



Protokoll fra møte i Markedsutvalget for reinkjøtt

torsdag 31. oktober 2024, 09:00 - 16:00, Thon Hotel Rosenkrantz, Oslo

Til stede:		John Anders Lifjell (NRL) Morten Floor (LMD) Johan Martin Eira (NRL) Grete Sjurgard (NRL) Johanne Stensaas (PRL)
Forfall:		
Fra Landbruksdirektoratet:		Sissel Olsen (referent) Widar Skogan

Møteagenda

Sak nr/år	Tema	Vedlegg
24/24	Godkjenning av møteinnkalling og dagsorden	
25/24	Økonomistatus	X
26/24	Lagerbeholdning og markedssituasjon	
27/24	UMAMI 2025	X
28/24	Matprat/OEK	
29/24	Orientering om varemerke Rein – Helten på vidda	
30/24	Aktivitetskalender 2025	X
31/24	Budsjett 2025	
32/24	Innspill til Reindrifftsavtalen	X
33/24	Møteplan	X
34/24	Eventuelt	

Sak nr. 24/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Godkjenning av møteinnkalling og dagsorden	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling:

Vedtak: Møteinnkalling og dagsorden ble enstemmig godkjent.

Vedlegg/dokumenter: Var sendt ut i forkant av møtet

Sak nr. 25/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Økonomistatus	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Sekretariatet gjennomgikk regnskapet per 21. oktober og revidert budsjett. Utgiftene hittil i år er rett i underkant av 4,9 millioner. Det har vært et mindreforbruk på alle events og arrangementer i 2024. Rest til disposisjon i 2024 er 4 890 016 kroner, men midlene er bundet opp i prosjekter som kommer til utbetaling i desember og over nyttår.

Vedtak: Markedsutvalget tar økonomistatusen til etterretning. Sekretariatet sender ut Bocuse d'Or-rapporten og rapporten fra Trøndelag fylkeskommune til medlemmene.

Vedlegg/dokumenter: Var sendt ut i forkant av møtet

Sak nr. 26/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Lagerbeholdning og markedssituasjon	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Sekretariatet la frem tall for lagerbeholdningen per 1. oktober, og en status for slaktingen per 27. oktober. Tallene ligger tilgjengelig på Landbruksdirektoratet sine nettsider.

Per 27. oktober var det slaktet 31 696 rein, dette utgjorde 708 tonn reinkjøtt inkludert bein. Det er slaktet om lag 1 000 færre reinsdyr enn i samme uke i fjor. Gjennomsnittsvekten var 22,3 kg som er 900 gram høyere enn i samme periode i fjor. På grunn av økningen i gjennomsnittsvekten utgjør kvantumet 5 tonn mer enn i 2023. Dette skyldes i stor grad at det er slaktet mindre kalv i høst, men slaktevekten for samtlige dyrekategorier er også noe høyere enn på samme tid i fjor.

Ved inngangen til slaktesesongen 1. september var det 341 tonn på lager hos reinkjøttbedriftene, og per 1. oktober var om lag 463 tonn. Til sammenligning var det 142 tonn og 291 tonn ved inngangen per 1. september i 2022 og 2023, og per 1. oktober disse årene var det 294 og 380 tonn.

Forbrukerne har fremdeles dårlig økonomi og dagligvarekjedenes egne merkevarer selger best selv om de ikke lenger er billigere enn andre merkevarer.

Markedsutvalget erfarer at det norske markedet er godt og har vært stabilt over tid, og det er viktig å jobbe for å opprettholde prisen ut til leverandøren.

Produktutvikling og tidligslakt ble nevnt som tiltak som kan bidra til å sikre gode priser. Utvikling av nye produkter kan ha fordeler som at de er billigere å produsere slik at utsalgsprisen kan være lavere, og at bedriftene får utnyttet hele slaktet. Videre kan det være positivt å ha fokus tidlig på markedsføring og slakteuttak.

Markedsutvalget har et bra bilde på hvordan markedssituasjonen ser ut. Det er slaktet litt mindre, men kvantumet er like stort. Ut ifra lager- og slaktesituasjon er ikke næringen i en kritisk situasjon, men Markedsutvalget følger utviklingen tett, og er klar til å sette inn tiltak fortløpende. Markedsutvalget setter seg også som mål å sette seg inn i nye forbrukertrender.

Basert på tallene fremlagt i møtet, beregner leder at salget av reinkjøtt har vært på om lag 150 tonn fra september til oktober.

Vedtak: Markedsutvalget tar lager- og slaktetallene til etterretning. Sekretariatet kontakter Matprat for å avtale at deres innsiktsperson på forbrukertrender inviteres til neste møte i Markedsutvalget for å presentere aktuelle forbrukertrender. I tillegg undersøker sekretariatet om det finnes en egnet person med innsikt i bruk av influencere til markedsføring som kan holde en presentasjon for Markedsutvalget.

Vedlegg/dokumenter: Ingen vedlegg

Sak nr. 27/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: UMAMI 2025	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Leder og sekretariatet ga en statusoppdatering på arbeidet med UMAMI. 23. oktober ble det startet en offentlig anskaffelsesprosess for å finne noen som kan designe standen til bruk på UMAMI.

I sak 45/23 ble det vedtatt å avsette en budsjettramme for UMAMI 2025 på 2,5 millioner kroner. Etter å ha sett på kostnadene fra 2023, og indeksregulert hadde leder og sekretariat satt opp et budsjettforslag hvor budsjettet foreslås å økes til 2,9 millioner kroner.

Vedtak: Sekretariatet må gjennomgå budsjettet på nytt og gjøre en vurdering av alle postene for å finne poster hvor det kan spares. Målet er å redusere kostnadene og ha en grundig vurdering av midlene som avsettes til hver post. Forslag til budsjettet sendes ut som sirkulasjonssak med én dags svarfrist til Markedsutvalget.

Vedlegg/dokumenter: Var sendt ut i forkant av møtet.

Sak nr. 28/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Matprat/OEK	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling:

Ragnhild Kolvereid fra Matprat holdt en presentasjon for Markedsutvalget om trafikkstatus på nettsidene for 2024, status fra ekstrakampanjen i uke 34-37, informasjon om den pågående høstkampanjen, budsjettinnspill og planer for 1. halvår i 2025.

Det har vært en økning på 51 prosent på innhold med rein. I perioden 1. januar til 30. september har det vært 1 180 631 sidevisninger.

I uke 34-37 (21. august til 11.september), kjørte Matprat en ekstra kampanje på bestilling fra Markedsutvalget. Kampanjen var et av tiltakene som ble satt inn for å bidra til å senke reinkjøttbedriftenes lagerbeholdning av reinkjøtt inn mot starten av ny slaktesesong. Målgruppen for kampanjen var de i alderen 25 til 55 år. Det ble fokusert på fem oppskrifter med skav, dette var finnbiff, reinsdyrkebab, pasta med reinsdyrskav, wraps med reinsdyrskav og brioche med reinsdyrskav. Budskapet var «Vilt godt!».

Det ble laget nye filmer/videoinnhold på oppskriftene pasta med reinsdyrskav, wraps med reinsdyrskav og brioche med reinsdyrskav. Kampanjen var synlig i alle Matprat sine kanaler, og det ble brukt digitale annonser – display, native, online video, Meta, Snapchat og betalt søk.

Oppsummert leverte materiellet kosteffektive visninger og trafikk i de ulike kanalene sammenliknet med benchmark. Kampanjen oppnådde god synlighet, og alle oppskriftene leverte bra, og fikk tilstedeværelse gjennom hele perioden.

I perioden var det 338 prosent økning på innhold med rein, og totalt 238 790 sidevisninger. Til sammenligning er det vanligvis rundt 50 000 sidevisninger i denne perioden når det ikke kjøres kampanje. Finnbiff var den mest besøkte oppskriften med 57 754 sidevisninger, men pasta med reinsdyrskav som var en ny oppskrift oppnådde 35 976 sidevisninger. I tillegg ble også artiklene/temasidene med rein godt besøkt i perioden.

Resultater fra testen som ble utført i forbindelse med kampanjen viste at den nådde 62 prosent i målgruppen 18 til 70 år. 20 prosent husket å ha sett kampanjen og det var tydelig for 85 prosent at kampanjen handlet om reinkjøtt. 44 prosent likte kampanjen svært godt.

I uke 42 til 44 (15. oktober til 3. november) kjøres høstkampanje med fokus på fristende oppskrifter med rein. I denne kampanjen blir det fokus på reinsdyrfilet med soppstuing, pizza med reinsdyrbiff, reinsdyrstek med viltsaus, brioche med reinsdyrskav, finnbiff, reinsdyrkebab, pasta med reinsdyrskav, i tillegg til en rekke biffretter.

Det har blitt laget ny film og annonser for reinsdyrstek med viltsaus, og Matprat har fått Runar Helgeland som ble kåret til Arctic Young Chef, til å lage en oppskrift med reinsdyrfilet med potetpuré og jordskokkchips.

Aktivitetsperiode for 2025 er vinter og høst som hovedkampanjer, samt to mindre kampanjer. Fokuset vil være på fristende oppskrifter og omdømmebyggende historier.

For 2025 spilte Ragnhild inn et forslag om å øke budsjettet til Matprat fra 3,6 millioner kroner til 3,7 millioner kroner. Ragnhild begrunner økningen med økning i konsumprisindeksen, og de har kommet frem til beløpet med å indeksregulere beløpet fra 2024. Dersom Markedsutvalget ønsker å opprettholde markedsføringen på samme nivå som i 2024, så bør

avsetningen økes til 3,7 millioner kroner.

Vedtak: Til orientering for Markedsutvalget.

Vedlegg/dokumenter: Ingen vedlegg.

Sak nr. 29/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Orientering om varemerke Rein – Helten på vidda	LDIr saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Sekretariatet informerer om at de ble kontaktet av advokatbyrået som hjalp Markedsutvalget med å registrere varemerket Rein – Helten på vidda. Varemerket har en varighet på 10 år før det må fornyes. På grunn av svært kort frist før varemerket utløp, ble det bestemt av leder og sekretariat at varemerket skulle fornyes, og det ble inngått en avtale med advokatbyrået om bistand i saken.

Varemerket er nå fornyet for 10 år frem til 17. oktober 2034.

Vedtak: Til orientering for Markedsutvalget.

Vedlegg/dokumenter: Ingen vedlegg.

Sak nr. 30/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Aktivitetskalender 2025	LDIr saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Sekretariatet la frem forslag til aktivitetsplan for Markedsutvalget.

Matfestivaler, med unntak av UMAMI, strykes fra aktivitetsplanen for 2025 slik at midlene kan fordeles til andre områder.

Vedtak: Aktivitetsplan for 2025 er vedtatt med de endringer som ble gjort i møtet.

Vedlegg/dokumenter: Var sendt ut i forkant av møtet.

Sak nr. 31/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Budsjett 2025	LDIr saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Sekretariatet la frem forslag til budsjett for 2025.

Oppdatering av profilmateriale (fotograf) utgår i 2024, og flyttes derfor til 2025. Det settes som mål å få både vinterbilder og barmarksbilder av rein i 2025.

Posten på 2,5 millioner til UMAMI blir stående til det eventuelt er vedtatt noe annet.

Budsjett for 2025 kan ikke vedtas før beløpet for UMAMI er endelig fastsatt, fordi beløpet vil påvirke beløpet avsatt til andre

markedsaktiviteter.

Vedtak: Ingen vedtak. Budsjettet tas opp igjen i neste møte i Markedsutvalget.

Vedlegg/dokumenter: Ingen vedlegg.

Sak nr. 31/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Reindrifftsavtalen 2025	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Det har kommet inn forlag til innspill gjennom hele møtet. Forslagene var tidlig fokus på markedsføring og tidligslakting, videre samarbeid med Innovasjon Norge, oppdaterte lager- og slaktetall, og markedssituasjonen.

Vedtak: Sekretariatet skriver et nytt forslag til innspill til Reindrifftsavtalen, og sender dette ut i forkant av neste møte i Markedsutvalget.

Vedlegg/dokumenter: Var sendt ut i forkant av møtet.

Sak nr. 33/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Møteplan	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling: På grunn av kort tid ble ikke hele møteplanen lagt frem, og det ble kun bestemt dato for neste møte i Markedsutvalget.

Vedtak: Neste møte i Markedsutvalget blir 20. november i Oslo.

Vedlegg/dokumenter: Var sendt ut i forkant av møtet.

Sak nr. 35/24		Markedsutvalget for reinkjøtt
Behandling: 31.10.2024	Tittel: Eventuelt	LDir saksnr: 24/29200

Møtebehandling: Leder informerer om brevet som ble sendt til Innovasjon Norge etter møtet på Røros om midlertidig støtte til salgs- og markedsaktiviteter. Reinkjøttbedriftene har ikke fått informasjon om tiltaket fra Innovasjon Norge, og det er derfor usikkert om noen har fått benyttet seg tiltaket.

Målet med tiltaket var å få til demo fra bedriftene samtidig som ekstrakampanjen gjennom Matprat foregikk for å skape synergieffekt der summen av innsatsen ble større enn de enkelte tiltakene ville vært hver for seg.

Vedtak: Sekretariatet gir en skriftlig tilbakemelding til Innovasjon Norge om dette. Brevet går på sirkulasjon til medlemmene i Markedsutvalget før det sendes til Innovasjon Norge. Brevet avsluttes med å be om et møte mellom Markedsutvalget for reinkjøtt og Innovasjon Norge.

Vedlegg/dokumenter: Ingen vedlegg.

