

Neste måltid
Veier for norsk mat- og drikkenæring

Innhold

Innledning 3

Mat- og drikkenæringen i tall 4

Bærekraft 5

Fossile utslipp 5

Biologiske utslipp 7

Miljø og emballasje 9

Matsvinn 11

Kosthold og folkehelse 13

Samarbeid om et sunnere kosthold 13

Ansvarlig markedsføring av mat og drikke 15

Nye EU-krav 16

Utdanning og rekruttering 17

Fremtidige kompetansebehov 17

Innovasjon, forskning og utvikling 18

Strategiske satsinger 18

Teknologi 20

Markeder og konkurransesituasjon 21

Dagligvaremarkedet 21

Internasjonal handel 22

Grensehandel 23

Eksport 23

Importvern 24

Koronapandemien 24

Ti ambisjoner for norsk mat- og drikkenæring 25

Kilder 26

Innledning



Foto: Hans Fredrik Asbjørnsen

Mat- og drikkeindustrien er Norges største fastlands-industri målt i omsetning, verdiskaping og antall sysselsatte. Det er en mangfoldig næring med bedrifter over hele landet. Næringen har potensial for vekst og bedre lønnsomhet; men den må skje innenfor bærekraftige rammer. Sentrale samfunnsoppdrag skal løses, og konkurransen fra utlandet må møtes. Hvordan legger vi best til rette for at det skal kunne skje?

Heldigvis har mat- og drikkenæringen i Norge et godt utgangspunkt. Vi har et velorganisert arbeidsliv, et høyt utdanningsnivå og husholdninger med høy disponibel inntekt. Næringen er teknologiintensiv og består av bedrifter og kunnskapsmiljøer som er i verdenstoppen på sine områder. Lavt sykdomspress i husdyrholdet og høy kvalitet på bær, frukt og grønt bidrar til å skape attraktive produkter.

Samtidig har næringen også utfordringer. Hvordan kan næringen bidra til å bremse kostholdsrelaterte livsstilssykdommer? Hvordan kan bedriftene møte nye og skjerpede krav til utslipp og miljøbelastning? Hvordan kan vi øke matproduksjonen i Norge og vinne frem i en økende internasjonal konkurranse også i det norske markedet? Hvordan stimulerer vi til innovasjoner som gir økt verdi for forbrukeren, bedriften og næringen? Og hvordan skal næringen tiltrekke og beholde nødvendig kompetanse og kapasitet i fremtiden?

Næringen arbeider allerede godt med å møte disse utfordringene. Industrianlegg er blitt effektivisert og lagt om fra fossil til fornybar energi. Det avtalebaserte samarbeidet mellom mat- og drikkenæringen og myndighetene om sunnere mat og et godt kosthold for befolkningen er enestående i verden. Det pågår en rivende produktutvikling for å møte forbrukere som i økende grad er opptatt av sammenhengen mellom kosthold, klima og miljø. Arbeidet med å redusere matsvinnet kan vise til gode resultater allerede. Det er iverksatt brede bransje-programmer for å øke kompetansen i bedriftene og det arbeides intensivt for at mest mulig av emballasjen kan samles inn og resirkuleres slik at den ikke utgjør en forsøplingsfare.

I dette veikartet presenterer vi utfordringer og muligheter for bærekraftig vekst og lønnsomhet i mat- og drikkenæringen og hvilke tiltak som må til for at mulighetene blir realisert. Med utgangspunkt i dette presenterer vi avslutningsvis ti konkrete ambisjoner som viser retning for hvor mat- og drikkenæringen bør være i 2030.

A handwritten signature in blue ink, reading 'Petter Haas Brubakk'.

Petter Haas Brubakk,
Administrerende direktør

Mat- og drikkenæringen i tall

166 MRD.KR

OMSETNING I MAT- OG
DRIKKEINDUSTRIEN
(EKSKL. FISK OG FISKEVARER)

FLEST ANSATTE I SMÅ OG
MELLOMSTORE BEDRIFTER



Bedriftsstørrelse	Prosent
1-19 ansatte	69 %
20-49 ansatte	18 %
50-99 ansatte	7 %
100-249 ansatte	5 %
> 250 ansatte	1 %

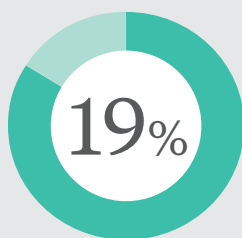
2 500

BEDRIFTER

40 000

SYSSELSATTE

OMSETNING I
NORSK INDUSTRI



- 859 mrd. kr omsetning i norsk industri
- 166 mrd. kr omsetning i mat- og drikkeindustrien (eksklusiv fiskevarer)

HVER FEMTE I ANSATT NORSK
INDUSTRI ARBEIDER I MAT-
OG DRIKKEINDUSTRIEN



- 223 411 ansatte i norsk industri
- 42 369 ansatte i mat- og drikkeindustrien



Bærekraft

I 2020 var det 7,8 milliarder mennesker i verden. Jordens befolkning vokser med 80 millioner i året. FAO, FNs organisasjon for mat og landbruk, har anslått at den globale matproduksjonen må økes med 60 prosent de neste 40 årene. Det må til om befolkningsveksten og endringene i kostholdet skal kunne fortsette. Jordbruk og husdyrhold står i dag alene for 8,8 prosent av Norges utslipp².

FN legger til grunn at produksjonen som må til for å gi verdens befolkning nødvendig mat og drikke, utgjør 21–37 prosent av de samlede klimagass-utslippene. Samtidig vet vi at oppvarmingen av landoverflaten har økt nesten dobbelt så raskt som den globale gjennomsnittstemperaturen. Klimaendringene forsterker eksisterende belastninger, som forørkning, vannmangel og forringelse av landområder. Dette påvirker matsikkerheten og medfører risiko for menneskers helse og livsgrunnlag, infrastruktur og økosystemers tilstand. FNs klimapanel slår fast at dersom temperaturen øker med fire grader eller mer, vil vi oppleve alvorlige virkninger som kan være irreversible og overstige både naturens og vår egen tilpasningsevne. Mat- og drikkeproduksjonen er dermed både et problem og en løsning for økt bærekraft globalt.

Fremtidens mat må være bærekraftig. De produsentene og leverandørene som kan dokumentere at produksjon av råvarer og innsatsfaktorer, bearbeiding og distribusjon skjer innenfor bærekraftige rammer, vil ha et sterkt konkurransefortrinn. Klima- og miljødimensjonen er av stor betydning. FNs arealrapport fra 2019 har ført til større oppmerksomhet om påvirkningen jordbruket og mat- og drikkenæringen representerer.

Norge er et lite land langt i nord, og det bestemmer forutsetningene og ressursgrunnlaget for mat- og drikkeproduksjon. Over hele landet har vi utmark og grasressurser som benyttes til produksjon av kjøtt og meieriprodukter. En stabil husdyrproduksjon er viktig for å kunne utnytte planter som ikke kan spises til dyrefôr. Om lag tre prosent av arealene i Norge er dyrket mark, og en tredjedel av dette arealet kan brukes til å dyrke korn eller grønnsaker. Det er bred politisk enighet om en geografisk fordeling av jordbruksproduksjonen i landet. De arealene som er egnet til produksjon av korn og grønnsaker, skal ikke

FNs organisasjon for mat og landbruk definerer et bærekraftig kosthold som et kosthold som:

- har liten miljømessig påvirkning.
- bidrar til mat- og ernærings-sikkerhet og til et sunt liv.
- beskytter og respekterer biologisk mangfold og økosystemer.
- er kulturelt akseptabelt, tilgjengelig, økonomisk rettferdig og rimelig.
- er ernæringsmessig adekvat, trygt og sunt.
- optimaliserer naturlige og menneskelige ressurser.

brukes til beite. Både den biologiske produksjonen og den industrielle bearbeidingen av mat og drikke gir utslipp av klimagasser. I 2019 ble det sluppet ut 50,3 millioner tonn CO₂-ekvivalenter i Norge. Jordbruket sto for 4,5 tonn, og industrien samlet sto for 11,5 millioner tonn av det totale utslippet. I 2018 var utslippet fra næringsmiddelindustrien beregnet til 516 000 tonn. Utslippene fra industrien er nær 42 prosent lavere i 2019 enn i 1990, og det er dette som utgjør den største årsaken til at landets samlede utslipp av CO₂-ekvivalenter går ned³.

Fossile utslipp

Næringsmiddelindustrien har et potensial for å redusere utslipp av klimagasser gjennom omlegging til fornybare energibærere og gjenvinning av energi. De største barrierene for realisering av dette potensialet er usikkerhet om besparelse og lønnsomhet ved omlegging til alternative energikilder, mangel på investeringskapital og manglende kompetanse om muligheter.

UTSLIPP AV KLIMAGASSER TIL LUFT I 2019 FORDELT PÅ UTSLIPPSKILDE

	Mill. tonn CO2-ekvivalenter
	Klimagasser i alt
Alle kilder	50,3
Olje- og gassutvinning - stasjonær forbrenning	13,5
Olje- og gassutvinning - prosessutslipp	0,5
Industri og bergverk - stasjonær forbrenning	2,8
Industri og bergverk - prosessutslipp	8,7
Energiforsyning	1,6
Oppvarming i andre næringer	0,7
Oppvarming i husholdninger	0,3
Personbiler	4,3
Andre lette kjøretøy	1,3
Tunge kjøretøy	2,8
Motorsykler og mopeder	0,1
Jernbane	0
Innenriks luftfart	1,2
Innenriks sjøfart og fiske	3
Motorredskaper m.m.	2,7
Jordbruk - husdyr og husdyrgjødsel	3,2
Jordbruk - kunstgjødsel og annet	1,3
Avfallsdeponigass	0,9
Slitasje på veier, dekk, bremses og jernbaneledninger	0
Bruk av produkter med fluorgasser, løsemidler m.m.	1,1
Annet	0,3

Utslipp fra mat- og drikkeproduksjon faller inn under flere kilder i tabellen, i hovedsak industri, jordbruk og tunge kjøretøy.

Kilde: Statistisk sentralbyrå

Investeringskostnader til selve anskaffelsen av nytt produksjonsmaterieill oppleves for mange bedrifter som en barriere for omlegging. Skifte av energibærer til elektrisitet krever også ofte oppgradering av nettkapasiteten inn til fabrikken. Det kan innebære betydelige kostnader. I de tilfellene der det er behov for å legge om selve produksjonsprosessen for å redusere utslippene, innebærer dette enda høyere kostnader, og barrierene knyttet til en omlegging anses som enda større.

I enkelte tilfeller gir ikke elektrisitet tilstrekkelig effekt, eksempelvis i tørke- og kokeprosesser som krever svært mye energi på kort tid. Her er naturgass en bedre energikilde, som også er mer miljøvennlig enn oljebasert fossilt brennstoff. Omlegging fra olje til gass vil gi en klimagevinst. Imidlertid er det CO₂-avgift også på gass, med unntak for veksthus og gartneri.

Videre er det en utfordring at potensialet for økt bruk av biodrivstoff ikke utnyttes bedre. I 2015 ble det innført avgiftsfritak for biodrivstoff som omsettes utover omsetningskravet. Målet var å stimulere til økt bruk av biodrivstoff. Konsekvensen av at dette insentivet er fjernet, medfører at det neppe vil lønne seg å selge fornybart drivstoff utover omsetningskravet på 20 prosent. Med denne avgiften vil det i praksis oppstå et tak for hvor mye biodrivstoff som skal inn i det norske markedet. Kjøretøy som går på elektrisitet og hydrogen, er per i dag ikke tilgjengelige på det norske markedet. Dermed er biodrivstoff den eneste måten tungtransporten kan bidra til utslippskuttene på de nærmeste årene.

Tiltak for å redusere utslipp i industrien:

- Enova må tilby mer risikoavlastning ved omlegging til bærekraftige energikilder i industrielle prosesser i mat- og drikkenæringen.
- Avgiftsfritaket for biodrivstoff må opprettholdes for å stimulere til økt bruk av biodrivstoff og reduksjon av klimagassutslipp, særlig innenfor tungtransport.
- CO₂-avgiften for naturgass må reduseres der bruk av gass gir klimamessig effekt i industrielle prosesser.

Biologiske utslipp

Biologiske prosesser er en del av naturens eget kretsløp. CO₂ som slippes ut ved nedbryting av biologisk materiale, tas opp av andre organismer i vekst. Dermed er matproduksjon som en del av bioøkonomien tett knyttet til bærekraftig utvikling.

Som nevnt tidligere anbefaler FN at nasjonale naturressurser utnyttes til å produsere mat, og Norge har naturgitte forutsetninger for en bærekraftig kjøtt- og meieriproduksjon. Små besetninger, lavt smittepress, minimal bruk av antibiotika og store beiteressurser som ikke fortrenger dyrkbar jord, gjør at norsk kjøttproduksjon vil ha en konkurransefordel i et marked som i stadig større grad vektlegger bærekraft. Arbeidet må derfor rettes mot en mest mulig bærekraftig kjøttproduksjon i Norge per enhet som produseres, ikke som reduksjon av det samlede volumet.

En stor del av klimafotavtrykket ved norsk kjøttproduksjon, er bundet til bruken av importert soya i kraftfôr. Erstatte soya med alternative og mer bærekraftige proteinkilder, vil det styrke konkurransekraften for norsk kjøtt. Det er igangsatt et betydelig utviklingsarbeid for å utvikle mer bærekraftig fôr, som er en felles utfordring for både havnæringen og husdyrproduksjonen i Norge.

I Klimakur 2030 peker Miljødirektoratet på at reduksjon i befolkningens samlede kjøttforbruk vil kunne utgjøre et av de minst kostnadskrevende og største kuttene i klimagassutslipp. Imidlertid er hverken utgangspunktet for Norges forutsetninger for å produsere mat eller konsekvensene for sysselsetting, verdiskaping, kosthold og risikoen for karbonlekkasje belyst. Regjeringens klimaplan fra 2021 til 2030 vektlegger derfor informasjon til forbrukere basert på de gjeldene kostrådene og optimalisering av produksjonen i landbruket som de mest sentrale tiltakene for å øke bærekraften i landbruket.

Tiltak for økt bærekraft i norsk kjøttproduksjon:

- Økt satsning på forskning og utvikling innenfor avl og genetikk som gir husdyr med mindre utslipp av metan.
- Økt satsning på utvikling av fôr som produseres på bærekraftige proteinkilder og som gir redusert utslipp av metan fra husdyr.
- Utvikling av systemer for sporbarhet og dokumentasjon av fotavtrykk for produksjonsprosesser og produkter.

Økt utnytting av sidestrømmene for ny verdiskaping



CO2 FRA MEIERI TIL TOMATPRODUKSJON

Tine Meieriet Jæren i Hå kommune har en innovativ tilnærming til energibruk og et unikt miljø-samarbeid med andre bedrifter i næringsmiddelparken. Det brukes naturgass til oppvarming, og det gjør at CO2 kan sendes til Miljøgartneriet på nabotomten, der den brukes som næring for plantene. Dette betyr at meieriet ikke slipper CO2 ut i atmosfæren og dermed er CO2-nøytralt.



PROTEINER FRA KYLLINGSKROG

Hos Nortura på Hærland i Østfold blir kylling og kalkun bearbeidet til ulike produkter. Hundretusenvis av fugl går gjennom anlegget, og det blir store mengder av skrog til overs etter at kjøttet er skåret fra. Norturas datterselskap, Bioco, står bak en ny produksjonslinje for utvikling av nye produkter og råvarer av disse restproduktene. Blant annet utvinnes det proteiner som kan ha mange nye bruksområder. Målet er å kaste mindre, av hensyn til miljøet og økonomien.



EGGEHINNER BLIR TIL PLASTER

I fellesskap har Biovotec, Nortura og forskingsinstituttet Nofima utviklet en løsning basert på det som til nå har vært bortimot ubrukelig avfall: 800 tonn eggeskall årlig. Det er ikke selve skallet som brukes, men den tynne membranen som ligger mellom eggehviten og skallet. At denne hinnen har legende egenskaper, har vært kjent lenge, men ingen har hittil klart å utnytte det industrielt.

Miljø og emballasje

Mat og drikke må emballeres for å redusere risiko for kontaminasjon, øke holdbarheten og redusere matsvinnet. Emballasjematerialer i plast utgjør imidlertid en særlig utfordring. På verdensbasis⁴ ble det i 2017 produsert 350 millioner tonn plast, hvorav 64,4 millioner tonn ble produsert i EU (de 28 medlemslandene pluss Norge og Sveits). Etterspørselen etter plast i EU-landene, Norge og Sveits var i 2017 på 51,2 millioner tonn. Av dette var ca. 40 prosent plastemballasje. Ifølge PlasticsEurope ble det i 2016 samlet inn 16,7 millioner tonn plastemballasje i disse landene. Av denne plastemballasjen ble 40,8 prosent sendt til materialgjenvinning og 38,8 prosent sendt til forbrenning, 20,4 prosent endte på deponi.

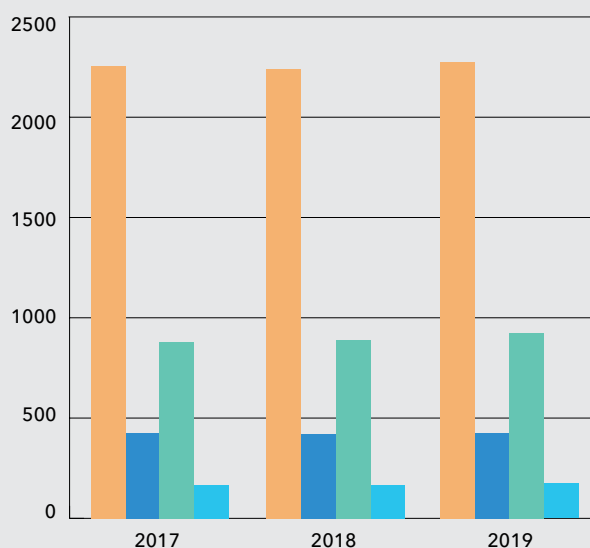
I 2019 satte Grønt Punkt Norges⁵ medlemmer 129 394 tonn plastemballasje på markedet (her er landbruksplast unntatt). Av dette ble om lag 40 prosent materialgjenvunnet og 60 prosent energigjenvunnet.

En rapport utarbeidet av Mepex⁶ i 2017 angir ut fra plukkanalyser av plastforsøplingen på norske strender at i overkant av 20 prosent kommer fra personlig forbruk, og halvparten kommer fra den maritime sektoren, målt i vekt.

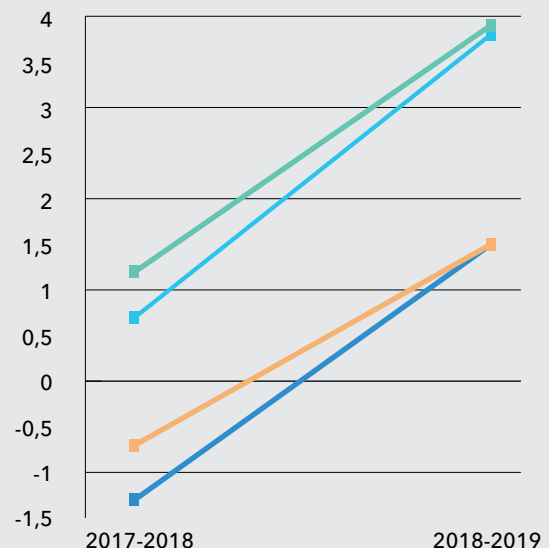
I løpet av det kommende tiåret skal Norge møte svært utfordrende krav fra EU om innsamling og resirkulering av plastemballasje. Enkelte produkter vil bli forbudt fra juli 2021, og det er etablert mål for forbruksreduksjon på en rekke andre emballasjeprodukter. 65 prosent av alt emballasjeavfall skal materialgjenvinnes innen 2025 og 70 prosent innen 2030.

I dag er kun rPET⁷, som vil si resirkulert PET-plast, godkjent som resirkulert matkontaktmateriale. rPET har høy renhetsgrad på grunn av mer lukkede sløyfer for produksjon, innsamling og resirkulering. Skjerpede krav til resirkulering vil dermed være krevende, uten at flere typer plast vil kunne gjenvinnes med høy renhetsgrad.

HUSHOLDNINGSAVFALL¹



HUSHOLDNINGSAVFALENDING I PROSENT



¹ Avfallsmengden er korrigert ned dersom næringsavfall er innblandet i husholdningsavfallet

² Levert til materialgjenvinning inkluderer avfall til kompostering og biogass

Kilde: Statistisk sentralbyrå

ANDEL EMBALLASJE TIL GJENVINNING/FORBRENNING

	Antall tonn	Materialgjenvinning	Energiutnyttning	Sum
Drikkekartong	19 765	61,2 %	32,2 %	93,4 %
Engangs drikkevareemballasje i plast	4 095	33,5 %	55,2 %	88,7 %
All plastemballasje (utenom landbruksplast)	129 394	40,5 %	59,5 %	99,9 %
Standard plastemballasje husholdning	84 733	33,5 %	66,4 %	99,9 %
Standard plastemballasje næringsliv	44 661	53,8 %	46,2 %	100,0 %
Emballasjekartong	47 362	50,3 %	49,6 %	99,9 %
EPS	7 049	76,4 %	8,8 %	85,1 %
Metallemballasje	14 796	91,1 %	0,0 %	91,1 %

Oversikten viser hvor mye emballasje medlemmene i Grønt Punkt Norge satte på markedet i 2019 og hvor mye av den enkelte fraksjon som har gått til gjenvinning eller forbrenning⁸.

Mat- og drikkenæringen bruker mye emballasje i form av glass, metall, plast og papp samt kombinasjoner av ulike materialer. Det er eksempelvis vanlig å ha et lag med plast på papp i kartong for å sikre tilstrekkelige barriereegenskaper. I sum står dagligvarenæringen for 60 prosent av fraksjonene som går gjennom Grønt Punkt Norge. Særlig har plast som emballasjemateriale fått mye oppmerksomhet den senere tiden, blant annet som følge av oppmerksomheten om plast i havet.

Plast er et fantastisk godt emballasjemateriale som bidrar til å øke holdbarhet, sikre mattrygghet, redusere matsvinn og redusere utslipp ved transport. Imidlertid må plasten holdes i et lukket kretsløp og ikke komme på avveie i naturen.

Et lukket kretsløp krever tiltak og samhandling i hele verdikjeden. Plastemballasje som settes på markedet, må fortrinnsvis være av en slik beskaffenhet at den lett kan gjenvinnes og forsøplingsfaren reduseres. Videre må kommunene samle inn mer av plasten som er i husholdningsavfallet. I dag er det store variasjoner mellom hvor mye kommunene klarer å samle inn, og hvilken kvalitet denne plasten har. For at vi skal nå EU-målet om 50 prosent gjenvinning innen 2030, må 80 prosent av husholdningsplasten som settes på markedet, samles inn. Teknologi og kapasitet må bygges opp for å øke gjenvinningsgraden og samtidig sikre tilstrekkelig kvalitet på plasten slik at

den kan inngå i nye produkter. I dag er det en stor utfordring at svært få typer resirkulert plast er godkjent for kontakt med mat, noe som skaper utfordringer for mat- og drikkenæringen i å bruke resirkulert materiale.

Siden 1994 har næringslivet tatt ansvar for å samle inn og gjenvinne emballasje i Norge, gjennom det som nå heter Grønt Punkt Norge. Systemet er vel etablert og har gode resultater. I 2017 ble det åpnet for konkurranse mellom produsentansvarsselskapene. Det er viktig at reguleringen sikrer likeverdige konkurransevilkår mellom disse, slik at miljønytteten blir optimal.

Tiltak for sirkulær bruk av emballasje:

- Ivareta kommende EU-krav om forbruksreduksjon og utvidet produsentansvar gjennom en miljøavtale mellom næringslivet og staten.
- Differensiere vederlagene, slik at det blir billigere å sette lett resirkulerbar emballasje på markedet.
- Innføre felles normer for design som understøtter økt innsamling og gjenvinning.
- Utrede mulighetene for digitale markører for å kunne sortere ut mer plast og dermed øke gjenvinningsgraden.
- Endre innretningen på grunnavgiften for drikkevareemballasje, slik at økt resirkulering gir økt belønning.

Matsvinn

FN har estimert at en tredjedel av all mat som produseres i verden, aldri blir spist. De enorme dimensjonene matsvinnet utgjør, illustreres tydelig ettersom matproduksjon legger beslag på 50 prosent av verdens beboelige landarealer, 70 prosent av ferskvannet og står for 26 prosent av globale klimagassutslipp.⁹ Et av FNs bærekraftsmål er at matsvinnet globalt skal halveres innen 2030. Matsvinn omfatter alle nyttbare deler av mat, produsert for mennesker, som enten kastes eller tas ut av matkjeden til andre formål enn menneskeføde, fra tidspunktet når dyr slaktes og planter høstes. Matsvinn omfatter med andre ord kun spiselige deler av mat som kastes, noe som betyr at uspiselige deler som ben, kjerner, skall o.l. ikke er å anse som matsvinn. Matsvinn inkluderer også mat som utnyttes som dyrefôr istedenfor til opprinnelig tiltenkt formål.



BRANSJEAVTALE OM REDUKSJON AV MATSVINN

Bransjeavtalen om reduksjon av matsvinn er en avtale om forpliktende samarbeid mellom myndighetene og verdikjeden for mat – primærsektor, sjømatindustri, matindustri, dagligvarehandelen og serveringsbransjen. Bransjeavtalen ble signert juni 2017 og løper frem til 2030.

Etter fire signeringsrunder har over 100 aktører sluttet seg til avtalen, gjennom å signere en tilslutningserklæring og forplikte seg til å måle og rapportere på matsvinn-data og tiltak.

Avtalen har konkret mål om å halvere matsvinnet innen 2030 i hele verdikjeden for mat, inklusiv husholdningsleddet.

I 2019 ble det i Norge kastet mer enn 417 000 tonn spiselig mat. Dette tilsvarer ca. 78 kg per innbygger. Husholdningene kastet over halvparten av dette, etterfulgt av matindustrien med om lag en femtedel og dagligvarehandelen med om lag en sjettedel, serveringsbransjen syv prosent. Jordbruk, sjømatindustri og offentlig sektor inngår ikke i disse tallene.

Årsakene til matsvinn er mange. I matindustrien er svinnet knyttet til råvare- og ferdigvarekvaliteter som ikke er optimale til formålet, omlegging eller stopp i produksjonsprosessen og retur fra kunder. Hos grossister og i dagligvarehandelen kastes mat som er gått ut på dato eller har for dårlig kvalitet før den er solgt videre til forbrukeren. Mat glemt i kjøleskapet og gått ut på dato er hovedårsakene til at forbruker kaster mat.

Fra 2015 til 2019 ble matsvinnet i norsk dagligvarehandel, grossist og matindustri (ekskl. fiskeindustri) redusert med 16 400 tonn,¹⁰ hvilket tilsvarer en reduksjon på 4,2 kg per innbygger eller 12 prosent. Dette kommer i tillegg til reduksjonen på 14 prosent som næringen oppnådde mellom 2010 og 2015. Innen 2030 er målet å halvere matsvinnet i Norge, i tråd med både ”Bransjeavtalen for reduksjon av matsvinn” og FNs bærekraftsmål.

Svinnreduksjonen i dagligvarehandelen er nært relatert til systematisk nedprising av varer med kort holdbarhet, interne rutiner for vareflyt (innkjøp) og kompetanseheving (kunnskap om matsvinn, verktøykasse og råvarer). Men det er viktig å få omsatt maten til full pris. I matindustrien er derfor reduksjonen et resultat av bedre prognoser, samarbeid mellom leddene i verdikjeden og arbeid knyttet til produksjonsplanlegging og interne rutiner. Bedret datagrunnlag og innkjøpsplanlegging er vesentlig for å forebygge matsvinn. Bruk av alternative salgskanaler og donasjon av mat som ikke kan selges til normal pris, har også vært viktige tiltak både i matindustrien og i grossistleddet.

En av hovedårsakene til at matsvinn oppstår i matindustrien, er ofte krav om råvare- og ferdigvarekvalitet fra kunder og forbrukere. For å oppnå bedre vareflyt, utnytte større andel av råvarene og få mer nøyaktige prognoser, er det behov for å ta i bruk ny teknologi som gir en mer forutsigbar og presis produksjon. Økt samarbeid og deling av informasjon

mellom råvareprodusenter, matindustri og grossister og dagligvare er viktig.

Et avgjørende bidrag til å redusere matsvinnet i husholdningene er å unngå at maten blir kastet mens den ennå er spiselig. Her kreves det god informasjon om hva datomerkingen betyr, og hvilken mat som også kan vurderes spist etter best-før-datoen. Det finnes på markedet indikatorer for tid og temperatur som vil kunne angi den resterende holdbarheten på en mer eksakt måte enn en forhåndsdefinert dato, og flere teknologier er under utvikling. Regelverket for matinformasjon er felles i EU/EØS og tillater ikke per i dag at denne type indikatorer kan brukes som erstatning for datomerking. En regelverksendring for økt fleksibilitet i angivelse av resterende holdbarhetstid vil trolig kunne være et av flere bidrag for å redusere matsvinnet i husholdningen.

Selv om det ikke foreligger noen plukkanalyser av husholdningsavfallet siden 2017, indikerer ikke spørreundersøkelsene knyttet til matsvinnarbeidet

noen positiv utvikling med tanke på matkastehyppighet og endrede holdninger blant forbrukerne. Dette viser at matbransjen, sammen med myndighetene, må arbeide for å få ned matsvinnet hos forbrukerne, i tillegg til å redusere eget matsvinn. Dette er et ansvar som ikke bare kan overlates til forbrukerne selv, men som krever innsats i skolene, i matindustrien, hos grossistene og ikke minst hos dagligvarehandelen og i serveringsbransjen.

Tiltak for å forebygge og redusere matsvinn:

- Innføre supplerende holdbarhetsmerking, herunder bruk av ny teknologi.
- Styrke arbeidet med optimalisering av emballasje for økt holdbarhet etter åpning.
- Bedre informasjon om lagring og bruksområder for produktet.
- Øke vektlegging i mat- og helsefagene av matkvalitet og riktig oppbevaring av mat.
- Økt samarbeid og deling av data mellom verdikjede leddene.

UTVALGTE MÅLSETTINGER:

- Reversering av veksten av fedme og overvekt innen 2030.
- Tilrettelegging av bærekraftsmerking av mat for informerte forbrukervalg.
- Halvering av matsvinn i bedrifter og blant forbrukere innen 2030.
- Reduksjon i salget av antibiotika til bruk på matproduserende husdyr og i akvakultur med 50 prosent innen 2030.
- Økt oppmerksomhet på dyrevelferd, også under transport og slakting, samt vurdering av en mulig merkeordning for dyrevelferd.
- Investering av 10 milliarder euro i forskning og utvikling av matsystemet gjennom Horisont Europa.
- Etablering av bærekraft som et kjennetegn for europeisk mat for å skape et konkurransefortrinn og åpne nye forretningsmuligheter.

Kosthold og folkehelse



Et usunt kosthold er blant de største risikofaktorene for sykdom og tidlig død, både i Norge og i resten av verden. Det er særlig høy oppmerksomhet på overvekt hos barn og unge, ettersom fedmeutvikling i ung alder er vanskelig å reversere i voksenlivet. Det er anslått at dersom kostholdsrådene følges, vil den enkelte mann eller kvinne i Norge kunne få to gode leveår ekstra.¹¹ Beregninger viser også at den samfunnsøkonomiske gevinsten av å følge kostrådene kan utgjøre opptil 154 milliarder norske kroner årlig.¹²

I en rapport fra Folkehelseinstituttet fra 2017¹³ beskrives utviklingen av overvekt og fedme i Norge. Overvekt betyr kroppsmasseindeks (KMI) mellom 25 og 30 kg/m². Fedme betyr KMI på 30 kg/m² eller mer. Det er først og fremst fedme som er forbundet med økt helserisiko. Om lag ett av seks barn og én av fire ungdommer har overvekt eller fedme. Utviklingen blant barn har flatet ut, men andelen ungdommer med overvekt eller fedme viser tegn til økning. Blant voksne har 1 av 4 menn og 1 av 5 kvinner fedme, og her har andelen økt de siste 40–50 årene. I tillegg kommer andelen med overvekt. Høy kroppsmasseindeks medvirker til ca. 2400 årlige dødsfall i Norge og trolig til mange tilfeller av hjerte- og karsykdommer, diabetes og andre kroniske sykdommer.

Samarbeid om et sunnere kosthold

Folkehelsearbeidet krever systematisk tilnærming og samarbeid på tvers av samfunnssektorer for å kunne løses. Derfor tok NHO Mat og Drikke i 2016 initiativ til et forpliktende samarbeid mellom helsemyndighetene, mat- og drikkeprodusenter og dagligvarehandelen for å fremme et sunnere kosthold. Dette samarbeidet munnet ut i Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold.¹⁴ Fra 2018 har også serveringsbransjen knyttet seg til avtalen.

Det er i avtalen etablert konkrete mål innen seks ulike innsatsområder: redusert inntak av salt, tilsatt sukker og mettet fett samt økt inntak av frukt, bær og grønnsaker, grove kornprodukter og sjømat. Det skal også arbeides for å påvirke forbrukeren til å endre adferd i retning av sunnere valg gjennom økt kunnskap og bevissthet om helse og kosthold.

Resultatene halvveis i avtaleperioden viser at utviklingen for reduksjon av salt og sukker er positiv. Nær 40 prosent av matvarekategoriene hvor det arbeides med saltreduksjon, var innenfor de satte målene. Sukkerinntaket er allerede redusert til målene for 2020. Andelen sukkerfri brus, som nå er over 60 prosent, har vært en sentral bidragsyter til måloppnåelsen. Inntaket av mettet fett er nær uendret i avtaleperioden. Innsatsområdet for matvarene vi bør spise mer av, har både positive og negative utviklingstrekk. Inntaket av frukt og bær har gått noe ned, mens inntaket av grønnsaker har gått noe opp. Forbruket av grove kornprodukter synes å øke. Tallene fra norske møller for forbruket av sammalt hvete, kostens innhold av kostfiber og en stigende grovhetsprosent for brød viser dette. Forbruket av fisk går i feil retning, og det er særlig bekymringsfullt at barn og unge spiser lite fisk. Det må imidlertid påpekes at tall for grensehandel ikke er, og aldri har vært, inkludert i datagrunnlaget for vurdering av måloppnåelsen for de ulike innsatsområdene. Dette har medført usikkerhet om tallene, spesielt for inntaket av tilsatt sukker og mettet fett.

Norsk mat- og drikkeindustri skal bidra til at flere spiser i tråd med kostrådene, slik at de nasjonale målene for folkehelsepolitikken kan nås. Myndighetenes mål er at Norge skal være blant de tre landene i verden som har høyest levealder. Befolkningen skal oppleve flere leveår med god helse og trivsel og reduserte sosiale helseforskjeller, og vi skal skape et samfunn som fremmer helse i hele befolkningen.

Kosthold og helse vil også i årene fremover være et vesentlig strategisk satsningsområde for mat- og drikkenæringen, og det legges opp til at Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold skal være et nav i arbeidet på dette feltet i Norge. Det er lagt opp til å inngå en ny intensjonsavtale innen 2022 med varighet frem til 2025. Aktørene i mat- og drikkenæringen er positive til dette.¹⁵

I utarbeidelsen av en ny avtale vil det være viktig å drøfte hvilke mål som er realistiske å oppnå, og som gir produkter med en smaksprofil som forbrukeren vil akseptere. Det er også en betydelig barriere at dagens regelverk legger kraftige begrensninger for hvilke endringer i sammensetning man kan informere om på pakningen og i annet markedsførings-

materiell. Her er det i samarbeid med myndighetene behov for en felles innsats for endring av det europeiske regelverket for ernæringspåstander på mat- og drikkeprodukter.

Basert på erfaringene fra eksisterende avtale vil det kunne være relevant at samarbeidet i større grad også griper tak i utfordringer som løses i flere deler av verdikjeden for mat i samarbeid, slik som tiltak i primærproduksjonsleddet og økt kvalitet på undervisningen om kosthold og helse i skolen. Å gjøre barn og unge i stand til å ta sunne valg, etterleve kostrådene i praksis og ha gode og grunnleggende ferdigheter innen matlaging, betyr mye for fremtidig helse. Mat- og helsefaget i skolen har dermed en avgjørende rolle, og det må arbeides for å styrke dette. Skolene må få flere ressurser til gjennomføringen av faget, inkludert økt bruk av lærere med relevant utdanning.

Samarbeid mellom næringsliv og myndigheter utløser engasjement i næringslivet og gir mulighet for god koordinering med myndighetenes folkehelsearbeid. Dette er etter NHO Mat og Drikkes mening et langt mer effektivt virkemiddel enn helsemotiverte avgifter.

Sist, men ikke minst, vil suksessen til samarbeidet i intensjonsavtalen være avhengig av mulighetene til å måle endringer i befolkningens kosthold underveis, og til å kunne vurdere måloppnåelsen til slutt. Etter gjeldende avtale er gjennomføring av jevnlig kost- og forbruksundersøkelser helsemyndighetenes ansvar. Dette datagrunnlaget må i fremtiden fremskaffes hyppigere, og med bedre kvalitet enn i nåværende avtaleperiode.

Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold

Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold er en avtale om forpliktende samarbeid mellom helsemyndighetene og matbransjen, næringsorganisasjoner, mat- og drikkeprodusenter, dagligvarehandelen og serveringsbransjen. Intensjonsavtalen ble signert i desember 2016, og løper frem til og med desember 2021.

I juli 2020 har nærmere 100 aktører sluttet seg til samarbeidet, enten gjennom å signere selve intensjonsavtalen eller ved å signere en tilslutningsavtale.

Avtalen har konkrete mål om et redusert inntak av salt, tilsatt sukker og mettet fett, og mål om et økt inntak av frukt og bær, grønnsaker, grove kornprodukter, fisk og sjømat.

Ansvarlig markedsføring av mat og drikke

Økende overvekt og fedme blant barn og unge må tas alvorlig. Det er viktig med gode forbilder og et sunt matmiljø der ungdom ferdes, både i det offentlige rom og ulike medier. Her spiller Matbransjens faglige utvalg (MFU)¹⁶ en fremtredende rolle. Det er utarbeidet retningslinjer som bevisstgjør bedrifter og markedsførere om utfordringene med markedsføring av mat og drikke overfor barn og unge både i butikk, servering, på kino og i sosiale medier. Disse aldersgruppene skal skjermes mot uheldig markedsføring. Matbransjens Faglige utvalg avgjør om innklagede markedsføringsaktiviteter utgjør et brudd med retningslinjene. Denne selvreguleringsordningen mot markedsføring rettet mot barn ble etablert i 2014 ved avtale med Stoltenbergs andre regjering etter initiativ fra mat- og drikkenæringen. Formålet er å bidra til en god og ansvarlig markedsføringspraksis.

Siden etableringen i 2014 er det gjort en rekke vedtak. Andelen av vedtak som har felt produkter eller kampanjer, har imidlertid sunket betydelig ettersom retningslinjene er blitt velkjent i næringen. Samtidig har antall forhåndsvurderinger økt, noe mat- og drikkenæringen mener er en positiv utvikling. Ordningen møtes imidlertid med kritikk, blant annet fra forbruker- og helseorganisasjoner, som mener at den ikke er tilstrekkelig for å hindre markedsføring av usunn mat rettet mot barn. Det tas stadig til orde for lovregulering fremfor fortsatt selvregulering.

NHO Mat og Drikke mener at det fortsatt må være en prioritert oppgave å verne om barns helse og ernæringskvalitet. Gjennom å videreføre MFU-ordningen begrenses markedsføring av usunne matvarer mot barn. Det stigende antallet forhåndsavklaringer MFU gir bedriftene, viser med tydelighet at ordningen er blitt stadig bedre kjent, og at virksomhetene bestreber seg på å unngå å havne i dårlig lys ved å få en fellelse for brudd på retningslinjene. Det er likevel fortsatt behov for å markedsføre ordningen, ikke minst også for å vise forbrukere og myndigheter at den fungerer etter hensikten.

**DET ER EN PRIORITERT OPPGAVE
Å VERNE OM BARNES HELSE OG
ERNÆRINGSKVALITET**

MFU

**MATBRANSJENS FAGLIGE
UTVALG AVGJØR OM INNKLAGEDE
MARKEDSFØRINGSAKTIVITETER
UTGJØR ET BRUDD MED
RETNINGSLINJENE**

2014

**SELVREGULERINGSORDNINGEN
MOT MARKEDSFØRING RETTET MOT
BARN BLE ETABLERT**

Nye EU-krav

Utfordringer med stigende andel livsstilssykdommer som følge av et usunt kosthold deles også i resten av Europa. I EU arbeides det målbevisst for bedre folkehelse gjennom tilrettelegging for et sunnere kosthold. EUs arbeid på området vil ha stor påvirkning på fremtidens produktutvikling og mattilbud også i Norge.

I tillegg til å legge vekt på sammensetningen av selve kostholdet, er EU-kommisjonen opptatt av å se sammenhengene mellom kosthold og bærekraft-aspekter, formulert som mål om «en sunn befolkning, sunne samfunn og en sunn planet». I mai 2020 ble Farm to Fork-strategien lagt frem. Denne strategien omtales som kjernen i *The European Green Deal*¹⁸, som skal gjøre Europa til det første klimanøytrale kontinentet i 2050. De 27 konkrete tiltakene som er listet opp i Farm to Fork-strategien, skal alle bidra til økt bærekraft, i form av både redusert klimapåvirkning, økt sunnhet og økt forsyningssikkerhet.

De neste fire årene skal det blant annet arbeides med å lansere felles initiativer for å stimulere til utvikling av sunnere mat og drikke, og for å begrense markedsføring av usunne produkter. Det skal også utvikles ernæringsprofiler og settes maksimum grenseverdier for utvalgte næringsstoffer, slik som tilsatt sukker, salt og mettet fett. Dette er tiltak som allerede ligger til grunn for samarbeidet med norske myndigheter gjennom Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold. Det er en kjensgjerning at Norge allerede ligger i front i dette arbeidet, sammenlignet med andre europeiske land.

Et av de sentrale tiltakene EU-kommisjonen har foretatt, er felles obligatorisk ernæringsmerking, såkalt *front-of-pack-labelling*. Dette skal være et merke som skal settes på forsiden av emballasjen. Slik kan forbrukeren raskt danne seg et inntrykk av hvor sunn matvaren eller drikken er sammenlignet med andre alternativer. I Norge, Sverige og Danmark har vi i ti år brukt Nøkkelhullet som vår *front-of-pack*-merking. Merket er svært godt kjent i befolkningen og nyter høy tillit.¹⁹

Dersom man kommer til enighet om en slik obligatorisk merkeordning i EU, vil dette etter all sannsynlighet bety at det veletablerte Nøkkelhullsmerket ikke lenger vil kunne benyttes i Norge, Sverige

og Danmark, slik som i dag. Dette vil være svært krevende for norsk mat- og drikkeindustri. Dersom det blir innført en annen og ny merkeordning for ernæringskvalitet er det viktig at denne er tilpasset norske forbrukere, våre norske kostråd og norsk matkultur.

Flere og flere land har inkludert bærekraft i sine nasjonale kostråd, og debatten om hva som er et sunt og bærekraftig kosthold, står høyt på agendaen også i Norge. Kostrådene utfordres også av andre aktører enn nasjonale helsemyndigheter, blant annet EAT-Lancet-rapporten²⁰, som legger til grunn et langt lavere forbruk av kjøtt enn dagens kostråd. Norske helsemyndigheter har signalisert at de vil avvente resultatene fra arbeidet med de nordiske næringsstoffanbefalingene (NNR2022), der bærekraft-aspekter skal inkluderes.

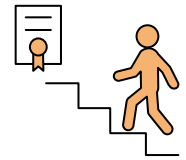
Tiltak for bedre folkehelse:

- Videreføre og styrke det avtalebaserte samarbeidet mellom myndigheter og næringsliv gjennom Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold.
- Videreføre MFU-ordningen for å begrense markedsføring av usunne matvarer mot barn.
- Styrke mat- og helsefaget i skolen.
- Basere kostholdsråd som omfatter både ernæring og bærekraft, på et dokumentert faglig grunnlag.
- Tilpasse fremtidige merkeordninger for ernæringskvalitet for norske forbrukere og norsk kosthold.

Farm to Fork

Farm to Fork-strategien er en sentral del av EUs grønne vekststrategi – The European Green Deal. Denne vekststrategien har som overordnet målsetting å gjøre EU klimanøytralt innen 2050.

Strategien skal ivareta matsikkerhet og bedre tilgangen til et sunt kosthold fra en sunnere planet ved å redusere miljø- og klimaavtrykket, beskytte innbyggernes helse og sikre verdiskaping hos næringsaktørene.



Utdanning og rekruttering

Ifølge NHOs kompetansebarometer oppgir 6 av 10 medlemsbedrifter i NHO Mat og Drikke at de har et udekket kompetansebehov, som spenner fra faglært arbeidskraft til ansatte med doktorgrad. I antall er det fagarbeidere det er aller størst behov for. Både tekniske og håndverksmessige ferdigheter på fagarbeidernivå etterspørres og er mangelvare i de fleste bransjene. Søkningen til de yrkesfaglige utdanningene er generelt svak, og særlig til de utdanningsprogrammene som utdanner fagarbeidere til matindustrien, innen både håndverks- og industrifag. Mat- og drikkenæringen en bransje i omstilling og vekst. Det investeres i ny teknologi, noe som stiller krav til ny kompetanse i bedriftene. Tilgang til kompetent arbeidskraft er en av bransjenes hovedutfordringer.

24 prosent av bedriftene i næringen melder at de står foran et «generasjonsskifte», altså at vesentlige deler av de ansatte kan gå av med pensjon i nær fremtid. Det er eksempler på større bedrifter der 40 prosent av medarbeiderne i løpet av de neste tre årene vil pensjonere seg.

En aldrende arbeidsstyrke har vi felles med både nasjonal og europeisk industri. FoodDrinkEurope (FDE) har derfor utviklet en «verktøykasse» for rekruttering til europeisk mat- og drikkeindustri.²¹

Fremtidige kompetansebehov

Sentrale drivere for fremtidens kompetansebehov er den teknologiske utviklingen, i tillegg til klimændringene og den demografiske utviklingen. Kompetansebehovsutvalget (KBU) mener at vi er inne i den fjerde industrielle revolusjon, som kjennetegnes av nye forretningsmodeller, nye former for arbeidsdeling og en betydelig digitalisering og automatisering. Denne beskrivelsen er også relativt dekkende for mat- og drikkeindustrien.

KBU har utformet tre hovedscenarier for fremtidens kompetansebehov i Norge:²² Digitale Norge, Nyt Norge og Teknologilandet. Scenariene har et viktig fellestrekk. De understreker at økt bruk av teknologi gir økt etterspørsel etter høyt utdannet arbeidskraft. Samtidig ventes andelen sysselsatte med videregående opplæring som høyeste fullførte utdanning å falle. Dette betyr at matindustrien må ha en strategisk tilnærming også til hvilken kompetanse man enten må rekruttere utenfra, eller må utvikle

hos medarbeiderne i bedriftene. Bare 30 prosent av medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke svarte i 2020 at de kjente seg igjen i påstanden om at de hadde en strategisk tilnærming til bedriftens fremtidige kompetansebehov, eller en egen kompetansestrategi.

Mangelen på kompetent arbeidskraft har medført at mange bedrifter har gjort seg avhengige av arbeidsinnvandring. Økt levestandard i land det tradisjonelt har vært rekruttert fra, gir imidlertid usikkerhet om fremtidig tilgang til kompetanse. Med forventet avtagende arbeidsinnvandring fra Øst Europa²³ kan mangelen på arbeidskraft med videregående fag- og yrkesopplæring bli større enn tidligere antatt. Dette gjør at deler av mat- og drikkeindustrien må rekruttere fra andre land enn man gjorde tidligere.

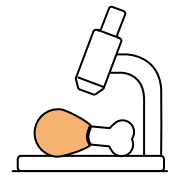
Koronakrisen har vist at tilgang til utenlandsk arbeidskraft ikke er en selvfølge. Det ble relativt raskt etablert regelverk og systemer som åpnet for EU/EØS-borgere, mens tilgangen til arbeidskraft fra tredjeland har vært utfordrende.

Mat- og drikkevareindustrien har et betydelig rekrutteringsbehov. Dette skyldes både naturlig avgang av eldre arbeidskraft som besitter fagkunnskap og håndverksmessig erfaring, og at man vil måtte utvikle og tiltrekke seg mer teknologisk kompetanse. Det er behov for både prosess- og ingeniørfaglig kompetanse, og det er særlig på fagarbeider- og fagskolenivå behovet er størst i volum. I tillegg til at man må tiltrekke nye arbeidssøkere og arbeide med innholdet i utdanningene, må det satses på å videreutvikle kompetansen til de som arbeider i industrien i dag.

Tiltak for å møte fremtidige kompetansebehov:

- Samarbeide med myndigheter og utdanningstilbydere for å sikre at innretning og omfang av utdanningstilbudene er i tråd med mat- og drikkevareindustriens behov.
- Tiltrettelegge for opplæring av voksne arbeidstakere i bedriftene, frem til fagarbeidernivå, fagskole eller omskolering til nye oppgaver.
- Satse på tre-parts bransjeprogrammer for kontinuerlig å dekke kompetansebehovene i bransjen gjennom utvikling av kurs- og kompetansetilbud skreddersydd etter bedriftenes behov.
- Bidra og oppfordre til et aktivt synliggjørings- og rekrutteringsarbeid rettet mot ungdom i samarbeid med skoler, opplæringskontorer og myndigheter.

Innovasjon, forskning og utvikling



Mat- og drikkenæringen har styrket sin posisjon gjennom restruktureringer og store investeringer i ny teknologi. Markedsuro og lavere vekstutsikter i norsk økonomi som følge av koronakrisen gjør at tilpasning og utvikling blir enda viktigere. For å øke sin andel av den fremtidige verdiskapingen må næringen øke sin forsknings- og utviklingsinnsats fra dagens nivå.

Den egenutførte og innkjøpte forskningen og utviklingen i mat- og drikkenæringen ligger godt an sammenlignet med andre næringer (Se graf nedenfor). Imidlertid henter den mindre ut av offentlige tilgjengelige forskningsmidler enn dens størrelse skulle tilsi. Det viser at næringen ikke utnytter mulighetene som foreligger, og at det er et potensial for økning av forsknings- og utviklingsinnsatsen, særlig i de mellomstore bedriftene.

FoU i mat- og drikkeindustrien

1,54 milliarder kroner ble brukt til forskning og utvikling i 2018, herav 260 millioner til innkjøp av FoU. (Se graf på neste side.)

1952 personer jobbet med FoU i mat- og drikkeindustrien (812 årsverk).

Mat- og drikkeindustriens kostnader til FoU utgjør 12 prosent av industriens totale kostnader til FoU.

Strategiske satsinger

Det er viktig med bredere strategiske satsninger som kan løfte frem sektorer og bransjer med et potensial for vekst. I jordbruksoppgjøret for 2019 ble det enighet om en særskilt satsning på innovasjon og vekst i grøntsektoren, med mål om å øke norskandelen og møte etterspørselen med mest mulig norskproduserte varer. Som en del av satsningen ble det nedsatt et utvalg ledet av Anita Krohn Traaseth, som avleverte sin rapport, *Innovasjon, vekst og økt norskandel i grøntsektoren*, i mars 2020.²⁴

I rapporten er ambisjonen for vekst i totalmarkedet frem mot 2035 hentet fra myndighetenes mål om at norske innbyggere i snitt skal spise fem porsjoner grønnsaker, frukt og bær per person per dag. Overført på hele sektoren gir dette en samlet vekstambisjon på 75 prosent, hvor norskandelen i markedet skal være 50 prosents økning. Veksten må skapes gjennom etterspørselsdrevet innovasjon og mangfold i tilbudet, basert på innsikt i hva norske forbrukere ønsker nå og i fremtiden. Det er behov for å øke etterspørselen blant forbrukere og i de ulike markedskanalene, blant annet gjennom å utnytte innkjøpskraften i offentlig sektor og målrettet arbeid for å øke kvalitet, styrke produktutvikling og utvide sesonger.

Utvalget konkluderte med at hverken en vekst i totalmarkedet eller i norskandel vil komme av seg selv. Vekst avhenger av en samordnet innsats på forskning og innovasjon samt tilgang til kompetanse og markedstiltak.

Tiltak for å øke konkurransekraft, etterspørsel og norskandel i grøntsektoren:

- Utrede muligheten for å stille krav til opprinnelses merking i det private serverings-markedet.
- Videreutvikle samarbeid og innsats mellom Helse- og omsorgsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet og Landbruks- og matdepartementet om arbeid knyttet til helse, kosthold og norsk matproduksjon, inkludert grønt produksjon gjennom regjeringens strategi for Mat nasjonen Norge.
- Utrede muligheten for å inkludere pryddplanter i merkeordningen Nyt Norge.
- Etablere pilotprogrammer for produkter som har potensial i aktuelle eksport markeder.

En annen strategisk satsing er Matkorninitiativet, som er en FoU-plan for å øke produksjonen og omsetningen av norsk korn og proteinvekster til mat.

Det er etterspørsel etter mer norske råvarer av korn og proteinvekster som vi kan produsere i Norge. Importen er økende innenfor de ulike produktkategoriene. Teknologi- og kunnskapsutviklingen har de siste ti årene skutt fart. Dette åpner for å styrke utviklingen av norske råvarer og produkter med norske råvarer. Ved hjelp av planteforedling, presisjonslandbruk, agronomi og prosesssteknologi kan produksjonen økes i tråd med etterspørselen. Felleskjøpet Agri, NMBU, Norges Bondelag, Baker- og konditorbransjens landsforening, NIBIO, NOFIMA og NHO Mat og Drikke har på denne bakgrunnen utarbeidet programmessig forsknings- og innovasjonsdrevet satsing for å øke produksjonen og omsetningen av norsk korn og proteinvekster til mat.

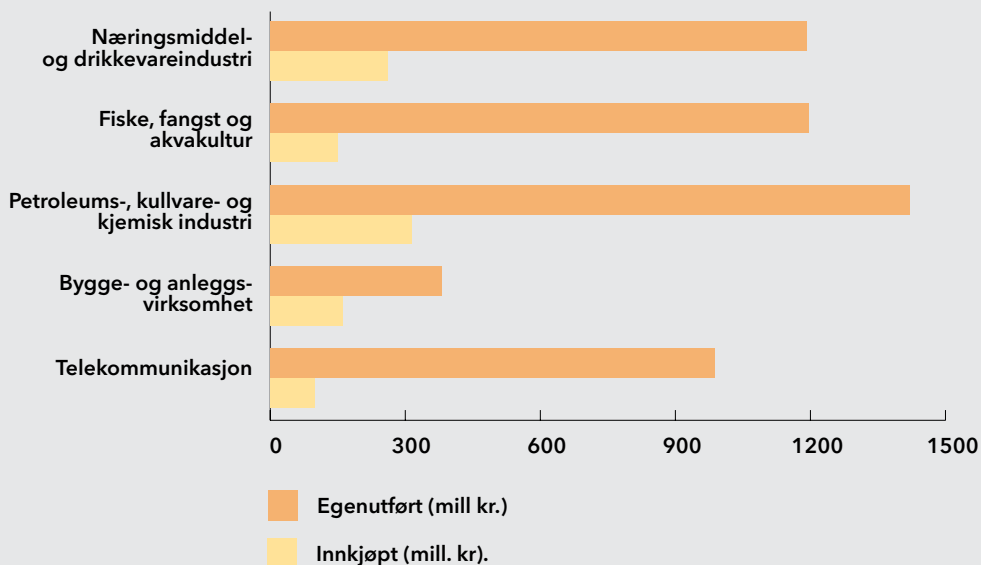
Sentralt i planen er at endringer i klima, ikke bare endrer dyrkingsforhold, men også behovet for dokumentasjon og merking av de ulike produktenes klimaeffekter og bærekraft. Planen beskriver mulig-

hetsområder, strategi og tiltak for et sterkere samspill i verdikjeden bak en satsing på matkorn og proteinvekster til mat. Planen skal legge til rette for å styrke samspillet i hele verdikjeden slik at det resulterer i økt innsats og raskere kommersiell utnyttelse. Videre skal planen bidra til å utvikle målrettede virkemidler og rammebetingelser som kan styrke FoU-arbeidet i matkornsektoren, men også generelle virkemidler som kan gi økt produksjon og forbruk av norsk matkorn og norske proteinvekster til mat.

Planen har som mål å:

1. Styrke det strategiske samarbeidet gjennom å etablere en programsatsing for et langsiktig og målrettet FoU-arbeid i matkornsektoren.
2. Styrke samspillet i hele verdikjeden slik at det resulterer i økt innsats og raskere kommersiell utnyttelse.
3. Bidra til å utvikle målrettede virkemidler og rammebetingelser som kan styrke FoU-arbeidet i matkornsektoren, men også generelle virkemidler som kan gi økt produksjon og forbruk av korn og norske proteinvekster til mat.

KOSTNADER TIL EGENUTFØRT OG INNKJØPT FOU I UTVALGTE BRANSJER



Teknologi

Utvikling av teknologi tilpasset norske volumer, driftsformer og distribusjon er en vesentlig forutsetning for å oppnå bærekraftig konkurransekraft og produktivitet i matproduksjonen. Det må derfor fortsatt satses på å utvikle skalerbare og fleksible automasjonsløsninger og «intelligente» verktøy for en stadig mer effektiv produksjon.

Forskning og utvikling innenfor styring ved hjelp av avansert statistikk, stordatahåndtering, datakraft, lagrings- og regnekapasitet (industri 4.0 og 5.0) vil stå sentralt. Det er også behov for teknologier som kan håndtere kompleksitet og utvikle systemer for masseprodusert skreddersøm (eksempelvis sensorer, maskinlæring og kunstig intelligens, robotikk, ny gripeteknologi og nye logistikkssystemer). Det er dessuten essensielt å satse på teknologi som utnytter råvarens egenskaper og foredler disse til verdifulle og bærekraftige produkter.

Norsk mat- og drikkenæring består av noen få store bedrifter og svært mange små og mellomstore. Den viktigste hindringen for igangsetting av forskning oppgis fra bedriftenes side til å være mangel på nødvendig intern kompetanse om forskning, aktuelle forskningsmiljøer og forskningsfinansiering. Også foretak som oppgir at de har søkt og mottatt eksterne midler til forskning og utvikling, gir uttrykk for at de mangler intern kompetanse. Bedriftene oppgir blant annet kompliserte søknadsprosesser som krevende. En annen fremtredende årsak, er for stor økonomisk risiko.

Bedriftene har ofte kortere tidshorisont enn det som gjelder i en del forskningsprogrammer. Forskningsrådet har gjort svært gode tiltak på dette området i 2020. Innovasjonsprosjekt i Næringslivet (IPN) har fått en «løpende» søknadsfrist med fem behandlingstidspunkter i året fra 2021. Slik kuttes tidsforløp fra søknad til svar betydelig, noe som er vesentlig for å kunne få nødvendig avkastning på forsknings- og utviklingsinvesteringene.

Bedriftenes mål med egen forskning, innovasjon og utvikling er alltid å kunne presentere bedre produkter som gir større avkastning. Kommersialisering av egne forskningsresultater er derfor avgjørende. Her møter imidlertid bedriftene ofte på vanskeligheter på grunn av uklar eller manglende stafettveksling i virkemiddelapparatet, ofte mellom Forskningsrådet og Innovasjon Norge eller Enova. Forskningsrådet har etter innspill fra mat- og drikkenæringen utviklet et «IPN +»-program, som vil bidra til ytterligere kommersialisering av forskningen utover de ordinære innovasjonsprosjektene i næringslivet.

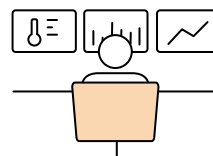
Tiltak for å utnytte mer av tilgjengelig forsknings- og utviklingsmidler:

For store bedrifter:

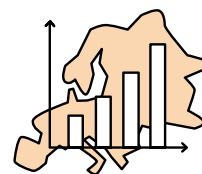
- Løpende søknadsmuligheter og raske avgjørelser på kortsiktige programmer der bedriften trenger hurtig implementering.
- Videreføre og styrke tilbud for ivaretagelse av utviklingsbehov i skjæringspunktet forskning, utvikling og kommersialisering.
- Stor relevans for næringsutvikling må veie tyngre enn formell forskningshøyde, uten at prosjektkvalitet reduseres.

For små bedrifter:

- Løpende søknadsmuligheter og tildelinger av midler.
- Etablering av en enhet som kan hjelpe bedrifter som ikke selv har den nødvendige kompetansen til å gå i gang med et forsknings- eller innovasjonsprosjekt, herunder eksempelvis behovsdefinering, valg av tiltak og skriving av søknader.



Markeder og konkurranse-situasjon



Som i alle andre næringer må bedriftene i mat- og drikkenæringen kontinuerlig styrke sin konkurransekraft og produktivitet for å holde tritt med utviklingen i markedet. Bedriftene konkurrerer på kvalitet, pris- og kostnadsnivå, innovasjonsevne, omstillingsevne og teknologiintensitet. Samtidig må de ha tilstrekkelig lønnsomhet til investeringer og produktutvikling.

En hovedutfordring er at Norge er et høykostland. Det gir et høyt prisnivå på norske råvarer og innsatsfaktorer, noe som igjen fører til importkonkurranse og prispress. Næringens høye kostnadsnivå kan delvis begrunnes med høye avgifter, men skyldes i hovedsak at Norge har et generelt høyt lønns- og kostnadsnivå sammenlignet med våre handelspartnere.

Mat- og drikkenæringen har siden 2008 økt sin andel av sysselsetting, omsetning og verdiskaping sammenlignet med norsk industri samlet sett. Veksten i omsetning og verdiskaping per bedrift og per syssel-satt er imidlertid lavere i mat- og drikkenæringen. Dette kan blant annet forklares med at det innenfor næringen har vært en kraftig vekst i antall bedrifter siden 2009, samtidig som sysselsettingstallet er stabilt. Dermed blir den økonomiske aktiviteten fordelt på flere enheter. Dette tilsier at næringen sitter på et foreløpig urealisert potensial for effektivisering og økt verdiskaping.

Bak disse utfordringene ligger en rekke mer spesifikke problemstillinger som må finne sin løsning, blant andre:

- Uro knyttet til det globale handelsregelverket, blant annet knyttet til Brexit og en utvikling mot flere bilaterale handelsavtaler.
- Et importvern som ivaretar næringens behov uten å svekke sensitiv nasjonal råvareproduksjon.
- Begrenset gjennomslag i utenlandske markeder.
- Tap av markedsandeler og inntekter som følge av grensehandel.
- Høy konsentrasjon i dagligvareleddet som påvirker konkurransesituasjonen i dagligvaremarkedet.
- Omfattende smitteverntiltak som følge av koronapandemien har ført til økte arbeidskraftkostnader, redusert effektivitet i produksjonen og økte priser på importerte råvarer og produkter, samt at hotell-, restaurant- og storkjøkkenmarkedet brått ble lukket.

Konkurransedyktigheten til norsk mat- og drikkenæring avhenger ikke bare av en effektiv produksjon og bearbeiding i Norge, men også av at rammevilkårene for næringen er tilpasset den internasjonale konkurransesituasjonen. Gapet mellom det generelle lønns- og kostnadsnivået i Norge og våre viktigste handelsland må ikke bli større. Det må være en smidighet i importvernet som gjør at innsatsfaktorer som ikke produseres i Norge, er lett tilgjengelige for norske produsenter og leverandører. Økt kontakt med det internasjonale markedet gjennom begrensede eksportsatsninger vil gi impulser til effektivisering, produktutvikling og innovasjon.

I det følgende går vi nærmere inn på fem utvalgte områder hvor det må legges til rette for tiltak dersom konkurransedyktigheten i mat- og drikkenæringen i hjemmemarkedet og i utlandet skal økes.

Dagligvaremarkedet

Det norske dagligvaremarkedet er preget av tre markante særtrekk: høy konsentrasjon i dagligvareleddet, de tre dagligvaregrupperingenes vertikale integrasjon inn i produksjons- og foredlingsleddet og fraværet av uavhengige grossister.

De tre dagligvaregrupperingens kontroll på grossist- og distribusjonstjenestene i dagligvaresektoren er i praksis det største konkurranse- og etableringshinderet i sektoren. Dersom både produsentene og andre kan velge grossist- og distribusjonsløsninger på like vilkår, vil dette bidra til å stimulere konkurransen og redusere etableringshindre, samtidig som det vil være lønnsomt for bedriftene og gunstig for forbrukerne.

Dagligvaregrupperingenes tiltagende bruk av egne merker (EMV) er en økende utfordring for mat- og drikkeprodusentene. Økt bruk av EMV betyr at de tre grupperingene samtidig både er kunder av og konkurrenter til mat- og drikkeprodusentene. Dagligvaregrupperingenes egne merker påvirker også konkurransen i dagligvaremarkedet, og disse benyttes strategisk i de kommersielle relasjonene mellom de tre grupperingene og mat- og drikkeprodusentene. Dette påvirker igjen investerings-

beslutninger, lønnsomhet og tilbudet til forbrukerne i hele verdikjeden for mat og drikke. I en rekke tilfeller kan det hevdes at EMV er kopier og etterligninger av leverandørenes merkevarer. Situasjonen er ikke unik for det norske dagligvaremarkedet, og tilsvarende problemstillinger knyttet til EMV finnes i nær sagt alle land i EU/EØS. For mat- og drikkenæringen er det av stor betydning at produksjon, salg og distribusjon av EMV skjer på like vilkår med leverandørenes merkevarer. For at det skal være like vilkår mellom dagligvaregrupperingenes EMV og produsentenes merkevarer, må disse omfattes av all relevant lovgivning på samme måte.

Raske teknologiske og kommersielle endringer øker behovene for å vurdere nye regulatoriske og konkurransepolitiske virkemidler. EU-kommisjonen arbeider med lignende problemstillinger for EUs medlemsland. NHO Mat og Drikke anbefaler at utviklingen i andre europeiske land følges tett. Økonomiske ytelser, som for eksempel rabatter og kampanjekostnader fra leverandørene til dagligvarekjedene, kan benyttes til å gjøre kjedenes egne merkevarer rimeligere. Grossistpåslaget på egne merkevareprodukter kan dessuten settes lavere enn for leverandørenes merkevarer. Slike grep innebærer en kryss-subsidiering. Dette vil gi kjedenes egne merkevarer en konkurransefordel som disse ikke vil ha dersom konkurransen skjer på like vilkår.

Mindre leverandører som ikke er markedsledende og innehar nummer to-, tre- eller fire-posisjoner i sine respektive kategorier, er spesielt utsatt for å bli fortrent fra markedet til fordel for kjedenes egne merkevarer. Men selv de største leverandørenes merkevarer taper overfor kjedenes egne merkevarer. Dette går utover bredden i vareutvalget som er tilgjengelig for forbruker.

Tiltak for å sikre konkurransevilkårene i dagligvaremarkedet:

- Grossist- og distribusjonstjenester må være tilgjengelig på like vilkår.
- Rammevilkår og lovverk må tilpasses den kommersielle og teknologiske utviklingen i dagligvaremarkedet.
- Lovverket må gi like vilkår i konkurransen mellom leverandørenes produkter og dagligvarekjedenes egne merkevarer.

Internasjonal handel

Internasjonal handel er en betydelig drivkraft for norsk økonomi og for mat- og drikkenæringen. WTO og det globale handelsregelverket er bra for Norge, som er en liten og åpen økonomi og dermed avhengig av et forutsigbart regelverk. Tilsvarende er EØS-avtalen og deltagelsen i EUs indre marked en stabiliserende faktor i den økonomiske turbulensen som oppsto i kjølvannet av finanskrisen og som også gjør seg gjeldende nå under koronapandemien.

EØS-avtalens betydning for forsyningssikkerheten er blitt særlig synlig under koronapandemien. Avtalen er dessuten svært betydningsfull blant annet fordi den traktatfester importvernet for landbruksprodukter. Dermed gir den forutsigbarhet for norsk råvareproduksjon og foredlingsindustri, samtidig som næringen kan importere viktige innsatsfaktorer fra EØS-området. Globale regler, som gir like handelsvilkår og rettssikkerhet for næringslivet og bedriftene, er av særskilt betydning for et lite land som Norge.

Uro knyttet til det globale handelsregelverket vil utgjøre en utfordring for Norge. Brexit og en mer proteksjonistisk holdning i USA peker i retning av flere bilaterale avtaler, som kan bli krevende for norske eksportinteresser.

Tiltak for å støtte opp om internasjonal handel:

- Aktivt støtte opp under EØS-avtalen i den norske offentligheten.
- Understøtte norske myndigheters arbeid i internasjonale handelsorganisasjoner.

Grensehandel

Grensehandelen medfører tap av markedsandeler og inntekter og er en betydelig konkurranseutfordring for mat- og drikkenæringen. Driveren for grensehandel er lavere priser på mat og drikke i Sverige enn i Norge.

Grensehandelen med Sverige viser en kraftig vekst og økte med 55 prosent i perioden 2009–2019. I nominelle tall vokste grensehandelen fra 10,3 milliarder kroner i 2009 til 16 milliarder i 2019. Så mye som 49 prosent av bedriftene i mat- og drikkeindustrien opplyste våren 2020 at de forventet å tape markedsandeler til grensehandelen.

Hovedårsaken til den kraftige veksten i grensehandelen er ulikheter i rammevilkår:

- Høyt avgiftsnivå i Norge sammenlignet med Sverige.
- Høy særavgift i Norge på alkoholfrie drikkevarer. Sverige har ikke slik avgift.
- Norge har emballasjeavgift; det har ikke Sverige.
- Betydelig høyere avgifter på alkoholholdig drikke og tobakk i Norge enn i Sverige.
- Høyere merverdiavgift på mat i Norge enn i Sverige.

NHO Mat og Drikke lanserte i september 2020 en rapport om grensehandel i Norge og et løsningsforslag etter dansk modell. Det innebærer at norske avgifter harmoniseres med de svenske på grensehandelssensitive varer som brus og mineralvann, alkoholholdig drikke og tobakk. NHO Mat og Drikke arbeider for at det særnorske avgiftsregimet skal harmoniseres med Sverige. NHOs anslag viser at dersom Norge fjerner avgiftene på sjokolade og sukkervarer og alkoholfrie drikkevarer, og halverer avgiftene på alkohol og tobakk, vil det kunne føre til 7800 nye arbeidsplasser. 3000 av disse vil komme i mat- og drikkenæringen og 4800 nye i detaljhandelen.

Tiltak for å redusere grensehandel:

- Etablere et omforent og oppdatert kunnskapsgrunnlag for omfang og konsekvenser av grensehandelen som utgjør grunnlaget for politiske beslutninger.
- Harmonisere avgiftsnivåene mellom Norge og Sverige.

Eksport

Ifølge Handlingsplan for eksport²⁵ vil regjeringen gå inn for at Norge skal fortsette å eksportere varer og tjenester fra de store, tradisjonelle næringene hvor vi har opparbeidede konkurransefortrinn. Samtidig vil regjeringen berede grunnen for at Norge kan være en leverandør av fremtidens løsninger i nye næringer. Som én av flere eksportmuligheter med potensial peker regjeringen på spesialiserte matprodukter fra både land og hav samt andre produkter fra bioøkonomien. Et viktig ledd i handlingsplanen er at næringslivet skal inviteres til et tettere samarbeid om eksportfremme, organisert gjennom den nye enheten Business Norway.

Det finnes enkelte norske mat- og drikkeprodukter med utstrakt grad av eksport i dag, eksempelvis brennevin. Det er videre stigende etterspørsel etter norske mat- og drikkeprodukter blant annet i Kina. NHOs medlemsundersøkelse viser at 36 prosent av bedriftene vil undersøke muligheten for eksport fremover. Det er mange mat- og drikkebedrifter som ser at det er et marked for eksport av høykvalitets nisjeprodukter som kan hente inn høye priser i utlandet og uten at importvernet utfordres.

Tiltak for økt eksport:

- Legge til rette for økt eksport av høyverdige, nisjeprodukter fra mat- og drikkenæringen gjennom Business Norway.
- Norske myndigheter må aktivt bidra til at norske mat- og drikkeprodukter får beskyttede betegnelser i EØS/EU.
- Norge må innføre beskyttede betegnelser i sine frihandelsavtaler med land utenfor EØS.

Importvern

Importvernet er et sentralt fundament for mat- og drikkenæringens rammevilkår, herunder tilgang til norske råvarer og bedriftenes konkurransekraft. Bedriftene konkurrerer med importerte ferdigvarer og må samtidig betale mer for norske råvarer enn hva tilsvarende råvarer koster utenlands. De er derfor avhengig av prisnedskrivningsstøtte som kompenserer for disse høyere kostnadene. Administreringen av importvernet må ivareta næringens behov på en fleksibel måte, uten at det svekker sensitiv nasjonal råvareproduksjon. Ikke engang med langsiktig produksjonsplanlegging med råvareleverandører er det alltid gitt at riktig eller tilstrekkelig volum av råvarer er tilgjengelig. Da må systemet med administrative tollnedsettelse forvaltes med fleksibilitet, slik at næringen får tilgang til innsatsfaktorer uten ekstra tollkostnader.

Matproduksjonen i Norge er karakterisert av høy bruk av nasjonale råvarer, men det benyttes også importerte råvarer, bearbeidede produkter, teknologi- og produksjonsutstyr og arbeidskraft. Importerte innsatsfaktorer spiller en nøkkelrolle i å effektivisere produksjonen og bidrar til den høye bruken av norske råvarer. Parallell tilgang til både norske råvarer og importerte innsatsfaktorer er en vesentlig faktor for en høy matproduksjon, forsyningssikkerhet og næringens konkurransekraft.

Tiltak for å understøtte et effektivt importvern:

- Fleksibel administrering av importvernet som ikke svekker sensitiv nasjonal råvareproduksjon.

Koronapandemien

Til tross for sterke smitteverntiltak, har mat- og drikkenæringen ivaretatt sitt samfunnsansvar med å sikre forsyningssikkerheten. Gjennom hele pandemien frem til 2021, har det ikke vært rapportert om større svikt i matforsyningen. Stengte grenser har gitt en solid økt omsetning i dagligvaremarkedet og på Vinmonopolet.

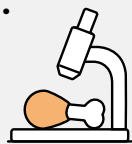
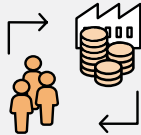
Pandemien slo imidlertid inn i norsk økonomi samtidig med et kraftig fall i oljeprisen og svekkelse av den norske kronen. Kombinasjonen av økt uttak av råvare i Norge, omfattende smitteverntiltak i produksjonsanleggene og økte kostander på importerte innsatsfaktorer har bidratt til at prisene på mat- og drikkeprodukter har økt raskere enn konsumprisindeksen. De nevnte smitteverntiltakene fører også til økte arbeidskraftskostander, mens valutasvekkelsen har presset prisene på importen i været. Dette har videre bidratt til økte produksjonskostnader, noe som igjen fører til økte utsalgspriser.

Den delen av mat- og drikkenæringen som er knyttet opp mot hoteller, restauranter, storkjøkken og uteliv, mistet brått sitt marked våren 2020. En måling gjennomført av NHO i desember 2020 viser at en tredjedel av bedriftene i næringen opplever markedsuro og redusert ordretilgang. Mange bedrifter har klart å finne alternative avsetningskanaler for sine produkter i dagligvaremarkedet, men de som har sin omsetning knyttet til servering er like hardt rammet som restaurant-, uteliv og reiselivsbransjen.

Ti ambisjoner for norsk mat- og drikkenæring

I veikartet Neste måltid har vi pekt på hva som står på menyen i de neste årene, hva som må leveres og hva som må til for at vi skal kunne servere. Gjennomgangen av utfordringer, muligheter og potensial, viser at næringen har all grunn til å tro på fremtiden og sette seg høye mål. Mat- og drikkenæringen har under koronapandemien vist at den kan levere, selv under krevende vilkår.

Mål og tiltak viser hva vi mener må til for at vi kan produsere mer mat og drikke på en bærekraftig måte. Norsk produksjon skal på denne måten blir fortrukket hjemme og finne større markeder ute.

- **1. Økt produksjon**
Avsetningen av norske råvarer øker, samtidig som tilgangen til nødvendige innsatsfaktorer fra utlandet bidrar til konkurransedyktighet.
- **2. Økte markedsandeler**
Norske produsenter og leverandører øker markedsandelen i Norge og internasjonalt.
- **3. Redusert klima- og miljøbelastning**
Økt bærekraft styrker konkurransekraften. Forbrukerne foretrekker i større grad norskprodusert mat og drikke, siden norske produsenter kan dokumentere lavere utslipp og mindre miljøbelastning.
- **4. Redusert matsvinn**
Matsvinnet hos konsument, i produksjonen og i handelen reduseres med 50 prosent innen 2030.
- **5. Teknologisk i front**
Mat- og drikkenæringen styrker sin posisjon med automatisering, robotisering og digitalisering.
- **6. Bidragsyter til bedret folkehelse**
I samarbeid med myndighetene gjør mat- og drikkenæringen det enkelt å velge sunt og ha et balansert kosthold i tråd med offentlige kostråd. Dette gir lavere sykdomsfrekvens og flere leveår med god helse og trivsel i befolkningen.
- **7. Høyt nivå av mattrygghet**
Norsk mat- og drikkenæring garanterer trygg mat av høy kvalitet gjennom alle ledd, fra produksjon og bearbeiding til distribusjon.
- **8. Attraktiv karrierevei**
Matfagene velges av flere, særlig unge, og næringen tilbyr kontinuerlig kompetansebygging.
- **9. Mer forskning, innovasjon og utvikling**
Mat- og drikkenæringen intensiverer egen forsknings- og utviklingsinnsats og tar en større andel av de offentlige forskningsmidlene.
- **10. Bedre rammevilkår gir flere arbeidsplasser og økt verdiskaping i Norge**
Mat- og drikkenæringen bidrar til økonomiske rammevilkår som sikrer likeverdige konkurranseforhold og dermed legger grunnlaget for økt verdiskaping, økte markedsandeler og flere arbeidsplasser i Norge.

Kilder

- ¹SSB 2020: 12910: Hovedtall for alle foretak og bedrifter, etter næring (SN2007), foretak/bedrift, statistikk variabel og år: 10-12 (produksjon av nærings- og nytelsesmidler, produksjon av drikkevarer, eksklusiv 10.2 Fisk og fiskevarer)
- ²[Klimaomstillingsutvalget kap. 6.6. Bioøkonomi.](#)
- ⁴Deloitte, Sirkulær plastemballasje i Norge, april 2019. ³ Miljødirektoratet og Statistisk sentralbyrå 2020/ Miljøstatus.no
- ⁵Grønt Punkt Norge er et produsentansvarsselskap som tar ansvar for innsamling og gjenvinning av emballasje
- ⁶MEPEX for Miljødirektoratet 2018: [Et dypdykk i plasthavet](#)
- ⁷Polyetylentereftalat – PET – er en type plast som brukes til å lage beholdere, flasker og syntetiske fibre til bruk i for eksempel tepper og klær
- ⁸[Grønt Punkt Norge – fakta og tall](#)
- ⁹Our World in Data – [Environmental impacts of food production](#)
- ¹⁰Norsus: [Matsvinn i Norge Rapportering av nøkkeltall 2015-2019.](#)
- ¹¹[Nasjonal handlingsplan for bedre kosthold 2017-2021](#)
- ¹²[Samfunnsgevinster av å følge Helsedirektoratets kostråd, 2016.](#)
- ¹³Folkehelse rapporten 2017: [Overvekt og fedme i Norge](#)
- ¹⁴[Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold](#)
- ¹⁵Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold – [Midtveisrapport 2019, FAFO-notat 2020:15.](#)
- ¹⁶[Matbransjens faglige utvalg](#)
- ¹⁷[Farm to Fork Strategy](#), European Commission, 2020.
- ¹⁸[A European Green Deal](#), European Commission, Priorities 2019-2024
- ¹⁹96 prosent kjennskap til Nøkkelhullet i 2019, Helsedirektoratet
- ²⁰[Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems, 2019](#)
- ²¹FoodDrinkEurope: [TOOLBOX: Bringing in new talents and managing an ageing workforce](#), 2016
- ²²[Samfunnsøkonomisk analyse AS for Kompetanseutvalget 2018: Scenarioanalyse av framtidens tilbud av og etterspørsel etter kompetanse](#) og [NOU 2019:2 Fremtidige kompetansebehov II](#)
- ²³[NOU 2019:2 Kap 8.7 24](#)
- ²⁴[Grøntsektoren mot 2035, mars 2020](#)
- ²⁵Regjeringen.no: [Regjeringens handlingsplan for eksport](#)



BESØKSADRESSE
Næringslivets Hus
Middelthuns gate 27
0368 Oslo

TELEFON
+47 23 08 86 80

E-POST
firmapost@nhomd.no

www.nhomd.no

