

Forbrukernes appetitt på lokalmat øker kraftig

HANS BÅRDSGÅRD

✉ hans.baardsgaard@nationen.no |
PUBLISERT: 04.12.13 04:29

Tweet 0



Del 0

Over tre milliarder kroner, eller 600 kroner per nordmann, vil vi bruke på lokal mat og drikke. Det er en økning på 8,4 prosent fra i fjor.

Økningen er mer enn dobbelt så stor som økningen i det samlede mat- og drikkemarkedet. Det viser tall fra Nielsen Scantrack, som har overvåket omsetningen av lokal mat og matspesialiteter for Matmerk i fire år.

- Vi har sett en jevn vekst, men fra i fjor til i år ser vi et hopp, sier Nina Sundqvist, administrerende direktør i Matmerk. Vokser mer enn markedet

Mens veksten i totalmarkedet avtar fra 5 prosent i 2012 til 3,6 prosent i år, vil den årlige veksten øke fra 6,7 til 8,4 prosent i lokalmatmarkedet. Når årets julehandel er unnagjort, vil lokalmat dermed ha vokst mer enn totalmarkedet i fire år i strekk.

- Trenden har vært oppadgående hele tiden. Handelsstanden lukter at lokal mat i hyllene [gir et markedsfortrinn](#). Da er de med, sier Nina Sundqvist.

- Lokalmat har fått større [oppmerksomhet hos dagligvarebransjen](#). Den finnes i flere butikker, og den blir stadig mer synlig i butikken. Butikksalg er nøkkelen

- Lokal mat er også et motsvar til prisfokus. Vi skal ha det billig og lettvin i uka. I helga skal vi ha mat som står for kvalitet, håndverk og historie, forteller Sundqvist, som understreker at [Bondens marked](#) og [gårdsmatutsalg](#) står for beskjedne 50 millioner kroner.

- Skal vi øke omsetningen ytterligere, må det skje der kunden kjøper øvrig mat, tror hun.

- Dagligvarekjedene ser at enkeltbutikker eller områder kan ha sine egne lokale matprodukter. De trenger ikke å selges over hele landet.

Produsentene vil gå i motsatt retning, og bli større, spår Matmerk-sjefen.

Les også: [Vil ha egne utsalsteder for lokalmat](#)

- Mange selger til hoteller, restauranter og via eget utsalg, og er fornøyd med det. Ikke alle verken skal eller vil ut i dagligvarehandelen. Men de som vil, må bli større, og i større grad gå i [produsentsammenslutninger som Rørosmat](#).

19 produsenter i Røros-distriktet har fått innpass hos Rema 1000 gjennom felles markedsføring og distribusjon. Må selges

- En god yster er ikke nødvendigvis en god selger. Det hjelper ikke å ha et godt produkt om du ikke får det fram til forbruker, sier Nina Sundqvist. Hun mener det offentlige har tatt sin del av ansvaret for at lokalmat skal vokse.

Les også: [NHO Reiseliv glad for regjeringens pengestøtte til bygdeturisme og lokalmat](#)

De fem kompetansenavene for lokalmat, som ligger på Tjøtta, Mære, Sogn, Ås og Stavanger, bidrar med næringsmiddelkunnskap. Matmerk leverer kommersiell kunnskap om markedsføring og distribusjon.

Les også: [Landbruksminister Slagsvold Vedum vil ha eget samvirke for lokalmat](#)

Lokalmat utgjør nå 1,7 prosent av totalmarkedet på 173 milliarder kroner, og har for lengst passert økomat-salget.

Les også: [Satser på distribusjon av lokalmat](#)

- Vi forbrukere opplever nok at norsk mat i stor grad er økologisk, sier Nina Sundqvist om tallene.

Kundenes ønsker og betalingsvilje gjør at billigkjeden Rema 1000 satser på eksklusiv lokalmat. Det kan du lese mer om i Nationens papirutgave eller eavis onsdag 30. oktober. Eavisen [kan du kjøpe her](#).