




# *Årsmelding 2009*

*Vi bidrar til  
at forbrukerne  
velger norsk mat*

A close-up photograph of a clear glass pitcher pouring a thick stream of white milk into a clear glass. The milk is captured mid-pour, creating a smooth, continuous column that fills the glass. The background is a soft, out-of-focus light blue.

Stiftelsen KSL Matmerk har til formål å styrke konkurranseevnen til norsk matproduksjon, og skal gjennom arbeid med kvalitetsstyring i primærproduksjonen og synliggjøring av konkurransefortrinn og opprinnelse, bidra til at forbrukerne velger norsk mat.

Oppgavene omfatter Kvalitetssystem i Landbruket (KSL), merkeordningene Nyt Norge, Beskyttede betegnelser og Spesialitet samt fellesmarkedsføring av økologisk mat i Norge.

KSL Matmerk arbeider også for å sikre norske matprodusenter bedre markedsmuligheter, og har i tillegg ansvaret for å forvalte kompetanseutviklingsmidlene i landbruket (KIL-ordningen).

Se også [www.kslmatmerk.no](http://www.kslmatmerk.no)

**Imhold:**

Styrets melding	side 3
Nyt Norge	side 6
Spesialitet	side 8
Beskyttede betegnelser	side 9
Kvalitetssystem i landbruket (KSL)	side 10
Fellesmarkedsføring av økologi	side 12
Markedstjenester	side 13
Kommunikasjon og informasjon	side 14
Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket (KIL)	side 15
Årsregnskap	side 16
Utvalg og faggrupper	side 21
Ansatte	side 22
Merkebrukere	side 23

# Styrets melding

*Gjennom kvalitetsstyring og synliggjøring av konkurransefortrim og opprinnelse skal KSL Matmerk bidra til at forbrukerne velger norsk mat.*

Stiftelsen KSL Matmerk ble opprettet 1. januar 2007. Hovedoppgavene er forvaltning og videreutvikling av Kvalitetssystem i landbruket (KSL) og merkeordningene Nyt Norge, Beskyttede betegnelser og Spesialitet. Fra og med 2008 har KSL Matmerk også hatt ansvaret for fellesmarkedsføringen av økologisk mat i Norge. KSL Matmerk har i tillegg det praktiske forvaltningsansvaret for Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket (KIL-ordningen).

Styret i KSL Matmerk har i 2009 hatt 7 møter. Et viktig og prioritert fokus for styret har i denne perioden vært arbeidet med den nye merkeordningen for norsk mat - Nyt Norge. I 2009 var lanseringen av Nyt Norge en sentral og ressurskrevende oppgave for hele organisasjonen KSL

Matmerk. Utviklingen og etableringen av Nyt Norge har skjedd i nært samarbeid med de mest sentrale aktørene innen produksjon av og handel med norsk mat.

To viktige milepæler for ordningen var logolanseringen 8.mai 2009 i Den norske opera og lanseringen av den første forbrukerkampanjen for Nyt Norge under Fagdag Norsk Mat den 29. oktober.

Under begge disse arrangementene benyttet flere av de største bransjeaktørene anledningen til å uttale og synliggjøre sin oppslutning om ordningen. For ytterligere å sikre matbransjens deltakelse og medvirkning i det videre arbeidet er det også besluttet etablert et eget Merkebrukerutvalg for Nyt Norge.

Etter Nyt Norge-kampanjen viste en måling utført av TNS Gallup i desember 2009 en merkekjennskap på 19,9 prosent blant forbrukerne. Nyt Norge kunne samtidig ved utgangen av året notere 250 god-

kjente produkter fra 7 produsenter. Flere av de største matprodusentene har dessuten varslet sine søknader om merkebruk. Styret anser derfor målet om 1 000 godkjente produkter i løpet av 2010 for å være innen rekkevidde.

I 2009 ble Sider frå Hardanger et lovbeskyttet produkt navn i tråd med merkeordningen Beskyttede betegnelser. Dermed er det i alt 16 norske matprodukter med beskyttede betegnelser. Flere produkter er i prosess for godkjenning.

Erfaringene fra arbeidet med Beskyttede betegnelser viser at prosessene knyttet til rekruttering og godkjenning er til dels svært tidkrevende. Styret beklager samtidig at Mattilsynet i 2009 besluttet å trekke tilbake det økonomiske tilskuddet som tidligere har vært gitt KSL Matmerk for arbeidet med Beskyttede betegnelser. For at ordningen skal fungere i tråd med intensjonene er det etter



De første Nyt Norge-merkede produktene var å finne i forretninger landet rundt i juni 2009. (FOTO KSL MATMERK)

styrets mening viktig å sikre arbeidet med Beskyttede betegnelser en nødvendig og forutsigbar økonomi, og styret vil derfor arbeide for å få tilbake tilskuddet fra Mattilsynet. Interessen for Spesialitet-merkingen er fortsatt jevnt økende. Ved utgangen av 2009 var det 201 produkter fra 49 produsenter med godkjenning for bruk av Spesialitet-merket.

Etableringen av et eget rådgivende Fagutvalg for Spesialitet har gitt positiv og verdifull støtte i vurderingen av produkter som søker merkegodkjenning. Styret har derfor valgt å videreføre oppnevningen av de sittende medlemmene av fagutvalget for en ny periode.

En forbrukertest som ble gjennomført ved utgangen av året viste en merkekjennskap for Beskyttede betegnelser og Spesialitet på hhv. 5,1 og 17,0 prosent. Kjennskapen til ordningene bærer preg av at det i 2009 ikke har vært gjennomført egne markeds kampanjer for Spesialitet og Beskyttede betegnelser. I stedet har det vært brukt ressurser på å utvikle nye kommunikasjonsløsninger og -plattformer for begge merkeordningene.

Disse kommunikasjonsplattformene vil danne grunnlaget for forbrukermarkedsføringen framover. I arbeidet med Spesialitet og Beskyttede betegnelser inngår også løpende dialog med merkebrukerne.

Arbeidet med Kvalitetssystem i landbruket – KSL – er en av hovedoppgavene i KSL Matmerk. Systemet legger til rette for egenkontroll og dokumentasjon av matproduksjonen på norske gårdsbruk. Bruk av KSL er også et av de grunnleggende kravene i merkeordningen Nyt Norge. Etter en omfattende revisjon og forenkling av systemet høsten 2008 opplever KSL Matmerk en økende forståelse for og bruk av KSL blant bøndene.

I 2009 ble det gjennomført 5203 KSL-revisjoner på gårdsbruk rundt om i landet. Det er en nedgang fra

2008, noe som i hovedsak har budsjettmessige årsaker. Flere KSL-revisjoner på gårdene er et viktig mål for det videre arbeidet med KSL. For å effektivisere KSL-revisjonene er det i 2009 også gjennomført forsøk med grupperevisjoner.

Det har vært gjennomført to kampanjer for økologisk mat i 2009. KSL Matmerk har utviklet en egen markedsprofil – Ren Glede – til bruk i fellesmarkedsføringen av økologisk mat. I markedsarbeidet inngår også målrettet bruk av internett og sosiale medier.

Sammen med de øvrige aktørene innen økologifeltet har KSL Matmerk i tillegg bidratt til å utvikle en beredskap for håndtering av kriser og utilsiktede hendelser knyttet til økologisk mat og matproduksjon. Gjennom samarbeidsavtaler og prosjekter viderefører KSL Matmerk et nært og godt forhold til dagligvarehandelen og storhusholdningssektoren. Et viktig mål for dette samarbeidet er å sikre merkebrukerbedriftene bedre markedsadgang. Mulighetene for å lykkes i markedet var også tema for et større seminar i juni der KSL Matmerk sammen med Landbruks- og matdepartementet var arrangør.

KSL Matmerk er også tildelt oppgaven med å forvalte Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket (KIL). Etter råd fra Faggruppe KIL ga styret i KSL Matmerk i 2009 tilsagn om til sammen 5 898 200 kroner i støtte til 20 kompetanserettede prosjekter knyttet til etter- og videreutdanning i landbruket. I alt kom det inn 36 søknader om KIL-midler. KIL-midlene føres i et eget regnskap. Ikke tildelte KIL-midler legges til kapitalen og benyttes i tilknytning til kommende tildelinger av prosjektmidler.

KSL Matmerk gjennomførte i februar 2009 en egen omdømmeundersøkelse for å kartlegge hvordan virksomheten oppfattes blant



*Styreleder Per Roskifte i KSL Matmerk sto for åpningen av Fagdag norsk mat 2009. Fagdagen samlet rundt 200 deltakere/aktører knyttet til norsk matproduksjon.  
(FOTO EIVOR ERIKSEN/KSL MATMERK)*

merkebrukere, samarbeidspartnere og kontakter. I følge konklusjonene – basert på svarene fra 282 respondenter – oppfattes KSL Matmerk å ha høy kompetanse innenfor de områdene som organisasjonen jobber med.

Undersøkelsen synliggjør imidlertid også utfordringer i form av blant annet synliggjøring og avklaring av forventninger innen deler av virksomheten. Dette er forhold og forbedringer som vil inngå i arbeidet med ny strategi.

Årsresultatet for den samlede virksomheten i Stiftelsen KSL Matmerk i 2009, eksklusive KIL, er et underskudd på 3 932 673 kroner. Dette skyldes primært økte aktiviteter og kostnader knyttet til Nyt Norge-lanseringen, samt investeringer i prosjekter i 2009 som vil bli ferdigstilt og gi kostnadsbesparelser i 2010. Underskuddet skyldes også sent innkomne fakturaer for gjennomførte KSL-revisjoner, samt økt behov for kjøp av eksterne tjenester i forbindelse med permisjoner og sykdom i administrasjonen. Stiftelsen har i

tillegg fått redusert sine inntekter som følge av bortfall av planlagte og budsjetterte prosjekter. Stiftelsens egenkapital er per 31.12.2009 bokført med 6 169 028 kroner.

Stiftelsen KSL Matmerk har Oslo som kontorsted, og hadde 16 medarbeidere ved utgangen av 2009, herav 9 kvinner og 7 menn. I tillegg kjøpes det tjenester til gjennomføring av eksterne KSL-revisjoner fra 130 revisorer rundt om i Norge, tilsvarende om lag 20 årsverk. Styret har en sammensetning med 4 kvinner og 5 menn.

I perioden september og ut året har to av medarbeiderne i administrasjo-

nen hatt foreldrepermisjon. I denne forbindelse har administrasjonen vært styrket med en ansatt i engasjementsstilling fra august 2009.

Sykefraværet i organisasjonen var 8,6 prosent i 2009. Dette er en økning med 2,3 prosentenheter fra 2008. Sykefraværet er også i 2009 preget av langtidssykemeldinger.

I forbindelse med sykefraværet til administrerende direktør Gabriella Dånmark har Marit Jerven (fra 24. juni til 10. september) og Henrik Solbu (fra 10. september og ut året) vært konstituert i hennes stilling.

Arbeidsmiljøet følges opp gjennom

årlige arbeidsmiljøundersøkelser. KSL Matmerk har inngått avtale om bedriftshelsetjeneste. I tillegg er det tegnet behandlingsforsikring og gruppelivsforsikring for de ansatte.

Arbeidsmiljøet vurderes som godt og virksomheten forurenser ikke det ytre miljø.

Styret anser at forutsetningene for videre drift av Stiftelsen KSL Matmerk er til stede.

Styret takker KSL-produsenter, merkebrukere, de ansatte i administrasjonen og øvrige samarbeidspartnere for et godt samarbeid i 2009.

Oslo, 18. februar 2010

Per Roskifte  
styreleder

Terje Wester  
nestleder

Åse Berg  
styremedlem

Fredmund Sandvik  
styremedlem

Nina W. Hegdahl  
styremedlem

Hege Berg-Knutsen  
styremedlem

Nils T. Bjørke  
styremedlem

Sveinung Svebestad  
styremedlem

Britt Sauar  
styremedlem

Henrik Solbu  
administrerende direktør (konst.)



Per  
Roskifte  
styreleder



Terje  
Wester  
nestleder



Åse  
Berg  
styremedlem



Fredmund  
Sandvik  
styremedlem



Nina W.  
Hegdahl  
styremedlem



Hege  
Berg-Knutsen  
styremedlem



Sveinung  
Svebestad  
styremedlem



Nils T.  
Bjørke  
styremedlem



Britt  
Sauar  
styremedlem

(FOTO EIVOR ERIKSEN/KSL MATMERK)



## Nyt Norge

*2009 ble lanseringsåret for den nye merkeordningen for norsk mat - Nyt Norge. Merkeordningen skal gjøre det enklere for forbrukerne å velge mat som er produsert i Norge av norske råvarer.*

Ved utgangen av året var 250 produkter fra 7 virksomheter godkjent for bruk av Nyt Norge. Nyt Norge eies og administreres av KSL Matmerk, og er utviklet gjennom et tett og godt samarbeid med aktørene i hele verdikjeden.

Ved etableringen av KSL Matmerk 01.01.2007 fikk den nye organisasjonen i oppdrag fra Landbruks- og matdepartementet å utvikle og etablere et nytt merkesystem for norsk landbruksbasert matproduksjon. Fra KSL Matmerks side har det vært viktig å la dette arbeidet skje i nært samarbeid med aktørene i matbransjen.

Basert på en anbefaling fra et eget bransjesammensatt arbeidsutvalg fattet styret i KSL Matmerk i juni 2008 beslutningen om å etablere en merkeordning basert på tre hovedkrav; norsk råvare, kvalitetssystem på primærleddet og produksjon i Norge. Målet for en slik ordning er å bidra

til at forbrukerne velger norsk mat, og dermed opprettholde og sikre norsk matproduksjon og konkurransekraft for norske bønder og norsk næringsmiddelindustri.

Høsten 2008 ble de samme 17 sentrale bransjeaktørene som fram til da var representert i arbeidsutvalget invitert til å delta i et eget nyopprettet Samarbeidsråd for Nyt Norge.

I oktober 2008 var også navnet på den nye merkeordningen klart; Nyt Norge.

I 2009 har KSLMatmerk sammen med Samarbeidsrådet for Nyt Norge fortsatt - og intensivert - arbeidet med etableringen og implementeringen av Nyt Norge. Sentrale punkt har vært å

avklare kravene til bruk av merket, retningslinjer for merkebrukeravgift, markedsføring og søknads- og godkjenningsprosedyrer.

Styret i KSL Matmerk vedtok endelig krav og logo for merkeordningen i begynnelsen av 2009. Styret anbefalte samtidig at grøntbransjen skulle få anledning til å ta i bruk merket fra sesongstart i 2009, og at hovedlansering av ordningen skulle skje høsten 2009.

Med et 80-talls sentrale bransjeaktører tilstede kunne landbruks- og matminister Lars Peder Brekk foreta den offisielle avdukingen av logoen for Nyt Norge under et eget arrangement i Den norske opera Oslo 8.mai 2009. "Vi har all grunn til å være stolt av vår matproduksjon. Nyt Norge vil bidra til å synliggjøre betydningen av å ha matproduksjon i Norge", fastslo landbruks- og matministeren.



*Leder for Norges Bygdekvinnelag, Kathrine Kleveland, var en av ambassadørene som bidro til landsdekkende forbrukerlansering av Nyt Norge lørdag 31. oktober. (FOTO KSL MATMERK)*

I slutten av mai fikk Bama Gruppen AS, som første virksomhet, godkjenning for bruk av Nyt Norge på grønnsaker. Like etter fulgte godkjenning av Coop Norge AS innenfor samme kategori, og dette medførte at Nyt Norge-merket kunne sees i frukt- og grønnsaksdisker i dagligvarebutikker over så å si hele landet allerede i juni 2009.



*www.nyt norge.no gir Nyt Norge-opplevelser på nett.*



*En av annonsene som inngikk i den første forbrukerkampanjen for Nyt Norge i november 2009.*

Arbeidet med å gjøre merkeordningen kjent blant norske forbrukere gjennom markedsføring og aktiviteter startet opp sommeren 2009. I og med at hovedlanseringen av merket skulle skje høsten 2009, ble det ikke gjennomført noen bredt anlagt kampanje i løpet av sommeren.

Den store hovedlanseringen av Nyt Norge foregikk på KSL Matmerks Fagdag Norsk Mat, 29. oktober 2009. Her fikk i overkant av 200 gjester, presentert Nyt Norge fra ulike innfallsvinkler, og de fikk overvære premieren på reklamefilm og nye nettsider for merkeordningen.

Nyt Norge ble markedsført bredt mot forbrukerne gjennom TV-reklame, magasinannonser og nettannonser. Den første store forbrukerrettede kampanjen gikk på lufta 30. oktober 2009, og dagen etter ble det gjennomført en direktekampanje mot forbrukere ute på de 25 største kjøpesentrene landet over. Her deltok også bønder – som ambassadører for Nyt Norge – og flere skolekorps for å skape oppmerksomhet om ordningen.

I følge en kjennskapsmåling som TNS Gallup gjennomførte for KSL Matmerk i etterkant av kampanjen

oppnådde Nyt Norge en kjennskap i befolkningen på 20 prosent. Dette innebærer at en av fem spurte gjenkjente eller kjente til Nyt Norge-merket. I følge forbrukerundersøkelser er to av tre norske forbrukere positive til en merkeordning som synliggjør produkter med norsk råvare.

Interessen for merkeordningen i næringsmiddelindustrien og dagligvarehandelen er også stor. Ved utgangen av året var 250 produkter fra 7 virksomheter godkjent for bruk av Nyt Norge.

Det å sikre finansiering av Nyt Norge har også vært en sentral oppgave for KSL Matmerk i 2009. Det har vært arbeidet for å få til et samarbeid mellom avtalepartene i jordbruksforhandlingene, Omsetningsrådet, dagligvarekjedene og merkebrukerne. I 2009 har Omsetningsrådet bidratt med 7 millioner kroner, avtalepartene i jordbruksoppgjøret med 2 millioner kroner og de fire store dagligvarekjedene med til sammen 1 million kroner. I tillegg har KSL Matmerk omdisponert 1 mill kroner innenfor eget budsjett.

Det har ikke vært generert merkebrukeravgift i dette oppstartsåret,



Lansering av Nyt Norge-logo 8. mai 2009. Styreleder i KSL Matmerk, Per Roskifte og leder for det bransjesammensatte arbeidsutvalget for Nyt Norge, Geir Jostein Dyngeseth (Coop Norge Handel) kunne fornøyd konstatere at Nyt Norge-logoen ble tatt godt i mot av aktørene i bransjen. (FOTO EIVOR ERIKSEN/KSL MATMERK)

med unntak av søknadsgebyr fra 7 virksomheter. Finansieringen av merkeordningen for årene 2010 – 2014 baserer seg på den nevnte modellen. Det er besluttet at det skal benyttes 20 mill kroner i året til markedsføring av merkeordningen.



«Vi skal bygge stolthet, kunnskap og troverdighet om et felles merke», sa landbruks- og matminister Lars Peder Brekk (i midten) under Nyt Norge-lanseringen under KSL Matmerks Fagdag for norsk mat den 29. oktober 2009. Han flankeres av konsernsjef Sverre Leiro i NorgesGruppen (f.v.), administrerende direktør Rune Flaen i Bama, direktør for kategori- og markedsutvikling i Nortura, Ingeborg Flønes, styreleder Per Roskifte i KSL Matmerk, markedsdirektør Geir Jostein Dyngeseth i Coop Norge Handel, utviklingsdirektør Marit Jerven i KSL Matmerk, fagansvarlig Henning Karlsen i Metro Branding og konsernsjef Hanne Refsholt i Tine. (FOTO EIVOR ERIKSEN/KSL MATMERK)



## Spesialitet

Ved utgangen av 2009 var det godkjent 49 bedrifter med 201 produkter for bruk av Spesialitet-merket. Dette er en nettovekst på 6 bedrifter og 33 produkter. På de to siste årene har veksten vært på 14 bedrifter og 79 produkter.

Interessen for Spesialitet-merkeordningen er fortsatt stor. Spredningen av merkebrukere over landet er fremdeles god, og det er en fin "sammensetning" av store og små bedrifter.

To nyutviklede produkter fikk Spesialitet-godkjenning i 2009. Av i alt 6 nye godkjente merkebrukere kom en fra marin sektor. Utviklingen i omsetning for de godkjente produktene har vært god. Inn til salgskanal var den i 2006 137,5 millioner kroner, i 2007 156 millioner kroner og i 2008 235,5 millioner kroner – en økning på 70 prosent over de tre årene.

KSL Matmerk arbeider fremdeles tett med to av de store kjedegrupperingene innen norsk dagligvarehandel; NorgesGruppen og Coop. De fleste produktene blir således å finne i ulike kjedebutikker, og flere Spesialitet-produsenter har fått anledning til å utvikle seg til nasjonale leverandører.

For å sikre kvaliteten på produktene og produsentens totalkonsept i forbindelse med vurderingen av nye mulige søkere og ikke minst ved vurderingen av fornyelse av eksisterende merkebrukeres produkter,



Nye Spesialiteter: Spekepølser fra Bagn Pølse-makeri. Ruben Lindberg (t.v.) fikk overrakt Spesialitet-diplomer av Arne Sv. Modahl i KSL Matmerk. (FOTO KSL MATMERK)

har nå Fagutvalget for Spesialitet-merket hatt et fullt driftsår med 4 ordinære møter og et telefonmøte. I perioden har utvalget fått ny leder. Utvalget er bredt sammensatt for å sikre kompetanse fra ulike deler av matproduksjonsmiljøet i Norge. Styret gjenoppnevnte før årsskiftet utvalget for et nytt år.

KSL Matmerk har i 2009 ikke prioritert å gjennomføre oppfølgingsrevisjon hos alle merkebrukerne. Det har imidlertid vært betydelig kontakt gjennom nettverkssamlinger, mottak og respons på internrapporter og ellers en åpen kommunikasjon med temaer som bidrar til utvikling av den enkelte merkebrukers virksomhet. Halvparten av merkebrukerne har fått betydelig bidrag gjennom konkrete og ressurskrevende markeds tjenester knyttet til blant annet tekniske handelskrav, forberedelser til kjedeforhandlinger, reintroduk-

sjon etter delisting, logistikktilpasing av emballasjedesign og utforming, logistikk-kalkulering og utforming av kjedepresentasjon. Våren 2009 ble det gjennomført en omfattende anbudsrunde for å velge reklamebyrå for Spesialitet-merket. Etter avtaleinngåelse med McCann AS, er det lagt ned et betydelig arbeid i utvikling av merkeprofil og posisjon for Spesialitet-merket. Essensen for merket er; "En smak for seg selv" og posisjonen er; "Jakten på det spesielle - anerkjennelse av produkter med spesiell kvalitet". Det er også påbegynt en betydelig utvikling av merkets hjemmesider.

Kjennskaps- og kunnskapsmålinger foretatt i januar 2009 viste at 17 prosent av de spurte hadde sett Spesialitet-merket. I målgruppen matinteresserte var kjennskapen 27 prosent, et tilfredsstillende nivå tatt i betraktning tilgjengelige markedsføringsressurser. Blant de som kjenner Spesialitet-merket, assosieres dette i hovedsak med "matspesialitet med norsk særpreg".

De viktigste utfordringene er å etablere Spesialitet-merket i kjøpernes bevissthet og gi et kvalitativt bidrag til utviklingen av den enkelte merkebrukers konkurransekraft. Dette oppnås gjennom markeds- og PR-tiltak og ved å bidra til omsetning i ulike salgskanaler. Spesialitet-merket er en garantist for produkter med spesielle kvalitetsegenskaper og matopplevelser.



Nye Spesialiteter: Iskrem fra Iskremgarden på Jæren. (FOTO ISKREMGARDEN)



Nye Spesialiteter: Vår - fruktmost spesielt rettet mot restaurantmarkedet som alternativ til vin. (FOTO FELLEJUICE)



Nye Spesialiteter: Tine Økologisk kremost med ramsløk fra Hardanger. (FOTO TINE)





## Beskyttede betegnelser

*Siden starten i 2002 har 16 norske produktbetegnelser oppnådd juridisk vern gjennom ordningen Beskyttede betegnelser. Av de 16 godkjente er 13 beskyttet som en geografisk betegnelse. De resterende har oppnådd en beskyttet opprinnelsesbetegnelse.*

I 2009 fikk Sider fra Hardanger godkjent produktbetegnelsen som en geografisk betegnelse. Godkjenningen ble lansert i mai i Oslo og plaketten ble overrakt av landbruks- og matminister Lars Peder Brekk. Lanseringen ble vist av NRK og fikk ellers bred omtale i ulike aviser og fagblader.

I 2009 kom det inn en ny søknad. Det er Høgfjellslam fra Nord-Gudbrandsdal som søker om en beskyttet geografisk betegnelse. Sammenslutningen bak søknaden om beskyttelse omfatter 117 bønder samt Bjorli Fjellmat AS. Ved årsskiftet forelå 7 søknader til behandling. Av disse ligger 6 til behandling hos Mattilsynet. Gjennomsnittlig saksbehandlingstid inklusive høringsrunde og behandling i Mattilsynet er ca 2 år. En lang behandlingstid er et resultat av flere faktorer, blant annet lang tid hos søkere ved utbedring av mangler ved søknadene. Men også den formelle behandlingen er lang i flere tilfeller. Av de aktuelle søknadene ligger Villsau fra Norskekysten lengst fremme i saksbehandlingen. Saken har vært ute til høring, og det arbeides nå med å formalisere sammenslutningen.

Andre aktuelle saker som er oversendt Mattilsynet for høringsutsendelse er Fenalår fra Norge, Badsturøkt kjøtt på namdalsk vis, Kurv fra Valdres og to soddsknader fra Trøndelag. Disse bør kunne få sin avslutning i løpet av 2010. Fire produsentsammenslutninger med beskyttede betegnelser fikk i 2009 gjennom Markedstjenester bistand og oppfølging fra KSL Matmerk. Aktuelle tema har vært

forberedelser til kjedeforhandlinger, EMV-strategi og nettverksutvikling, samt opprettelse av sammenslutninger. Bistanden fra KSL Matmerk bidro blant annet til at Gulløye fra Nord-Norge høsten 2009 ble tatt inn i Coops "Smak forskjellen"-sortiment.

Våren 2009 ble det gjennomført en omfattende anbudsrunde for å utvelge reklamebyrå, bla for Beskyttede betegnelser. Etter avtaleinngåelse med McCann AS, er det lagt ned et betydelig arbeid i utvikling av merkeprofil og posisjon for Beskyttede betegnelser. Essensen for merket er; "Mat med ekte røtter" og posisjonen er; "Anerkjennelse for tradisjonsmat med særegen opprinnelse". Det er også påbegynt en betydelig utvikling av ordningens hjemmesider for å gi publikum levende og interessante leseopplevelser.

Kjennskaps- og kunnskapsmålinger foretatt i januar 2009 viste at 5,1 prosent av de spurte hadde sett merket for Beskyttede betegnelser. Innen aktuelle forbrukermålgrupper er imidlertid kjennskapen høyere, og høyest med 13 % blant "Norsk-hetsorienterte og informasjons-søkende" (26 % av markedet). De som kjenner merket for Beskyttede betegnelser, assosierer dette i hovedsak med "sikkerhet mot kopiering, opprinnelse og tradisjon". De tre viktigste utfordringene er å: A) få flere produsenter i en aktiv søknadsprosess; B) få merket bedre

kjent i markedet, noe som både krever ressurser og flere godkjente betegnelser; C) korte ned den formelle del av søknadsbehandling og godkjenning, slik at den totale tid fra søkeprosess iverksettes til resultatet foreligger, blir kortest mulig.



*Asbjørn Børsheim kunne i 2009 glede seg over at Sider fra Hardanger ble det første norske alkoholholdige produktet med et lovbeskyttet produktnavn i tråd med merkeordningen Beskyttede betegnelser. (FOTO KSL MATMERK)*

Mattilsynet har behandlet den første klagesaken vedrørende etterligning av en beskyttet betegnelse. Produzenten bak Gulløye fra Nord-Norge fikk medhold i sin klage på ulovlig etterligning av produktnavnet hos en annen potetprodusent.

Avgjørelsen viser at lovbeskyttelsen som oppnås gjennom en godkjenning etter merkeordningen er sterk, noe som styrker produsentenes konkurransekraft. En Beskyttet betegnelse vil derfor kunne være veldig viktig for produsentene i kampen mot kopier og etterligninger.



## Kvalitetssystem i landbruket

*Over 95 prosent av den norske råvareproduksjonen skjer på gårder som har Kvalitetssystem i landbruket (KSL). KSL er også et av hovedkravene i den nye merkeordningen for norsk mat – Nyt Norge.*

KSL-systemet ble opprettet i 1995 og er utviklet over tid. Arbeidet finansieres med midler over jordbruksavtalen. Fra 1. januar 2007 ble styret i Stiftelsen KSL Matmerk tildelt ansvaret for Kvalitetssystem i landbruket (KSL).

I tillegg til å være en kjernevirksomhet i organisasjonen, har KSL også direkte relevans for KSL Matmerks merkeordninger.

KSL Matmerk ser det som viktig at landbruksnæringen er representert og deltar når det gjelder drift og utvikling av KSL. I KSL-arbeidet har derfor KSLs koordineringsutvalg en sentral og rådgivende funksjon.

I tillegg gis det faglige innspill fra tre faggrupper; Plante, miljø- og ressursforvaltning, Helse, miljø og sikkerhet (HMS) og Husdyr.

En fullstendig revisjon av KSL-standarden ble gjennomført i 2008. Denne revisjonen var svært vellykket og det har derfor kun vært behov for små justeringer i standarden i 2009. Det ble også i 2009 utarbeidet en ny "medisinstandard" (KSL-medisinstandard, Bruk av medisiner til produksjonsdyr), som ble sendt ut til bøndene.

KSL Matmerk har i arbeidet med denne standarden tatt hensyn både til matsikkerhet, dyrevelferd og til bøndenes og veterinærenes nåværende praksis. Den Norske Veterinærforening var imidlertid ikke villig til å stille seg bak denne standarden og anbefalte sine medlemmer om ikke å følge den.

Dette har ført til at standarden fungerer dårlig ute på det enkelte gårdsbruk. Av den grunn ble det i 2009 satt i gang et nytt arbeid med å justere standarden så den skal komme til praktisk nytte. Dette arbeidet vil forhåpentligvis bli ferdigstilt i 2010.

Det er i 2009 satt i gang prøveoppbygg med grupperevisjoner. Målet for forsøket har vært å se på muligheten for å få flere bønder revidert uten å øke kostnadene. Prøveoppbygget videreføres i 2010, men det ser så langt ikke ut til at det på denne måten er mulig å gjennomføre gode revisjoner til en betydelig lavere kostnad enn i dag. Dette ser spesielt ut til å gjelde for husdyrbruk.

Det nye hygieneregelverket, som var forventet å trå i kraft i 2009, ble av ulike årsaker ikke satt ut i livet. Det



*KSL er et av hovedkravene for bruk av Nyt Norge-merket. Skatval-bøndene Einar Arne Holm (t.v.) og Olaf Skjervold håper den nye merkeordningen Nyt Norge skal få forbrukerne til å velge norske varer, og demme opp for import. (FOTO: HÅVARD SIMONSEN/KSL MATMERK)*



*Mårettet og aktiv bruk av internett og sosiale medier er blant tiltakene i fellesmarkedsføringen av økologisk mat i regi av KSL Matmerk.*

Fra og med 1. januar 2008 er KSL Matmerk - på oppdrag fra Landbruks- og matdepartementet (LMD) - tildelt ansvaret for fellesmarkedsføring av økologisk mat i Norge. I samarbeid med Statens landbruksforvaltning (SLF) har KSL Matmerk utarbeidet "Strategi 2008-2015 for generisk informasjon og markedsføring av økologisk mat".

Denne strategien bygger på dialog med relevante aktører samt Opplysningskontorenes rapport fra 2006 med forslag til tiltak, organisering og ressursbehov for generisk markedsføring av økologisk mat frem mot 2015. Strategien skal bidra til å nå regjeringens mål om 15 prosent forbruk av økologisk mat i 2020. Med utgangspunkt i strategien og føringene som blir gitt i jordbruksoppkjøret blir det utviklet årlige markedsplaner.

Det var i 2009 satt av i alt 5 037 187 kroner til fellesmarkedsføring av økologisk mat. Det inkluderer 2 millioner kroner fra jordbruksavtalen, 2,5 millioner kroner fra Omsetningsrådet og 537 187 kroner som ble overført fra ubrukte Utviklingsmidler hos SLF i 2008.

I tillegg kommer aktiv innsats fra

aktørene selv i profileringen av økologisk mat.

Tidligere markedskampanjer har vært finansiert og gjennomført i nært samarbeid med aktørene i dagligvarehandelen. Fra og med 2009 var det imidlertid fra dagligvarehandelens side ikke lenger ønskelig å samarbeide på denne kategorien. De to økologikampanjene som ble gjennomført henholdsvis vår og høst 2009 var derfor kun finansiert gjennom midler over jordbruksavtalen. Kampanjebudskapet var "100 % ku, gris eller sau - kjøper du økologisk får du ingenting med på kjøpet".

Som et ledd i arbeidet for å nå en yngre målgruppe ble det i forbindelse med vårkampanjen innledet et samarbeide med Øyafestivalen i Oslo, som er en av de mest profilerte musikkfestivalene i landet. Også sosiale medier (Twitter) ble brukt for å få oppmerksomhet.

Høstkampanjen satte imidlertid igjen hovedmålgruppen i fokus, med fortsatt aktiv og målrettet bruk av web ([www.okologisk.no](http://www.okologisk.no)) og sosiale medier (Facebook) og samarbeid med Kolonihagen.

Andre virkemidler var annonser på print i dagsaviser (fortrinnsvis helgebilag) og bannerannonser på web samt aktiv PR-virksomhet.

Ø-bilaget – med aktuelt og nytt om økologisk mat - ble sendt som bilag i Dagbladet 2 ganger i 2009. Fellesprofilen i markedsføringen er Ren Glede - [okologisk.no](http://okologisk.no).

KSL Matmerk har i oppdragsperioden jobbet tett mot markedsaktører, institusjoner, virkemiddelapparat og organisasjoner som jobber med økologisk produksjon og forbruk av økologisk mat. KSL Matmerk har sammen med Debio, Oikos, Biologisk-dynamisk forening og Bioforsk økologisk et eget kontaktutvalg som møtes en gang i året for utveksling av felles utfordringer og informasjon.



*Felleskampanjen for økologisk mat våren 2009 hadde som mål å synliggjøre at økologisk mat er det den utgir seg for å være - 100 %.*

KSL Matmerk har egen fast plass i Møtearena for økologisk produksjon og forbruk sammen med en rekke aktører som sammen bidrar med råd til Landbruks- og matdepartementet. I Varehandelens økologiutvalg, som er et felles forum med formål å drive "intern" informasjon om markedet for økologisk mat, har KSL Matmerk egen observatørplass.

KSL Matmerk har igangsatt et arbeid for å jobbe tettere med aktørene i supplerende, utfyllende og forsterkende markedsarbeid. Det er kartlagt behov og ønsker hos markedsaktørene (feks. Tine, Nortura, Bama, Godt brød, Sunt og Godt, m.fl). Debio og Oikos er aktivt med og bygger det grunnleggende i kommunikasjonen som skal være et fundament i profileringen av økologisk mat.

KSL Matmerk har i tillegg bidratt til å utvikle en beredskap for håndtering av kriser og utilsiktede hendelser knyttet til økologisk mat og matproduksjon.



*Ø-magasinet ble sendt ut som avisbilag i forbindelse med vår- og høstkampanjen for økologisk mat. (FOTO KSL MATMERK)*

# Markedstjenester

*KSL Matmerk Markedstjenester assisterer produsenter av lokale matspesialiteter i arbeidet med å gå inn i dagligvare- eller horecamarkedet på en profesjonell, lønnsom og langsiktig måte. I tillegg er Markedstjenester engasjert i flere prosjekter.*

Lokale matspesialiteter, med en spesiell historie og som er basert på lokale råvarer og lokal matkultur, appellerer i økende grad til både handelen og forbrukerne. Folk vil ha slik mat fordi den gir en følelse av identitet og nærhet, samtidig som folk er opptatt av at maten skal holde forventet kvalitet.

Lokale matspesialiteter og norsk matkultur blir stadig viktigere også for reiselivet fordi turister etterspør lokal mat og andre opplevelser fra stedene de besøker.

Markedstjenester har holdt flere kurs og foredrag innenfor markedsforståelse, forhandlingsteknikk og salg, etablering av regionale produsentnettverk, logistikk og økonomi.

Antall forespørsler om skreddersydd produsentoppfølging har økt så mye at kapasitetsgrensen er nådd. Det arbeides derfor med å forbedre både organisasjon og tjenestetilbud i tillegg til å bedre samordningen med øvrig virkemiddelapparat.

Lanseringen av Lokalmat BA og utrulling av "Lokal Mat på Meny" i samarbeid med Rica Hotels har vært de to største prosjektene. Lokalmat BA ble presentert for markedet av statssekretær i Landbruks- og matdepartementet Ola Heggem den 12. mars.

De mindre produsentenes logistikkallianse baseres her på å konkurrere der de må, men samarbeide der de kan – hvilket ønskes velkommen i hele verdikjeden fordi det er en god løsning på en flaskehals.

I samarbeid med Rica Hotels har KSL Matmerk ansvaret for prosjek-



*KSL Matmerk var "fødselshjelper" da Lokalmat BA og Tine Logistikk i mars 2009 inngikk en omfattende avtale om distribusjon av lokale matspesialiteter. Statssekretær Ola T. Heggem i Landbruks- og matdepartementet (i midten) var med på markeringen av avtalen, her sammen med henholdsvis av- og påtroppende styreleder i Lokalmat BA, Olaf Holm (t.v.) og Espen Aronsen (t.h.). (FOTO KSL MATMERK)*

tet som har som mål å forankre og styrke norsk matkultur og det gastronomiske særpreget hos Rica-hotellene.

Prosjektet skal også bidra til økt markedsforståelse, utvikling og vekst hos produsenter av spesialiteter både lokalt, regionalt og nasjonalt samt bidra til forståelse hos hotellene for produsentenes situasjon. Fra åtte hoteller ved start i 2007 ble prosjektet utvidet til 21 i 2009.

KSL Matmerk har gjennom Markedstjenester vært en av flere fødselshjelpere for produsentnettverket Mat fra Toten SA, som representerer ca 130 produsenter av lokale matvarer.

Mat fra Toten ønsker å bygge merkevarer basert på vitenskapelig dokumentert og stedefegen smak, dvs det som på fransk heter terroir. Mat fra Toten er den første mataktør i Norge som har et slikt mål.

KSL Matmerk leder også et Marint Verdiskapningsprosjekt for Sunnmøre Røykeri som skal bidra til analyser av kvalitet på laks (både konvensjonell og økologisk) til røyking etter en gammel metode på Møre. Her deltar også NorgesGruppen og Rica Hotels, som skal bidra med vurdering av ferdigvarekvalitet og krav til kvalitet. Prosjektet slutføres i 2010.

KSL Matmerk har fått i oppgave av Landbruks- og matdepartementet (LMD) å arbeide frem en markedsstatistikk som skal vise utviklingen av lokale matspesialiteter i dagligvaremarkedet.

Statistikken skal brukes til løpende analyser og til å måle utviklingen mot LMDs målsetting om at innen 2020 skal 20 prosent av omsatt mat i dagligvarehandelen være norske matspesialiteter.

# Kommunikasjon og informasjon

*En sentral og prioritert informasjons- og kommunikasjon oppgave i KSL Matmerk har i 2009 vært lanseringen av Nyt Norge. Et hovedmål for denne aktiviteten har vært å sikre merkeordningen et godt omdømme i matbransjen. Logopresentasjonen i mai og lanseringen av den første Nyt Norge-kampanjen under Fagdag norsk mat i oktober var også sammen med et løpende og målrettet mediearbeid med på å gi Nyt Norge-ordningen god oppmerksomhet.*

KSL Matmerks Fagdag norsk mat gikk av stabelen 29. oktober 2009, og samlet rundt 200 deltakere og sentrale aktører fra hele verdikjeden innen norsk matproduksjon. Arrangementet bidro til solid bransjeforankring og synliggjøring av Nyt Norge og KSL Matmerk.

Egne informasjonssider i Bondebladet har de to siste årene vært et tiltak for å sikre forståelse for og riktig informasjon om KSL overfor bøndene. Det ble produsert fire slike sider i 2009. Tilbakemeldingene har vært positive og tiltaket vil også bli videreført i 2010.

Et elektronisk nyhetsbrev for KSL-området har i tillegg KSL-revisorer



*Landbruks- og matminister Lars Peder Brækk var en av innledelede på KSL Matmerks Fagdag norsk mat 2009. (FOTO EIVOR ERIKSEN/KSL MATMERK)*

samt KSL-ansvarlige og kontakter hos varemottakerne som primære målgrupper.

Det ble gitt ut fire utgaver av magasinet Merkbart i 2009. Magasinet sendes til rundt regnet 6000 ulike aktører knyttet til norsk matproduksjon.

Antallet besøkende på nettsidene til KSL Matmerk har økt betydelig. I alt ble det registrert 101 239 besøk på sidene i 2009. Det tilsvarer i gjennomsnitt 8436 besøk per måned, mot tilsvarende 5730 i 2008.

Egne nettsider er og vil framover bli utviklet som bærende plattformer for markedsføring og forbrukerkommunikasjon i regi av de respektive merkeordningene.

I tillegg til nytnorge.no og okologisk.no ble det i 2009 også satt i gang utvikling av mer forbrukerrettede webbløsninger for Spesialitet og

Beskyttede betegnelser.

Hjemmesidene til KSL Matmerk (kslmatmerk.no) vil bli utviklet som portal og da i større grad med bransjen som primær målgruppe.

KSL Matmerk og de ulike virksomhetsområdene høster også økende oppmerksomhet i andre medier. Med unntak av saker på egen web ble det i løpet av året registrert 573 nyhetssaker der KSL Matmerk eller Kvalitetssystem i landbruket (KSL) er nevnt eller omtalt. Det er 43 flere enn året før. Tilsvarende tall for omtale av merkeordningene er for Spesialitet 120 (121 i 2008), Beskyttede betegnelser 200 (152 i 2008) og Nyt Norge 198 (44 i 2008).



*Magasinet Merkbart har rundt regnet 6000 ulike aktører innen norsk matproduksjon som målgruppe.*

# Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket

*Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket (KIL) skal bidra til utvikling av kompetansegivende tilbud for næringsutøvere innen primærlandbruket og tilleggsnæringer. Tildeling av midler fra KIL skjer en gang årlig i samsvar med kriterier gitt i retningslinjer vedtatt av Landbruks- og matdepartementet (LMD).*

For 2009 var det avsatt 6 millioner kroner til KIL over jordbruksoppjøret, og det ble gitt tilsagn om tilskudd til 20 prosjekter på til sammen kroner 5 898 200,-. Det var en god geografisk og faglig spredning på prosjektene.

Frist for innsending av søknader om tildeling av tilskudd fra KIL i 2009 var satt til 25.2.2009. For å få flere og bedre søknader i 2009 enn i 2008, ble det i kunngjøringen av søknadsfristen angitt temaer/områder som ville bli prioritert ved tildelingen.

De prioriterte områdene var økologisk produksjon, bonden som arbeidsgiver, opplæring av utenlandsk arbeidskraft og spredning av allerede utviklede KIL prosjekter til andre regioner enn der de først ble utviklet og gjennomført. Det ble mottatt 36 søknader.

Vedtak om tildeling av tilskudd fra KIL ble fattet av styret i KSL Matmerk 23.4.2009.

Til grunn for styrets vedtak lå en innstilling fra Faggruppe KIL. 20 prosjekter på til sammen kroner 5 898 200,- ble gitt tilsagn om tilskudd fra KIL. 55 prosent av disse prosjektene var innenfor ett av de prioriterte områdene.

I 2009 ble det også arbeidet med oppfølging av KIL-prosjekter som hadde fått tilsagn om midler fra KIL tidligere år.

Til de 13 prosjektene som fikk tildelt midler fra KIL i 2008 ble det foretatt utbetalinger til seks. To av prosjektene ble slutført i 2009.

Av de 67 uavsluttede KIL-prosjektene som ble overført fra Statens landbruksforvaltning til KSL Matmerk pr 1.1.2008 gjenstod 35 prosjekter ved begynnelsen av 2009. 17 av disse ble slutførte i løpet av året.

Høsten 2009 ble det startet et arbeid med å revidere retningslinjene og vedtektene for KIL. Faggruppe KIL bidro vesentlig også i dette arbeidet. Etter vedtak i styret i KSL Matmerk ble utkastene oversendt til Landbruks- og matdepartementet (LMD), som med noen endringer, vedtok nye retningslinjer og vedtekter for KIL. Disse er gjeldende fra 1.1.2010.

Det ble avholdt 2 møter i Faggruppe KIL i 2009.

## Norske kokker velger mer norsk

*Norsk fisk og skalldyr etterfulgt av norsk lam og viltkjøtt står øverst når norske kokker velger norske råvarer.*

*Spørreundersøkelsen blant norske kokker som Gastronomisk Institutt gjorde for KSL Matmerk i 2009, viser at norsk lammekjøtt i løpet av de fem siste årene har tatt steget fra å være sesongråvare til å bli et produkt som kokkene mener er best, uansett sesong.*

I følge undersøkelsen har også norsk spekemat og ost fått høyere status. Tilgjengeligheten av ulike varer synes å være bedre enn for fem år siden, og varene velges hovedsakelig basert på kvalitet.

Ved valg av råvare svarer kokkene at kvalitet er viktigst, deretter anerkjent

leverandør eller norsk opprinnelse. Undersøkelsen konkluderer med at kokkenes holdninger til norske råvarer er meget bra. 3 av 10 kokker svarer svært viktig og 6 av 10 viktig på spørsmålet om viktigheten av å vite opprinnelsen til maten de serverer.

Lokale matvarer med en historie er dessuten noe som "selger", og noe kokkene ønsker å bruke, men rett nok ikke for enhver pris. Varene må dessuten være tilgjengelige, selv om flere kokker nå gjør det lille ekstra for å få tak i gode lokale norske råvarer.

Målet for undersøkelsen har vært å hente inn kunnskap om hvordan

det profesjonelle markedet vurderer og bruker norske råvarer. Samtidig peker undersøkelsen på viktigheten av at norske produsenter og matprodukter er synlige og tilgjengelige der kokkene gjør sine innkjøp.

51 kokker fra spisesteder over hele landet deltok i undersøkelsen, som ble gjennomført av Gastronomisk Institutt for KSL Matmerk i januar 2009. En tilsvarende undersøkelse ble også gjennomført i 2004.

# Årsregnskap 2009

	Note	2009	2008
<b>Driftsinntekter</b>			
Inntekter fra Landbruks- og matdepartementet		38 000 000	36000000
Inntekter fra omsetningsrådet		0	691 600
Inntekter fra Mattilsynet		0	300 000
Administrasjon av KIL-midler		400 000	400 000
Generisk markedsføring økologisk mat		2 500 000	3 375 000
Nyt Norge		10 000 000	0
Andre inntekter		1 980 507	2 648 723
Sum driftsinntekter		<u>52 880 507</u>	<u>43 415 323</u>
<b>Driftskostnader</b>			
Lønnskostnad	3, 4	14 535 683	12 421 797
Avskrivning		228 971	176 445
Markedsføring og kommunikasjon		18 367 947	7 791 718
Revisjoner		10 097 599	11 082 633
Annen driftskostnad		<u>13 893 867</u>	<u>10 821 423</u>
Sum driftskostnader		<u>57 124 067</u>	<u>42 294 016</u>
Driftsresultat		<u>-4 243 560</u>	<u>1 121 307</u>
<b>Finansinntekter og finanskostnader</b>			
Annen finansinntekt		313 831	1 239 384
Annen finanskostnad		<u>2 944</u>	<u>754</u>
Netto finansposter		<u>310 887</u>	<u>1 238 630</u>
<b>Årsresultat</b>		- 3 932 673	2 359 937
<b>Resultatdisponeringer</b>			
Dekket fra annen egenkapital		-3 932 673	2 359 937



# Balanse

	Note	2009	2008
<b>Anleggsmidler</b>			
<i>Varige driftsmidler</i>			
Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontormaskiner ol	5	583 313	778 460
Sum varige driftsmidler		<u>583 313</u>	<u>778 460</u>
<b>Omløpsmidler</b>			
<i>Fordringer</i>			
Kundefordringer		155 739	320 844
Andre fordringer		551 160	518 325
Sum fordringer		<u>706 899</u>	<u>839 169</u>
Bankinnskudd, kontanter og lignende	2	17 836 348	20 683 486
Sum omløpsmidler		<u>18 543 247</u>	<u>21 522 655</u>
<b>Sum eiendeler</b>		<b><u>19 126 560</u></b>	<b><u>22 301 115</u></b>
<b>Egenkapital</b>			
<i>Innskutt egenkapital</i>			
Grunnkapital		100 000	100 000
Annen innskutt egenkapital		200 000	200 000
Sum innskutt egenkapital	6	<u>300 000</u>	<u>300 000</u>
<i>Opptjent egenkapital</i>			
Annen egenkapital		9 801 701	7 441 764
Årets resultat		- 3 932 673	2 359 937
Sum opptjent egenkapital	6	<u>5 869 028</u>	<u>9 801 701</u>
Sum egenkapital		<u>6 169 028</u>	<u>10 101 701</u>
<b>Gjeld</b>			
<i>Avsetning for forpliktelser</i>			
Pensjonsforpliktelser	4	2 291 506	2 304 526
<i>Kortsiktig gjeld</i>			
Leverandørgjeld		2 165 028	2 468 550
Skyldige offentlige avgifter		-1 250 153	409 849
Ubrukte KIL-midler		7 908 071	5 097 910
Annen kortsiktig gjeld		1 842 380	1 918 579
Sum kortsiktig gjeld		<u>10 666 026</u>	<u>9 894 888</u>
<b>Sum egenkapital og gjeld</b>		<b>19 126 560</b>	<b>22 301 115</b>

# Noter til regnskapet

## Note 1 - Regnskapsprinsipper

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

### Eiendeler

Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk er klassifisert som anleggsmidler. Andre eiendeler er klassifisert som omløpsmidler. Ved klassifisering av kortsiktig og langsiktig gjeld er analoge kriterier lagt til grunn.

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

### Pensjoner

Stiftelsen finansierer sine pensjonsforpliktelser overfor de ansatte gjennom en kollektiv pensjonsordning. Stiftelsen plikter å ha tjenstepensjon etter lov om obligatorisk tjenstepensjon, og stiftelsens pensjonsordning tilfredsstiller dette kravet. Den årlige betalte premien kostnadsføres.

I tillegg finansieres Einar Ingvoldstads pensjon over driften. Beregning omtales i note 4.

## Note 2 - Bankinnskudd

I posten inngår bundne bankinnskudd på skattetrekkskonto med kr 1 044 989 per 31.12.2009. I tillegg inngår øremerkede KIL-midler på kr 8 336 158.

## Note 3 - Lønnskostnader, antall ansatte, lån til ansatte og godtgjørelse til revisor

Lønnskostnader	2009	2008
Lønninger	11 404 639	10 315 801
Arbeidsgiveravgift	1 785 280	1 598 164
Pensjonskostnader	1 345 765	507 832
Sum	<u>14 535 684</u>	<u>12 421 797</u>

Det var gjennomsnittlig 16 årsverk i stiftelsen i 2009.

### Godtgjørelser

	Lønn	Andre godtgjørelser
Administrerende direktør	958 466	56 004
Konstituert adm.direktør	800 945	6 000
Styret	376 000	

### Revisor

Revisjon	65 250
----------	--------

Merverdiavgift er ikke inkludert i revisjonshonoraret.

## Note 4 - Pensjonskostnader og pensjonsforpliktelser

Det er i regnskapet for 2009 beregnet en avsetning for dekning av pensjonsforpliktelse til tidligere administrerende direktør Einar Ingvoldstad. Endringen i forpliktelsen er resultatført.

Forutsetninger som er lagt til grunn er:

- Diskonteringsrente: 4,5 %
- Avkastning på pensjonsmidler: 5,7 %
- G-regulering: 3,9 %
- Forventet varighet av pensjonsytelsen baseres på data fra SSB

Avsetningen for den estimerte pensjonsforpliktelsen utgjør per 31.12.09 kr 2 291 506.

# Noter til regnskapet

## Note 5 - Varige driftsmidler

	Sum
Anskaffelseskost 01.01.2009	1 270 033
Tilgang kjøpte driftsmidler	33 824
<hr/> Anskaffelseskost 31.12.2009	<hr/> 1 303 857
Akk.avskrivning 31.12.2009	-720 544
<hr/> Balanseført pr. 31.12.2009	<hr/> 583 313
Årets avskrivninger	-228 971

### Økonomisk levertid:

- Biler og inventar 5 år
- Kontormaskiner 3 år

Avskrivningsplaner: Lineær

## Note 6 - Egenkapital

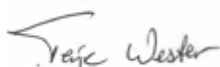
	Grunnkapital	Annen innskutt egenkapital	Annen egenkapital	Sum
Egenkapital 01.01.2009	100 000	200 000	9 801 701	10 101 701
Årsresultat	0	0	-3 932 673	-3 932 673
<hr/> Egenkapital 31.12.2009	<hr/> 100 000	<hr/> 200 000	<hr/> 5 869 028	<hr/> 6 169 028

31. desember 2009

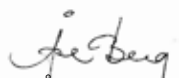
18. februar 2010



Per Roskifte  
styreleder



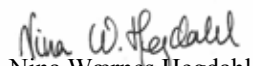
Terje Wester  
nestleder



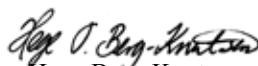
Åse Berg  
styremedlem



Fredmund Sandvik  
styremedlem



Nina Wærnes Hegdahl  
styremedlem



Hege Berg-Knutsen  
styremedlem



Nils T. Bjørke  
styremedlem



Britt Sauar  
styremedlem



Sveinung Svebestad  
styremedlem



Henrik Solbu  
administrerende direktør  
(konstituert)



Statsautoriserte revisorer  
Ernst & Young AS

Christian Frederiks pl. 6, NO-0154 Oslo  
Oslo Atrium, P.O.Box 20, NO-0051 Oslo

Foretaksregisteret: NO 976 389 387 MVA

Tlf.: +47 24 00 24 00

Fax: +47 24 00 24 01

www.ey.no

Medlemmer av Den norske Revisorforening

Til styret i  
Stiftelsen KSL Matmerk

## Revisjonsberetning for 2009

Vi har revidert årsregnskapet for stiftelsen KSL Matmerk for regnskapsåret 2009, som viser et underskudd på kr 3 932 673. Vi har også revidert opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til anvendelse av overskuddet. Årsregnskapet består av resultatregnskap, balanse, oppstilling over endringer i egenkapitalen 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 2009 og av resultatet og endringer i egenkapitalen 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 stiftelsens regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringskikk i Norge
- opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til anvendelse av overskuddet er konsistente med årsregnskapet og er i samsvar med lov og forskrifter
- stiftelsen er forvaltet og utdelinger er foretatt i samsvar med lov, stiftelsens formål og vedtektene for øvrig

Oslo, 25. februar 2010  
ERNST & YOUNG AS

  
Terje Tvedt  
statsautorisert revisor

# Uvalg og faggrupper

## **KSLs Koordineringsutvalg** (Kvalitetssystem i landbruket)

### arbeidsutvalget:

Amund Spangen, leder  
Knut Sjøvold, nestleder, Norsk  
Bonde- og Småbrukarlag  
Oddmund Østebø, Frukt og  
Grøntgrossistenes Servicekontor  
medlemmer:  
Einar Frogner, Norges Bondelag  
Rolf Aass, Kjøtt- og Fjørfebransjens  
Landsforbund  
Johnny Ødegård, Norske Felleskjøp  
Olav Røysland, Nortura SA  
Magne Svenkerud, HOFF Norske  
Potetindustrier SA  
Per Gjestvang, AL Gartnerhallen  
Kristian Thunes, Unikorn AS  
Wenche Stuvland Knygh, Tine BA  
Arnulf Moe, Honningcentralen AL  
Tormod Evensen, Q-meieriene AS  
Hege Hopen, Norgesfôr AS  
Arne Magnus Aasen, Norsk  
Landbruksrådgiving  
Ole Brunes, Landbrukets  
HMS-tjeneste  
Pål Westby, Norgesgruppen ASA  
Marit Bjerås, Coop Norge Handel  
Silje Johnson, observatør,  
Landbruks- og matdepartementet,  
Atle Wold, observatør, Mattilsynet

## **KSL Faggruppe planter, miljø og ressursforvaltning**

Kåre Holand, leder, Norges  
Bondelag  
Solveig H. Jonsen, Norges Bondelag  
Øivind Juel, Norske Felleskjøp  
Per Steinsholt, HOFF Norske  
Potetindustrier SA  
Lars Ullern, AL Gartnerhallen  
Einar Strand, Norsk  
Landbruksrådgiving

## **KSL Faggruppe husdyr**

Trond Spanne, leder, Norges  
Bondelag  
Olaf Godli, Norsk Bonde- og  
Småbrukarlag  
Marlene Furnes Bagly, Kjøtt- og  
Fjørfebransjens Landsforbund  
Rolf Aass, Kjøtt- og Fjørfebransjens  
Landsforbund  
Terje Iversen, Nortura SA  
Hilde Bryhn, Nortura SA  
Ingunn Sognnes, Tine BA  
Tone Roalkvam, Tine BA  
Vibeke Mo, Q-meieriene AS

## **KSL Faggruppe Helse, miljø og sikkerhet**

Arne Grue, leder, Norsk Bonde- og  
Småbrukarlag  
Jon Trøite, Norges Bondelag  
Oddvar Tjernshaugen, Norske  
Felleskjøp  
Ingrid Haug, Tine BA  
Christian Brevig, Norsk  
Landbruksrådgiving  
Anne Marie Heiberg, Landbrukets  
HMS-tjeneste  
Torfinn Jæger, Forsikringsbransjen  
Eiliv Todal Moe, Nortura SA/KLF

## **Fagutvalg Spesialitet-merket**

Anne-Kathrine Fossum, leder,  
FMLA Hedmark  
Ingvar Hage, Bioforsk  
Kari Merete Griegel, Norske  
Sjømatbedrifters Landsforening  
Harald Osa, Norsk Matkultur  
Nina Veflen Olsen, Nofima Mat  
Arnfinn Nordhus, BI/Norges  
Varehandelshøyskole  
Elin Hjortland, Innovasjon Norge

## **Faggruppe KIL**

(Kompetanseutviklingsprogrammet i  
landbruket)

Joar Oltedal, leder, Landbruks- og  
matdepartementet  
Helge Evju, Landbruks- og matdep.  
Merete Furuberg, Norsk Bonde- og  
Småbrukarlag  
Tor Odin Kjosvatn, Norsk Bonde- og  
Småbrukarlag  
Berit Hundåla, Norges Bondelag  
Amund Johnsrud, Norges Bondelag  
Solveig Skogs, vararepresentant,  
Norges Bondelag  
Per Ofstad, observatør,  
Landbruks- og matdepartementet  
Aage Ramsfjell, observatør, Statens  
landbruksforvaltning

## **Samarbeidsrådet for Nyt Norge**

Geir Jostein Dyngeseth, leder, Coop  
Norge Handel AS  
Arnt Foss, AL Gartnerhallen  
Ellen D. Scheel/Wenche Frølich,  
SPIS Grilstad AS  
Pål Westby, Norgesgruppen AS  
Brit Græsholt/Ann-Kristin Syversen,  
Tine BA  
Vidar Floberghagen, HOFF Norske  
Potetindustrier SA  
Jon Røine/Morten N. Andersen,  
Grøntprod. Samarbeidsråd  
Bengt Ove Hagen, ICA Norge AS  
Jens Strøm, Bama-Gruppen AS  
Erik Nielsen, Cardinal Foods AS  
Ingeborg Flønes, Nortura SA  
Morten Horn, Synnøve Finden ASA  
Arne Bernt Dahle, Kavli Norge AS  
Ivar R. Hald, Norgesmøllene AS  
Rune Jenssen, Ostecompagniet AS  
Lillann Samuelsen, Fatland AS  
Roger Hem, Honningcentralen A/L  
Eirik Øvrebotten, Rema 1000 AS



# Ansatte

*KSL Matmerk har 17 ansatte (16 i fast stilling og 1 midlertidig ansatt) ved utgangen av 2009.*

Fra juli 2009 har administrerende direktør Gabriella Dånmark vært sykemeldt. Styret i KSL Matmerk har konstituert Henrik Solbu som administrerende direktør.

Staben består av Mette Sørensen, Bernt Ellingsen og Camilla Stranger-Thorsen.

Nina W. Hegdahl, Ketil Nordseth, Gunnhild Aa. Kristianslund, Nina N. Vikshåland, Dagrún Aaen og Line Berit Sveen jobber i avdelingen Kvalitet, forvaltning og revisjon, som ledes av Henrik Solbu.

Avdeling Marked og merkeordninger ledes av Marit Jerven og består av Arne Sv. Modahl, Jarle Torgersen, Frode Kristensen, Ragna Kronstad og Tore Jarmund.



*Gabriella  
Dånmark*



*Henrik  
Solbu*



*Marit  
Jerven*



*Mette  
Sørensen*



*Bernt  
Ellingsen*



*Camilla  
Str-Thorsen*



*Nina  
Hegdahl*



*Ketil  
Nordseth*



*Dagrún  
Aaen*



*Nina  
Vikshåland*



*Gunnhild  
Kristianslund*



*Line Berit  
Sveen*



*Arne Sverre  
Modahl*



*Jarle  
Torgersen*



*Ragna  
Kronstad*



*Tore  
Jarmund*



*Frode  
Kristensen*

(FOTO EIVOR ERIKSEN/KSL MATMERK)

# Merkebrukere

## ■ Spesialitet

203 godkjente spesialiteter 31.12.2009

## ■ Beskyttede betegnelser

16 beskyttede betegnelser 31.12.2009

## ■ Nyt Norge

250 godkjente produkter 31.12.2009

Se også [www.beskyttedebetegnelser.no](http://www.beskyttedebetegnelser.no),  
[www.matspesialiteter.no](http://www.matspesialiteter.no) og [www.nyt norge.no](http://www.nyt norge.no)  
for mer informasjon om produkter og bedrifter.

### NORDLAND:

- Lofotprodukt AS, Leknes
- Nortura Bodø SA, Bodø
- Sjøblink Blokken AS/Sigerfjord Fisk AS, Sortland
- Bedriftssammenslutningen for Tørrfisk fra Lofoten

### NORD-TRØNDELAG:

- Gangstad Gårdsysteri, Inderøy
- Gjørn Gård, Inderøy
- Skjenningbakeran, Røra

### MØRE OG ROMSDAL:

- Sunnmøre Røykeri AS, Ørskog
- Tind Spekevarer AS, Stranda
- Den glade ku, Tingvoll

### SOGN OG FJORDANE:

- Tine Meieriet Vest, Vik

### TROMS:

- Aron Mat AS, Blåmannsvik
- Reisa AS, Sørkjosen
- Produsentorganisasjonen Ottar, Silsand
- Tromspotet AS, Silsand

### FINNMARK:

- Varanger Vilt AS, Bugøynes
- Nordlysmat, Alta

### SØR-TRØNDELAG:

- Galåvolden Gård, Røros
- Rørosmeieriet AS, Røros
- Rørosbaker'n AS, Røros
- Bortistu Gjestegard AS, Lønset
- Fjellmandel Oppdal BA, Oppdal

### OPPLAND:

- Bjorli Fjellmat AS, Bjorli
- Tine Meieriet Øst, Dovre
- Valdres Rakfisk BA, Valdres
- Skjåkmat AS, Skjåk
- Bagn Pølsemakeri AS, Bagn
- Annes Hage, Jevnaker
- Ottadalen Mølle AS, Ofoss
- Toten Eggpakkeri AS, Lena
- HOFF Norske Potetindustrier SA, Gjøvik

### HEDMARK:

- Røroskjøtt AS, Os i Østerdalen

### HORDALAND:

- Voss Kjøttindustri AS, Voss
- Eidhus AS, Evanger
- Madam Bergen AS, Bergen
- TINE Meieriet Vest Hardanger, Øystese
- Hardanger Fjordfrukt BA, Utne
- Hardanger Siderprodusentlag, Ulvik

### AKERHUS:

- Honningcentralen AL, Kløfta

### OSLO:

- Nortura SA
- Tine BA
- Ostecompagniet AS
- FellesJuice AS
- Coop Norge Handel AS
- BAMA Gruppen AS

### ROGALAND:

- Aronia Jæren DA, Voll
- Finny Sirevaag AS, Sirevåg
- Voll Ysteri, Voll
- Iskremgården, Vigrestad

### VESTFOLD:

- Kvelde Mel AS, Kvelde
- Holm Gård AS, Kvelde
- Stange Gårdsprodukt AS, Tønsberg

### TELEMARK:

- Epleblomsten, Akkerhaugen
- Holte Gård, Drangedal
- Tine Meieriet Sør Haukeli, Haukeli

### BUSKERUD:

- Ringerikspotet BA, Hønefoss
- Røyse Ringerikserterdyrkerlag, Røyse

### ØSTFOLD:

- Ek Gårdsbakkeri AS, Gressvik
- Troll Salmon AS, Engelsviken

