen etter markedet, og for øvrig var den største usikkerheten knyttet til hvorvidt markedet ville utvikle seg i riktig retning. Produsenter som driver parallellproduksjon i stort omfang har over tid valgt å levere, og til dels øke produksjonen av økologisk vare i takt med etterspørselsøkningen.

I utgangspunktet er det derfor grunn til å hevde at økonomien i økologisk grønnsaksproduksjon er god, dersom man behersker agronomien og har markedsadgang til merpris. For potet er det et litt annet bilde, med færre store produsenter, samt at salgsvlinger for potet går mer ned enn for grønnsaker, pga. tørråte og skurv. Arealet med økologisk potetproduksjon er halvert siden 2009.

I evalueringen fra 2012 (Pedersen m.fl., 2012) svarte ca. 17 prosent av 109 konvensjonelle grønnsaks- og potetprodusenter at å «sikre merpris» var viktigste tiltak for å legge om til økologisk produksjon. Stabile økonomiske rammebetingelser er, ikke overraskende, en viktig forutsetning for økt omlegging.

### 2.3.1 Gulrot, løk og potet

Det er ikke laget mange kalkyler for økologisk grønnsaksproduksjon de seinere årene, men Bioforsk økologisk/NIBIO lagde i samarbeid med Foregangsfylke grønnsaker i 2014 og 2015 kalkyler for økologisk potet, løk og gulrot. Disse kalkylene er basert på tre ulike nivåer for produksjon og med variable mekaniserings- og pakkegrader. De er ikke sammenliknet med konvensjonell produksjon. I det følgende har vi forsøkt å se på enkelte forhold med særlig betydning for økologisk produksjon og økonomi. Andre kilder for å sammenlikne økologisk og konvensjonelle avlinger og priser er NILFs driftshåndbok, samt prisstatistikk fra Landbruksdirektoratet.

## Avling

NIBIO, tidligere NILF, publiserer i sin driftshåndbok avlingsnivåer for økologisk frukt- og grønnsaksproduksjon basert på registreringer, samt NIBIO ved Bioforsk økologisk.

I kalkylene fra NIBIO (2014/15) for løk og gulrot er det beregnet relativt gode avlinger, men for potet må det regnes med en lavere avling pga. tørrråte som ofte slår inn i juli/ august og at det også er mer skurv på økologiske poteter som gjør at det ikke selges som matpotet. Løk har også noen utfordringer mht. sykdom (sopp), som i stor grad kan løses, men da ved en mer kostnadskrevende form for produksjon som gjør import mer aktuelt pga. pris. Det er kun to produsenter i Norge som leverer løk til dagligvare.

**Tabell 8: Avlingsnivået for ulike kulturer i kg salgsvling per dekar, økologisk og konvensjonell**

	Økologisk i kalkyler (NIBIO 2014/15)	Økologisk i driftshåndbok 2015 (NILF s 192)	Konvensjonell i driftshåndbok 2015 (NILF s 43-46)
Potet	1 000 – 1 300	1 500	1 200–2 000
Løk	2 000	1 250	2 500–4 000
Gulrot	2 300	2 300	3 600–4 400

Tabell 8 viser at man i kalkyler regner et noe lavere avlingsnivå på økologiske kulturer. Det er imidlertid store variasjoner i avlingsnivå og salgbar avling og dette påvirker naturlig nok kalkylene i stor grad, men dette vil gjelde både økologisk og konvensjonell produksjon.

## Pris

Merpris for økologiske varer er den mest interessante enkeltfaktoren i kalkyler, fordi en vedvarende god merpris vil kunne bære de fleste ekstrakostnadene ved å drive økologisk. For gulrot regnes det i kalkylene (2014/15) en høyere merpris for de som driver stordrift enn de som driver mindre (10 dekar). Dette regnes det ikke for i kalkylene for potet og løk. Økologisk kepaløk har en pris på 24,50 kroner per kg (pakket i strømpe) for alle produksjonsnivåer i kalkylene.

I følge tabell 4 var pris på kepaløk som ikke er pakket i strømpe ifølge Landbruksdirektoratets prisnoteringer 14,40 kroner per kg for økologisk og 6,49 kroner per kg for konvensjonell i 2015. Potetpris til produsent i 2015 lå på 10,13 kroner per kg for økologisk potet og 4,30 kroner per kg for konvensjonell. For økologisk gulrot er registrert pris i 2015 12,75 kroner (merk per 750 gram) for økologiske gulrøtter mot 8,28 kroner per kg for konvensjonell.

## Inntekter

Bruttoinntektene i NIBIO kalkylene (2014/15) for økologisk potet-, løk- og gulrotproduksjon er relativt høye, hhv 0,6 mill kroner for potet (80 dekar), 2,5 mill kroner for løk (50 dekar) og 3,8 mill kroner for gulrot (100 dekar). Her utgjør arealtilskudd (AK tilskudd og tilskudd til økologisk areal) ca. 10 prosent av inntektene for potet, mens det kun utgjør ca. 3 prosent av bruttoinntektene for gulrot- og løkproduksjon. Arealtilskuddene er likevel viktige, fordi det er sikre inntekter i en usikker bransje.

### *Variable kostnader*

For de tre kulturene er de variable kostnadene ca. 20 prosent av inntektene. Sammenliknet med konvensjonell produksjon er de variable kostnadene i sum relativt like i størrelse, men større for økologisk dersom man regner variable kostnader per produsert enhet, pga. lavere avling.

### *Arbeidskostnader*

Den store forskjellen mellom økologisk og konvensjonell grønnsaksproduksjon er merarbeid. Det gjelder særlig ugressshåndtering som både krever mer kjøring og ofte mer manuell lusing. For løk utgjør ugressshåndtering mer enn halvparten av den totale arbeidskostnaden.

I kalkyler for konvensjonell gulrotproduksjon regnes et arbeidskrav på ca. 15 timer per dekar, mens økologisk har mellom 15 og 35 timer per dekar for profesjonelle dyrkere. Foregangsfylke grønnsaker har registrert arbeidstiden i økologisk gulrotproduksjon, og de regner med at de dyktigste produsentene bruker fra 15 til 25 timer per dekar, inkludert mekanisk ugressregulering (flamming og radrensing) og håndlukning.

### *Faste kostnader*

De faste kostnadene vil være relativt like om man driver konvensjonelt eller økologisk, men større for økologisk dersom man regner faste kostnader per produsert enhet, pga. lavere avling. De faste kostnadene er interessante i en økonomisk totalvurdering, fordi de er høye og særlig høye i gulrotproduksjon hvor det i kalkylen regnes 1,8 mill. kroner i årlige faste kostnader (avskrivninger lager, pakking, traktor mm). For gulrot er det regnet at dieselkostnadene er fem ganger høyere for gulrot sammenlignet med løk målt per dekar. Jordleie er også lagt inn med 120 000 kroner totalt, dvs. 1 200 kroner per dekar. Samme forutsetninger for jordleie er lagt inn for løk. I Milford 2014 kommenteres det at å leie jord kan være dyrt, opp til 3 500 kroner per dekar. Det kan da bli svært kostbart for eksempel å drive vekstskifte med grønngjødsel, som vil være nødvendig i områder med få økologiske husdyrbruk der eng er en naturlig del av vekstskiftet.

### *Økonomisk resultat per dekar*

Når alle faktorer, både inntekter (inkl. tilskudd) og variable og faste kostnader (utenom rentekrav), er trukket fra i kalkylene, kommer løk ut med et relativt godt resultat, dvs. ca. 20 000 kroner per dekar, sammenlignet med 4 000 til 7 500 kroner per dekar for gulrot, og 1 600 til 3 100 kroner per dekar for potet.

## **2.3.2 Tomat**

Det er i 2015 gjort en enkeltkalkyle for økologisk tomatproduksjon gjennom Foregangsfylke grønnsaker. For økologisk tomatproduksjon gjelder det samme som for økologisk grønnsaksproduksjon, nemlig at det er noen store produsenter som over tid har opparbeidet erfaring og markedsadgang. Disse har da et tilfredsstillende økonomisk resultat, fordi de behersker og forbedrer produksjonen og oppnår relativt gode priser.

### 2.3.3 Epler

Det er få studier som har undersøkt økonomien i norsk økologisk fruktproduksjon. NIBIO har et prosjekt på gang der de ser på avling, kvalitet og arbeidsmengde i moderne plantinger, men resultatene er ikke klare før i 2017. Basert på analyseverktøyet i programmet Fruktklienten er det derfor laget en oversikt over oppgjørpris til produsent, produksjon og inntjening til økologiske epleprodusenter fra to fruktlagre. I databasen til Fruktklienten ligger det data om dekar, antall tre, alder på tre, avling og oppgjørpris for alle produsenter ved fruktlageret.

Det er få økologiske dyrkere, og derfor har gjennomsnittstall mindre verdi. Data fra enkelt dyrkere er derfor undersøkt og sammenlignet med gjennomsnittet av alle dyrkere ved det aktuelle fruktlageret (økologiske og konvensjonelle).

#### *Pris*

Generelt viser oversikten at oppgjørprisene til produsent fra fruktlager er høyere for økologiske epler enn for konvensjonelle epler. Hvor mye den enkelte dyrker får utbetalt per kg er avhengig av kvalitet på eplene, hvordan de er pakket (forpakning) til butikk og om eplene er solgt som økologiske eller konvensjonelle. Forskjellen mellom økologisk og konvensjonell varierer med produsent og år. Veldig grovt ligger gjennomsnittlig oppgjørpris for økologiske epler i underkant av 20 prosent over prisen for konvensjonelle epler.

#### *Produksjon og avling*

Oversikten viser at det i de fleste tilfeller blir produsert langt flere kilo epler per dekar i konvensjonell drift sammenlignet med de økologiske produsentene som er brukt i analysen. Dersom en ser på begge fruktlagrene, alle økologiske dyrkere som har en omsetning over 10 000 kroner i alle år samlet, finner vi at det i 4 av 28 tilfeller er produsert mer økologisk enn konvensjonelt. Variasjonen er veldig stor, fra 1000 kg mindre til 800 kg mer per daa hos økologiske epleprodusenter.

#### *Inntjening*

Basert på produksjonstall og oppgjørpriser i Fruktklienten er inntjeningen per dekar langt høyere i konvensjonell drift sammenlignet med økologisk drift. Et fåtall økologiske produsenter har derimot høyere inntjening per dekar enn gjennomsnittet av de konvensjonelle produsentene, noe som viser at dette er mulig å oppnå. Frukt som ikke er levert til fruktlager er ikke med i databasen i Fruktklienten. Denne frukten blir i mange tilfelle solgt privat til konsum eller som industrifrukt til juice. Økologisk industrifrukt er bedre betalt enn konvensjonell industrifrukt. Dette tilsier at inntjeningen er noe høyere enn det som kommer fram i Fruktklienten.

#### *Arbeidsmengde*

Mange arbeidsoperasjoner er de samme i økologisk og konvensjonell epledyrking. Arbeidsoperasjoner som tynning og ugresshåndtering tar derimot lengre tid i økologisk drift. NIBIO sitt pågående prosjekt, som skal være ferdig i 2017, vil avdekke eventuelle forskjeller.

#### *Økologisk plommedyrking*

De samme faktorene som er nevnt over, avlingsnivå og oppgjørpris gjelder for økologisk plommedyrking.

For at det skal lønne seg for flere produsenter å drive økologisk fruktproduksjon må oppgjørspriisen opp og avlingen per dekar må øke. Tiltak som tilskudd knyttet til produksjon og ikke areal, høyere pris i markedet, at alt blir solgt som økologisk, tilgang på innsatsfaktorer og FoU knyttet til dyrkingsteknikk kan være aktuelle tiltak.

### 2.3.4 Jordbær

I et større flerårig FOU-prosjekt på økologisk jordbærproduksjon på Sørlandet (2008-2012) har man beregnet at med en merpris på rundt 25 prosent for økologiske bær, vil en avling på 1 300 kg/daa (tunnelproduksjon) gi tilnærmet lik lønnssevne som samme avling på friland, dyrket konvensjonelt. Flere forsøksresultat viser avlinger på ca. 2 000 kg per dekar.

## 2.4 Fremtidsutsikter for produksjon

Fremtidsutsiktene for økt norsk økologisk produksjon avhenger blant annet av at det blir flere nye produsenter som driver økologisk, at de som driver økologisk utvider sin produksjon og at det drives så effektivt som mulig på eksisterende arealer. Det kan være at store økologiske produsenter med markedsadgang øker sin produksjon og at mindre produsenter i større grad sikres markedsadgang gjennom å øke egen produksjon eller samarbeider mer med andre. Det kan også være gjennom at store konvensjonelle produsenter med leveringsadgang legger om hele eller deler av sin produksjon til økologisk.

### *Generell vilje til vekst blant frukt- og grønnsaksprodusenter*

NILF (Pettersen m.fl, 2014) har i rapporten «Grønn verdi» sett nærmere på hvilke faktorer som skaper usikkerhet rundt videre vekst innenfor frukt- og grønnsaksproduksjon generelt. Rapporten kom etter initiativ fra Gartnerhallen til å vurdere situasjon, utfordringer og muligheter for frukt- og grøntnæringen. En må kunne gå ut ifra at disse faktorene er av betydning for både for de som driver konvensjonelt og økologisk. Det ene er debatt om importvernet som skaper usikkerhet (18,15 prosent). Annen landbrukspolitik er vurdert som viktig rammebetingelse som det er knyttet stor risiko til (21,12 prosent). I undersøkelsen er det ikke splittet opp hva som ligger i dette, men endringer i følgende faktor kan være viktige: Investeringstilskudd, jordvern, jordleie, distriktsdifferensiering av tilskudd, målpriser, bruk av øvre prisgrense for nedsatt tollvern, usikkerhet rundt import av plantemateriale.

Når det gjelder vilje til vekst er produsentene innen frukt- og grøntsektoren bevisst betydningen av egne satsinger og prioriteringer. De ønsker å styrke egen kompetanse, bruke mer ressurser på utprøving av nye sorter, styrke jordkvalitet og kvalitetssikring av produksjonen. Flere anser imidlertid økologisk produksjon som krevende.

I følge Gartnerhallens Årsrapport for 2014 har de mål om å øke epleproduksjonen med 50 prosent frem mot 2020. Her er det ikke skilt på økologisk og konvensjonell produksjon.

I Gartnerhallens årsrapport 2014 er konklusjonen fra rapporten «Grønn verdi» når det gjelder utfordringer og muligheter for norske frukt- og bærproduksjon framover:

«Norske frukt- og grøntprodusenter utgjør kjernen i en stor, vekstkraftig og konkurransutsatt verdikjede i norsk matsektor. Norsk frukt- og grøntproduksjon må hele tiden tilpasse eget tilbud til konkurrerende import og har svart med god horisontal og vertikal samordning og relativt lønnsom norsk produksjon. Norske produsenter forventer videre vekst. Primærprodusentene er avhengige av

importvernet, men også av godt produsentsamarbeid og fordel av kvalitetsoppfatninger som er knyttet til norsk opprinnelse.

God evne til samarbeid både horisontalt og vertikalt utgjør, sammen med identitet gjennom norsk opprinnelse, kjerneressurser for næringen. Skal verdiskapingen i norsk frukt- og grøntnæring øke, er det sannsynlig at bransjen bør dra enda større fordeler av disse ressursene. Det kan kreve endringer både i produsentsamvirket og i samspillet i verdikjeden.»

Vi vil bemerke at oppsummeringen fra rapporten gjelder norsk frukt- og grønnsaksnæring generelt, men at samarbeid både mellom produsenter og mellom aktører i verdikjeden, samt vektlegging av norsk opprinnelse nok er forhold som er spesielt viktig for en liten/umoden verdikjede som norsk økologisk frukt, bær og grønnsaker.

#### *Motivasjon og mulighet for økt økologisk produksjon blant produsenter som driver økologisk*

I 2014 undersøkte NILF motivasjon for økologisk dyrking blant norske frukt-, bær- og grønnsaksdyrkere (Milford, 2014). Denne viser at økonomiske aspekter ved produksjon generelt er overordnet produsentenes holdninger til økologisk. Mange økologiske produsenter har ideologiske verdier som bakgrunn for valg av dyrkingsmetode, men en del er også hovedsakelig drevet av økonomiske hensyn. Det er spesielt fruktprodusenter som er opptatt av ikke å bruke kjemiske sprøytemidler av miljø- og helsemessige grunner.

Litt under halvparten av de som produsenter økologisk i dag har planer om utvidelse. En del av de økologiske grønnsaksprodusentene følger nøye med på utviklingen i markedet og utvider produksjonen sin i tråd med dette. Viktigste grunn for ikke å utvide er frykten for ikke å få omsatt varene som økologisk.

I følge evalueringen av tilskudd til økologisk landbruk (Pedersen m.fl., 2012), har nesten halvparten av de som i dag driver økologisk (alle produksjoner) vurdert å legge om til konvensjonelt. Ca. ¼ oppgir at lønnsomheten har blitt dårligere etter omlegging, og av disse oppgir omlag 60 prosent at årsakene til dårligere lønnsomhet skyldes at driftsbetingelsene på eiendommene er for dårlige (lav avling, ugress m.m.) eller at de oppnår lav merpris eller får ikke solgt produktene som økologiske. Dette er forhold tilskuddsnivået eller innretningen av tilskuddene kan korrigere for. I følge evalueringen har produksjonstilskuddene i stor grad vært utløsende for at foretak legger om til økologisk produksjon.

De som har drevet økologisk tidligere, og som har lagt om igjen til konvensjonelt, synes de viktigste tiltakene for å få flere virksomheter til å starte med økologisk produksjon er å forenkle Debios regelverk og å sikre merpris på de økologiske leveransene. I evalueringen er det ikke sagt noe om årsakene varierer mellom ulike produksjoner, ettersom antall respondenter er for få til å bli statistisk representativ. For frukt og grønnsaker var det i denne perioden usikkerhet rundt regelverket når det gjaldt mulighet for å kunne drive parallellproduksjon, noe som kan ha innvirket på svarene blant frukt- og grøntprodusentene, jf. kapittel 2.2. Vi har ikke avdekket andre konkrete utfordringer i selve regelverket for økologisk frukt-, bær- og grønnsaksproduksjon, men viser til at det finnes et eget regelverksutvalg for økologisk produksjon (RVU).

Tiltak som kan bidra til god agronomi, og tiltak som bidrar til at produsentene faktisk får solgt det de produserer som økologisk vare ser dermed ut til å være avgjørende faktorer for videre økning i produksjonen. Kontinuerlig veiledning og informasjon om, og relevante tilpasninger av regelverket for økologisk produksjon, er også av betydning.

I følge en artikkel utarbeidet for Foregangsfylke økologiske grønnsaker (Bysveen, 2015) ønsker grossister fortrinnsvis at de som produserer økologiske grønnsaker og potet utvider sin produksjon. En sentral utfordring for økt produksjon er da at disse produsentene ikke har nok tilgang på vekstskifte.

Allsidig vekstskifte med rotasjon av ulike vekster er avgjørende for å begrense skadegjørere i økologisk produksjon. Det beste er å dyrke grønnsaker etter godt drevet andreårs eng som er slått flere ganger i året, fordi denne enga har lite ugress, godt med nitrogeninnhold fra kløver og god jordstruktur. Økologisk dyrking av grønnsaker uten innslag av eng er ifølge Bysveen nærmest umulig. Det bør også være en viss avstand mellom tidligere og nytt grønnsaksareal for å hindre spredning av ugress og skadegjørere.

En god løsning på utfordringen med å få tilgang på nok vekstskifte har vist seg å være samarbeid og bytte av areal mellom økologisk husdyrprodusenter og grønnsaksprodusenter. Et nevnt eksempel er samarbeid mellom en økologisk husdyr- og kornprodusent og en konvensjonell gulrotprodusent som ønsket å legge om til økologisk. Dette resulterte i en stor produksjonsøkning på økologisk gulrot. Samarbeidet forutsetter god kommunikasjon og gjensidig forståelse når det gjelder bl.a. håndtering av ugress og pris på leie av areal. Dette viser at samarbeid mellom ulike økologiske produksjoner er en viktig forutsetning for videre vekst i grønnsaksproduksjonen.

Foregangsfylke for grønnsaker peker bl.a. på at lavere tilskuddssatser for økologiske engareal har medført at det ikke lenger er like lønnsomt å legge om engarealer utover det som kreves som fôr til husdyr. Med mindre grovfôrprodusentene oppnår en høyere leiepris for arealene, som veier opp for avlingsnedgangen i årene det dyrkes grovfôr, kan lavt mertilskudd for økologisk grovfôrareal redusere tilgangen på vekstskifteareal.

#### *Motivasjon for økologisk produksjon blant produsenter som driver konvensjonelt*

Det varierer noe mellom undersøkelser hvor mange som har vurdert å legge om til økologisk. 1 av 10 (Senter for Bygdeforskning «Trender i norsk landbruk» 2012, gjengitt i Milford 2014) og 1 av 4 (Pedersen m.fl., 2012).

I undersøkelsen fra NILF (Milford, 2014) kommer det fram at konvensjonelle frukt- og bær dyrkere frykter problemer med sykdommer og skadedyr, samt lavere avling pga. mangel på næringstilførsel. Dette står i kontrast til at produsenter som driver økologisk i liten grad har opplevd store avlingstap eller problemer med lav kvalitet som et problem. Foregangsfylke frukt og bær sin gjennomgang av statistikk fra Fruktklienten viser imidlertid at det er stor variasjon mellom epledyrkere når det kommer til produksjon per dekar. Enkelte produsenter har en langt lavere produksjon enn konvensjonelle dyrkere, mens andre har høyere produksjon.

Konvensjonelle eple- og plommedyrkere har tro på at de kan få omsatt produktene som økologisk, men er usikker på om de vil få en pris som kompenserer ekstra arbeid og lavere avling. Dette blir også bekreftet i evalueringen fra Vista analyse og Damvad (Pedersen m.fl., 2012), der 23 prosent av de som forventer at økonomien blir dårligere, og av den grunn ikke ønsker å legge om til økologisk, er frukt- og bærprodusenter, mot 14 prosent av grønnsaksprodusentene. Priser til produsent fra grossist viser også at prisforskjellen mellom konvensjonelle og økologiske epler er mindre enn prisforskjellen mellom en del økologiske og konvensjonelle grønnsaker. I følge undersøkelsen fra NILF (Milford, 2014) opplever også produsenter av økologisk frukt- og bær at varer i stor grad blir solgt til konvensjonell pris. En av de store grossistene garanterte i 2015 for 25 prosent merpris på økologiske epler. I tillegg ble det solgt epler i både pakninger og i løsvekt på brett i 2015, noe som førte til at en større andel av de økologiske eplene ble solgt som økologisk. Epler i løsvekt må enkeltmerkes. En større andel av de økologiske plommene ble også solgt som økologisk i 2015.

Konvensjonelle grønnsaksdyrkere er generelt mindre bekymret for dyrkingstekniske problemer, men noen mener jordtypen er mindre egnet for å dyrke økologisk (dette gjelder særlig Rogaland), og noen er redd for å skape smittepress på egen eller naboers potet- eller grønnsaksproduksjon. Flere opplever at det er mangel på husdyrgjødsel. Hovedårsak til at grønnsaksdyrkere ikke legger om, er at de mener det er mangel på etterspørsel etter økologiske varer. Om dette er det imidlertid varierende oppfatninger blant de som driver økologisk grønnsaksproduksjon, der enkelte er svært fornøyde med omsetningsmulighetene og prisen de har oppnådd, mens andre sier de trenger større markedsandeler.

Konvensjonelle produsenter mener det er små miljø- og helsemessige forskjeller mellom konvensjonell og økologisk. Mange påstår også at det er mindre forskjell på økologisk og konvensjonell dyrking i Norge enn i resten av Europa, men ifølge fagpersoner varierer dette imidlertid mellom land og produkter.

Dette viser at holdningene til økologisk produksjon blant konvensjonelle dyrkere, både innenfor frukt- og grønnsaker, delvis er basert oppfatninger som ikke nødvendigvis stemmer med det som generelt er utfordringer og muligheter innenfor økologisk dyrking. Dette kan skyldes at enkelthistorier med produsenter som ikke har lyktes har fått stor oppmerksomhet. Større fokus på om hva som kjennetegner økologisk dyrking og på suksesshistorier overfor bønder som driver konvensjonelt kan bidra til en mer balansert og faktabasert kunnskap og motivasjon for omlegging.

Det er også variasjoner innenfor både økologisk frukt- og bærproduksjon når det gjelder effektivitet i produksjon (produksjonsmengde per areal) og markedsadgang for de økologiske produktene. Tiltak for å styrke agronomien og tilgangen til markedet synes derfor også sentrale. Det kan også være nyttig å kartlegge hva som kjennetegner de mest produktive økologiske produsentene.

## 2.5 Framtidsutsikter for omsetning

I rapporten «Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer» (Landbruksdirektoratet, 2014) oppsummeres markedet for økologisk frukt og grønnsaker på følgende måte:

«Hovedkonklusjonen for 2014 er at det har vært en stor vekst i omsetningen av økologiske poteter, grønnsaker og frukt. Andelen økologisk av total norsk produksjon er fortsatt liten, men det er et fokus i markedet på økt norsk produksjon. De norske produsentene oppleves å være mer leveringsdyktige enn tidligere på flere varer. For flere kulturer var etterspørselen i 2014 høyere enn produksjonen, noe som gir de norske produsentene en mulighet for salgsvekst fremover. Manglende markedsdekning av norske økologiske varer, i sesongen for norsk konvensjonell produksjon, gir utfordringer knyttet til økte kostnader som følge av høye tollsatser.»

Forbrukernes motivasjon for å kjøpe økologiske varer varierer, men Økobarmometeret viser at norske kunders viktigste argument for å handle økologisk mat er at det er bedre for meg og min familie. I tillegg kommer argumenter som at det er miljøvennlig, smaker bedre og at de vil unngå sprøytemidler. Økobarmometeret er en undersøkelse som har blitt gjennomført årlig i perioden 2004-2012, basert på personlige intervju med ca. 1 000 kunder etter handlerunde. Hvilken av disse motivasjonsfaktorene for å handle økologisk vil variere fra person til person og fra produkt til produkt. For eksempel tyder intervjuer på at hensynet til dyrevern er særlig viktig ved kjøp av egg og kjøtt, mens smak og helse er viktige faktorer ved kjøp av grønnsaker, kornprodukter og barnemat.

Andre funn fra Økobarmometeret er at kunder som handler økologisk bruker mer penger på mat enn de som ikke handler økologisk (84 prosent mer i 2012). Som tidligere nevnt viser NOU (2011:4), gjengitt i Pedersen m.fl. 2012 at forbrukerne er villige til å betale 10-40 prosent mer for økologisk avhengig

av produkt. Samtidig oppgis høyere pris som årsak til ikke handle å handle mer økologisk i Økobarometeret (2012).

Evalueringen fra 2012 undersøkte også mulige flaskehalsen knyttet til etterspørselen etter økologisk mat og konkluderer med at:

«Våre intervjuer samt undersøkelser av forbrukertrender tyder på at mangel på kunnskap om økologisk mat fortsatt er en barriere for økt forbruk. I økobarometeret (2011) rangerte forbrukere pris og mangel på kunnskap som de to viktigste årsakene til at de ikke handler økologisk. Dette kan skyldes at informasjons- og markedsføringsaktivitetene (både utløst av utviklingstilskuddene og av andre aktører) ikke har vært tilstrekkelige i omfang, eller at de ikke har vært effektive nok. Våre intervjuer tyder på at det syntes å være en relativt bred enighet om at begge deler kan være tilfelle.»

«Manglende kunnskap om eller anerkjennelse av fordelene med økologisk landbruk (både i befolkningen og i forvaltningen) fremstår som den viktigste barrieren for økologisk landbruk i Norge. Etter vår vurdering fremstår økt vektlegging av aktiviteter for å øke kunnskapen om og profilering av økologisk mat som det viktigste tiltaket innenfor rammen av utviklingstilskuddene». (Pedersen m.fl., 2012).

Dette viser at det også er behov for å sette inn tiltak på etterspørselssiden i verdikjeden.

## 3 Eksisterende virkemidler

### 3.1 Oversikt over virkemidler innenfor verdikjeden for frukt, bær og grønnsaker

Tabell 9: Oversikt over sentrale økonomiske og juridiske virkemidler innenfor verdikjeden for frukt, bær og grønnsaker\*

ØKOLOGISK FRUKT, BÆR OG GRØNNSAKER	
Virkemiddel (mottaker/målgruppe)	Tiltak. Budsjett i mill. kr. 2015. Forvaltningsansvar.
Omlagingsstilskudd	For å legge om til økologisk med ansvar for at arealet blir drevet økologisk 3 år etter at arealet er ferdig omlagt. Er under utfasing. Totalt kr 6,86 mill. for alle produksjoner. Landbruksdirektoratet.
Produksjonstilskudd til økologisk areal (jordbruksforetak)	Totalt for alle økologiske produksjoner kr 36,75 mill. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .
	-Hvorav estimert til produksjon av potet (kr 515 500)
	-Hvorav estimert til produksjon av grønnsaker, frukt og bær (kr 4,27 mill.)
	-Hvorav estimert til grønningsjødsling (kr 2,54 mill.)
Tilskudd til utviklingstiltak (organisasjon)	<a href="#">Foregangsfylke for grønnsaker</a> , nasjonal rolle. Kr 2,05 mill. Fylkesmannen i Vestfold.
	<a href="#">Foregangsfylke for frukt og bær</a> , nasjonal rolle. Kr 3,1 mill. Fylkesmannen i Hordaland og Sogn- og Fjordane.
	<a href="#">Prosjekter</a> rettet mot gårdbruker, <a href="#">Prosjekter</a> rettet mot foredling/produktutvikling, <a href="#">Prosjekter</a> rettet mot forbruker, <a href="#">Prosjekter</a> rettet mot storhusholdning. Totalt kr 30 mill, hvorav halvparten går til foregangsfylkesatsingen. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .
Tilskudd til rådgivning innen økologisk produksjon (organisasjon)	Rådgivning innen økologisk landbruk (hele landet). Det er ikke øremerket ramme, men størrelsesorden ca. kr 6 mill. <a href="#">Norsk landbruksrådgivning</a> .
Økologiforskriften	Krav til produksjon, lagring, foredling, import og omsetning av økologiske landbruksprodukter, næringsmidler og fôrvarer. <a href="#">Mattilsynet</a> .
Tilskudd til tilsyn innen økologisk landbruk (organisasjon)	Mattilsynet overfører midler til <a href="#">Debio</a> for gjennomføring av tilsyn. Kr 18,3 mill. Dette dekker en vesentlig andel av Debios kostnader knyttet til tilsyn. I tillegg krever Debio inn avgift ved utført tilsyn.
Tilskudd til generisk markedsføring (organisasjon)	Generisk markedsføring av økologisk mat i hovedsak på nett <a href="#">Økologisk.no</a> - Totalt kr 4,5 mill. <a href="#">Matmerk</a> .
Tilskudd til Oikos (organisasjon)	<a href="#">Oikos</a> har samarbeidsavtale med Landbruks- og matdepartementet for 2016. Denne omfatter blant annet å bidra til å styrke overføringsverdien fra økologisk landbruk som spydspiss for miljøvennlige driftsmetoder i landbruket, være en dialogpartner for departementet i strategiske og faglige spørsmål knyttet til økologisk produksjon og forbruk. Kr 2,93 mill for 2016. Tilskudd gis som grunnstøtte fra Landbruks- og matdepartementet. I tillegg mottar Oikos tilskudd til utviklingstiltak til flere prosjekter.
Tilskudd til Norsøk (organisasjon)	<a href="#">Norsøk</a> er en privat, selvstendig stiftelse og et nasjonalt senter for tverrfaglig forskning- og kunnskapsformidling. Landbruks- og matdepartementet gir tilskudd som grunnstøtte. Kr. 5 mill for 2016.
Ulike tiltak innen storhusholdning (organisasjon)	<a href="#">Foregangsfylke for økologisk mat i storhusholdninger «ØQ»</a> i regi av Fylkesmannen i Oslo og Akershus, herunder ulike <a href="#">verktøy</a> og koordinering av <a href="#">kurs og veiledning</a> (Debio Info) til storkjøkken. Egne <a href="#">serveringsmerker</a> for å profilere andel av økologisk mat i storhusholdning (Debio). <a href="#">Miljøfyrtårn</a> er en nasjonal miljøsertifiseringsordning der også økologisk mat er innarbeidet som del av bransjekrav (stiftelsen Miljøfyrtårn). Mulighet for å stille <a href="#">krav til levering av andel økologisk varer</a> til storhusholdning ved anbudsrunder i hht Lov om offentlige anskaffelser (Difi).
Areal- og kulturlandskapstilskudd (Jordbruksforetak)	Produksjon og aktiv drift av arealer (alle type produksjoner). Totalt kr 3,29 mrd. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .
Distriktstilskudd (jordbruksforetak)	Produksjon og levering over minstekvantum av frukt, bær, tomater, agurker eller salat til godkjent omsetningsledd, ikke til varer som kasseres. Kr 86,2 mill. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .

	Produksjon og levering av potet i Nordland, Troms og Finnmark til godkjent omsetningsledd, ikke til varer som kasseres. Kr 4,52 mill. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .
	Produksjon og levering av epler og pærer til pressing, ikke kvantumsbegrensning. Kr 5,8 mill. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .
Bedriftsrettede tilskudd (jordbruksforetak)	Investeringer og utviklingstiltak på landbrukseiendommer med to formål (alle type produksjoner): Ny næringsvirksomhet og modernisere tradisjonelt landbruk. Mulighet for høyere tilskuddsandel fruktproduksjon. Totalt kr 548 mill. <a href="#">Innovasjon Norge</a>
Tilskudd til utrednings- og tilretteleggingstiltak (organisasjon)	Midlene skal bidra til utvikling og fornying av det tradisjonelle landbruket og å understøtte utvikling av andre landbruksbaserte næringer (alle type produksjoner). Dette kan være tiltak som skal gi økt kunnskap om hvordan bonden kan utvikle næringsvirksomhet tilknyttet egen gårdsdrift, og som motiverer og mobiliserer bønder til å utvikle prosjekter og tiltak innen andre landbruksbaserte næringer. Noe midler går til økologiske utviklingstiltak, estimert ca. kr 4 mill. Kr 60 mill. <a href="#">Fylkesmannen</a>
Bygdeutviklingsmidler (organisasjon)	Midlene skal bidra til rekruttering, likestilling, etterutdanning og kompetanseheving i landbruks- og matsektoren (alle type produksjoner). Fylkeskommuner.
Fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter og forskningsmidler over jordbruksavtalen	Finansiering av prosjekter etter åpen utlysning. I tillegg gis en andel til forskningsinstituttet <a href="#">Nofima</a> . Totalt ca. kr 200 mill. årlig, hvorav ca. 7 prosent av midlene til økologisk over perioden 2008-2015. Estimert årlig gjennomsnitt er kr 6,5 mill., hvorav ca. kr 1 mill. til prosjekter innen økologisk frukt, bær og grønnsaker. To <a href="#">styret</a> , Landbruksdirektoratet er sekretariat.
Tilskudd til fruktlager (fruktlagre)	Tilskudd for mottatt mengde epler, pærer, plommer, moreller og kirsebær. Tilskuddet fordeles ut fra gjennomsnitt mengde frukt som lageret har mottatt de siste 3 år. Kr 13 mill. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .
Kollektiv dekning av omsetningsavgift til faglige tiltak, opplysningstiltak og avsetningstiltak hagebruk og potet	Faglige tiltak i regi av GrøntProdusentens Samarbeidsråd, fruktlagerinspektøren, Økern Torvhall markedsopplysning og Fagforum Potet. Opplysningstiltak i hovedsak i regi av Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker.  Avsetningstiltak administrert av GrøntProdusentenes Samarbeidsråd for å kunne oppnå målpris på epler og potet. Reguleringslagring av epler (for å stimulere til lengre lagring) og fabrikklevering av epler (klasse 1), samt avsetningstiltak for levering av matpoteter til fabrikk (fôr). Midler brukes til å skrive ned pris på råvaren.  Totalt kr 24,4 mill fra Omsetningsrådet, Landbruksdirektoratet er sekretær.
Prisnedskrivningstilskudd (Hoff, andelslag)	Produksjon av rektifisert potetsprit (kr. 20 mill) eller potetstivelse (kr. 20 mill) forutsatt avtale om mottak av avrenspoteter fra godkjente omsetningsledd. Tilskudd gis for ferdig produsert vare. Ikke kjent med at tilskudd går til økologiske produkter. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .
Toll (foretak som importerer varer)	Lavere toll på import når oppgjørspisen til produsent blir liggende over jordbruksavtalens prisgrenser for å tilrettelegge for import av landbruksprodukter som supplement til norsk produksjon ut fra hensynet til forbrukere og næringsmiddelindustri. Administrativ (generell) tollnedsettelse og Individuelle tollnedsettelse (definert vare, begrenset mengde og begrenset tid) <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .  Lavere toll er mulig å oppnå for: Foretak som har kjøpt et minstekvantum norske pressepler, eplejuice eller -konsentrat og bearbeider dette. Foretak som bearbeider norske grønnsaker dersom det oppstår en avlingssvikt av et visst volum på landsbasis innenfor en kontraktsvare. Foretak som har bearbeidet norske jordbær, bringebær, solbær eller kirsebær dersom varen går inn i egen bearbeidingsvirksomhet eller foretak har inngått bindende avtale om kjøp av slike bær til bruk i egen bearbeidingsvirksomhet. Gis en del tollnedsettelse for økologiske produkter. <a href="#">Landbruksdirektoratet</a> .

*\*Grønne rader er målrettede mot økologisk, grå rader er generelle virkemidler der en ikke skiller på konvensjonell og økologisk*

På bakgrunn av budsjetter og estimat ovenfor anslås i overkant av 120 mill. kroner å gå til målrettede tiltak mot økologisk produksjon og marked årlig, hvorav 13,5 mill. kroner er estimert til målrettede tiltak mot økologisk frukt, bær og grønnsaker. Midlene som blir brukt til målrettede tiltak mot økologisk generelt, som rådgivning, informasjonstiltak osv., kommer selvsagt også produksjon og marked for økologisk frukt og grønnsaker til gode.

### 3.1.1 Virkemidler for å fremme produksjon

#### *Produksjonstilskudd*

Alle foretak som er tilskuddsberettiget kan søke om tilskudd for arealene sine. Arealtilskuddet er differensiert etter vekstgruppe og hvor i landet arealet er lokalisert. I tillegg gis det kulturlandskapstilskudd med lik sats per daa i hele landet uavhengig av vekst. Foretak som har lagt om produksjonen til økologisk drift kan få ytterligere tilskudd for disse arealene. Areal- og kulturlandskapstilskudd for 2015 utbetales på grunnlag av areal ved registreringsdato 31.7.2015, og utbetales i februar 2016.

Det ekstra arealtilskuddet til økologisk produksjon, samt andre og ev. tredje års karensareal, er likt for grønnsaker, frukt og bær og skiller ikke på hvor i landet produksjonen skjer. Potet har en lavere sats, og i tillegg er det et eget tilskudd for grønngjødsling.

Satser for 2015 fremgår i tabell 11 nedenfor. Arealtilskuddet til økologisk produksjon gjelder per dekar (uavhengig av soner) i tillegg til de generelle arealtilskuddene som alle jordbruksforetak kan få. I følge handlingsplanen for å nå målet om 15 prosent økologisk produksjon i 2020 «Økonomisk, agronomisk – økologisk!» av 20.9.2009, har Landbruks- og matdepartementet lagt til grunn at «produsenter med økologisk drift skal sikres et økonomisk utkomme som er minst på linje med øvrig landbruksdrift. De direkte tilskuddene er ment å bidra til et slikt lønnsomhetsnivå ved blant annet å kompensere for at markedet ennå ikke er godt nok utviklet.»

#### *Omleggingstilskudd og bindingstiden ble avvirket fra 2014*

De fleste produksjoner har en omleggingstid på 2 år før avlingen kan omsettes som økologisk. For flerårige vekster som frukt og bær er omleggingstiden 3 år. Tidligere fikk foretakene et omleggingstilskudd for arealer som var under omlegging til økologisk produksjon på 250 kroner per dekar og år. For de arealintensive produksjonene var omleggingstilskuddet lavt i forhold til kostnadene ved omlegging. Ved jordbruksoppgjøret i 2013 ble det vedtatt å avvikle omleggingstilskuddet og den tilhørende bindingstiden ved overgang til økologisk produksjon.

Avviklingen gjaldt ikke for arealer som allerede var under omlegging i 2013. Omleggingstilskuddet ble erstattet av økologisk arealtilskudd fra og med andre omleggingsår. Avviklingen innebærer at foretakene ikke mottar ekstra tilskudd for produksjonen sin det året omleggingen starter. Året etter kan foretakene gis fullt økologisk arealtilskudd. For arealer med grønnsaker, frukt og bær innebærer dette at det gis mer tilskudd andre og ev. tredje karensår enn foretakene totalt kunne fått i omleggingstilskudd. For foretak med potetproduksjon ble tilskuddet samlet sett det samme som tidligere. Endringen hadde størst konsekvenser for foretak med grovfôrarealer, og dette ble delvis kompensert med høyere tilskudd for økologiske husdyr.

#### *Distriktstilskudd*

Tilskuddsordningen for distriktstilskudd til frukt, bær og grønt har som formål å bedre inntekten for yrkesprodusentene i grøntsektoren, bidra til geografisk spredt produksjon og stimulere til ordnede omsetningsforhold. Jordbruksforetak som leverer frukt, bær og enkelte grønnsaker til godkjente omsetningsledd kan søke om distriktstilskudd for disse vekstene, og det er ulike satser per kilo eller stykk (salat) etter hvor i landet de er lokalisert. Omsetningsleddene er godkjent av Landbruksdirektoratet, jf. Forskrift om tilskudd til fruktlager og godkjenning av omsetningsledd.

I 2014 var 78 av foretakene som søkte om distriktstilskudd Debio-registrerte og hadde søkt om tilskudd for økologiske arealer til frukt, bær og grønt i august året før. Flere produsenter driver

imidlertid med parallellproduksjon og av disse 78 foretakene kan det ha vært flere produsenter som leverte små mengder økologisk eller som ikke leverte økologisk i det hele tatt.

**Tabell 10: Arealtilskudd per dekar og distriktstilskudd per kg/stykk til jordbruksforetak, foreløpige satser 2015 oppgitt i kroner.\***

Tilskudd	Satser						
<b>Tilskudd til økologiske arealer</b>							
Grønngjødsel	500						
Grønnsaker, frukt- og bær	1275						
Poteter	500						
<b>Arealtilskudd</b>	<b>Sone</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Potet	80					930	
Grønnsaker	550					1 550	
Frukt	700				1 450		
Bær	1 000				1 450		
<b>Kulturlandskapstilskudd til alt areal</b>	186						
<b>Distriktstilskudd</b>	<b>Sone</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Epler, pærer, plommer, kirsebær	1,72	2,30			4,97		
Moreller	2,69	3,25			5,95		
Pressfrukt	1,72						
Bær	1,47	3,31			5,42		
Tomat	1,40			2,76			
Slangeagurk	0,85			1,64			
Salat	0,55			1,04			
Potet i Nord-Norge	1,30						

\*Grønn er tilskudd til foretak som driver økologisk, grå er for alle foretak.

#### Tilskudd til nærings- og bygdeutvikling

Midler går til jordbruksforetak til investeringer i tradisjonelt landbruk og tilleggsnæringer i landbruket, bl.a. investeringer i driftsbygninger, produksjonsutstyr, produktutvikling og markedsføring av nye produkter. Det er åpnet opp for å gi inntil 50 prosent investeringstilskudd til økologiske fruktproduksjoner, mens vanlig sats for konvensjonelle bruk er fra 10–33 prosent. Det er ikke gjort særtiltak for økologisk bær- eller grønnsaksproduksjoner.

Midler som går til utrednings- og tilretteleggingstiltak skjer i hovedsak i regi av organisasjoner eller sammenslutninger. De aller fleste fylker har øremerket en andel av midlene til utviklingsarbeid innen økologiske produksjoner og denne andelen kan variere fra 100 000–400 000 kroner. Fylkeskommunen forvalter midler til rekruttering, likestilling, etterutdanning og kompetanseheving i landbruks- og matsektoren.

Fylkesmannen skal bidra i regjeringens satsing på økologisk matproduksjon ved å styrke produsentnettverk og utvikle og følge opp tiltak i fylkesvise handlingsplaner for økologisk. De skal også koordinere innsatsen og fordele midler til konkrete tiltak i eget fylke. Økologisk landbruk er

omtalt i de regionale bygdeutviklingsprogrammene og blir prioritert i hht. dette. Det er ingen føringer om økologisk i midlene som forvaltes av fylkeskommunen. I flere tilfeller brukes disse og midler til utredning- og tilrettelegging i sammenheng.

### **3.1.2 Virkemidler for å styrke lagring og omsetning**

#### *Tilskudd til fruktlager*

Tilskuddet skal fremme et forpliktende samarbeid om felles lagring, sortering, pakking og omsetning av frukt. Tilskuddet gis til 10 godkjente fruktlagre. For å bli godkjent for tilskudd kreves det at lageret minimum har avtale med 8 leverandører og at de mottar minst 100 tonn frukt. Tilskuddet skiller ikke på økologisk og konvensjonell frukt.

#### *Tiltak knyttet til markedsregulering*

Markedsreguleringen av jordbruksråvarer skal sikre en stabil forsyning av varer i alle markeder til en tilnærmet lik pris. Den skal også sikre produsentene stabil avsetning og stabile priser i tråd med jordbruksavtalens bestemmelser. Opplysningsarbeid og faglige tiltak er ment å stimulere til økt totalforbruk av norske grøntprodukter.

GrøntProdusentenes Samarbeidsråd (GPS) skal i nært samarbeid med produsentorganisasjonene arbeide med markedstilpasning og prisanbefaling til beste for produsentene. GPS har produsenter fra alle de sentrale produsentorganisasjonene som sine medlemmer. Det er styringsgrupper i GPS som diskuterer markedssituasjonen og anbefaler priser. Disse er normalt sammensatt av de kulturansvarlige produsentene fra de produsentorganisasjonene som til enhver tid er aktuelle.

GPS administrerer også avsetningstiltak. På epler dreier det seg om å sikre hensiktsmessig avsetning på eple gjennom å regulere lagring og levere til industri. På potet dreier det seg om avsetning av avrenspotet til industri (prisnedskrivningstilskudd for potetmel og potetsprit).

Faglige tiltak i regi av GPS, Økern Torvhall og Fagforum potet finansieres delvis over jordbruksoppgjøret «Kollektiv dekning av omsetningsavgift hagebruk» som forvaltes av Omsetningsrådet.

GPS driver produsentrettet rådgiving for å bedre markedstilpasningen for grøntproduktene og å bedre produktkvaliteten, herunder pakking, lagring, emballering og logistikk. Fruktlagerinspektøren driver rådgivning overfor fruktlagrene for å fremme kvalitet og produksjonstilpasning, og er ansatt i GPS. Fruktlagerinspektøren koordinerer arbeidet med markedsreguleringstiltak og deltar på møter i produsentlag.

Fagforum Potet har en egen hjemmeside [www.potet.no](http://www.potet.no) som i hovedsak formidler råd og veiledning til de profesjonelle potetdyrkerne om eksempelvis dyrking, setting, gjødsling og bruk av plantevern i dyrkingen. Forumet er et samarbeidsprosjekt mellom NIBIO, Norsk landbruksrådgiving og store deler av potetbransjen.

#### *Toll*

Tollvernet for landbruksvarer skal administreres med sikte på å sikre avsetningsgrunnlaget for norsk produksjon, blant annet i henhold til jordbruksavtalens prisbestemmelser og å hindre uønskede markedsforstyrrelser.

Landbruksdirektoratet kan sette ned tollen for en rekke landbruksvarer. Formålet er å legge til rette for import av landbruksprodukter som supplement til norsk produksjon ut fra hensynet til forbrukere og næringsmiddelindustri. Det finnes også norskproduserte råvarer som ikke har tollbeskyttelse, som f.eks. brokkoli. Administrativ (generell) tollnedsettelse gjelder i første rekke landbruksvarer med avtalefestet målpris etter jordbruksavtalen. Etersom tolltariffen ikke skiller på om varen er konvensjonell eller økologisk, gjelder den administrativt nedsatte tollen likt for begge. Individuelle tollnedsettelse kan gis for en definert vare, begrenset mengde og begrenset tid, og det største antall individuelle tollnedsettelse blir gitt til produkter som ikke inneholder norske landbruksvarer.

Det kan gis tollnedsettelse til økologisk konserverprodukter til foretak som bearbeider norske økologiske frukt, bær og grønnsaker. Tollen administreres individuelt etter søknad for et utvalg av slike varer.

### **3.1.3 Virkemidler for å styrke kunnskap**

#### *Tilskudd til Landbruksrådgivningen*

Rådgivning rettet mot primærprodusenter følges i hovedsak opp av Norsk Landbruksrådgivning (NLR).

NLR tilbyr rådgiving for gårdbrukere før, under og etter omlegging til økologisk drift. De gir tilbud om gårdsbesøk med vurdering av muligheter for omlegging til økologisk drift (Økologisk Førsteråd), hjelp ved innmelding i Debio sin kontrollordning (Økologisk Økoplan), faglige samlinger med utveksling av erfaringer, rådgiving og sosialt fellesskap innen økologisk produksjon (Økologisk Grupperåd), samt tilbud om skreddersydd og tett faglig oppfølging innen økologisk produksjon (Økologisk Rådgivningsavtale).

I Norsk Landbruksrådgiving er det 40 rådgivere som tilbyr rådgiving innen økologisk produksjon. Disse dekker det meste av landet fra Agder til Finnmark.

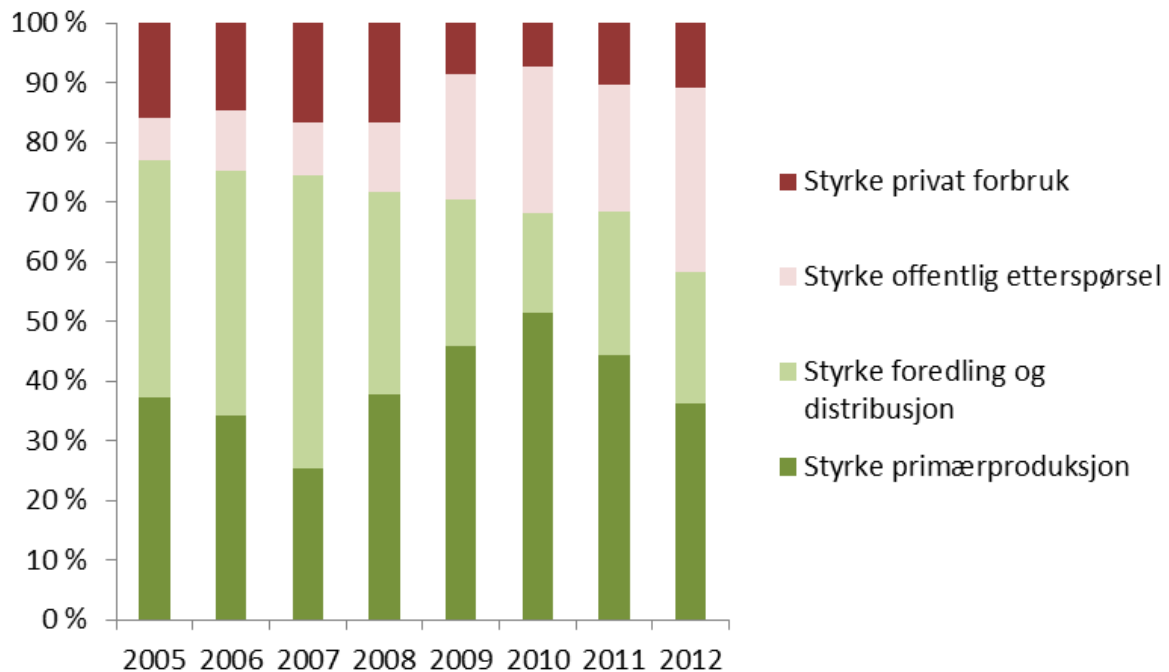
Fra 2013 finansieres veiledningstiltakene i NLR med midler over statsbudsjettet. Tidligere fikk landbruksrådgivningen støtte over jordbruksavtalen og midler til utviklingstiltak (ca. 6 mill. kroner). Tildelingen er ikke lenger øremerket til rådgiving innenfor økologisk landbruk, men landbruksrådgivningen skal opprettholde rådgivningen innenfor økologisk landbruk på samme nivå som tidligere.

#### *Tilskudd til nasjonale verdikjedeprosjekter*

Landbruksdirektoratet forvalter midler til utviklingstiltak innen økologisk landbruk som går til ulike prosjekter i verdikjeden. I de siste årene er markedstiltak og kunnskap om økologisk rettet mot forbruker prioritert ved fordeling av midler, samt en egen satsing på foregangsfylker.

Midler til utviklingstiltak er evaluert av Vista Analyse og Damvad Norge (Pedersen, m.fl., 2012). Evalueringen konkluderer med at tilskuddene har styrket tilbud og etterspørsel gjennom å redusere flaskehalsen i hele verdikjeden. Den er ikke brutt ned på ulike produksjoner og dermed effekter av tiltakene for frukt, bær og grønnsaker. Effekten av tiltakene som er gjennomført antas imidlertid generelt å ha blitt dempet av høy tillit til konvensjonelt landbruk, og av at det er satset lite på markedstiltak i perioden. Evalueringen peker på at det fortsatt er behov for veiledning av produsenter, men enda større behov for kunnskap ut til forbruker om kjennetegn ved økologisk produksjon og mat. Rapporten anbefaler derfor økt fokus på generisk markedsføring og kunnskap om økologisk produksjon og mat rettet mot forbruker.

I tråd med anbefalinger i evaluering av utviklingsmidlene til økologisk landbruk i 2012 ble også ekstra midler prioritert til generisk markedsføringskampanje for økologisk i samarbeid med Matmerk. Kampanjen gikk kun i ett år og frukt, bær og grønnsaker inngikk ikke i denne kampanjen.



**Figur 8: Porteføljen for utviklingstiltak fordelt på de fire delmålene. Verdikjedeprosjekter og regionale satsninger. 2005-2012. 2012-priser (sept).**

Kilde: Damvad basert på SLF prosjektdatabase (2012). Damvad sin kategorisering. Verdikjede-prosjekter og regionale prosjekter (i Pedersen m.fl. 2012).

Tilskudd til utviklingstiltak bevilges over jordbruksavtalen med en ramme på 30 mill. kroner i 2015, hvorav 15 mill. kroner går til nasjonale utviklingsprosjekt og 15 mill. kroner til foregangsfylker.

#### *Tilskudd til foregangsfylker for økologisk frukt, bær og grønnsaker*

Fem foregangsfylker ble opprettet i 2010, herunder Foregangsfylke grønnsaker i Vestfold og Foregangsfylke frukt og bær i Hordaland og Sogn og Fjordane. Foregangsfylkesatsingen ble videreført etter evalueringen, men foregangsfylkene fikk en utvidet nasjonal rolle fra 2014, og det ble etablert et nytt Foregangsfylke for korn i Oppland. I evalueringen ble det vurdert at foregangsfylkene kunne jobbe langsiktig og bidra til kunnskapsutveksling på tvers av regioner, og til å koordinere aktiviteter og nettverk både nasjonalt og internasjonalt innen et bestemt fagfelt. Utviklingstiltak rettet mot økologisk frukt, bær og grønnsaker, med støtte fra midler over jordbruksavtalen, følges nå i hovedsak opp gjennom Foregangsfylke grønnsaker og Foregangsfylke frukt og bær. Som følge av at de fikk en utvidet nasjonal rolle, er tiltak i regi av foregangsfylkene koordinert på tvers av regioner og mot tiltak i nasjonale verdikjedeprosjekt i regi av Landbruksdirektoratet.

Type tiltak som gjennomføres i regi av Foregangsfylke grønnsaker er felles kurs og markdager med konvensjonelle dyrkere (utvikle spydspissfunksjonen), kvalitetssikre og følge opp andelsgårder med grønnsaker, utvikle løsninger for dyrking i veksthus, kunnskap om ugressregulering slik at produksjonen øker og metodene tas i bruk av konvensjonelle produsenter. Gjennom Foregangsfylket har produsentene fått kunnskap som gir en økt grad av spesialisering og kvalitetsøkning på

produktene. På markedssiden har Foregangsfylket bidratt til noe bedre kommunikasjon i grøntomsetningen, og har satt søkelys på flaskehalsen i offentlige innkjøp. Storkjøkken har lært mye om bruk av grønnsaker, som gjør at de blir mer interessert i å ta inn økologiske råvarer.

Tiltak som gjennomføres i regi av Foregangsfylke frukt og bær er rettet mot utfordringer i selve produksjonen, mot utfordringer i omsetningen og mot motivasjonen til å produsere økologiske frukt og bær. Foregangsfylket har initiert og deltatt i arbeidet med å utvikle sikre prognoser for avlingsnivå på både økologisk og konvensjonell frukt. Sikre prognoser er nødvendig for å kunne planlegge pakking, logistikk og omsetning i butikk, slik at alt som blir produsert som økologisk blir solgt som økologisk. Foregangsfylket har også støttet prosjekter som har som mål å redusere avlingstap grunnet skadegjørere. Å finne gode tiltak mot lus i eple og plomme er ett eksempel. I arbeidet med å motivere for økologisk produksjon, arbeider Foregangsfylket sammen med landbruksrådgivningen om å etablere klynger av økologiske produsenter rundt foregangsdyrkere i ulike regioner. En klynge skal skape et faglig og sosialt nettverk, og samtidig lette omsetningsleddet sitt arbeid med logistikk. I løpet av 2015 er det organisert fagtur til Tyskland for foregangsdyrkerne, fagtur til ulike foregangsdyrkere for alle interesserte og øko-kafé hos foregangsdyrkerne.

I 2015 gikk 2,05 mill. kroner til Foregangsfylke grønnsaker og 3,1 mill til Foregangsfylke for frukt og bær, hvorav 600 000 kroner til øremerkede prosjekter som Landbruksdirektoratet tidligere har foretatt tildeling til, dvs. totalt rundt 17 prosent av utviklingsmidlene.

#### *Tilskudd til markedsføring og opplysningsvirksomhet mot forbruker*

Det er Matmerk som har ansvar for generisk markedsføring, både for norsk generelt (Nyt Norge) og for økologisk spesielt. Generisk markedsføring av økologisk er finansiert fra jordbruksavtalen (2 mill. kroner) og Omsetningsrådet (2,5 mill. kroner). Midlene går først og fremst til å drive nettstedet [økologisk.no](http://økologisk.no) og felles informasjonskampanjer.

Opplysningsvirksomhet på frukt, bær og grønnsaker skjer i regi av Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker, og blir finansiert av Omsetningsrådet (18,92 mill. kroner). De driver ikke med opplysning om økologisk frukt, bær og grønnsaker.

Det er forholdsvis mange aktører som driver med informasjon og opplysningsvirksomhet om økologisk, bl.a. Debio Info, Norsøk Tingvoll, Oikos, Matmerk og foregangsfylker. Prosjektretta tiltak blir i hovedsak finansiert med midler til utviklingstiltak innen økologisk landbruk. Behovet for at aktørene er koordinert blir vektlagt ved tildeling av midler, ettersom mange aktører kan øke risikoen for motstridende informasjon og at flere utfører samme jobb.

#### *Forskningsmidler*

Fra fondet for forskningsavgift på landbruksprodukter (FFL) og forskningsmidler over jordbruksavtalen (JA) går ca. 200 mill. kroner per år til forskning innen landbrukssektoren, hvorav ca en tredjedel av midlene går til forskning i regi av Nofima. Landbruksdirektoratet forvalter disse midlene, men det er styrene for hhv. FFL og JA som bestemmer hva som skal prioriteres og fatter vedtak om bruk av midlene. Styret for JA består av avtalepartene, mens styret for FFL består av avtalepartene samt næringsaktørene innenfor landbrukssektoren.

Økologisk landbruk inngikk som prioritert område ved utlysninger av midler i 2009 og 2010. I løpet av perioden 2008-2015 har 13 forskningsprosjekter innen økologisk fått støttet fra FFL og JA. Det er i perioden innvilget totalt 52,1 mill. kroner, hvorav ca 7,5 mill. kroner til relevante prosjekter for økologisk grønnsaker, frukt og bær. Grovt regnet utgjør forskningsprosjekter innen økologisk da i gjennomsnitt ca. 7 prosent av midlene som er innvilget til utlyste søknader i denne perioden. I tillegg

er det gitt støtte til prosjekter som kan være relevante også for økologisk produksjon, men der eventuell relevans ikke nødvendigvis er synliggjort. Eksempel på forskningstema er metode for overvåking og varsling av løkflue, kuldetolerante grønnsaker, bakterieråte i kepaløk og flaskehalsar og tiltak for bedre kvalitet og økonomi i norsk potetproduksjon.

For å delta i internasjonale program om økologisk landbruk må instituttene bidra med en egen andel. Ettersom den norske andelen er begrenset, er det derfor også begrenset hvor mye norsk forskning på økologisk landbruk kan nyttiggjøre seg de internasjonale forskningsprogrammene.

Forskningsmiljøene for økologisk landbruk er fragmentert, da det er noen få store og mange små institusjoner. Det er også i begrenset grad utdanning med mastergrad/doktorgrad innen økologisk landbruk. NIBIO er den dominerende aktøren, men NMBU har en større faglig bredde. Det foreligger ikke en strategi og finansieringsløsning for å styrke bredden i forskningen på økologisk landbruk langs hele verdikjeden.

## 4 Muligheter, flaskehalsar og mulige tiltak i verdikjeden

### 4.1 Resultat fra NIBIOs undersøkelse blant aktører i verdikjeden

Som ledd i denne utredningen har NIBIO gjennomført en undersøkelse blant aktører i verdikjeden. Gjennom undersøkelsen ønsket Landbruksdirektoratet å få fram mer detaljert kunnskap om hva som er flaskehalsar og muligheter for norskproduserte varer og ulike varetyper gjennom verdikjeden fra produsent til dagligvarehandel og forbruker. Vi ønsket å få belyst problemstillinger knyttet til kommunikasjon, organisering, beslutninger, motivasjon og kunnskapsnivå omkring økologisk frukt, bær og grønnsaker.

Det er brukt både kvalitative intervjuer og en mindre, web-basert spørreundersøkelse blant pakkerier og fruktlagre. Opprinnelig var det planlagt å gjennomføre en spørreundersøkelse også blant butikkansatte og ansatte på grossistledet, men ettersom NIBIO ikke fikk tilgang til e-postadresser, ble det ikke anledning til å gjøre dette. Dette svekker muligheten for å kvantifisere en del av funnene i rapporten. Til gjengjeld ble det brukt mer ressurser på de kvalitative intervjuene.

Undersøkelsen måtte gjennomføres innenfor en kort tidsramme. Det var derfor ikke tid til å gjennomføre spørreundersøkelser blant produsenter og forbrukere, men det som tidligere nevnt gjennomført undersøkelser blant produsenter som NIBIO også legger til grunn.

Vi viser til hele NIBIO-rapporten (Milford, 2016) som del av denne utredningen. Nedenfor gjengir vi kun hovedresultater og konklusjoner fra NIBIOs undersøkelse, slik det fremgår av sammendraget. Deretter følger arbeidsgruppa sine vurderinger.

I rapporten viser NIBIO til økningen i etterspørselen etter økologisk frukt og grønnsaker i de senere år. Informantene som NIBIO intervjuet forventer en fortsatt økning i etterspørselen etter økologisk også i tiden framover.

NIBIO peker på at økt produksjon er viktig for å øke omsetningen av norskprodusert økologisk frukt og grønt. Den økte etterspørselen er fulgt opp med økt produksjon på enkeltprodukter som gulrot, men det er mangel på norsk produksjon på det meste av frukt og bær og viktige basisgrønnsaker som potet og løk. Det er også en generell flaskehals at det ikke er tilgang på mange norskproduserte varer gjennom hele den norske sesongen, og lagringsgrønnsaker resten av året.

NIBIO mener at det fortsatt er rom for å gjøre mer for å øke salget. Til tross for økt etterspørsel opplever enkelte produsenter som NIBIO har snakket med at de kunne produsert mer, og grossister sier de kunne ha solgt mer hvis etterspørselen var der.

NIBIO finner at verdikjedene for økologisk frukt, bær og grønnsaker i hovedsak er organisert likt som for konvensjonelt, men at prisbefalinger på økologisk ikke formelt er en del av GrøntProdusentenes samarbeidsråd (GPS).

I arbeidet med prosjektet har NIBIO forsøkt å identifisere mulige flaskehalsar og muligheter på de ulike nivåene i verdikjeden.

NIBIO undersøkte også beslutninger rundt norske eller importerte varer. Blant informantene er det bred enighet om at norsk økologisk er foretrukket framfor importert økologisk, mens det er mer

usikkert hva som er foretrukket av importert økologisk og norsk konvensjonell frukt og grønt. Dette er ifølge informantene både fordi forbrukere har en sterk preferanse for norsk økologisk framfor importert økologisk, og fordi leveransene av norsk økologisk går raskere. I tillegg sies det både på grossist- og detaljistnivå at norskprodusert frukt og grønt som regel har bedre kvalitet enn import. Import har den fordel at utvalget er større og tilgjengeligheten ofte bedre.

I sammendraget av rapporten står det også:

«**Produsentnivå:** Produsentenes viktigste oppgave er å produsere økologisk frukt og grønt av de produktene som markedet etterspør, og som passer inn, slik at det blir en jevn tilgang av produkter gjennom hele sesongen. Mange produsenter mangler motivasjon til å legge om, og i stor grad skyldes dette dyrkningstekniske utfordringer. Men også frykt for markedssvikt er en årsak til at mange vegrer seg for å satse på økologisk.

**Pakkeri/fruktlager:** Det er få pakkerier og fruktlagre som oppgir at de gjør noe spesielt for å motivere produsenter til å legge om til økologisk. For pakkeriene er det en ekstra kostnad med økologiske varer, som må sorteres og pakkes separat. Logistiske og tekniske problemer har tidligere vært et hinder som fører til at en del økologiske varer blir solgt som konvensjonelle, og noen pakkerier oppgir at de fortsatt selger en liten del av den økologiske produksjonen som konvensjonell. Det finnes også indikasjoner på at systemet med at dyrkere må være medlem av en produsentorganisasjon for å kunne levere til de store kjedene, og kun kan levere til sin grossist, kan føre til mindre fleksibilitet i omsetningen av økologiske varer.

**Grossist:** Grossistene har en viktig oppgave i å motivere produsenter til å produsere økologisk, og det blir sagt at deling av risiko for markedssvikt med produsent kan bidra ytterligere til å motivere til omlegging til økologisk. Det å formidle informasjon om økologiske produkter videre i salgsleddet er også en hovedoppgave for grossist, men fordi økologisk omsettes i relativt små volumer, kan det være en tendens til at det ikke blir prioritert i formidlingsarbeidet som utføres på dette leddet. På samme måte er de lave volumene som omsettes av økologisk en årsak til at grossisten, som ønsker å unngå svinn, ikke alltid har alle økologiske produkter på lager. Dette fører til at butikker ikke får inn økologiske varer like raskt som de konvensjonelle.

**Matvarekjeder:** Gjennom arbeidet med å tilrettelegge for utvalg og sortiment har matvarekjedene stor påvirkning på omsetningen av økologiske produkter, men det er stor forskjell mellom de ulike kjedene i hvor stor grad de satser på dette. Kjedene kan også velge å satse på økologisk gjennom kampanjer og produktutvikling. Norsk økologisk frukt og grønt er i liten grad brukt i større kampanjer, og en årsak til dette er at det ikke har vært god nok tilgang på varer.

**Butikker:** Arbeidet med å bestemme utvalget av økologisk er i stor grad bestemt av de frukt- og grøntansvarlige i de ulike butikkene. Fordi etterspørselen etter økologisk er lavere enn konvensjonell, er det en krevende jobb å selge økologisk frukt og grønt og samtidig unngå svinn. Ikke alle frukt- og grøntansvarlige prioriterer denne oppgaven i like stor grad, og her ser vi stor forskjell mellom ulike butikker..

**Storkjøkken:** Også for storkjøkken er det et problem at de små volumene gjør økologiske varer mindre tilgjengelig enn konvensjonelle, fordi man ikke har like mye inne på lager til en hver tid. God kommunikasjon med kunder er viktig for å kunne planlegge leveringene i god tid.

Norsk økologisk er i stor grad foretrukket framfor import, både fordi forbrukere har en sterk preferanse for dette og fordi leveransene går raskere. I tillegg sies det både på grossist- og butikknivå at norskprodusert frukt og grønt som regel har bedre kvalitet enn import. Import har den fordel at utvalget er større og tilgjengeligheten ofte mer stabil.

For å øke omsetningen av norsk økologisk frukt og grønt kan det være nødvendig med ulike tiltak for å møte utfordringene på de ulike leddene i verdikjeden. Generelt er det også viktig med satsingsvilje og at de økologiske produktene blir prioritert på alle ledd i verdikjeden.»

## **4.2 Arbeidsgruppas vurdering og mulige strategier og tiltak**

Arbeidsgruppas vurderinger er basert på NIBIOs undersøkelse, tidligere undersøkelser, egne erfaringer og kjennskap til verdikjeden, statistikk og samtaler med aktører i verdikjeden.

### **4.2.1 Generelt**

Arbeidsgruppa mener generelt at den største utfordringen innenfor økologisk frukt, bær og grønnsaker er at volumet av norskproduserte varer er for lavt til å skape en effektiv verdikjede. I tillegg er det behov for å styrke samarbeid og kommunikasjon i hele verdikjeden slik at tilbud og etterspørsel blir koordinert, det er behov for kompetanseheving om økologisk på alle nivå i verdikjeden og videre satsing på merkevarebygging og produktutvikling av økologiske produkter for å styrke etterspørselen.

Av muligheter for fremtidig økning i produksjon og omsetning av norsk frukt og grønnsaker vil vi nevne at det finnes produksjoner som er store nok til å sikre en rimelig effektiv verdikjede og det finnes enkeltprodusenter som produserer økologisk mer effektivt enn sammenlignbar konvensjonell produksjon. Dette viser at det er mulig å øke produksjonen. På etterspørselssiden viser veksten i etterspørselen, sammenlignet med konvensjonelt dyrkede produkter, at forbrukerne ønsker et økologisk alternativ og aktørene i verdikjeden også tror at veksten i økologisk kommer til å fortsette. Samtidig sier noen sentrale markedsaktørene vi har snakket med at de opplever målet om 15 prosent økologisk som litt urealistisk.

### **4.2.2 Produsentnivået**

Av muligheter på produsentnivået vil arbeidsgruppa peke på at det i dag produseres norske varer som markedet etterspør i et visst volum, og med en viss kvalitet, som gulrot. Suksesskriterier for gulrøtter har vært store produsenter, med produsenteide pakkerier, nært samarbeid med markedsaktører og samarbeid med andre produsenter som gir tilgang på gjødsel og vekstskifte. Samtidig ser vi nå at volumet på økologiske gulrøtter går noe ned i 2015 sammenlignet med konvensjonelle gulrøtter. Dette kan bl.a. ha sammenheng med økt konkurranse fra konvensjonelle gulrøtter (produktutvikling, flere innpaknings- og størrelsesalternativer, ulike typer gulrøtter).

Foregangsfylke for frukt og bær har gått gjennom statistikk fra programmet Fruktklienten som viser at effektiviteten i økologisk eple- og plommeproduksjon per dekar generelt er for lav. Samtidig viser gjennomgangen at det kan oppnås høyere produksjon per dekar enn det som er gjennomsnittet for konvensjonell epleproduksjon.

Mulighet for å drive både økologisk og konvensjonelt (parallellproduksjon) er avgjørende for at flere kan legge om deler av arealet til økologisk. Endringer i ny forskrift om produksjonstilskudd, der en kan organisere produksjonen i to separate foretak og fortsatt være berettiget produksjonstilskudd og distriktstilskudd, virker positivt med tanke på å kunne drive parallellproduksjon.

En økning i produksjonen kan skje gjennom å stimulere økologiske produsenter til å utvide eksisterende produksjon og konvensjonelle produsenter til å legge helt eller delvis om til økologisk.

Den viktigste flaskehalsen på produsentnivået er at produksjonen er for liten innen de fleste produksjoner. Tilgangen på norskproduserte økologiske varer blir derfor ujevn gjennom den norske sesongen og av lagringsgrønnsaker resten av året. Andre flaskehals er at produsentene opplever dyrkningstekniske utfordringer og risiko for svinn, samt risiko for ikke å oppnå økologisk pris. I tillegg er lite tilgang på husdyrgjødsel, kompost og areal til vekstskifte en flaskehals for å oppnå økt produksjonen.

#### *Distriktstilskudd til økologisk frukt, bær og grønnsaker*

Dersom det er ønskelig å styrke produksjonen i økologisk produksjon mener arbeidsgruppa dette bør gjøres gjennom å premiere volumproduksjon, jf. også politisk mål om økt matproduksjon. Støtte per kilo og stykk er mest aktuelt for å stimulere til økt produksjon og effektivitet per dekar, sammenlignet med støtte per areal.

En mulighet er å innføre distriktstilskudd til økologiske grønnsaker, samt et tillegg for økologisk på produkter som får tilskudd i dag, dvs. epler, pærer, plommer, kirsebær, moreller, jordbær, bringebær, solbær, rips, hageblåbær, stikkelsbær, tomat, slangeagurk og salat. En mulig løsning for potet, der det i dag gis distriktstilskudd i Nord-Norge, er i tillegg å ha en egen eller lik sats for økologisk potet i hele landet. En mulighet for grønnsaker som det ikke gis tilskudd for i dag, er å ha lik sats og likt krav til minstekvantum for alle økologiske grønnsaker. Bedret inntekt til økologiske produsenter vil ligge innenfor formålet til distriktstilskuddet, ettersom de har mer arbeidskostnader og gjennomsnittlig mindre avling per dekar enn ved konvensjonell produksjon.

Et slikt tiltak vil ha noe innvirkning på forvaltningen, blant annet fordi det vil bli flere koder i søknadssystemet som må testes, kontrolleres og utmåles. Dersom ordningen utvides til å gjelde andre kulturer enn i dag vil det kunne bli flere søkere og dermed flere søknader som må behandles. Å utvikle et søknadssystem for dette tilskuddet i produksjonstilskuddsystemet vil innebære en kostnad som vi ikke kjenner til størrelsen av for øyeblikket. Dersom det er aktuelt å innføre tilskuddet bør det gjøres anslag på utviklings- og vedlikeholdskostnader.

Distriktstilskuddet ble notifisert som de minimis-støtte hos WTO i 2013. Dette er gul støtte, men siden tilskuddet utgjør mindre enn 5 prosent av produksjonsverdien i Norge, er støtten unntatt for reduksjonsforpliktelser. Hvis støttenivået øker og produksjonsverdien forblir uendret, vil dette kunne bidra til at støtten blir reduksjonsforpliktende. Det bør gjøres egne beregninger på hvor omfattende et eget tilleggstilskudd til økologisk produksjon vil være og hvor mange produsenter som vil bli inkludert dersom økologiske grønnsaker blir en del av ordningen. Som en foreløpig grov beregning har vi multiplisert volumtall omsatt fra grossister i 2015, jf. tabell 3 i kapittel 2, med gjeldende høyeste sats for ulike vekster (sone 5) og brukt satsen for potet i Nord-Norge (1,30) på økologisk potet og grønnsaker. Totalt vil dette utgjøre rundt 5 mill. kroner (potet og grønnsaker 3 mill. kroner., epler og plomme 0,39 mill. kroner, tomat 0,27 mill. kroner, agurk 0,52 mill. kroner og salat 0,8 mill. kroner.)

Det som ikke inngår i beregningen fordi vi ikke har volumtall, er økologiske bær og enkelte grønnsaker. Dette er svært små produksjoner i dag og vil dermed uansett ha slått minimalt ut på beregningene. Det volumet som leveres som økologisk, men som selges videre som konvensjonell, er heller ikke med i beregningen. Selv med en økning i produksjonen antar vi at distriktstilskudd til økologisk produksjon ikke vil gå utover notifisering av tilskuddet som de minimis-støtte.

Det er i dag et krav om at omsetning av produkter må skje gjennom godkjent omsetningsledd for at foretaket skal være berettiget tilskuddet. Økologiske produsenter som leverer direkte til restauranter

eller til andre omsetningsledd som ikke er registrert som godkjente omsetningsledd hos Landbruksdirektoratet, vil derfor ikke være berettiget tilskuddet slik som regelverket er i dag.

### *Styrke produksjonsplanleggingen*

Arbeidsgruppa mener det er behov for en egen satsing på produksjonsplanlegging innenfor økologiske grønnsaker og bær. Dersom en skal øke produksjonen tar det lengre tid å øke produksjonen innenfor økologisk pga. krav til omleggingstid. Etter det vi erfarer er det fra produsentorganisasjonenes side ønskelig å øke produksjonen for noen få produkter av gangen, dvs. å ikke satse på for mange produkter samtidig. Det er viktig at produsentene prioriterer å dyrke de produktene som markedet faktisk etterspør. En styrking av produksjonsplanleggingen bør derfor skje i nært samarbeid med markedsaktørene.

Arbeidsgruppa mener det er viktig at produsentorganisasjonene aktivt motiverer til økt økologisk produksjon. En sentral produsentorganisasjon sier de opplever at produsentene ikke er interessert, men at de prøver å motivere særlig grønnsaksprodusenter. Økologisk frukt og bær er såpass små produksjoner at det ikke blir prioritert.

NIBIOs undersøkelse avdekket at enkeltprodusenter opplever avtalesystemet som begrensende fordi de ikke er medlem av en produsentorganisasjon. Arbeidsgruppa mener generelt det er viktig å tilstrebe at økologiske produsenter blir medlem av en produsentorganisasjon for å sikre god planlegging av produksjonen.

### *Styrke veiledning, FoU og informasjon*

Det foreligger mye kunnskap og erfaring om de fleste kulturer og produsenter som driver effektivt, samtidig er det behov for tiltak knyttet til dyrkingstekniske utfordringer, særlig innenfor enkelte kulturer, samt tiltak for å oppnå lengre lagringskapasitet og redusere svinn. Arbeidsgruppa mener dette må følges opp med styrket veiledning, FoU og informasjon.

I følge tidligere NILF-notat er det delte meninger om kvalitet på veiledningen innenfor økologisk frukt, bær og grønnsaksproduksjon (Milford 2014). Arbeidsgruppa mener sentrale suksesskriterier for god veiledning er at veilederne er motiverte, og at riktig og relevant kunnskap når ut til produsentene som er interessert i å vite mer om økologiske metoder. Relevante veiledningstiltak er rådgivning i agronomi, gardsbesøk og planlegging med veileder som kan den aktuelle kulturen og har kunnskap om økologisk produksjon og hva som kreves av endringer i hht. regelverk for å legge om. Produsenter i nettverk som kan lære av hverandre vil også virke positivt som ledd i å styrke veiledningen.

Relevante FoU-tema er bl.a. dyrkingstekniske utfordringer knyttet til potet, løk, eple, plomme, vekstshustomat og bær, eksempelvis tilførsel av organisk gjødsel slik at næringsstoff blir tilgjengelig for planter til rett tid, mekanisk gode tiltak mot ugras og tiltak mot enkeltskadegjørere, vekstmedium for jordbær i tunnel og bruk av biorest i veksthus. Andre tema kan være utvikling av nye sorter og bedre lagringsteknologi. Det kan også være nyttig å kartlegge hva som kjennetegner de mest produktive økologiske produsentene. Det er viktig at næringa selv er involvert i eventuelle FoU-prosjekt, og at relevans for økologisk dyrking også blir vurdert i prosjekter som gjelder enkeltkulturer. Prioritering kan gjøres gjennom å fortsatt støtte egne relevante forskningsprosjekter på økologisk, eventuelt også konkretisert i utlysning av midler. Det kan også gjøres gjennom å prioritere at relevans for økologisk produksjon skal synliggjøres bedre i søknader som gjelder frukt, bær og grønnsaker generelt.

I Milford (2014) kommer det fram at det generelt er historier om de som mislykkes som er kjent blant konvensjonelle dyrkere. Arbeidsgruppa mener derfor det også er viktig å få fram suksesshistorier

(spydspissfunksjon) og korrekt informasjon om hva som skiller økologisk og konvensjonell dyrking til konvensjonelle produsenter. Det er også viktig å skape entusiasme og stolthet blant økologiske dyrkere, slik man bl.a. har fått til det for nye og unge konvensjonelle fruktdyrkere gjennom prosjekter som «DyrkSmart» i Hordaland.

### *Behov for produsentsamarbeid*

Arbeidsgruppa mener det er viktig å stimulere til produsentsamarbeid (klynger) for å få tilgang på areal til vekstskifte, husdyrgjødsel og kompost er viktig dersom produksjon skal kunne økes. Innen økologisk grønnsaksproduksjon er det behov for å se nærmere på hvordan man kan sikre at produsentene får tilgang på nok vekstskifteareal. Foregangsfylke for grønnsaker peker bl.a. på at lavere tilskuddssatser for økologiske engareal har medført at det ikke lenger er like lønnsomt å legge om engarealer utover det som kreves som fôr til husdyr. Med mindre grovfôrprodusentene oppnår en høyere leiepris for arealene, som veier opp for avlingsnedgangen i årene det dyrkes grovfôr, kan lavt mertilskudd for økologisk grovfôrareal redusere tilgangen på vekstskifteareal. Muligheter og behov for samarbeid mellom økologiske grønnsaksprodusenter og husdyr/fôrprodusenter bør kartlegges og aktuelle tiltak vurderes.

Produsentsamarbeid kan bidra til nødvendig volum og kvalitet for å skape rasjonelle verdikjeder inn mot grossistledd. Det er for eksempel aktuelt å samarbeide om lager-, pakke- og maskinsamarbeid, arbeidskraft og merkevarer. Produsentsamarbeid vil også ha andre positive effekter som kunnskapsoverføring, motivasjon og styrket produsentorganisering. Foregangsfylket for frukt og bær og Foregangsfylke grønnsaker (eks dyrkergruppe gulrot) samarbeider med landbruksrådgivningen om å etablere klynger av økologiske produsenter rundt foregangsdyrkere i ulike regioner, i første omgang med tiltak som styrker faglig og sosialt nettverk.

### *Redusere risiko for markedssvikt*

Det at produsenter er usikre på markedet for økologisk er en flaskehals fordi det påvirker motivasjon til økt produksjon. Opplevd risiko for markedssvikt hos produsentene mener arbeidsgruppa bør følges opp på ulike måter, bl.a. gjennom å mer koordinert markedskommunikasjon i verdikjeden (se nedenfor). Ekstra distriktstilskudd med faste satser kan også virke mer økonomisk stabilt for produsentene over tid, som tillegg til merpris i markedet (se ovenfor).

Det er en særlig utfordring at økologisk eple og potet ikke blir solgt videre som økologisk og enkelte produsenter som Foregangsfylket for grønnsaker har vært i kontakt med sier de har problemer med blomkål, brokkoli, kål og bladgrønnsaker. En del potet blir kassert pga. tørråte. En løsning er å se på alternativ bruk av potet og eple som ikke kan selges som klasse 1, enten som råvare i produktutvikling basert på norsk økologisk eple og potet i lokalmat og -drikke eller til industriell bruk. For eksempel bør potet med skurv kunne brukes i produktutvikling. Vi er usikre på om det er god økonomi i økologisk potet som egen linje til industriell bruk, men økologisk potet kan sikkert inngå i det konvensjonelle driftsløpet. Produkt- og emballasjeutvikling som gjør andre kvaliteter og størrelser attraktive for butikk er også viktig.

Arbeidsgruppa vil ellers generelt peke på at merkevarebygging av økologiske produkter vil kunne styrke markedssituasjonen på sikt for økologisk og dermed også mulighet for å ta ut merpris i markedet. Merkevarebygging kan bl.a. skje gjennom markedsføring av enkeltprodukter, generisk markedsføring og FoU som får fram kunnskap om hva som skiller økologiske produkter fra konvensjonelle (eks. næringsinnhold). Det å tilrettelegge for omsetning utenom pakkeri og lager, eksempel andelslandbruk og spesialbutikker, kan også bidra til positiv merkevarebygging rundt økologisk.

### *Mer koordinert markedskommunikasjon*

Aktørene i verdikjeden som NIBIO intervjuet virker å ha ulike oppfatninger og prioriteringer rundt økologisk, både når det gjelder oppfatninger om hva som er muligheter og flaskehals og hvilke produkter man legger vekt på. Dette tilsier behov for mer samarbeid og kommunikasjon i verdikjeden og at økologisk kan få et større fokus i eksisterende fora for frukt og grønt. Det å etablere en mer tydelig og definert markedskoordineringsfunksjon for økologisk, innarbeide økologisk i bransjemøter og få fram suksesshistorier er eksempel på tiltak som arbeidsgruppa mener kan bidra konstruktivt.

I dag er det ingen formell organisering rundt anbefaling av pris. Dette er ikke nødvendigvis en flaskehals i seg selv, men som ledd i behovet for bedre samarbeid og kommunikasjon i verdikjeden mener arbeidsgruppa at det også bør være en mer organisert kommunikasjon rundt anbefaling av priser på økologisk.

GPS har produsenter fra alle de sentrale produsentorganisasjonene som sine medlemmer og har en sentral koordinerende rolle i arbeidet med marked og pris på frukt, bær og grønnsaker, samt faglige tiltak rundt pakking, lagring, emballasje og logistikk. Etter det vi erfarer kunne GPS hatt en mer sentral rolle for å styrke markedskommunikasjonen i verdikjeden for økologisk, særlig knyttet til prisanbefaling og markedstilpasning til beste for de økologiske produsentene. Dette bør først følges opp med å definere rolle, oppgaver og behov for kompetanse i et samarbeid med GPS, fulgt med tilskudd til å dekke økte kostnader i GPS.

For øvrig viser vi til behov for samarbeid mellom produsenter og markedsaktører i planlegging av produksjon.

### **4.2.3 Pakkeri og lager**

Pakkeri og lager har en viktig rolle for å sikre omsetningen av økologiske varer og ev. tilrettelegge for å finne alternative omsetningskanaler for varer som ikke kan selges som klasse 1 i konsummarkedet. Arbeidsgruppa mener også at pakkeri og lager har en viktig rolle i å formidle markedsinformasjon og motivere produsenter til å utvide eller legge om til økologisk produksjon ettersom de har personlig kontakt med produsentene.

#### *Redusere ekstra kostnader med økologiske varer*

Flaskehals på pakkeri og lager er ifølge NIBIOs undersøkelse at det er en ekstra kostnad med økologiske varer, som må sorteres og pakkes separat. Vi har ikke oversikt over hva som er faktiske ekstra kostnader med å sortere og pakke økologiske varer og hva som er terskelverdier for at håndtering av økologiske varer skal lønne seg. Vi har vært i kontakt med et fruktlager som sier det bør være over 2 tonn epler i en pakking. De vil fylle paller med enkeltepler pakket i brett, 6-/4-pk og i pose. For plommer bør det være over 500 kg i hver pakking (noe går ut pga. av kvalitet) for å fylle en pall. Frukt per pakking kan komme fra flere produsenter.

En egen sats i tilskudd til fruktlager for økologisk kan være et mulig tiltak. Arbeidsgruppa mener en enkel utredning av kostnader og terskelverdier bør gjennomføres før det eventuelt vurderes tiltak. En eventuell utredning kan også vurdere om det vil være mer effektiv med en annen organisering, i form av færre som håndterer større volum. Arbeidsgruppa tror en slik effektivisering i størst grad vil være aktuelt for fruktpakkerier fordi det fremdeles er mange små produsenter innenfor frukt- og bær på hvert lager, noe som gjør at det blir små volum å pakke per lager. I følge NIBIOs undersøkelse var det også fruktlagrene som i størst grad svarte at de hadde for lite økologiske varer.

### *Styrke motivasjon for økologisk produksjon*

Det er få pakkerier og fruktlagre som oppgir at de gjør noe spesielt for å motivere produsenter til å legge om til økologisk. Tiltak som er omtalt ovenfor kan også virke positivt på holdninger til økologisk på pakkeri- og lagerleddet, bl.a. bedre produksjonsplanlegging (prognoser), styrket samarbeid mellom produsenter (klynger), suksesshistorier, en bedre kommunikasjon og markedskoordinering i verdikjeden, produktutvikling og merkevarebygging av økologisk generelt.

#### **4.2.4 Grossister**

NIBIOs undersøkelse og vår erfaring etter samtale med grossister er at de bidrar med å motivere produsentleddet til å utvide eller legge om til økologisk, særlig innenfor grønnsaker. Produksjoner som frukt og bær blir i mindre grad prioritert pga. lite volum.

Arbeidsgruppa mener at grossistene har en viktig rolle i å formidle markedsinformasjon og bidra til å motivere produsentleddet til økt økologisk produksjon og styrke produksjonsplanleggingen ettersom de har god kontakt mot dagligvarekjedene. Det at grossist har god kommunikasjon med lager og pakkeri om behov for økologiske varer er viktig. Samtidig ser vi at det er en viss risiko for manglende prioritet på formidling om etterspørsel og tilgang på varer i salgsleddet når volumet på norske økologiske varer er lite. NIBIO stiller også spørsmål ved om grossister gjør nok i forhold til å gi produsentene avtaler som minimerer risiko som de løper ved å satse på økologisk. Dette er fordi grossister og pakkerier virker å ha ulike oppfatninger av om hvorvidt produsentene er fornøyde med priser og avtaler som inngås.

Grossistene har et spesielt ansvar for markedsinformasjon fordi de rapporterer volumet som de omsetter av økologiske norske varer i konsummarkedet. Statistikk som skiller på norske og importerte varer er ikke mulig å få fram via omsetningstall som hentes inn fra butikkleddet av AC Nielsen. Det er derfor viktig at grossistene, i samarbeid med lager og pakkeri, sørger for at statistikk på omsetning av norsk økologisk blir så riktig og relevant som mulig.

NIBIO avdekket at grossister ikke alltid har alle økologiske produkter med kort holdbarhet på lager fordi de ønsker å forhindre svinn, for eksempel brokkoli, noe som fører til at butikker ikke får inn økologiske varer like raskt som de konvensjonelle. Tidligere nevnte tiltak som bl.a. vil være relevante for grossister er FoU på lagringsteknologi og koordinert markedskommunikasjon.

#### **4.2.5 Matvarekjeder**

NIBIO sier det er stor forskjell mellom de ulike kjedene i hvor stor grad de satser på økologisk. Kjedene satser i liten grad på økologisk frukt og grønt gjennom kampanjer, og en av årsakene til dette er at det ikke har vært god nok tilgang på varer. NIBIO finner ikke flaskehalser som ligger spesifikt hos matvarekjedene, men stiller spørsmål ved hvorvidt kjedene er en aktør som er med å «skape» et marked for økologisk.

Den største flaskehalsen for matvarekjedene er generelt liten og ujevn tilgang på norsk økologisk frukt, bær og grønnsaker. Import sikrer en jevnere tilgang på varer gjennom året, men importen av økologisk kan være dyr i en periode før norsk økologisk er på markedet.

### *Vurdere tilpasninger i tollregimet pga. dyr import på grønnsaker før norsk økologisk er på markedet*

Økologiske grønnsaker kommer senere på markedet sammenlignet med konvensjonelt, noe som henger sammen med ulike forutsetninger for ugresshåndtering og gjødsling. En del økologiske grønnsaker tar også slutt på lager før konvensjonelle lagringsgrønnsaker. Toll på import har til hovedformål å sikre norsk produksjon. Importerte økologiske grønnsaker kan derfor bli svært dyre i den perioden det er norske konvensjonelle varer på markedet. Markedsaktørene hevder at flere økologiske varer derfor blir tatt ut av kjedenes bestillingslister. Dette fører igjen til start/stopp mekanismer som er uheldig med tanke på profilering og mulighet for å sikre jevn tilgang på økologiske grønnsaker til forbrukerne.

En mulighet er å foreta endringer i tollregimet som gjør importert økologisk billigere i perioden norsk økologisk ikke er på markedet. Generell administrasjon av tollregimet i Norge baserer seg på den internasjonale tolltariffen som ikke skiller på økologiske og konvensjonelle varer. Når toll innføres gjelder den for både økologisk og konvensjonell vare. En endring av tolltariffen for å skille på økologiske og konvensjonelle vurderes som urealistisk å få gjennomført fordi den er regulert i internasjonalt avtaleverk.

En annen løsning kunne vært å vurdere en individuell tollnedsettelse for utvalgte råvarer som dette gjelder for. Dette bør i så fall utredes nærmere. Det finnes bl.a. norskproduserte råvarer som ikke har tollbeskyttelse i dag, som f.eks. brokkoli, og økologisk frukt og bær er ikke senere på markedet enn konvensjonell vare. Det bør kartlegges hvilke varer tollene utgjør en flaskehals for, hvor stor prisforskjellen er og hvor lang periode det er snakk om. Her må markedsaktørene bidra. Forutsetninger for en videre vurdering av individuell tollnedsettelse må være at en slik løsning kan bidra til mer jevn tilgang på de økologiske råvarene som også kan produseres i Norge i dag, uten at det bidrar til å svekke tollvernet for norske råvarer generelt og at det ikke svekker mulighet for vekst i norsk økologisk produksjon spesielt. Administrasjonskostnader og kontrollmuligheter må også utredes og vurderes opp mot mulig måloppnåelse ved en slik løsning.

Arbeidsgruppa mener andre tiltak som stimulerer til økt volum av norske frukt, bær og grønnsaker vil virke positivt med tanke på mer jevn tilgang på norsk økologisk på sikt, som veiledning og FoU i produksjonsteknikker for å få økologisk tidligere på markedet og tiltak som gjør at lagringsgrønnsaker holder lengre.

### *Kampanjer, produktutvikling og merkevarebygging for økologisk*

Kampanjer for norske økologiske grønnsaker, frukt og bær i norsk sesong vil styrke produsentenes mulighet i markedet. Kampanjer for økologiske produkter kommer gjerne etter at sesongen for norske økologiske grønnsaker, frukt og bær er over.

Lavt volum og ujevn tilgang på varer gjør det utfordrende for kjedene å gjennomføre kampanjer. En mer realistisk satsing før volumet på norsk økologisk har kommet til et høyere nivå er å gjennomføre kampanjer og produktutvikling der det er best forutsetninger for å selge økologisk, dvs. der det er god tilgang på produkter, stor etterspørsel og der det er motiverte butikksjefer og frukt- og grøntansvarlige i butikkene. NIBIO foreslår å satse på enkeltprodukter kun som økologisk i noen butikker, eksempel rødbeter, for å slippe svinn ved å ha to varelinjer.

Arbeidsgruppa mener kampanjer og produktutvikling kan skje gjennom regionale satsinger der en ser lokalmat og økologisk i sammenheng. Dette vil også kunne bidra til å bygge økologisk som merkevare.

Som tidligere nevnt er det en utfordring at produsentene frykter markedssvikt, noe som påvirker motivasjon til å øke produksjonen. Matvarekjedene sier de deler risiko for markedssvikt med produsentene gjennom å inngå avtaler om leveranser og pris. Langsiktigheten i avtalene er imidlertid usikre dersom etterspørselen etter økologisk går tilbake. NIBIOs undersøkelse og våre samtaler med sentrale aktører tyder imidlertid på at det er tro på at etterspørselen etter økologiske varer kommer til å øke framover.

Eksempel på tiltak som matvarekjedene kan gjøre for å redusere opplevd risiko for markedssvikt blant produsenter er å sette mål for hvor mye norsk kjedene ønsker å omsette, inngå avtale med enkelte produsenter for noen produkter med prisgaranti og stimulere etterspørselen gjennom kampanjer og produktutvikling. Eventuell prissubsidiering fra kjedenes side bør være balansert. At kjedene kan bidra til merkevarebygging rundt økologisk som gjør det enklere å ta merpris på sikt, vil virke positivt i en periode med oppbygging av norsk produksjon.

NIBIO (tidligere NILF) følger internasjonal og norsk prisutvikling løpende for matvarer i Norge på ulike ledd i verdikjeden, også priser til forbruker. For økologisk er det ingen systematisk statistikkinnhenting av priser til forbruker, noe som kan være hensiktsmessig kunnskap i videre oppfølging innenfor økologisk landbruk.

#### 4.2.6 Butikker

For butikkene er det viktig å kunne tilby sine kunder et godt utvalg gjennom hele året. Liten og ujevn tilgang på økologiske varer er derfor en utfordring i butikkene, fordi det fører til manglende mulighet for profilering og hylleplass.

Det er stor variasjon mellom butikker i hvordan det satses på økologisk, men noen butikker viser at de både oppnår stor omsetning og håndterer problemer med svinn på en god måte. Risiko for svinn i butikk kan være høyere for økologiske varer ettersom etterspørsel etter økologisk generelt er lavere enn for konvensjonell.

Motiverte butikksjefer og frukt- og grøntansvarlige som bestemmer utvalg, profilering og har kompetanse på økologisk spiller en nøkkelrolle både i kontakt med forbrukere som etterspør økologisk og for å håndtere svinn. NIBIO foreslår eget opplæringsprogram for frukt- og grøntansvarlige. Manglende kompetanse blant frukt- og grøntansvarlige er imidlertid en generell utfordring pga. mye turnover. Det å stimulere til motiverte og kompetente frukt- og grøntansvarlige er derfor generelt viktig.

For økologisk er det viktig å satse der det er motiverte butikksjefer og frukt- og grøntansvarlige. På grunn av begrenset produksjon av økologisk frukt, bær og grønnsaker, vil det være best å tilby produktene der det er kundegrunnlag for økologiske varer. Et tiltak kan være å gi positiv oppmerksomhet til dagligvarebutikker som lykkes i å selge en viss andel norsk frukt, bær og grønnsaker. Det er også viktig å sørge for å få fram suksesshistorier og relevant informasjon om hva som kjennetegner økologiske produkter til butikkansatte og forbrukere. Kontakt mellom produsent og grøntansvarlig med tilbud om gårdsbesøk kan være et type tiltak.

#### 4.2.7 Forbrukere

Forbrukerne har stor mulighet til å påvirke matvarekjeder og butikker gjennom å faktisk etterspørre økologiske produkter. NIBIO viser at det satses mer på økologisk i de butikkene de var i kontakt med når forbrukerne har etterspurt økologisk. Til tross for økt etterspørsel kan det virke som at manglende

prioritering av økologisk i kjøpsøyeblikket er en flaskehals ved forbrukerne. For forbrukerne kan utfordringer med for stor prisforskjell til konvensjonell, ujevn tilgang og kvalitet (svinn) på varer påvirke dem i negativ retning når de skal ta valg i butikken. Det samme gjelder motstridende informasjon, særlig i media, rundt fordeler og ulemper med økologiske vs konvensjonelle produkter.

Aktuelle tiltak er generisk markedsføring, kampanjer og produktvikling og informasjonsarbeid, særlig informasjon i butikk og nær vare, om hva som kjenner ut økologisk dyrking og eventuelle forskjeller mellom økologisk og konvensjonell vare. FoU om hva som skiller økologiske produkter fra konvensjonelle (eks. i næringsinnhold) vil være aktuell kunnskap både for forbrukere og produsent.

#### **4.2.8 Storhusholdning**

Storhusholdning er den nest største omsetningskanalen etter dagligvare. Det har vært begrenset tid til å gå nærmere inn på muligheter og flaskehals innenfor storhusholdning og andre omsetningskanaler. Det er mulig å stille krav til økologisk andel i offentlige anbudskonkurranser og det finnes tilbud om veiledning til de spisesteder som er interessert. En større anvendelse av denne muligheten ville vært et viktig bidrag innenfor storhusholdningsmarkedet. Flere av de NIBIO intervjuet nevner imidlertid at offentlige kunder i liten grad viser interesse for økologisk frukt og grønt når de gjør sine bestillinger. Alle spisesteder som ønsker å markedsføre økologisk mat, kan få synliggjort satsingen ved hjelp av Debios serveringsmerker. Serveringsmerkene viser imidlertid ikke om den økologiske andelen i storhusholdning er basert på norske sesongvarer.

Det er en utfordring at det er mindre tilgang på økologiske varer på lager pga. lite volum og ønske om å redusere risiko for svinn. Planlegging av leveranser og god kommunikasjon mellom grossist (ev. samarbeid mellom enkeltprodusenter) og kunder er viktige suksesskriterier.

#### **4.2.9 Myndighetene**

Målet om 15 prosent økologisk produksjon og forbruk er politisk bestemt. Myndighetene har en viktig rolle både når det gjelder å styrke kunnskapsgrunnlaget og målrette virkemidler mot konkrete flaskehals innenfor økologisk. Virkemidlene må også være forvaltningseffektive.

##### *Målrette tiltak mot de konkrete flaskehalsene og styrke kunnskapsgrunnlaget*

Økonomiske virkemidler i jordbruket blir enten forhandlet fram mellom myndigheter og næring i jordbruksavtalen eller bestemmes i hovedsak av næringa med forvaltningsstøtte fra myndighetene (omsetningsavgift). Noen virkemidler er øremerket økologisk, eksempelvis midler til utviklingstiltak innen økologisk landbruk og arealtilskudd til økologisk. Andre virkemidler gjelder generelt, eksempelvis distriktstilskudd. Å støtte målretta og forvaltningseffektive tiltak som stimulerer til økt volum av norsk økologisk frukt, bær og grønnsaker er viktig for å skape en effektiv verdikjede. I tillegg er det behov for tiltak på etterspørselssiden. Det er fortsatt behov for å videreutvikle riktig og relevant kunnskap om norsk økologisk produksjon og omsetning. Dette dreier seg om alt fra forskning, erfaringskunnskap og statistikk.

Vi viser til ulike forslag på tiltak i verdikjeden ovenfor som vil kreve en styrking og/eller videreutvikling av eksisterende virkemidler for å løse konkrete flaskehals, både generelt og innenfor ulike kulturer. Vi har også sett på hva som er mulighetsrom for endringer i tollregimet.

Det er en generell risiko for at økologisk ikke blir prioritert og målrettet nok pga. både lite produksjonsvolum og fagmiljø sammenlignet med konvensjonell produksjon. Dette gjelder

eksempelvis i kampen om FoU-midler, midler til generisk markedsføring og midler til veilednings- og nettverksarbeid. Det kan være behov å forankre tiltak i en ny strategi- og handlingsplan for økologisk landbruk som er målrettet mot både generelle flaskehalsar og spesielle flaskehalsar i konkrete produksjoner. Det er også viktig at en strategi- og handlingsplan er forankret blant aktører i verdikjeden.

### *Langsiktighet i virkemiddelbruken*

Det har ikke kommet fram synspunkter om at offentlige tilskudd er for lave. Det er pekt på at omleggingstilskuddet er tatt bort og kontrollavgiften har økt. Dette påvirker særlig økonomien i første året med omlegging fordi det kommer i tillegg til avligningsnedgang og ingen mulighet for merpris. Produsenter av frukt og grønnsaker får imidlertid mer tilskudd det andre og eventuelt tredje året sammenlignet med det de gjorde tidligere. Tidligere utredninger og samtaler med aktører i verdikjeden kan tyde på en oppfatning av noe manglende langsiktighet i virkemiddelbruken. Eksempel på dette er kortsiktige kampanjer og prosjekter (eksempelvis kornkampanje), innføring av avgifter (kontrollavgift for debiogodkjenning), utfasing og endringer av tilskudd (omleggingstilskudd og arealtilskudd for grovfôr).

Myndighetene har en særskilt satsing på frukt, bær og grønnsaker gjennom foregangsfylkene. Planperioden for satsingen på foregangsfylker varer ut 2017. Foregangsfylkesatsningen har etter arbeidsgruppas mening bidratt til å styrke både kunnskapsgrunnlag og nettverk innenfor de relevante produksjoner og tema. Utredningen viser at det fortsatt er utfordringer i verdikjeden for frukt, bær og grønnsaker, alt fra dyrkningsteknikker til kommunikasjon/informasjon mellom aktører i verdikjeden. Det er viktig å avklare hvordan behovet for satsing rettet mot flaskehalsar knyttet til kunnskap og nettverk innenfor de enkelte produksjonene skal ivaretas på lengre sikt, herunder hvem som skal ha ansvar for oppfølgingen vidare.

## 5 Konklusjon og anbefalinger

Arbeidsgruppas konklusjon fra utredningen er:

- Målet: Langt fra målet – stor vekst i etterspørselen – produksjonen må henge med
- Muligheter: Den som kan og vil får det til – generelt tro på fortsatt vekst i etterspørselen
- Flaskehals: Utfordringene varierer mellom kulturer. Økt produksjon er viktigst, men må følges med tiltak for å styrke etterspørselen. De viktigste flaskehalsene er:
  - liten produksjon og ujevn tilgang på varer i norsk sesong og lagringsgrønnsaker resten av året
  - dyrkningstekniske utfordringer og risiko for svinn
  - tilgang på nok areal til vekstskifte og husdyrgjødsel
  - opplevd risiko for markedssvikt, herunder å ikke få solgt alt som økologisk
  - ekstra kostnader med sortering og pakking
  - generell risiko for manglende formidling i verdikjeden pga. lite volum av økologisk
- Tiltak: Det er behov for tiltak i hele verdikjeden. Det handler om å styrke kunnskap, økonomi, planlegging, kommunikasjon og samarbeid – og om langsiktighet.

Utredningen viser at vi fortsatt er langt fra målet om 15 prosent økologisk produksjon og omsetning av frukt, bær og grønnsaker. Samtidig ser vi en stor vekst i etterspørselen de senere årene. Grønnsaker er nå den største og frukt den fjerde største kategorien innen omsetning av økologiske produkter i dagligvarehandelen. Da er det viktig at den norske produksjonen henger med, slik at potensialet for verdiskaping kommer norsk landbruk og norske forbrukere til del.

Det viser seg at de produsentene som kan og vil, får det til. Det finnes enkelte produksjoner som gulrot som er stor nok til å sikre en rimelig effektiv verdikjede og det finnes enkelte epleprodusenter som produserer økologisk mer effektivt per dekar enn gjennomsnittlig konvensjonell produksjon. Det finnes enkelte butikker som har stort utvalg, håndterer svinn og omsetter godt. Det er generelt stor tro på fortsatt vekst i etterspørselen og aktørene i verdikjeden sier at de foretrekker norsk økologisk framfor importert økologisk.

Samtidig har vi pekt på at utfordringene varierer innenfor ulike kulturer, blant annet at det nesten ikke blir produsert økologiske bær, at en generell utfordring innen fruktdyrking er å produsere mer effektivt, at det for grønnsaker er en generell utfordring å få nok tilgang på vekstskifte og husdyrgjødsel dersom produksjonen skal øke. I tillegg er de dyrkningsmessige utfordringene ulike fra kultur til kultur.

Arbeidsgruppa mener det er viktigst å legge til rette for økt norsk produksjon av økologisk frukt, bær og grønnsaker for å imøtekomme økt etterspørsel. Samtidig må dette følges opp med tiltak for å styrke etterspørselen. Det er derfor behov for tiltak på alle ledd i verdikjeden.

De sentrale tiltakene som er foreslått handler om behovet for å styrke kunnskap, økonomi, planlegging, kommunikasjon og samarbeid i verdikjeden. I tillegg er et viktig hensyn å sikre langsiktighet i virkemiddelbruken. Nedenfor er arbeidsgruppas oppsummering av sentrale flaskehals og anbefalte prioriteringer og tiltak framover for å løse disse.

Flaskehalsar	Prioriteringer og tiltak
Liten produksjon og ujevnt tilgang på varer i norsk sesong og lagringsgrønnsaker resten av året	Premiere volumproduksjon gjennom eget distriktstilskudd til økologisk frukt, bær og grønnsaker
	Styrke produksjonsplanleggingen i nært samarbeid med markedsaktørene
	Sikre jevn kvalitet, god motivasjon hos produsentene og riktig og relevant kunnskap i produsentveiledningen
	Kartlegge og vurdere mulighet for individuell tollnedsettelse for å sikre billigere import på utvalgte råvarer i periode før de norske økologiske er på markedet
Dyrkningstekniske utfordringer og risiko for svinn	Sikre jevn kvalitet, god motivasjon hos produsentene og riktig og relevant kunnskap i produsentveiledningen
	Stimulerer til produsentsamarbeid (klynger) for kunnskapsoverføring, motivasjon og produsentorganisering
	Prioritere støtte til relevante forskningstema på økologisk, ev. egen utlysning (produksjonsteknikk for økte avlinger, lagring, sorter, kvalitet) i nært samarbeid med næringa
	Prioritere at relevans for økologisk produksjon skal synliggjøres bedre i forskningsprosjekter på frukt, bær og grønnsaker generelt
	Prioritere prosjekter som får fram suksesshistorier (spydspissfunksjon) og korrekt informasjon om økologisk dyrking til konvensjonelle produsenter
	Prioritere prosjekter som skaper entusiasme og stolthet blant økologiske produsenter
Tilgang på nok areal til vekstskifte og husdyrgjødsel	Stimulere til produsentsamarbeid (klynger) for å sikre nok tilgang til areal til vekstskifte og husdyrgjødsel. Kartlegge og vurdere tiltak som gjør det enklere for grønnsaksprodusenter å få tilgang på engareal til vekstskifte
Opplevd risiko for markedssvikt, herunder ikke å få solgt alt som økologisk	Sikre en mer koordinert markedskommunikasjon, herunder organisert kommunikasjon om prisanbefaling og faglige tiltak knyttet til pakking, lagring, emballasje og logistikk for økologisk. I regi av Grøntprodusentenes Samarbeidsråd
	Styrke merkevarebyggingen av økologiske produkter, bl.a. gjennom markedsføring (generisk og produkt), opplysningsvirksomhet, FoU, alternative omsetningskanaler, produktutvikling der en ser økologisk og lokalmat i sammenheng
	Grossister og matvarekjeder deler risiko med produsent gjennom avtaler om leveranser og priser
	Styrket satsing på økologisk i salgsleddet, bl.a. gjennom å sette mål for hvor mye de vil omsette av økologisk frukt og grønt, og satse der det er best forutsetning for å selge økologisk gjennom kampanjer og produktutvikling

Ekstra kostnader med sortering og pakking	Kartlegge og vurdere tiltak for å redusere kostnader for fruktlager
Generell risiko for manglende formidling i verdikjeden pga. lite volum av økologisk	Prioritere formidling av etterspørsel og tilgang på varer i salgsleddet
	Prioritere formidling av statistikk på volum og priser i hele verdikjeden
	Prioritere formidling av suksesshistorier og korrekt informasjon om økologisk til salgsleddet og forbruker

## Litteratur og kilder

Bysveen, Kari. *Mer grønnsaker forutsetter vekstskifte*. Artikkel for foregangsfylke økologiske grønnsaker i tidsskriftet Økologisk Landbruk nr. 3 2015, Norsk landbruksrådgivning Viken

Landbruksdirektoratet. [Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer. Utvikling 1. halvår 2015](#). Tillegg til rapport nr. 7/2015, 14.9.2015, Oslo

Landbruksdirektoratet. [Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer. Rapport for 2014](#). Rapport nr. 7/2015, 16.3.2015, Oslo

Milford, Anna Birgitte m.fl. *Flaskehalsen i verdikjeden for økologisk frukt, bær og grønnsaker*. NIBIO-RAPPORT 2(36) 2016

Milford, Anna Birgitte. [Årsaker til manglende motivasjon for økologisk dyrkning blant frukt-, bær-, og grønnsaksdyrkere](#), Notat 2014-9, Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Oslo

Pettersen, Ivar m.fl. [Grønn verdi. Lønnsom vekst for norsk frukt og grønt](#). NILF-Rapport 2014-3, Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Oslo

Partsammensatt arbeidsgruppe. *Vurdering av nye tilskudd til grøntsektoren*. Utredning 5. mars 2014, Oslo

Pedersen, Simen m.fl. [Evaluering av tilskudd som skal bidra til økt produksjon og forbruk av økologisk mat](#), Rapport 2012-36, Vista Analyse og Damvad Norge, Oslo

Nyere statistikk sammenstilt av Landbruksdirektoratet hentet fra bl.a. produksjonstilskudd, midler til forskning, Debio, grossister.

Årsrapporter fra foregangsfylker

Møte med utvalgte aktører i verdikjeden, Landbruksdirektoratet 14.12.2015. Mulighet for tilpasning av tollregimet var et tema på møte med frukt- og grøntbransjen, Landbruksdirektoratet 29.01.2016.

Økonomiske kalkyler

McKinnon, Kirsty m.fl. [Økologisk gulrotproduksjon – agronomi og økonomi](#), TEMA nr. 4, februar 2015, Bioforsk

Tajet, Torgeir m.fl. [Kostnadsbetraktninger i gulrot og blomkål](#), Økologisk Landbruk nr. 3 2010, Norsk landbruksrådgivning Østafjells

Bysveen, Kari m.fl. [Økonomi i økologisk løkproduksjon](#), Agropub, Nettside for økologisk landbruk, 2015, Bioforsk Økologisk, Tingvoll

Pedersen, Susanne Friis m.fl. [Økonomi i økologisk potetdyrking](#), TEMA nr. 14, 2013, Bioforsk

Jaastad, Gunnhild, *Volum, oppgjerspris og inntening i økologisk epleproduksjon. Ei oversikt basert på analyseverket i programmet Fruktklienten*, upublisert, Foregangsfylke for frukt og bær, 2015

## Vedlegg Aktører i verdikjeden for økologisk frukt, bær og grønnsaker

Aktør	Rolle	Oppgaver	Organisasjoner
Kunde	Kjøper og konsumerer varer og tjenester	Etterspør og betaler for varer til butikk	Ulike organisasjoner som ivaretar forbrukernes interesser (bl.a. Forbrukerrådet, Oikos)
Butikk	Omsetter varer til forbruker	Selger varer til kunde og bestiller og kjøper inn varer fra kjede og grossist	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rema</li> <li>2. Kiwi, Ultra, Meny, Spar, Joker, Ultra, Centra, Jacobs m.fl</li> <li>3. Coop - Extra, - Prix,- Mega, - Obs, - Marked. ICA, Rimi</li> <li>4. Bunnpris og Bunnpris &amp; Gourmet</li> <li>5. Helsekost</li> <li>6. Andre</li> </ol>
Matvarekjede	Felles støtte for butikker som inngår i kjeden	Felles markedsføring og felles bestillinger av varer fra grossist/underleverandør, støttefunksjoner for butikker	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reitan</li> <li>2. Norgesgruppen</li> <li>3. Coop</li> <li>4. Bunnpris</li> </ol>
Storhusholdning	Kjøper og foredler varer til konsum	Bestiller og kjøper inn varer fra grossist, lager mat til sine kunder	Hotell/Restaurant/Catering Helseforetak (Sykehus) Offentlig forvaltning (kommune, fylkeskommunalt innkjøpssamarbeid) Skoler (skolefrukt v/Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker, vg skoler) Festivaler Andre
Grossist	Omsetter varer til butikk, storhusholdning	Tar imot bestilling av varer fra matvarekjeder, butikk, storhusholdning og organiserer leveranser, inkl. kvalitetskontroll Bestiller varer fra/melder behov til pakkeri Fastsetter pris og betaler til pakkeri	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. BaRe (til Rema)</li> <li>2. Bama (til Norgesgruppen)</li> <li>3. Norgrønt og Norgesgrønt (til Coop og tidl. ICA)</li> <li>4. Norfresh (til Bunnpris)</li> <li>5. Grossister for egen virksomhet som abonnementsordninger og matkollektiv (Finnegården, Kolonihagen, matkooperativer)</li> </ol> Suppleringsleverandør og storhushold:

		Samarbeider og har kontakt mot produsentorganisasjoner Samarbeider og har kontakt mot butikk, storhusholdning	Bama Storkjøkken, Finstad gård engros, Økokompaniet, Måkestad, andre direkte knyttet til produsent
Lager og pakkeri	Organiserer og omsetter leveranser fra produsent til grossistledet	Tar imot, pakker, merker, kvalitetskontrollerer varer til grossistledet	Hardanger Fjordfrukt, Sognefrukt, Telefrukt, Fellespakkeriet Lier, Innvik fruktlager, Lærdal, Ryfylke (til Bama) Ullensvang fruktlager, Telefrukt (til både Coop og Bama) Bær: Agder bær og grønt Enkeltprodusenter  Suppleringsleverandør: Økokompaniet, Økofrukt DA som leverer direkte til Coop
Produsent	Produserer, leverer og omsetter varer til grossist og til pakkeri	Produserer på bestilling fra grossist og pakkeri (frukt), inkl. produksjonsplaner (grønnsaker) og kvalitetskontroll Organiserer produsenter av frukt, bær, grønnsaker og potet Samarbeider og har kontakt mot enkeltprodusenter	Enkeltprodusenter Produsentorganisasjoner: Gartnerhallen, Nordgrønt Norgesgrønt, Produsentforeningen 1909 Kontraktsdyrkerlag
Forvaltning	Iverksetter politikk og følger opp regelverk	Gir faglige råd til politikktutforming, rapporterer og informerer om utvikling på området Gir støtte til produksjon, utviklingsprosjekter og kunnskapsutvikling Følger opp regelverk på området, både tilskudd og produksjonsregelverk (kontroll og godkjenning), Samarbeider og har kontakt mot aktører i verdikjeden	Landbruksdirektoratet og foregangsfylker Mattilsynet og Debio Fylkesmann Kommune Fylkeskommunen Innovasjon Norge

<p>Ulike medlems- og interesseorganisasjoner</p>	<p>Fremmer og ivaretar interesser for sine medlemmer</p>	<p>Kommuniserer, organiserer/koordinerer, og formidler interesser til og på vegne av egne medlemmer</p>	<p>Virke Dagligvarehandel (for dagligvarekjeder, butikker)          Produsentorganisasjoner (for produsenter av frukt, bær, grønnsaker og potet)          GPS (skal i nært samarbeid med produsentorganisasjonene arbeide med markedstilpasning og prisanbefaling til beste for produsentene)          Økern Torvhall (ansvar for å avholde markedsmøter, samt innhente volumtall fra grossistene)          Norges Bondelag (for jordbruksforetak, politikk)          Norges Bonde- og Småbrukarlag (for jordbruksforetak, politikk)          Oikos (for forbrukere og produsenter som er interessert i økologisk)          Norsk Landbruksrådgiving (for produsent, fag)</p>
<p>Ulike informasjons- og kunnskapsorganisasjoner</p>	<p>Utvikler og formidler kunnskap</p>	<p>Følger opp og informerer, på eget fag- og interesseområde</p>	<p>Medlemsorganisasjoner (næringsorganisasjonene, Oikos og Norsk Landbruksrådgiving)          Matmerk (ansvar for generisk markedsføring økologisk mat)          Debio Info (utviklingsprosjekt og informasjonsarbeid, bl.a koordinering av veiledningstjenesten økologisk i storhusholdninger)          Norsøk –Tingvoll (ansvar for tverrfaglig forskning- og kunnskapsformidling om økologisk)          Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker (jobber for økt forbruk av frukt og grønnsaker generelt)          Forsknings- og utredningsorganisasjoner som NIBIO og NOFIMA</p>



## **LANDBRUKSDIREKTORATET OSLO**

POSTADRESSE:  
Postboks 8140 Dep, 0033 Oslo

BESØKSADRESSE:  
Stortingsgt. 28, 0161 Oslo

TELEFON: 24 13 10 00  
TELEFAKS: 24 13 10 05  
E-POST: [postmottak@landbruksdirektoratet.no](mailto:postmottak@landbruksdirektoratet.no)

## **LANDBRUKSDIREKTORATET ALTA**

POSTADRESSE:  
Postboks 1104, 9504 Alta

BESØKSADRESSE:  
Løkkeveien 111, 9510 Alta

TELEFON: 78 45 70 20  
TELEFAKS: 78 45 70 49  
E-POST: [alta.post@landbruksdirektoratet.no](mailto:alta.post@landbruksdirektoratet.no)

[www.landbruksdirektoratet.no](http://www.landbruksdirektoratet.no)