

Årsmelding 2005

Mangfold *og muligheter*





56%
3 av 5
27%

Forbrukerundersøkelsen

Høsten 2005

VIL VITE MER: 56 prosent er interessert i norske matspesialiteter og ønsker å vite mer om produktene og produsentene.

VIL BETALE MER: Tre av fem sier de er villige til å betale mer for norske matspesialiteter.

INTRODUKSJON VIKTIG: De som først har smakt et spesialitet-produkt er også villige til å prøve igjen.

KJENNER SPESIALITET: 27 prosent har sett og kjenner igjen merket. Spesialitet assosieres med norsk opprinnelse, norsk produksjon og kvalitet. Størst kjennskap i Trøndelag/Nord-Norge (37%) og i Oslo/Akershus (30%).

Matmerk merker norsk matmangfold

Matmerks hovedoppgave er å styrke konkurransekraften i norsk matproduksjon.

Verdiskaping:

Gjennom merkeordninger for norske matprodukter har Matmerk som mål å bidra til økt mangfold, kvalitet og verdiskaping både når det gjelder produksjon og handel med norsk mat. Hovedoppgaven er å arbeide for styrking av konkurransekraften til norsk matproduksjon.

Matmerk er en uavhengig stiftelse med en rekke organisasjoner som dekker næringskjeden fra jord til bord som stiftere.

Muligheter:

Matmerk har valgt å løfte fram det spesielle norske matmangfoldet for å vise de mulighetene som ligger i norsk matproduksjon. Det skal både skape matopplevelser hos forbrukerne og muligheter for næringsutvikling blant produsentene.

I følge en undersøkelse fra høsten 2005 ønsker tre av fem forbrukere å vite mer om norske matspesialiteter. Det gir muligheter for norsk matproduksjon.

Merkeordninger:

Merkeordningene som Matmerk driver har nettopp til oppgave å synliggjøre at produktene har spesiell kvalitet og opprinnelse. Merkeordningen Spesialitet ble etablert i 2001, og eies og drives av Matmerk. Matmerk har også i samarbeid med Mattilsynet fått det administrative ansvaret for den offentlige merkeordningen Beskyttede betegnelser. I tillegg har Matmerk siden 1994 drevet merkeordningen Godt Norsk, der egne kvalitetskrav og norsk opprinnelse utgjør hovedkriteriene.

Kompetanse:

Matmerks kompetanse omfatter prosjektledelse, forretningsutvikling, markeds- og informasjonsstrategi, merkevarebygging, kvalitetsutvikling, kommersialisering, kunnskap og analyse og juridiske spørsmål. Matmerk samarbeider tett både med råvareleverandører, matindustrien og aktørene i handelen.

Markedstjenester:

Matmerk har som mål at merkebrukeren skal lykkes. Gjennom en bredt sammensatt kompetanse kan Matmerk tilby aktiv rådgiving knyttet til forretningsutvikling og kommersialisering. I dette inngår blant annet et eget nettverk for produsentene samt samarbeid og avtaler med aktørene i handelen om markedsadgang for Spesialitet-godkjente produkter og produkter med Beskyttede betegnelser.

Merker for norsk kvalitetsmat



Godt norsk garanterer norsk råvareopprinnelse og kvalitetssystem i alle ledd av produksjonen, samt god forbrukerinformasjon.



Spesialitet-merket går god for norsk-produserte matprodukter med spesielle kvalitetskrav til råvarer, produksjonsmetoder eller smak. Ordningen omfatter både nyvinninger og mer etablerte, tradisjonsbundne produkter. Skal hjelpe forbrukerne fram til ekte matopplevelser.



Beskyttede betegnelser er en offentlig merkeordning som gir lovbeskyttelse til navn på matprodukter med klar geografisk tilhørighet, særpreg og tradisjon. Ordningen forvaltes av Mattilsynet i samarbeid med Matmerk.

Innhold

4 Den nye tida er her

Norske forbrukere har smakt seg jorda rundt. Nå er de kommet hjem igjen, og er nysgjerrige på norske mattradisjoner og historiene som ligger bak. Det gir muligheter for norsk matproduksjon. Men det innebærer også utfordringer, sier Matmerk-direktør Randi Kvissel Haugen.

6 Flere ønsker lokalmat

Forbrukerne er sultne på matspesialiteter, og vil gjerne betale mer for matprodukter med historie, særpreg og kvalitet. Det går fram av forbrukerundersøkelsen som Matmerk fikk gjennomført høsten 2005.

8 Stor interesse for beskyttelse

Eplejuice frå Hardanger ble i 2005 det tredje norske matproduktet med en beskyttet betegnelse. Samtidig bekrefter salgsutviklingen for Økologisk Tjukkmjølkk fra Røros – som var først med slik beskyttelse i Norge – at satsingen på lovbeskyttelse har gitt resultat.

12 Spesialiteter

”Sirevaag norske reker” ble det første norske sjømatproduktet med Spesialitet-godkjenning. I alt ti nye matprodukter ble i 2005 godkjent for bruk av Spesialitet-merket. Samtidig svarer 27 prosent av de spurte i en forbrukerundersøkelse at de kjenner Spesialitet-merkingen.

17 Mer lokalmat i butikkhyllene

Endelig skal matinteresserte forbrukere kunne finne flere norske matspesialiteter i butikkene. NorgesGruppen og Matmerk inngikk i 2005 en avtale som gir matprodukter med Spesialitet-godkjenning og Beskyttede betegnelser innpass i butikkene til NorgesGruppen.

18 Felles satsing på lokalmat-distribusjon

Bedre adgang til butikkene for småskalaprodusenter og større mangfold for forbrukerne. Det blir mulig når forslaget til et nytt logistikksystem for lokalmatprodusenter fra en prosjektgruppe i regi av Matmerk blir realisert.

19 Styrets melding for 2005

22 Resultatregnskap, balanse, noter

24 Revisors beretning

25 Styre, representantskap, administrasjon

26 Godkjente bedrifter og produkter





2005 var året da oppmerksomheten for lokal mat for alvor fikk gjennomslag, fastslår administrerende direktør Randi Kvissel Haugen i Matmerk.

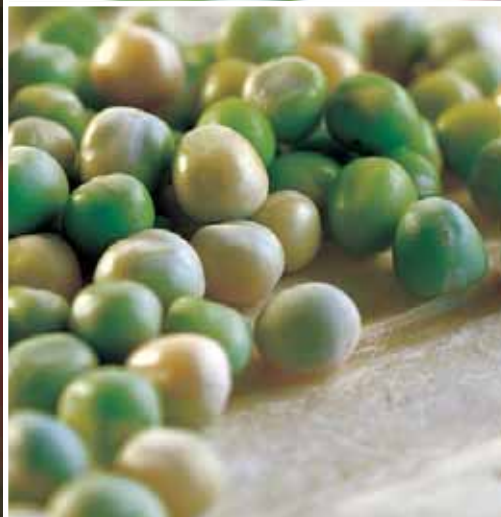
Den nye *tida er her*

Norske forbrukere har vært på en reise verden rundt de senere årene. De har smakt meksikansk, kinesisk, italiensk, indisk. Nå er de kommet hjem igjen, og det flotte er at reisen har gjort dem nygjerrige på norske mattradisjoner og historiene bak. Det sier administrerende direktør Randi Kvissel Haugen i Matmerk.

Forbrukerundersøkelsen som Matmerk fikk utført i fjor viser at 54 prosent av den norske befolkning ønsker å vite mer om historiene bak norske matprodukter. Det er et godt utgangspunkt for alle som satser på lokal mat. Samtidig bekrefter undersøkelsen at innsatsen vår nytter.

Den gode historien

Gledelig er det også at Spesialitetmerket er blitt kjent i befolkningen. Mye av årsaken ligger i det magiske ved den gode historien. Folk ønsker å vite hvem som har laget maten, hvordan den er laget, tradisjonene bak. For Matmerk er det en hovedoppgave å formidle de spennende historiene.



Eplejuice frå Hardanger, Ringerikserter og Økologisk Tjukkmjølk frå Røros er produkter med historie, tradisjon og geografiske opprinnelse som nå har oppnådd lovbeskyttelse av produktnavnene.

2005 var året da oppmerksomheten rundt lokalmat for alvor fikk gjennomslagskraft. Produsentene opplever det tydeligst. Interessen for merkeordningene Spesialitet og Beskyttede betegnelser er med og bekrefter det. Mange deltar nå i nettverk for Spesialitet-producenter som Matmerk har lagt til rette for. De deler kunnskap og ser muligheter sammen. For eksempel kan det resultere i felles framstøt mot forbrukerne.

Ny virkelighet

Selv om vi har oppnådd mye, står utfordringene videre i kø. Den nye tida med økt konkurranse og internasjonalisering er her allerede. I butikkhyllene ser vi nå dansk kylling og brasiliansk biff. Om vi skal stå imot konkurransen utenfra, må vi stå sammen. Vår nærmeste nabo er ikke lenger en konkurrent, men vår nye samarbeidspartner.

Også store, riksdekkende matprodusenter vil merke konkurransen utenfra, og vil tjene på samarbeid som profilerer norsk og lokal mat.

Se mulighetene

En av Matmerks oppgaver er å se mulighetene og peke dem ut. For mulig-

hetene finnes! Matvareproduksjon er en av få bransjer der det faktisk spiller en rolle hvor varene er produsert. Klima, tradisjoner, grad av håndverk og andre forhold setter preg på produktet. Norske jordbær smaker ikke det samme om de produseres i Polen.

Potetproduksjon er et godt eksempel på mulighetene som finnes. Selv om nordmenn nå spiser mindre poteter, holder verdien på salget seg. Det skyldes mye at forbrukerne har fått opp øynene for de spesielle potetsortene. Fjellmandel til rakfisk, Gulløye til speke-mat. De spesielle potetene koster mer, men har andre kvaliteter og en historie og by på.

Milepæl

Fjorårets avtale som Matmerk fikk i stand med NorgesGruppen er en milepæl for lokale produsenter som har strevd med å få produktene ut i butikkene. NorgesGruppen har uttalt at de ønsker å satse på lokale norske matprodukter.

I tiden som kommer vil vi fortsette å jobbe for å få lokalmat inn i flere butik-kjeder, slik at lokale spesialiteter selges i kjedebutikker over hele landet. I denne

prosessen har Matmerk en viktig rolle som garantist. Å bære stempel fra en nøytral tredjepart som verifiserer at produktet er hva det gir seg ut for, og at historien bak er riktig, blir stadig viktigere.

Samarbeid

Distribusjon har vært flaskehalsen for mange produsenter. Men i fjor stiftet ni produsenter selskapet Lokalmat BA. Etableringen tok utgangspunkt i tilrå-dninger fra et prosjekt i regi av Matmerk. Konklusjonen var at samarbeid om logistikk er nøkkelen for produsenter som sliter med å få maten ut i butikkene. Også dagligvarebransjen foretrekker at produsentene samarbeider. Da får butikksjefene færre leverandører å forholde seg til i en hektisk hverdag.

Visst har vi mye å ta tak i. Samtidig skal vi glede oss over drahjelp som vi får. Reiselivsnæringen satser nå på å gi turistene lokale matopplevelser. Å høre begeistrede utlendinger si hvor god den norske maten er, kan åpne nordmenns øyne også. Ofte er det slik at man tr-enger å få høre det utenfra.



Mange norske forbrukere er interessert i og nysgjerrige på norske matspesialiteter. Det viser en forbrukerundersøkelse i regi av Matmerk.

Nordmenn ønsker matspesialiteter

Tre av fem matinteresserte forbrukere er sultne på mer kunnskap om norske matspesialiteter. Flere sier dessuten at de gjerne vil betale mer for matprodukter med historie, spesiell kvalitet og garantert opprinnelse.

Matmerk fikk i august 2005 utført en spørreundersøkelse blant 1008 nordmenn. Blant gruppen som selv definerte seg selv som "matinteressert" var det en tredjedel som kjente til Spesialitetsmerket og bevisst så etter det når de handlet mat.

En av tre spurte assosierte Spesialitetsmerket med norsk opprinnelse, mattradisjon og matspesialiteter. Dette er svært oppmuntrende tall for en merkeordning som bare har eksistert i fire år.

Et annet gledelig funn var gruppen med nysgjerrige, som utgjorde 40 prosent av de spurte. Disse vil gjerne prøve mat fra lokale leverandører. Som de matinteresserte er de villig til å betale mer for lokale produkter. Forskjellen er at de nysgjerrige sjelden ser etter slike produkter når de handler.

Hele 60 prosent av befolkningen er

interessert i, eller ønsker å vite mer om norske matspesialiteter. Matmerk ser på resultatet som svært positivt. Undersøkelsen bekrefter at forbrukerne ønsker mat med historie, særpreg og klar opprinnelse. I tillegg er undersøkelsen med og bekrefter at Markerks arbeid er riktig satsing. Å løfte fram den gode norske maten med de gode historiene øker forbrukernes bevissthet om alt det gode som norske matprodusenter har å by på.

Den økende viljen til å betale mer for spesielle matprodukter, er også et positivt signal. Seks av ti mener det greit å betale mer for norske matspesialiteter.

Av de som er villig til å betale mer, er tre av fem villig til å betale 15 prosent ekstra for mat med spesiell kvalitet og opprinnelse. En av ti betaler gjerne 25 prosent mer. Undersøkelsen ble utført av mediebyrået Carat Insight og TNS Gallup.





Enda bedre Smak!

Interessen for matspesialiteter og historiene bak produktene bekreftes også av den positive mottakelsen som 2005-utgaven av avisbilaget Smak! fra Matmerk fikk.

Smak! ble i oktober distribuert til i alt 650 000 avisabonnenter så å si over hele landet. En leserundersøkelse som Mediacom gjennomførte for Matmerk viste at to av tre avislesere la merke til magasinbilaget. Av disse var det fire av fem som leste magasinet eller tok vare på det. Sammenlignet med Smak!-utgivelsen året før økte oppmerksomheten.

Temaet for Smak! er norske matskatter og matspesialiteter med historie, særpreg og opprinnelse. Smak! skal formidle kunnskap og historier om det norske matmangfoldet som mange forbrukere idag etterlyser. Bilaget skal på den måten gi oppmerksomhet til norsk matproduksjon, merkebrukerne og de historiene de står for.

I følge leserundersøkelsen mener de fleste at Smak! er med på å skape interesse for norske matspesialiteter og gir leserne lyst til å vite mer.

Det er en oppmerksomhet og en respons både Matmerk og merkebrukerne er svært fornøyd med.



SIFO-forsker Eivind Jacobsen vil ha satsing på lokale og regionale spesialiteter.

Sats på særegne produkter!

Norske matprodusenter bør satse på lokale og regionale spesialiteter, og særlig på ferskvarer av høy kvalitet som utenlandske produsenter ikke kan konkurrere med.

Slik konkluderer Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) i en rapport som ble laget på oppdrag for Matmerk og presentert i 2005. Formålet var å kartlegge konkurransesituasjonen for norsk mat.

At konkurransen fra utlandet blir tøffere, er det ingen tvil om. Utenlandsk ferdig-pizza og brødvarer er allerede i norske butikker.

– I tillegg til å effektivisere volumproduksjonen, kan vi satse mer helhjertet på et vidt spekter av nisjeprodukter med preg av håndverk, sier SIFO-forsker Eivind Jacobsen.

Rapporten bekrefter hvor viktig det er å satse på mangfold, og få fram det regionale og spesielle ved norsk mat. Merkeordningene Spesialitet og Beskyttede betegnelser gjør det enklere for forbrukerne å velge norsk mat med spesiell kvalitet, tradisjoner og opprinnelse.

Landbruks- og matminister Terje Riis-Johansen var blant de mange som merket seg avisbilaget Smak! fra Matmerk.

Det spesielle er vår styrke

– Kvalitet og spesialprodukter kan framover bli vår største styrke. Det sa redaktør og daglig leder Terje Osmundsen i analysebyrået Mandag Morgen da han innledet for de nærmere 100 deltakerne på det årlige Matmerk-arrangement "Mat og muligheter" i oktober. Osmundsen mener norske matvareprodusenter må bli klar over at de sitter på en sterk merkevare. Ute i verden forbindes nordiske produkter med kvalitet og renhet. – Derfor er langsiktighet viktig. Vi må begynne å satse på kvalitet og spesialprodukter nå, sa Osmundsen.



STR
> 35
> 36



Beskyttede betegnelser

Frankrike har sin beskyttede Roquefort og svenskene har beskyttet sin Falukorv. Norske myndigheter har etter mønster fra EU innført en ny ordning som gjør at vi kan beskytte våre egne norske matskatter.

SORT	
OPDAL	<input checked="" type="checkbox"/>
EDDA	<input type="checkbox"/>
MALLARD	<input type="checkbox"/>
VICTORIA	<input type="checkbox"/>
FUM	<input type="checkbox"/>



Lovbeskyttet

Eplejuice frå Hardanger

Eplejuice frå Hardanger ble i 2005 det tredje norske matproduktet med en lovbeskyttet betegnelse. Ved utgangen av året var det 15 søknader om slik beskyttelse til behandling. Bak disse står det 1 500 produsenter.



Fruktdyrkerne i Hardanger kunne i desember 2005 glede seg over at eplejuicen de er med på å produsere fikk et lovbeskyttet geografisk produktnavn.

- Dette er et kvalitetsstempel for eplejuicen vår, sier markedsjef Jens Skarvang (bilde) i Tine-eide Fellesjuice, som sammen med over 300 fruktdyrkere i Hardanger har stått bak arbeidet for en lovbeskyttelse av produktnavnet Eplejuice frå Hardanger.

- Nå kan vi befestе Eplejuice frå Hardanger som varemerke og få produktet tydeligere fram i butikkene, sier Skarvang.

Styreleder Steinar Lothe i Hardanger Fruktprodukt, som organiserer epledyrkerne som leverer epler til eplejuicen fra Hardanger, mener lovbeskyttelsen gir stolthet og flere muligheter i framtida.

- Dette er stort for oss, og betyr veldig mye for fruktdyrkermiljøet i Hardanger. Det er kjekt å lage noe som er unikt, sier han. Fruktdyrkerne i Hardanger har også søkt om tilsvarende lovbeskyttelse for epler, pærer, plommer og

moreller fra Hardanger. Disse søknadene er nå til behandling.

Tre godkjente produkter

Produktbetegnelsen Eplejuice frå Hardanger har fått en norsk lovbeskyttelse etter mønster fra den som i dag gjelder for nærmere 700 matprodukter i EU. To norske matprodukter har tidligere fått slik lovbeskyttelse; Økologisk Tjukkmjølк fra Rørøс (Beskyttet geografisk betegnelse) og Ringerikserter (Beskyttet opprinnelsebetegnelse).

I tillegg til å sikre produktene mot ulovlig etterligning og kopiering, skal lovbeskyttelsen også bidra til å gi forbrukerne pålitelig informasjon om produktenes opprinnelse og særpreg. Ordningen skal også bidra til lokal og regional næringsutvikling gjennom økt satsing på matproduksjon.

Merkeordningen Beskyttede betegnelser forvaltes av Matmerk i samarbeid med Mattilsynet. Det er Mattilsynet som foretar endelig godkjenning.

Det strategiske målet for merkeordningen er 20 lovbeskyttede produktbetegnelser i 2007.

Produkter som søkte om beskyttelse i 2005:



Ishavsørøye Vesterålen

Ishavsørøye er en oppdrettsfisk som har gått kort vei fra vill tilstand. Og det kjennes på smaken, ifølge oppdretterne i Sigerfjord Fisk AS og Sjøblink Blokken AS. Også i fangenskap lever fisken vekselvis i saltvann og ferskvann.



Gulløye fra Nord-Norge

Ottar, en sammenslutning av 30 potetbønder i Troms, søkte i mars om lovbeskyttelse av produktnavnet "Gulløye fra Nord-Norge". Potetsorten har vært dyrket nord for polarsirkelen i nærmere 100 år.



Gamalost fra Vik

I mars 2005 søkte Tine Meieriet Vest om å lovbeskytte betegnelsen "Gamalost fra Vik". Man begynte å produsere gamalost ved meieriet i Vik for drøye 100 år siden. Produksjonen foregår ennå med mye håndarbeid.



Sodd fra Trøndelag

To sammenslutninger søkte i mai om Beskyttet geografisk betegnelse for sodd. I Trøndelag er sodd festmat. Bak produktbetegnelsen "Festsodd fra Inn-Trøndelag" står sammenslutningen Soddkokeran. Gilde Bøndernes Salgslag AS, Meråker Kjøtt AS og Terina AS står bak "Sodd fra Innherred".

Skjenning

Skjenning er et løvtynt flatbrød som er penslet med melk og sukker på ene siden. I Trøndelag serveres brødet til sodd. Det finnes skriftlige kilder på at Skjenning ble laget på midten av 1800-tallet. Røra Bakeri og Hylland Hjemmebakeri står bak søknaden.

Svin fra Jæren Smak

Prima Jæren AS søkte i november 2005 om geografisk beskyttelse for "Svin fra Jæren Smak", som er kjøtt av gris alet opp med spesialfôr. Slaktevekten er høyere enn vanlig slaktegris.

Andre søknader under behandling pr. 31.12.2005:

Fjellmandel fra Oppdal
Hardangerepler
Hardangermoreller
Hardangerplommer
Hardangerpærer
Rakfisk fra Valdres
Ringerikspotet
Villsau fra Vestlandskysten



Beskyttelse bidro til Tjukkmjølksuksess

Økologisk Tjukkmjølks fra Røros – produktet som var det første med en Beskyttet geografisk betegnelse i Norge – selger som aldri før. I juli 2005 kunne produsenten Rørosmeieriet notere tidenes rekord med hele 27 000 produserte liter Tjukkmjølks på en måned. Det tilsvarer alene halve årsproduksjonen i 1995.

Den samlede årsproduksjonen av Økologisk Tjukkmjølks fra Røros var i 2005 på 180 000 liter. Det er en økning på 15 000 liter i forhold til 2004. Til sammenligning ble det i 2003 – året før tjukkmjølka fra Røros fikk lovbeskyttelse – produsert rundt 130 000 liter tjukkmjølks ved Rørosmeieriet.

I følge daglig leder Guri Heggem ved Rørosmeieriet har oppmerksomheten rundt lovbeskyttelsen som Økologisk Tjukkmjølks fra Røros fikk i mars 2004 vært til stor og viktig drahjelp i markedsarbeidet. Oppmerksomheten har også gitt drahjelp i salget av de andre Spesialitet-produktene fra Rørosmeieriet.

Lovbeskyttelse krever grundighet

Beskyttede betegnelser gir eksklusiv og lovbeskyttet rett til bruk av produktnavn. Det innebærer at ingen andre enn de som produserer det aktuelle produktet på den måten som er fastsatt i den gjeldende forskriften kan bruke produktbetegnelsen.

En slik lovfestet rett forutsetter derfor grundighet i søknadsprosessen både fra de som søker, og deretter fra Matmerk og Mattilsynet som til sist skal gå god for at produktenes særpreg, tradisjon og opprinnelse er riktig.

For de tre produktbetegnelsene som hittil er godkjent har saksbehandlingstiden vært omkring ett og et halvt år. Behandlingstiden gjenspeiler kompleksiteten i sakene. Det er strenge krav til dokumentasjon for tilknytningen mellom produktets egenskaper og det geografiske miljøet de er dyrket eller produsert i. Alt som påstås ved produktet må dokumenteres.

Saksbehandlingstiden er likevel kort sammenlignet med i EU, hvor den kan ta opp til seks år.



Samarbeid og kvalitetsarbeid viktig viser studie

Produsentsamarbeid og løpende kvalitetsarbeid er sterkt knyttet til graden av suksess hos matprodusenter med opprinnelsesbeskyttede produkter. Det viser en case-studie av tre opprinnelsesbeskyttede europeiske produktbetegnelser som Landbrukets Utredningskontor (LUK) har gjennomført etter oppdrag fra Matmerk.

I følge studien har et matprodukt med en lovbeskyttet betegnelse begrenset verdi dersom produktet ikke oppfyller konsumentenes forventninger.

Produktene som inngikk i undersøkelsen var Comté-osten (Frankrike), Jersey Royal-potetene (Storbritannia) og skinken Jamón de Teruel (Spania), alle med beskyttede opprinnelsesbetegnelser.

Comté-osten står for hele 16 prosent av markedet for faste hvite oster i Frankrike, og produseres ved små ysterier i fjellregionen mot Sveits. Halvparten av melkebøndene i regionen leverer melk til Comté-osten. Høy kvalitet sikres gjennom egne støtteapparater for melkeprodusentene, ysteriene og modneriene. Kvalitetsarbeidet finansieres ved at produsentene betaler en avgift per ost. Ystriene som leverer den beste osten, oppnår best pris, og kan betale sine melkeleverandører mest. Slik sikres kvaliteten i alle ledd.

Undersøkelsen viser at mens de franske osteprodusentene hadde stor grad av kontroll over produksjon og omsetning, slet de britiske potet-bøndene med manglende kontroll. Markedsorganisasjoner utenfor produsentenes kontroll satt dermed igjen med mye av fortjenesten.

Svak organisering slik at gruppen som forvalter produktbetegnelsen mister kontrollen over produktet, er den sterkeste trusselen, ifølge undersøkelsen. Studien konkluderer med at samarbeid og kontroll er nøkkelen for å sikre kvalitet og for å beholde eller øke markedsandelene.



Merke for det spesielle



Spesialitet-merket garanterer spesiell kvalitet og matopplevelser. Å kjenne historien bak maten som serveres er med på å gjøre matopplevelsen mer helhetlig. Ordningen omfatter både tradisjonelle matprodukter og nyskapninger.





Første Spesialitet fra havet

“Sirevaag norske reker” ble det første sjømatproduktet med godkjenning for bruk av Spesialitet-merket. Ved utgangen av året hadde 41 norske matprodukter slik Spesialitet-godkjenning. I en undersøkelse høsten 2005 svarte 27 prosent av de spurte at det hadde sett Spesialitet-merket.



Ingvald Fardal

– Når en uavhengig organisasjon som Matmerk gir en slik kvalitetsbetegnelse på vårt produkt, blir vi stolte av hva vi har fått til, sier daglig leder Ingvald Fardal ved Rogalandsbedriften Finny Sirevaag AS.

– Vi har stor tro på produktet vårt, men ser samtidig fra andre land at det er nødvendig å sørge for at en nøytral instans bekrefter og dokumenterer de fortrinnene vi mener å ha. Spesialitet-godkjenningen passer som hånd i hanske for våre planer.

Lange tradisjoner og mer enn 50 års erfaring fra rekeproduksjon ligger bak

det godkjente Spesialitet-produktet “Sirevaag norske reker”. Finny Sirevaags reker fanges av norske fartøy i norsk del av Nordsjøen. Rekene oppbevares ferske på is og videreføres maksimum fire dager etter at de er fanget.

Det meste av rekeproduksjonen i verden baserer seg på frossen vare. Bare én prosent av verdens kaldtvannsreker produseres etter Sirevaags metode – ferskspillede reker i lake.

– Vår strategi er derfor å utvikle oss videre, blant annet bli konkurransedyktig internasjonalt, men også ta større markedsandeler hjemme, sier Fardal.

Hovedmarkedet har hittil vært restauranter og matindustrien. Nå har bedriften fått på plass en landsdekkende avtale med Coop, som gjelder ti av bedriftens produkter.

Bedriften har fått mye medieoppmærksomhet som følge av godkjenningen.

En av fire kjenner Spesialitet

Matmerks store forbrukerundersøkelse i fjor høst viste at 27 prosent av befolkningen kjenner til Spesialitet-merket. Det er første gang Matmerk har kartlagt kjennskapen til Spesialitet-merkeordningen.

– Vi er på riktig vei, sa landbruks- og matminister Terje Riis-Johansen da undersøkelsen ble presentert. – Vi har fått større vareutvalg i butikkene i det siste, og det har gjort folk nysgjerrige på bredden av norsk mat.

Ifølge forbrukerundersøkelsen er 60 prosent av befolkningen villig til å betale mer for mat med spesielle egenskaper og kvaliteter. Blant dem som er villig til å betale mer, sier tre av fem at de kan betale 15 prosent ekstra. En av ti betaler gjerne 25 prosent mer.

Kun én prosent knytter Spesialitet-merket til høy pris.

Mediebyrået Carat Insight og TNS Gallup utførte spørreundersøkelsen i august 2005. 1008 personer fra hele landet deltok.



Spesialitet-godkjenninger 2005:

Aroniasaft: Indianere i Nord-Amerika og folkeslag ved Svartehavet har brukt saft fra aroniabær, også kalt svarturbær, som medisin og nytelsesdrikk. Et produkt fra Aronia Jæren DA.

Ek gårdsegg – Fra Ek Gårdspakkeri AS. Gårdspakkeriet leverer nylagte gårdsegg fra Gjølberg Gård på Onsøy ved Fredrikstad, hvor hønene går fritt og spiser vegetabilsk fôr. Det gir gode egg med gulere plommer.

Fjelltørket fenalår av lam – Mat med lokal opprinnelse laget på gammelmåten. Lang modnings- og speketid er oppskriften Bjorli Fjellmat bruker for å oppnå det beste resultatet.

Honning med urter – Produseres av Erica AS i Skjeberg. Består av norsk sommer- og lynghonning tilsatt økologisk dyrket og tørket solhatt, sakhalinmynte, peppermynte og timian.

Håndsydd lammerull – Produkt med sterke lokale tradisjoner i Rørostraktene. Røroskjøtt AS baserer lammerullen på en gammel oppskrift. Med lammekjøtt kun fra regionen.

Livèchekylling – Lang levetid, tumleplass og vegetabilsk fôr tilsatt løpstikke er med å gi Livèchekyllingen den fyldige smaken. Et produkt fra Løken Gård i Trøgstad, i samarbeid med Prior Norge.

Rakfisk fra Verafisk – Rakfiskproduksjonen er en hjørnesteinsvirksomhet i den lille fjellbygda Vera i Verdal i Nord-Trøndelag. Rakfisken fra Verafisk er kjent for å være mild og tilpasset smaken i regionen.

Reinsdyrbiff – Fra Bjorli Fjellmat AS. En modnet flatbiff av unge reinsdyr med en karakteristisk viltsmak. Flatbiffen er en spesielt mørk del av lårstykket på dyret.

Rørsom Gom – Et økologisk produkt fra Rørsmeieriet. Ikke tilsatt ekstra søtstoffer. Spises til brødmat, for eksempel som pålegg. Produsert i tråd med tradisjonene i Rørostraktene.

Sirevaag Norske Reker – Produsenten Finny Sirevaag AS bruker kun kaldtvannsreker (Pandalus Borealis). Kombinasjonen av ferske reker og egenkomponert lake gir en særpreget smak og konsistens.



Nettverk for de spesielle

Nettverkssamling for å utveksle erfaringer og se muligheter er en del av Matmerks oppfølging av matprodusentene med merkene Spesialitet og Beskyttede betegnelser.

– Ved siden av selve effekten av Spesialitet-merket, er dette nettverket kanskje det viktigste for oss, sier Hermod Larsen, daglig leder for Reisamat AS.

– For en liten aktør er denne formen for kollegial kontakt utrolig nyttig og ikke minst hyggelig.

Markedsadgang og logistikksystemer stod spesielt i fokus da et tyvetalls deltakere samlet seg i Oslo i oktober.

Bildet under viser deltakerne på samlingen.

Fra venstre:

Erling Haugan (Varanger Vilt), Lars Fjeldstad (Ringerikerster), Ole Andreas Gjærv (Gjærv Gård), Ingvald Fardal (Finny Sirevaag), Christian Grini (Bjorli Fjellmat), Thor J. Eriksen (Tøsse Brød), Frode Kristensen (Matmerk), Ingulf Galåen (Galåvolden Gård), Hermod Larsen (Reisamat), Bjarte Tolaas (Voss Kjøttindustri), Guri Heggem (Rørsmeieriet), Arnhild Hjelde (Matmerk), Kurt Olsen (Finny Sirevaag), Reidar Sommer (Rørsmeieriet), Arnulf Moe (Honningcentralen), Espen Aronsen (Aron Mat), Arne Sverre Modahl (Matmerk), Tore Jarmund (Matmerk), Kolbjørn Jacobsen (NorgesGruppen), Ken Albert Abrahamsen (Varanger Vilt).





Samordning av KSL og Godt Norsk utredes

I 2005 ble det igangsatt et arbeid for å vurdere en nærmere og bedre samordning av Kvalitetssystem i landbruket (KSL) og merkeordningen Godt Norsk. Målet for arbeidet er å få til et helhetlig kvalitetssystem som omfatter hele verdikjeden i norsk matproduksjon. En innstilling skal foreligge vinteren 2006.

Det ble i jordbruksoppgjøret mellom Staten og bondeorganisasjonene for 2005 besluttet å nedsette en gruppe som skulle vurdere alle sider ved en nærmere samordning av KSL og Godt Norsk. Med i den gruppen som ble etablert er Norges Bondelag, Norsk bonde- og småbrukarlag, KSLs sekretariat, KSLs styre, Matmerk, Matmerks styre og Mattilsynet. Arbeidet blir ledet av Landbruks- og matdepartementet, og et sentralt mål er å vurdere hvordan KSL og Godt Norsk kan dra veksler på hverandre med et helhetlig kvalitetssystem for hele verdikjeden i norsk matproduksjon som mål.

Av mandatet for arbeidet går det fram at det skal gis anbefalinger om hvordan et helhetlig kvalitetssystem bør utformes. Det skal også drøftes om Matmerk og KSL-sekretariatet bør slås sammen. Gruppen skal i tillegg vurdere effekten av en tettere samordning mellom et kvalitetssikrings-system og kompetansehevende tiltak i landbruket. Det blir lagt til grunn for arbeidet at Matmerks oppgaver med merkeordningene Beskyttede betegnelser og Spesialitet skal videreføres.

Matmerk har tidligere tatt initiativ til en nærmere gjennomgang av merkeordningen Godt Norsk, da også med tanke på mulighetene for å sikre ordningen et mer helhetlig grunnlag. I en framtidig konkurransesituasjon vil norske matprodusenter ha behov for et system som kan synliggjøre norsk råvarebruk og produksjon, og som kan hjelpe forbrukerne å finne norske matprodukter.

Den departementalt ledede arbeidsgruppen som vurderer KSL – Godt Norsk skal levere sin innstilling vinteren 2006.



Matmerk synliggjorde norske matspesialiteter på Matstreif, og publikumsinteressen var stor. Fra venstre: Anne-Lise Mellbye, Bjørn Cameron Alexander, Camilla Stranger Thorsen, Randi Kvissel Haugen, Arnhild Hjelde, Arne Sv. Modahl, Nina Wærnes Hegdahl og Bernt Ellingsen.

Matmerk på Matstreif

Tusenvis av besøkende fikk oppleve bredden i og smaken av norsk matkultur under den store nasjonale matmønstringen Matstreif 2005 som ble arrangert på Karl Johans gate i Oslo i juni. Matmerk stilte med egen stand sammen med åtte lokale produsenter av norske matspesialiteter, og kunne by på matsmak med historie og særpreg. Matmerk hadde for anledningen sikret seg solid kokkefaglig styrke med norsk og nordisk mester i kokkekunst,

Bjørn Cameron Alexander, på laget. Han sørget for en meny med smak av det helt spesielle ved norsk mat. Køen av nysgjerrige og smakslystne var i perioder lang foran Matmerk-standen.

Matstreif 2005 i Oslo inngikk som en del av landbrukets 100 års-markering av unionsoppløsningen. Over 150 matprodusenter av tradisjons- og framtidsmat fra samtlige fylker i landet sammen med næringsmiddelindustrien deltok under arrangementet.



Butikkdemonstrasjoner:

Uken før påske 2005 ble fire Spesialitetmerkede produkter demonstrert i Ultra-butikkene i Oslo området. De handlende kunne prøvesmake to kombinasjonsretter: Kalkunfilet fra Prior med honning fra Honningsentralen og reinsdyrfilet fra Varanger Vilt med krekklingsirup fra Reisamat. Anne Britt Jensen og Arne Jermstad (bildet) opplevde stor interesse fra kundene. Merkeordningen og produktene fikk også omtale i Ultras kundeavis, som distribueres i 600 000 eksemplarer.

Mer lokalmat *i butikkhyllene*

NorgesGruppen og Matmerk inngikk i 2005 en avtale som åpner dører for produsentene av lokalmat. Stadig flere matspesialiteter får nå plass i kjedebutikkenes hyller.



Assisterende ferskvaresjef Jan Ivar Nykvist på Centra Høvik, er glad for å kunne tilby sine kunder flere norske matspesialiteter.



Administrerende direktør Randi Kvissel Haugen serverer norske matspesialiteter til konsernsjef Sverre Leiro (til venstre) i NorgesGruppen, landbruks- og matminister Terje Riis-Johansen og kommunikasjonsdirektør Per Roskifte i NorgesGruppen.

Bøygen for mange lokale produsenter har vært å nå fram til kundene med varene sine.

Avtalen mellom NorgesGruppen og Matmerk gjør nå at varer med merkene Spesialitet og Beskyttede betegnelser får innpass i NorgesGruppens butikker. I første omgang blir varene å finne i Centra-, Ultra- og Meny-butikkene. På mindre steder vil også Spar føre norske matspesialiteter.

– Så blir det opp til forbrukerne og framtidig salg om varene kan forsvare sin plass i butikkhyllene, sa administrerende direktør for NorgesGruppen Sverre Leiro da han presenterte intensjonsavtalen med Matmerk.

For forbrukerne betyr det flere varer

å velge mellom. Det bredeste utvalget blir å finne i de største butikkene i de største byene.

– Vi ser at lokalprodusert mat blir mer og mer etterspurt av forbrukerne. Samtidig gjør alle kravene vi stiller til mat-sikkerhet det vanskelig for mange produsenter, sier innkjøpsansvarlig Kolbjørn Jacobsen i NorgesGruppen. – Matmerk påser at produkter som får merkene tilfredsstiller kravene, og det er viktig for oss.

Avtalen er ikke eksklusiv. Det er rom for andre dagligvarekjeder å inngå lignende avtaler.

Det er ikke bare forbrukerne som kan glede seg over avtalen mellom NorgesGruppen og Matmerk. Også

lokalmatprodusenter har lenge ønsket seg enklere tilgang til butikkhyllene.

Administrerende direktør Randi Kvissel Haugen i Matmerk mener avtalen er et viktig skritt på veien for å imøtekomme forbrukernes ønske om mangfold og valgmuligheter. For produsentene er det dessuten en gyllen mulighet til å nå ut til kundene. Men skal avtalen gi suksess og vise seg muligheten verdig, må produsentene selv også bidra med en målrettet markedsinnsats for å selge varene ut av butikk.

Matmerk har som mål å få etablert tilsvarende avtaler med flere av kjedene i dagligvarehandelen.



Bedre adgang til butikkene for småskalaprodusentene og større matmangfold for forbrukerne. Det blir mulig når forslaget til et nytt logistikk-system for småskalaproducter fra en prosjektgruppe i regi av Matmerk nå blir realisert. Bildet viser profileringen av lokalprodusert mat hos Coop Mega Røros.

Lokale produsenter *satser på felles distribusjon*

Ni lokale produsenter av norske matspesialiteter har nå etablert sitt eget logistikkselskap. Etableringen av Lokalmat BA er en direkte oppfølging av tilrådingene fra en prosjektgruppe i regi av Matmerk som har vurdert mulighetene for samarbeid om logistikk-løsninger for småskalaprodusentene.

Med prosjektet "Markedskanaler og Logistikk for Lokale Matprodusenter" har Matmerk hatt som mål å peke på konkrete og gjennomførbare logistikk-løsninger tilpasset mindre lokale produsenter. Bakgrunnen for prosjektet, som ble finansiert av Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon, er at produsentene lenge har ønsket en satsing på logistikk-løsninger.

Mindre produsenter opptrer i dag svært spredt over hele landet. Kun de største har riksdekkende kjedeavtaler. Noen få får varene hentet på produksjonsstedet av kjedene, andre må kjøre varene til nærmeste grossist eller frakte dem direkte til butikkene. Mange små og mellomstore produsenter har dessuten begrenset kunnskap om handelens rutiner, EAN-koding, vareregistrering, salg, bestilling og distribusjon.

Samtidig er signalene fra dagligvarehandelen tydelige, de ønsker flere lokale produkter. Men kjedene ser det som lite rasjonelt å måtte forholde seg til én og én liten lokalmatprodusent.

Et samarbeid vil kunne omfatte alle aktiviteter det ikke er økonomisk og administrativt hensiktsmessig for lokale produsenter å konkurrere om. I første omgang gjelder det ordremottak, lager, transport, fakturering og salgsoppfølging i butikk.

Et sentralt element i forslaget fra prosjektgruppen er at logistikksystemet skal være eid av produsentene selv.

Selskapet som de ni produsentene har stiftet, Lokalmat BA, skal drive markeds- og logistikkarbeid mot dagligvarehotell-, restaurant-, og cateringsektoren i hele Norge. Samarbeidsmodellen vil i første omgang bli utprøvd i Stor-Oslo.

Senere vil lignende logistikk-løsninger bli vurdert i andre store byområder.

– Dette samarbeidet betyr nye muligheter for oss produsenter, og det er

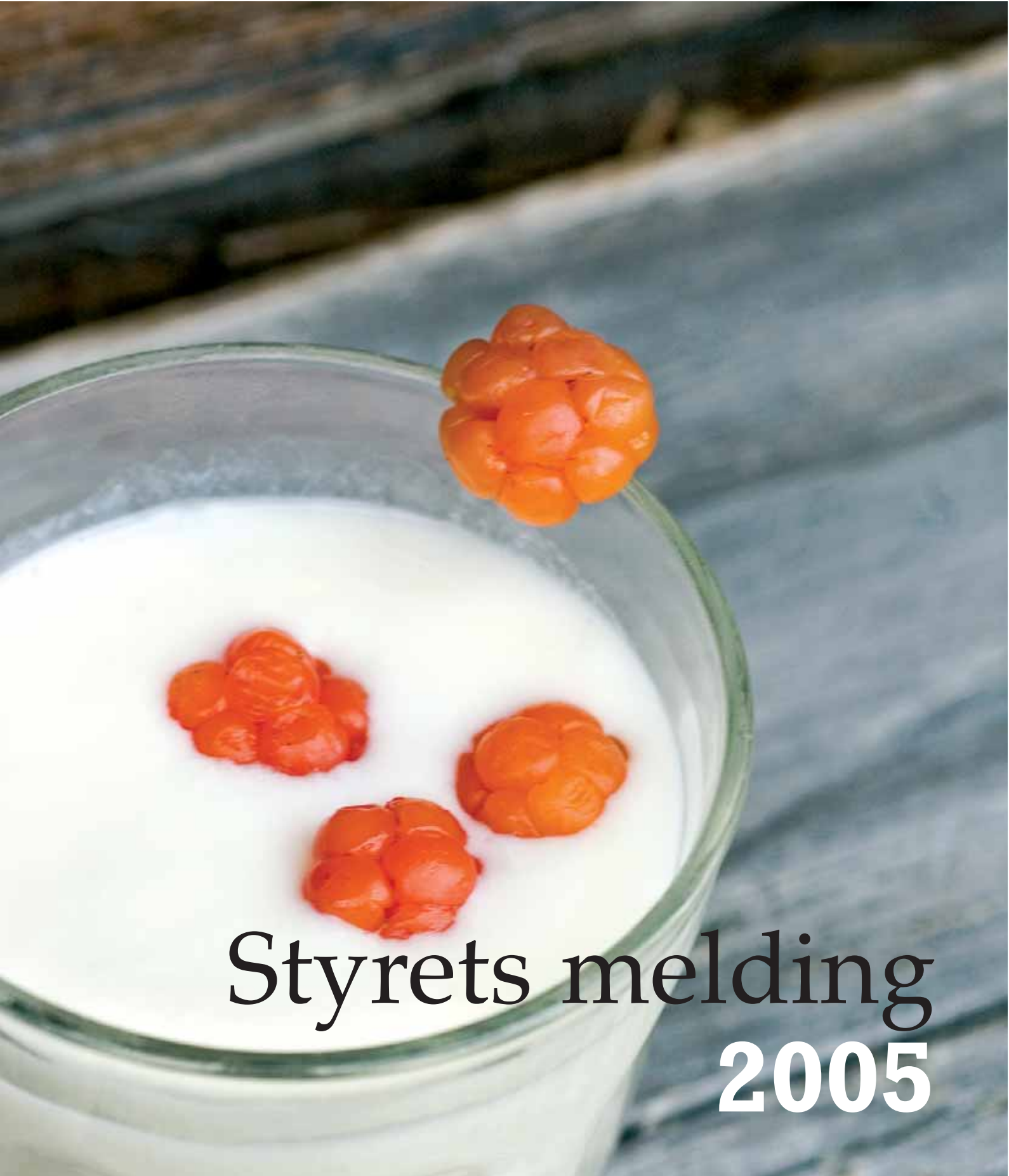


Kurt Olsen er styreleder i Lokalmat BA.

bred enighet om satsingen, sier Kurt Olsen i Finny Sirevaag AS, som ble valgt til styreleder i selskapet. Bak etableringen står Bortistu Gjestegard AS, Den Blinde Ku AS, Finny Sirevaag AS,

Galåvolden Gård, Gourmetsopp.no, Lofotprodukt AS, Reisemat AS, Røsorsmat AS og Varanger Vilt AS.

Selskapet holder åpent for at flere bedrifter skal kunne delta i samarbeidet.



Styrets melding 2005



Styrets melding 2005

Matmerk har som mål å være en viktig aktør i arbeidet med å implementere de nasjonale strategiene for utvikling av norsk matproduksjon. Hovedvirksomheten er i tråd med dette knyttet til arbeidet med merkeordningene Beskyttede betegnelser, Spesialitet og Godt Norsk.

Etter oppdrag fra Mattilsynet deltar Matmerk i forvaltningen av den offentlige lovbaserte merkeordningen Beskyttede betegnelser. I 2005 oppnådde kun ett produkt å få sitt produktnavn lovbeskyttet i tråd med denne merkeordningen, slik at det nå er tre norske matprodukt med slik lovbeskyttelse. Styret i Matmerk ser det som viktig at Mattilsynet, som formelle forvalter av ordningen, legger opp til en mer effektiv søknadsbehandling og godkjenningssprosess til beste både for søkerne og merkeordningen i seg selv.

For Spesialitet-merkeordningen var godkjenningen av det første sjømatproduktet med Spesialitet-godkjenning en milepæl i 2005. Interessen for ordningen er voksende, og i løpet av året ble ti nye matprodukter og sju bedrifter godkjent for bruk av Spesialitet-merket. Ved utgangen av 2005 var det dermed registrert i alt 41 godkjente Spesialitet-produkter. Etableringen av et eget nettverk for Spesialitet-merkebrukerne har også utviklet seg til å være et aktivum for ordningen. Felles markedsstiltak og synliggjøring av norsk matmangfold og matspesialiteter gjennom avisbilaget Smak! er blant aktivitetene.

Den videre utviklingen av merkeordningen Godt Norsk har også i 2005 stått i fokus. Det er derfor i regi av Landbruks- og matdepartementet lagt opp til en prosess som skal vurdere mulighetene for å etablere et helhetlig kvalitetsystem for norske landbruksprodukter gjennom å knytte Godt Norsk nærmere til KSL (Kvalitetssystem i landbruket).

Dette arbeidet ble igangsatt i 2005, og en tilrådning vil bli levert våren 2006. I påvente av en slik avklaring har styret funnet det riktig å avvente større investeringer knyttet til Godt Norsk i 2005.

Både Spesialitet og Beskyttede betegnelser omfatter i tillegg til landbruksprodukter også fisk og sjømat. En videre innsats fra Matmerk når det gjelder arbeidet rettet mot sjømat vil sett fra styrets side være avhengig av at aktørene i fiskeri- og havbruksnæringen selv – eller sammen med fiskerimyndighetene – velger å synliggjøre en mer aktiv interesse for slik merking som del av arbeidet for økt verdiskaping i næringen.

Matmerk har i 2005 styrket arbeidet med forretningsutvikling og kommersialisering. En vellykket utvikling innenfor arbeidet med merkeordningene avhenger av at merkebrukerbedriftene lykkes. Dette inkluderer blant annet at bedriftene utvikler en forsvarlig forretningsmessig drift og at de sikres markedsadgang for produktene sine.

I 2005 ble det som en del av den kommersielle satsingen inngått en avtale mellom Matmerk og NorgesGruppen om plass i butikkene for matprodukter med Beskyttede betegnelser eller Spesialitet-godkjenning.

Avtalen er med på å bekrefte at også handelen selv nå satser på å differensiere matvareutvalget. Det åpner muligheter for tilsvarende avtaler med andre kjeder om markedsadgang for godkjente matspesialiteter.

Prosjektet "Markedskanaler og Logistikk for Lokale Matprodusenter" hadde i 2005 som mål å peke på konkrete gjennomførbare logistikk-løsninger tilpasset mindre lokale produsenter som en del av den kommersielle markeds-satsingen. Prosjektet ble gjennomført i regi av Matmerk med finansiering fra

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon. Tilrådningene fra logistikk-prosjekter ga høsten 2005 umiddelbart støtet til etableringen av logistikk-selskapet Lokalmat BA, som er et fellesselskap for lokale matprodusenter som ønsker å samarbeide nærmere om ulike logistikk-løsninger. Dette kan igjen gi større matmangfold for forbrukerne.

Matmerk har som mål å øke organisasjonens egen inntjening i forhold til den totale finansieringen av driften. Det innebærer økt satsing på eksternt finansierte prosjekter.

I tråd med dette har styret også funnet det riktig å øke merkebrukeravgiften. Dette har resultert i at andelen av andre inntekter/merkebrukerinntekter i 2005 økte med 100 prosent, fra kroner 1 053 721,- i 2004 til kroner 2 098 492,- i 2005.

Styret vil samtidig beklage at Omsetningsrådet har valgt å redusere bevilgningene til Matmerk.

Årsregnskapet for Stiftelsen Matmerk er for 2005 gjort opp med inntekter på i alt 18 750 311 kroner.

Totalt viste driftsåret et overskudd på 1 094 937 kroner. Overskuddet har sammenheng med at planlagte lanseringsaktiviteter ikke ble iverksatt som følge av at den eneste produktgodkjenningen for beskyttede betegnelser først kom i desember 2005. Styret tilrår derfor at årets overskudd overføres og anvendes til tilsvarende aktiviteter i 2006.

Matmerk har Oslo som kontorsted, og hadde ved årets slutt 10 medarbeidere, likt fordelt på begge kjønn. Sykefraværet har i 2005 vært ubetydelig. Arbeidsmiljøet vurderes som godt og virksomheten forurenser ikke.

Styret anser forutsetningen for videre drift å være stede, og årsoppgjøret er gjort opp med det som forutsetning.



Knut Maroni



Kari Redse Håskjold



Per Roskifte



Eli Skoland



Fredmund Sandvik



John Nordal

Oslo 31. januar 2006

Knut Maroni
styreleder

Kari Redse Håskjold
nestleder

Per Roskifte
styremedlem

Eli Skoland
styremedlem

Fredmund Sandvik
styremedlem

John Nordal
styremedlem

Randi Kvissel Haugen
administrerende direktør

Resultatregnskap

2005

	Note	2005	2004
Driftsinntekter			
LMD		14 000 000	11 500 000
Omsetningsrådet		2 776 000	3 470 000
Mattilsynet		500 000	1 502 631
FKD		50 000	200 000
Merkebrukerinntekter/andre inntekter		2 098 492	1 053 721
Periodisert inntekt	7	- 674 181	0
Sum driftsinntekter		18 750 311	17 726 352
Driftskostnader			
Varer og tjenester	3	3 112 432	2 703 434
Lønnskostnad	4	7 963 812	7 799 258
Avskrivning	5	171 879	209 508
Konkurransefortrinn	5	406 965	908 759
Markedsføring		4 955 993	6 832 350
Informasjon		1 044 293	1 637 077
Sum driftskostnader		17 655 374	20 090 386
Driftsresultat		1 094 937	- 2 364 034
Finansinntekter og finanskostnader			
Renteinntekt		178 073	145 669
Rentekostnad		13 807	7 208
Netto finansposter		164 266	138 461
Årsresultat		1 259 203	- 2 225 573
Overføringer			
Overført til annen egenkapital		1 259 203	- 2 225 573
Sum overføringer		1 259 203	- 2 225 573

Noter til årsoppgjøret

Note 1 > Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapslovens bestemmelser og god regnskapsskikk.

Fordringer

Kundefordringer og andre fordringer er oppført i balansen til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap. Avsetning til tap gjøres på grunnlag av individuelle vurderinger av de enkelte fordringene.

Varige driftsmidler

Varige driftsmidler balanseføres og avskrives over driftsmidlets forventede levetid. Direkte vedlikehold av driftsmidler kostnadsføres løpende under driftskostnader, mens påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlets kostpris og avskrives i takt med driftsmidlet.

Pensjoner

Stiftelsen finansierer sine pensjonsforpliktelser overfor de ansatte gjennom en kollektiv pensjonsordning. Den årlige betalte premien kostnadsføres. Årets kostnad utgjør kr 1 023 773. Det er 9 personer som er omfattet av ordningen. Premiefondet utgjør pr 31.12. kr 311 097 og er i samsvar med reglene for små virksomheter ikke balanseført.

Klassifiseringen av inntekter er endret i forhold til 2004. Sammenligningstallene er endret tilsvarende.

Note 2 > Bankinnskudd

I posten inngår bundne bankinnskudd på skattetrekkskontoen med 574 558 per 31.12.2005.

Note 3 > Varer og tjenester

	2005	2004
Varer og tjenester	2 705 114	2 357 624
Internett	111 516	157 350
Varemerker	0	6 100
Org.utvikling/Nyansettelser	195 802	182 360
Sum	3 012 432	2 703 434

Note 4 > Lønn, godtgjørelser, lån til ansatte m.v.

	2005	2004
Lønnskostnader		
Lønninger	5 766 241	5 059 487
Arbeidsgiveravgift	1 005 132	961 056
Pensjonskostnader	1 023 773	1 442 706
Andre ytelser	244 560	407 337
Sum	8 039 706	7 870 586
Gjennomsnittlig antall ansatte	10	10

Godtgjørelser	Lønn	Pensjonsutg.	Andre godtgj.
Administrerende direktør	918 230	125 071	69 795
Styret	252 000	0	0

Balanse pr. 31. des.

	Note	2005	2004
Anleggsmidler			
<i>Varige driftsmidler</i>			
Biler	5	152 223	277 115
Inventar	5	0	6 136
Kontormaskiner	5	26 409	38 910
Sum varige driftsmidler		178 632	322 161
Omløpsmidler			
<i>Fordringer</i>			
Kundefordringer		346 258	391 149
Andre fordringer		703 032	1 958 647
Sum fordringer		1 049 290	2 349 796
Betalingsmidler	2	8 437 740	4 349 847
Sum omløpsmidler		9 487 030	6 699 643
Sum eiendeler		9 665 662	7 021 804
Egenkapital			
<i>Innskutt egenkapital</i>			
Stiftelseskapital	8	200 000	200 000
<i>Opptjent egenkapital</i>			
Annen egenkapital	8	5 217 107	3 957 905
Sum egenkapital		5 417 107	4 157 905
Gjeld			
<i>Kortsiktig gjeld</i>			
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		730 182	677 105
Skyldige offentlige avgifter		862 139	793 467
Annen kortsiktig gjeld	7	2 656 234	1 393 327
Sum kortsiktig gjeld		4 248 555	2 863 899
Sum egenkapital og gjeld		9 665 662	7 021 804

Administrerende direktør mottar 1 års lønn og andre godtgjørelser dersom hun må fratre sin stilling. Dette utgjør kr 923 557 i lønn og ca kr 80 000 i andre godtgjørelser.

Det foreligger ingen forpliktelser til å gi styret eller leder av styret særskilt vederlag ved opphør eller endring av vervet.

Revisor

Honorar for revisjon av årsregnskapet 2005	37 500
Honorar skatte og avgiftsrådgivning	20 500
Honorar andre tjenester	9 000
Alle beløp er eksklusiv mva.	

Note 5 > Varige driftsmidler

	Biler	Inventar	Kontor- maskiner	2004 Sum
Anskaffelseskost 01.01.2005	624 462	66 955	274 703	966 120
Tilgang kjøpte driftsmidler	0	0	28 350	28 350
Anskaffelseskost 31.12.2005	624 462	66 955	303 053	994 470
Akk. avskr./nedskr. 01.01.2005	347 347	60 819	235 792	643 958
Akk. avskrivninger 31.12.2005	472 239	66 955	276 644	815 838
Bokført verdi 31.12.2005	152 223	0	26 409	178 632
Årets avskrivninger	124 892	6 136	40 852	171 880
Økonomisk levetid	5 år	5 år	3 år	
Avskrivningsplan	Lineær	Lineær	Lineær	

Note 6 > Markedsføring

Ved kontroll fra fylkesskattesjefen i 2004 ble det konstatert at det skal foretas en forholdsmessig fordeling av inngående mer-

verdiavgift som følge av at inntekter vedrørende Beskyttede betegnelser skal holdes utenfor avgiftsområdet. Stiftelsen har derfor etter eget ønske utarbeidet en oversikt for årene 2002-2003, og foretatt en forholdsmessig fordeling av inngående merverdi som gjelder Beskyttede betegnelser. Dette har medført en tilsvarende økning i kostnaden vedrørende Beskyttede betegnelser for 2004. Den totale kostnaden vedrørende Beskyttede betegnelser for 2004 overstiger inntektene.

	2005	2004
Etterberegnet merverdiavgift for 2002 og 2003	0	405 953
Inntektsføring fra Mattilsynet i forb. med etterbereg.	0	- 253 589
Netto kostnadseffekt	0	152 364

Note 7 > Periodisert inntekt

Periodisert inntekt gjelder ubrukte midler fra Beskyttede Betegnelser.

Note 8 > Egenkapital

Periodisert inntekt gjelder ubrukte midler fra Beskyttede Betegnelser.

	Stiftelses kapital	Annen egenkapital	Sum
Egenkapital 01.01.2005	200 000	3 957 904	4 157 904
Årsresultat	0	1 259 203	1 259 203
Egenkapital 31.12.2005	200 000	5 217 107	5 417 107



■ Statsautoriserte revisorer

Ernst & Young AS
Oslo Atrium
Postboks 20
NO-0051 Oslo

Medlemmer av Den norske Revisorforening

■ Foretaksregisteret:

NO 976 389 387 MVA

Tel. +47 24 00 24 00

Fax +47 24 00 24 01

www.ey.no

Til styret i
Matmerk

Revisjonsberetning for 2005

Vi har revidert årsregnskapet for Matmerk for regnskapsåret 2005, som viser et overskudd på kr 1259203. Vi har også revidert opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet og forutsetningen om fortsatt drift. Årsregnskapet består av resultatregnskap, balanse og noteopplysninger. Regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge er anvendt ved utarbeidelsen av regnskapet. Årsregnskapet og årsberetningen er avgitt av stiftelsens styre og administrerende direktør. Vår oppgave er å uttale oss om årsregnskapet og øvrige forhold i henhold til revisorlovens og stiftelseslovens krav.

Vi har utført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder revisjonsstandarder vedtatt av Den norske Revisorforening. Revisjonsstandardene krever at vi planlegger og utfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon. Revisjon omfatter kontroll av utvalgte deler av materialet som underbygger informasjonen i årsregnskapet, vurdering av de benyttede regnskapsprinsipper og vesentlige regnskapsestimater, samt vurdering av innholdet i og presentasjonen av årsregnskapet. I den grad det følger av god revisjonsskikk, omfatter revisjon også en gjennomgåelse av stiftelsens formuesforvaltning og regnskaps- og interne kontrollsystemer. Vi mener at vår revisjon gir et forsvarlig grunnlag for vår uttalelse.

Vi mener at

- årsregnskapet er avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av stiftelsens økonomiske stilling 31. desember 2005 og av resultatet i regnskapsåret i overensstemmelse med god regnskapsskikk i Norge
- ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringskikk i Norge
- opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet og forutsetningen om fortsatt drift er konsistente med årsregnskapet og er i samsvar med lov og forskrifter.

Vi har ikke fått kjennskap til noe forhold som tilsier at stiftelsens forvaltning og utdelinger ikke er foretatt i samsvar med lov, stiftelsens formål og vedtektene for øvrig.

Oslo, 31. januar 2006
ERNST & YOUNG AS

Terje Tvedt
statsautorisert revisor

■ Besøksadresse:
Oslo Atrium
Christian Frederiks plass 6
0154 Oslo

■ Arendal, Bergen, Bø, Drammen, Fosnavåg, Fredrikstad, Holmestrand,
Horten, Honefoss, Kongsberg, Kragerø, Kristiansand, Larvik, Levanger,
Lillehammer, Moss, Målnøy, Notodden, Oslo, Otta, Porsgrunn/Skien,
Sandefjord, Sorland, Stavanger, Steinkjer, Tromsø, Trondheim, Tønsberg,
Vikersund, Ålesund

Styret

Styreleder: Adm. direktør Knut Maroni,
Næringsmiddelbedriftenes Landsforening
Nestleder: Bonde Kari Redse Håskjold
Konserndirektør Per Roskifte, NorgesGruppen
Bonde Fredmund Sandvik
Rådgiver Eli Skoland, Fjellrypa (f.o.m. 16.03.05)
Direktør John Nordal, Prior (f.o.m. 16.03.05)
Kvalitetssjef Ola Hedstein (t.o.m. 16.03.05)
Daglig leder Berly Lund Grønning (t.o.m. 16.03.05)

Vararepresentanter:
Daglig leder Terje Wester, Fatland Jæren (f.o.m. 16.03.05)
Bonde Åse Berg, Norsk Bonde- og småbrukarlag
Bonde Hans Ellef Wettre, Norges Bondelag
Seniorkonsulent Leif Hamre, Svindland AS (t.o.m. 16.03.05)

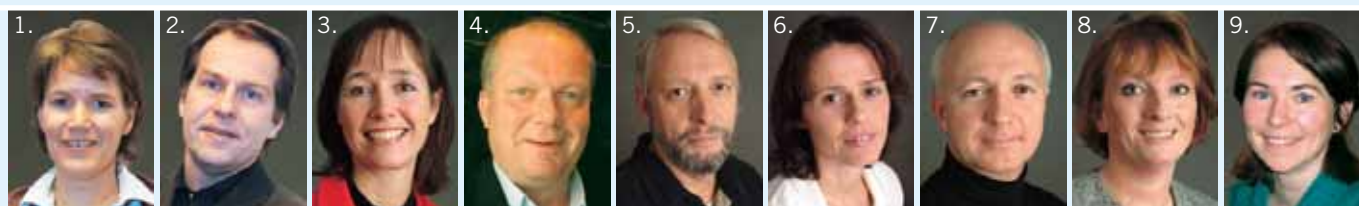
Representantskap 2005

Representantskapets ordfører: Oddmund Østebø

Representantskapets varaordfører: Åse Berg

Organisasjon	Representant	Vararepresentant
Baker og konditorbransjens Landsforening/ Næringsmiddelbedriftenes Landsforening	Advokat Dag Kjetil Øyna	Daglig leder Anders Vangen
Handelens Samarbeidsorgan for Jordbruksvarer Kjøttindustriens Fellesforening	Gen. sekr. Oddmund Østebø Daglig leder Gabriella Dånmark	Direktør Dag Henning Reksnes HR direktør Terje Solberg
Landbruksdepartementet	Landbruksdir. Åse Egeland Landbruksdir. Thor Bjønnes	Fylkesjordsjef Aase Vaag Direktør Eivind Liven
Norsk Landbrukssamvirke	Bonde Wenche Stuvland Knygh	Avd. sjef Eugen Tømte
Norges Bondelag	Bonde Hans Ellef Wettre Fagsjef Per Harald Agerup	Fylkesleder Svein Guldal Førstekons. Anders J. Huus
Handel og Servicenæringens Hovedorganisasjon	Direktør Thomas Angell (leder)	Kjøpmann Ketil Sorthe
Norges Kvinne og Familieforbund	Forbundsleder Bjarnhild Hodneland	Kretsleder Torill Gravdal
Coop Norge AS	Varesikringssjef Marit Bjerås	Disponent Joralf Grøseth
Norsk Bonde- og Småbrukarlag	Ass.gen.sekr. Jon P. Løvstad Bonde Åse Berg	Generalsekretær Olaf Godli Konsulent Sigrid Fonlid
Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiders forbund	Nestleder Johnny Hagen	Sekretær Arild Oliverson
Merkebrukerbedriftene:	Inger Skjervold Rosenfeld, Den Blinde Ku Johan B. Stenrød, Stenrød Sjampinjong John Nordal, Prior Norge Thor Jarle Eriksen, Tøsse Bakeri Arnulf Moe, Honningcentralen Espen Aronsen, Aron Mat	Fredrik Hannestad, Small People Arild Husefeldt, Prior Norge Josef Czyczyk, Voss Fellesbakeri Runar Heltne, Bjorli Fjellmat Bjarte Tolaas, Voss Kjøttindustri

Administrasjonen i Matmerk



1. Adm. direktør Randi Kvissel Haugen 2. Informasjonssjef Bernt Ellingsen 3. Advokat Nina Wærnes Hegdahl 4. Prosjektleder markeds-
tjenester Frode Kristensen 5. Kvalitetssjef Tore Jarmund 6. Prosjektleder Gunnhild Aasgård Kristianslund 7. Markedsdirektør Arne
Sverre Modahl 8. Adm. sekretær Camilla Stranger-Thorsen 9. Prosjektmedarbeider Arnhild Hjelde

Godkjente bedrifter og produkter

Spesialitet



Godkjente bedrifter	Navn på produkt
Aron Mat AS	Fenalår glassert med honning
	Tromsørull, frossen rå
	Tromsørull, kokt
Aronia Jæren DA	Aroniasaft
Bjorli Fjellmat AS	Grov kokt Bjorlimorr
	Reinsdyr biff
	Spekebacon
	Fjelltørket fenalår av lam
Bortistu Gjestegard AS	Bassturøkt lammelår
Ek Gårdspakkeri	Ek Gårdsegg
Erica	Tavlehonning
	Honning m/urter
	Honning med Rosenrot
Finny Sirevaag AS	Sirevaag Norske Reker
Galåvolden Gård	Røroskake
Gangstad Gårdsysteri	Salatost m/hvitløk
Gjørv Gård	Stykningsdeler 1 1/2 årlig hjort
	Tørket/speket hjort av kjøtt
Honningcentralen A/L	Bringebærhonning
	Røsslynghonning
Prior Norge	Livèche kylling
Reisamat A/S	Kreklingsirup
Rosetten/Den Blinde Ku	Ingers blå
	Camenås
Røroskjøtt AS	Håndsydd lammerull
Rørosmeieriet AS	Økologisk Røros smør
	Røros Gom
TINE BA	Ridder
Tine Meieriet Øst Dovre	Dovreost Reinheim
	Dovreost Snøhetta
Tøsse Bakeri	Vannkringle
	Sukkerkavring
	Kavring
Valdres Rakfisk BA	Rakfisk fra Valdres
Varanger Vilt AS	Stykningsdeler av reinsdyrkjøtt (ferskt/fryst)
Verafisk	Rakfisk
Voss Kjøttindustri	Urøykt Fenalår
	Eldhusrøykt Fenalår
	Spesialmodna Eldhusbacon
	Fenalår av Gammel Norsk Sau (villsau)*
	Spekepølse av Gammel Norsk Sau (villsau)*
Sum produkter	41





Godkjente bedrifter og produkter

Beskyttede betegnelser



Økologisk Tjukkmjølke fra Røros (Beskyttet geografisk betegnelse)

Ringeriksarter (Beskyttet opprinnelsesbetegnelse)

Eplejuice frå Hardanger (Beskyttet geografisk betegnelse)

Godt Norsk



Godkjente bedrifter

Antall godkjente produkter

Aage Pedersen AS	16
BAMA-gruppen AS	39
Bjørli Fjellmat	2
Collett Pharma AS	1
Coop Mega Røros	7
Den lille krydderhave	25
EFI AS	1
Elvenhøy Gartneri	1
Erica	4
Fatland Skjeggerød Gruppen	113
Femund Fiskerlag	9
Finn Gustavsen AS	8
Finstad Gård Engros AS	4
Galåvolden Gård	34
Gilde Norsk Kjøtt BA	11
Honningcentralen A/L	3
John Haugen A/S Kjøttindustri	26
Norgesmøllene DA	20
Osmund Espedal Handelsgartneri A/S	1
Prior Norge	74
Rørosmeieriet as	3
Small People AS	28
Snarum Gartneri	14
Stenrød Sjampinjong AS	5
Stranda Spekemat AS	5
Svindland	20
Søndre Bjerkerud	3
Tine BA	46
Tine Meieriet Øst Folldal	2
Tøsse Bakeri AS	3
Varanger Vilt AS	4
Voss Fellesbakeri og Konditori	2
Østby Søndre	1
Sum produkter	535

Matmerk

Nedre Vollgate 3

0158 Oslo

Tlf: 24 14 83 00, Faks: 24 14 83 13

E-post: post@matmerk.no

Internett: www.matmerk.no

60%

Ifølge forbrukerundersøkelsen er 60 prosent av befolkningen villig til å betale mer for mat med spesielle egenskaper og kvaliteter. Blant dem som er villig til å betale mer, sier tre av fem at de kan betale 15 prosent ekstra. En av ti betaler gjerne 25 prosent mer.

