

Matmerk.



MERKER DU KAN STOLE PÅ

Årsmelding 2011





Per Roskifte

Nytt navn og økt satsing på kommunikasjon for å synliggjøre og profilere norsk mat.

Styret har i 2011 fulgt opp ny strategiplan (2011 – 2014) og konsentrert arbeidet om Kvalitets-system i landbruket (KSL) og merkeordningene. Under-søkelser har vist at forbrukernes tillit til merkeordninger i stor grad avhenger av hvem som står bak og om det er kommersielle formål med merkeordningen.

For å styrke merkeordningene og synliggjøre hvem som står bak, har stiftelsen fått et enklere navn og et tydelig budskap som garantist for merkeordningene.

Matmerks merkeordninger er til å stole på fordi:

- 1) Matmerk er en selvstendig og uavhengig stiftelse uten kommersielle bindinger.
- 2) Merkene er tuftet på konkrete krav og kriterier.
- 3) Merkeordningene er offentlig støttet.
- 4) Alle merkebrukere og produkter godkjennes.
- 5) Krav og kriterier kontrolleres.
- 6) All bruk av merkene på produkt og i markedsføring godkjennes av Matmerk.

Mye av det unike ved norsk mat ligger i primærproduksjonen. Kvalitative særpreg ved norske råvarer utvikles i primærleddet, grunnlaget for god mattrygghet legges i primærleddet og en rekke etiske utfordringer som GMO og dyrevelferd sikres i primærleddet. Derfor er kvalitetssikring og KSL avgjørende for alle merkeordninger.

KSL ligger til grunn for mye av det Matmerk arbeider med og er et absolutt krav for opprinnelsesmerket NYT NORGE. I praksis er KSL og Nyt Norge to sider av samme sak – Nyt Norge er en synliggjøring av bondens eget kvalitetsarbeid overfor norske forbrukere.

Innføringen av merket NYT NORGE tegner til å bli en suksess. Merket har fått en bred oppslutning blant store og små matprodusenter.

Hele 27 produsenter hadde tatt i bruk merket og nærmere 1100 produkter er merket med NYT NORGE. Merket er godt synlig i butikk. Nærmere 78 prosent av forbrukerne kjente til merket (hjulpet

kjennskap), noe som anses som et godt resultat kun halvveis i etableringsperioden. Den gode responsen merket har fått, tyder på at både matprodusenter og forbrukere verdsetter en økt tydelighet på hvilke varer som er norske.

Markedet for matspesialiteter i dagligvaresektoren vokser med hele 13 prosent i året. Fire ganger mer enn for mat og drikke generelt. Forbrukere viser et økt engasjement for norske kvalitetsprodukter og i sterkt økende grad handler de også deretter i butikkene.

I 2011 ble det etter samråd med merkebrukerne, påbegynt et arbeid for å videreutvikle og styrke Matmerks merkeordninger for Matspesialiteter; Beskyttede betegnelser og Spesialitet. Disse merkeordningene er for lite kjente per i dag. På Matmerks Fagdag Norsk Mat ble det varslet at merket Spesialitet ytterligere vil forsterke kriteriene for smak og smaksopplevelser og markedskompetanse.

På gallaen for det Norske måltid etterlyste Matmerk de ti produktene Matmerk mener bør gis et juridisk vern mot kopiering. Med et sterkt voksende marked for matspesialiteter er det viktig å videreutvikle Beskyttede betegnelser og Spesialitet, slik at merkene får økt oppmerksomhet, økonomisk betydning for merkebrukerne og gir god forbrukerveiledning.

Bøndene er fornøyde med det arbeidet KSL-revisorene utfører. 4 av 10 bønder som har hatt revisjon har sendt oss sin evaluering av revisjonen, og på en skala fra 1-7 ligger gjennomsnittskarakteren på 6,43. Det er et gledelig resultat som viser at Matmerk har lyktes i å finne en form og et innhold på revisjonene som oppleves som nyttig og relevant for de fleste.

Det er gjennomført 4230 eksterne revisjoner i 2011. Mattilsynet anerkjente i 2011 KSL-standarden som nasjonal retningslinje for kvalitetssikring i primærproduksjonen. KSL-standarden er sånn



Nils T. Bjørke



Ann Merete Furuberg



Britt Sauar



Sveinung Svebestad



Trond Reierstad



Hege Berg-Knutsen



Nina W. Hegdahl



Steffen Skolseg



Ola Hedstein

sett unik i europeisk sammenheng. For bøndene innebærer dette en trygghet for at deres kvalitets sikring er i samsvar med matmyndighetenes krav, og for matprodusenter, dagligvarehandel og serveringssteder er det en trygghet å vite at det er en systematisk oppfølging av krav til hygiene, dyrevelferd, kjemikaliebruk mv. Det er også inngått en samarbeidsavtale mellom Matmerk og Mattilsynet. Denne samarbeidsavtalen har til formål å utnytte ressursene mest mulig effektivt, og sikre en samordning av faglige prioriteringer og skjønnsutøvelse.

Årsresultatet, eksklusiv KIL, viser et overskudd på 981 807 kroner. Dette er 481 807 kroner mer enn budsjettert. Differansen skyldes to forhold. Forsinkelser på leveranse av ny nettside for økologisk.no og revidering av markedsføringskonseptet for matspesialiteter. Stiftelsens egenkapital er per 31.12.2011 bokført med 8 741 368 kroner.

Ola Hedstein ble ansatt som administrerende direktør fra 01.04.2011, men valgte å si opp sin

stilling før jul 2011. Nina Sundqvist vil tiltre stillingen som administrerende direktør 01.05.2012.

Matmerk har Oslo som kontorsted, og hadde 18 medarbeidere ved utgangen av 2011, herav 10 kvinner og 8 menn.

Styret har en sammensetning med 4 kvinner og 5 menn.

Sykefraværet i organisasjonen var 2,2 prosent i 2011. Dette er 3,7 prosentenheter lavere enn i 2010.

Det foretas årlig arbeidsmiljøundersøkelser. Arbeidsmiljøet vurderes som godt og virksomheten forurenser ikke det ytre miljø.


Styret mener at et robust KSL-system sterkt forankret i norsk matlovgivning, et opprinnelsesmerke som synliggjør bondens kvalitetsarbeid og sterk og økende oppmerksomhet om norske matspesialiteter, gir et godt grunnlag for at Matmerk skal lykkes med å profilere og synliggjøre norsk mat.

Oslo, 22.02.2012



Per Roskifte
styreleder


Nils T. Bjørke
nestleder


Hege Berg-Knutsen
styremedlem


Sveinung Svebestad
styremedlem


Britt Sauar
styremedlem


Trond Reierstad
styremedlem


Nina W. Hegdahl
styremedlem


Steffen Skolseg
styremedlem


Ola Hedstein
administrerende direktør


Ann Merete Furuberg
styremedlem

KSL, KIL OG INN PÅ TUNET



Det ble gjennomført 4 230 revisjoner i 2011. 35 297 produsenter har gjennomført KSL-egenrevisjon og 4560 avvik fra KSL-revisjoner har blitt lukket.

Gjennom aktivt kvalitetsarbeid (KSL) er norske matvarer:

- Etter forbrukernes ønske med hensyn til utseende og smak.
- Smittefrie og uten skadelige fremmedstoffer.
- Produsert med god dyrevelferd.
- Produsert på en miljøvennlig måte.
- Produsert i et trygt arbeidsmiljø som sikrer god helse for yrkesutøverne.

Mattilsynet har akseptert KSL-standarden som nasjonal retningslinje for primærproduksjonen i landbruket, og det er inngått en samarbeidsavtale mellom Mattilsynet og Matmerk. Avtalen har til formål å bidra til god forståelse for roller og ansvar mellom Matmerk og Mattilsynet, legge til rette for en bedre risikobasert tilnærming til tilsyns- og revisjonsaktivitetene og ikke minst sikre en best mulig ressursutnyttelse.

KSL-standarden er revidert i 2011, med hoved-fokus på det nye hygieneregulverket og HMS.

Matmerk har satt fokus på å synliggjøre for primærprodusentene at KSL og NYT NORGE er to sider av samme sak.

Den elektroniske egenrevisjonen er forbedret, og den elektroniske *Debio-standarden* er oppdatert. I 2011 er det utviklet en elektronisk *Inn på Tunet*-

standard og et nytt *HMS-hefte* med egen web-versjon. Dette er også viktige verktøy for bonden, i arbeidet med å etablere gode handlingsplaner for sin gård. Vårt elektroniske nyhetsbrev, *No-tert!*, sendes ut til 23 000 bønder. Vi har et samarbeid med Produsentregisteret for å få oppdatert kontaklinformasjon til alle landets bønder, slik at vi kan nå disse via e-post.



Elektronisk kommunikasjon er prioritert for å etablere en framtidig mer effektiv samhandling mellom produsent og Matmerk. Denne effektiviseringen er viktig for å nå målsettingen om å øke antall revisjoner.

Ved utplukk av gårder som skal revideres, er risikovurdering knyttet til produksjon på det enkelte bruk viktig. Det jobbes med en forbedring av dette i samarbeid med Mattilsynet og varemottakerne.

I 2011 ble arbeidet med muligheten for etablering av et eget sertifiseringsselskap ferdigstilt, og innstillingen er oversendt departementet.

KSL-egenrevisjoner kan utnyttes bedre av den enkelte bonde, og mulighetene for forbedringer her, skal derfor vurderes.

I forbindelse med at Matmerk fikk nytt navn og ny logo i 2011, ble også KSL-logoen oppgradert.





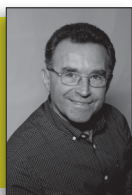
Tom Roterud



Dagrun Aaen



Ketil Nordseth



Henrik Solbu



Gunnhild
Kristianslund



Gabriella
Dänmark

Matmerk innvilget 18 KIL-søknader på nær 5,5 mill kroner i 2011

Matmerk mottok 49 søknader om støtte fra KIL (Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket), hvorav 18 ble innvilget. Til sammen ble det gitt tilsagn om tilskudd fra KIL på nær 5,5 mill kroner.

I 2011 ble det utbetalt 0,52 mill kroner til KIL-prosjekter overført fra SLF per 31.12.2007. Dette er midler som er avsatt i SLF over LUF. Dette ble anmodet overført fra LUF i januar 2012. Per 31.12.2011 er det kun 4 av disse prosjektene som ikke er sluttførte.

For 2011 var det som tidligere år avsatt inntil 1 million kroner til dekning av kursvirksomhet for avløserne gjennom Bygdefolkets Studieforbund (BSF), nå Studieforbundet næring og samfunn. I 2011 har det til sammen blitt utbetalt 1,1 mill kroner fra KIL til BSF, hvorav 0,5 mill kroner ble utbetalt som forskudd for kurs som skulle holdes i 2011 mens resten var utbetalinger til kurs holdt i 2010.

I 2011 ble til sammen 21 KIL-prosjekter sluttførte. Av disse var 4 prosjekter overført til Matmerk fra SLF per 31.12.2007, 6 prosjekter tildelt KIL-midler i 2008, 10 prosjekter tildelt KIL-midler i 2009 og 1 prosjekt tildelt KIL-midler i 2010.

For 2011 var det satt av en ramme til KIL på 6 mill kroner.



Vi godkjenner Inn på Tunet til- bydere.

Inn på Tunet (IPT) er tilrettelagte og kvalitetssikrede tjenestetilbud på gårdsbruk. Tilbudene skal gi mestring, utvikling og trivsel. Aktiviteten i tjenestetilbudet er knyttet opp til gården, livet og arbeidet der.

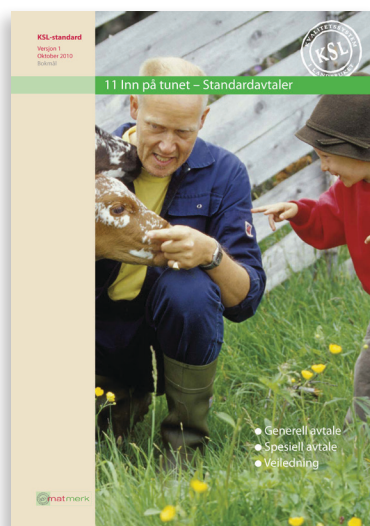
Det er utviklet et kvalitetssystem for IPT, og det vil også komme en egen godkjenningsordning for IPT-tilbydere. Matmerk er gitt ansvaret for godkjenning og oppfølging av IPT-tilbydere. Arbeidet med godkjenningsordningen vil starte andre halvår i 2012.

Matmerk har utviklet en visuell profil for Inn på Tunet. IPT-tilbydere kan benytte denne profilen for å synliggjøre sine tjenester.

Matmerk har etablert en bredt sammensatt faggruppe for Inn på Tunet, som skal gi råd og veiledning i dette arbeidet.

En egen oversikt over tilbydere innenfor Inn på Tunet skal gjøres tilgjengelig for kjøpere av tjenestene. Oversikten skal kobles til revisjonsdatabasen for tradisjonell KSL, slik at en enkelt kan se hvilke IPT-tilbud det er på gården.

Til hjelp i arbeidet med å få på plass et kvalitets-system, er kurset *Inn på Tunet – kvalitet og trygghet* utviklet. Kurset tilbys gjennom Landbrukets HMS-tjeneste.



NYT NORGE



78 prosent kjenner NYT NORGE-merket og 1 076 produkter fra 28 virksomheter er godkjent for bruk av NYT NORGE-merket, ved utgangen av 2011.

Virksomhetene som er godkjent representerer bredden i norsk landbruksbasert næringsmiddelproduksjon, innenfor kategoriene melk, honning, kjøtt, frukt, grønnsaker, poteter og egg.

Frittstående industrivirksomheter, virksomheter som er en del av landbruks-samvirket og handelsvirksomheter er en del av merkeordningen NYT NORGE. Når det gjelder størrelsen på virksomhetene varierer det fra store aktører som Nortura SA til Vang Gård på Toten som blant annet produserer salatløk.

De 3 merkebrukere med flest produkter er Nortura, BAMA og COOP. I 2011 ble Rema 1000 godkjent som merkebruker i NYT NORGE. To av de fire grupperingene i dagligvarehandelen er godkjente merkebrukere; Coop Norge Handel AS og Rema 1000.

Til sammen 12 nye virksomheter ble godkjent som brukere av NYT NORGE-merket i 2011; herunder Mills DA, Nestlé Norge, Finsbråten, Skjeggerød og Fjordland AS.

Det er utarbeidet planer for innsalg-sarbeidet for NYT NORGE med klare mål. Når det gjelder potensielle virksomheter har vi prioritert innsalg overfor de



store og mellomstore virksomhetene. For de godkjente virksomhetene har målsetningen vært å øke antallet merkede produkter.

Målet for 2012 er å øke antallet merkede produkter til 1600 og antall virksomheter til 40.



Markedsarbeidet i 2011 har i hovedsak hatt som mål å bygge kjennskap til merkeordningen og å starte opp arbeidet med å bygge kunnskap om ordningen.

Ved inngangen til 2011 hadde vi en hjulpen kjennskap til merket på 56 prosent. Ved siste måling i november 2011 var den hjulpne kjennskap på hele 78 prosent. Hovedmålgruppen for NYT NORGE er voksne i alderen 25 – 50 år som har ansvaret for å handle inn matvarer til



Marit Jerven



Greta Hardal

familien. For å bygge kjennskap har Matmerk benyttet følgende virkemidler; annonsering på TV, kino, avis og på handlevogner i dagligvarehandelen. TV har vært et svært viktig og effektivt virkemiddel for å bygge kjennskap og kunnskap til merket. I løpet av 2011 har det vært kjørt 4 kampanjer på TV.

I 2011 har Matmerk fått til et godt samarbeid med merkebrukerne. Markedsføringsmidlene har så langt i det alt vesentlige vært benyttet til aktiviteter i regi av NYT NORGE alene, men vi har også satset på fellesmarkedsføring med enkelte merkebrukere.

Samarbeidet har blant annet resultert i at NYT NORGE-merket er blitt profilert i en omfattende TV-kampanje for grønnsaker.

Videre har merket blitt brukt aktivt på butikkmateriell hos en stor produsent og hos en av dagligvaregrupperingene. Det er av stor betydning for kjennskapen til merket at det nå er synlig i butikk på nærmere 1100 produkter.

For å bygge ytterligere kunnskap om hva NYT NORGE står for har NYT NORGE magasinet vært et viktig

virkemiddel. I 2011 ga vi ut to utgaver av magasinet, som ble distribuert i et opplag på om lag 550 000 eksemplarer.

På nytnorge.no ønsker vi å fremme en kombinasjon av nyheter og underholdning, og nettstedet er en viktig kanal for å øke kunnskapen om merket. Målsetningen med nytnorge.no er at forbruker skal finne interessant og nyttig informasjon om merkeordningen samtidig som vi ønsker å engasjere og underholde.

I 2011 har vi vært med på to samarbeidsprosjekter hvor målsetningen har vært å styrke kjennskapen til NYT NORGE og komme tettere på forbrukeren. I august samarbeidet vi med Norges Bondelag i forbindelse med deres Åpen Gård arrangement som gikk av stabelen over hele landet 21.08.2011. De besøkende på Åpen Gård fikk tildelt informasjon og effekter fra NYT NORGE og ble oppfordret til å delta på en egen konkurranse på nytnorge.no.

I september var NYT NORGE en del av Matstreif festivalen på Rådhusplassen. Her delte vi ut smaksprøver og informasjon om NYT NORGE.



MATSPESIALITETER OG MARKEDSTJENESTER



Over flere år er det stimulert til økt satsing på norske matspesialiteter. Denne satsingen viser nå konkrete resultater.

Nielsen Norges undersøkelser fra dagligvarehandelen indikerer en vekst i omsetningen av norske matspesialiteter på 7 prosent i 2010 og hele 13 prosent i 2011. Veksten i totalomsetningen for mat og drikke var i samme periode på kun 3,5 prosent og 4 prosent. Det er svært positivt at det nå kan slås fast at mat-spesialiteter kjøpes i økende grad.

Ved utgangen av 2011 var 50 bedrifter med til sammen 205 produkter godkjent for bruk av Spesialitet-merket. 8 nye produkter ble godkjent i løpet av året.

Markedsarbeidet har bestått av synliggjøring av Spesialitet-merket tett på kjøpsstedet, synliggjøring av merket i media, PR, oppgradering av spesialitet.no og satsing på bloggen stolmat.no.

Merkeordningen har eksistert i 10 år og høsten 2011 startet Matmerk arbeidet med å revitalisere merket.

Arbeidet med reviderte kriterier, nye godkjenningrutiner og en gjennomgang av revisjonssystemet, vil slutføres våren 2012. Dette arbeidet skal sikre at merkeordningen i større grad ivaretar behovet i hele verdikjeden; produsent, omsetningsledd og forbruker. Et prioritert område for både Spesialitet og Beskyttede betegnelser i 2011 har vært å etablere en tettere kontakt med merkebrukerne. Et mer-



kebrugerutvalg med representanter for brukere av Spesialitet og Beskyttede betegnelser er etablert. Merkebrugerutvalget er rådgivende i saker om markedsføring av merkeordningene, samarbeid om PR og markedsføringstil-



tak og bistand til, og kommunikasjon med, merkebrukerne.

19 produktbetegnelser har nå oppnådd en beskyttet betegnelse i Norge. Kurv frå Valdres var den eneste søknaden som ble godkjent i 2011. Godkjenningen ble lansert i Valdres i juni.

Mattilsynet intensiverte sitt arbeid med søknader om Beskyttet betegnelse i 2011, og frem mot jul ble 5 av 8 saker behandlet slik at de kommer videre i prosessen. Matmerk er godt fornøyd med samarbeidet med Mattilsynet.

Det kom inn en ny søknad om beskyttelse av Lofotlam som en geografisk betegnelse. For å få flere søknader om beskyttelse har vi utarbeidet en 10 mest ønsket-liste over potensielle produkter til ordningen. Vi mener det er viktig å rette søkelyset mot produsentmiljøer som vil ha nytte av å få en beskyttelse av sine produkter.



Jan Sverre Nørdstad



Nina W. Hegdahl



Jarle Torgersen



Frode Kristensen



Renate Kruge
Brakestad

Det tar tid å få nye søknader om beskyttelse og Matmerk må derfor jobbe aktivt mot de miljøer som er ønskelig å få med.

For Beskyttede betegnelser har markedsaktiviteter som annonsering, bloggen stolmat.no, butikkdemonstrasjoner og redaksjonell omtale vært prioritert i 2011.

Matmerk har også bidratt til kokeboken Mellom bakkar og berg; en bok om mattradisjoner og lokal matkultur hvor forfatteren har reist rundt til produsenter som har produkter som har oppnådd en Beskyttet betegnelse eller Spesialitet.

Matmerk samlet også noen av våre merkebrukere til en meget godt besøkt fellesstand på Matstreif 2011.

Matmerk har vært pådriver overfor merkebrukere for å få videreutviklet produsentsammenslutningene gjennom Lokalmatprogrammet.

Behovet for eventuell harmonisering av regelverket mot EUs regelverk på området har vært diskutert med LMD og Mattilsynet. Arbeidet med å skrive den første søknaden om beskyttelse i EU er i gang for Tørrfisk fra Lofoten.

Matmerk fikk i 2011 ansvaret for prosjekt *Markedstjenester til lokalmatprodusenter*.

Prosjektet tilbyr hjelp til små lokalmatprodusenter i form av bedriftsbesøk (bedriften dag), kurs og mentoring innenfor markedsområdet.

Prosjektet har vært i en etablerings- og oppstarts-fase i 2011, og gjennomføring av tiltak innenfor rammene av prosjektet kom i gang sent på året. Det er gjennomført bedriftsbesøk hos 12 produsenter innenfor rammene av prosjektet. Det er gjennomført 1 kurs i 2011.



Prosjektet skal samarbeide tett med kompetansenavene, og vi har i 2011 hatt møter med alle navene, og også deltatt på Kompetansenavens samlinger. I tillegg har vi etablert rutiner for gjensidig informasjonsutveksling mellom oss og kompetansenavene. Vi har også informert Bondens Marked om prosjektets etablering og innhold.

Matmerk utviklet i 2011 en egen informasjonsbrosjyre om prosjektet. Matmerk og Innovasjon Norge er avsendere. Brosjyren er distribuert bredt, og er lagt ut som egen informasjon på våre nettsider. Brosjyrens innhold vil bli revidert tidlig i 2012.

Prosjektet har også knyttet til seg eksterne konsulenter. Alle Kompetansenavene er orientert om disse konsulentavtalene.





Ragna Kronstad

Matmerk har i 2011 startet en prosess for å videreutvikle Matmerks kommunikasjonsarbeid. En viktig premis for framtidig kommunikasjon ble lagt da Matmerk forenklet navnet på stiftelsen.

Matmerk vil være en synlig garantist og en troverdig avsender for merkeordningene og KSL (Kvalitetssystem i landbruket). Ved å være en synlig avsender, og ved og aktivt kommunisere med bransje og forbruker via flere informasjonskanaler håper Matmerk å øke kjennskapen og troverdigheten til alle merkeordningene.

Vi tror også at den høye kjennskapen som NYT NORGE har fått på kort tid, i noen grad vil smitte over på de andre merkeordningene når Matmerk er felles og synlig avsender for alle merkeordninger.

Digitale medier er en ny og viktig kommunikasjonskanal. I 2011 har Matmerk utviklet og tatt i bruk et digitalt opplysningskontor for økologisk mat. I arbeidet med generisk markedsføring av økologisk mat vil sosiale medier bli brukt aktivt. Dette er viktig for arbeidet med å markedsføre økologisk, men også viktig for å utvikle Matmerks strategi for bruk av sosiale medier. Matmerk har ansatt en erfaren webredaktør til å utvikle denne satsingen.

Som et prøveprosjekt utviklet Matmerks informasjonsrådgiver matbloggen stoltmat.no med tilhørende facebookside. Formålet var å teste ut nye måter å spre informasjon om merkeordningene Beskyttede betegnelser og Spesialitet. Bloggen har til tross små

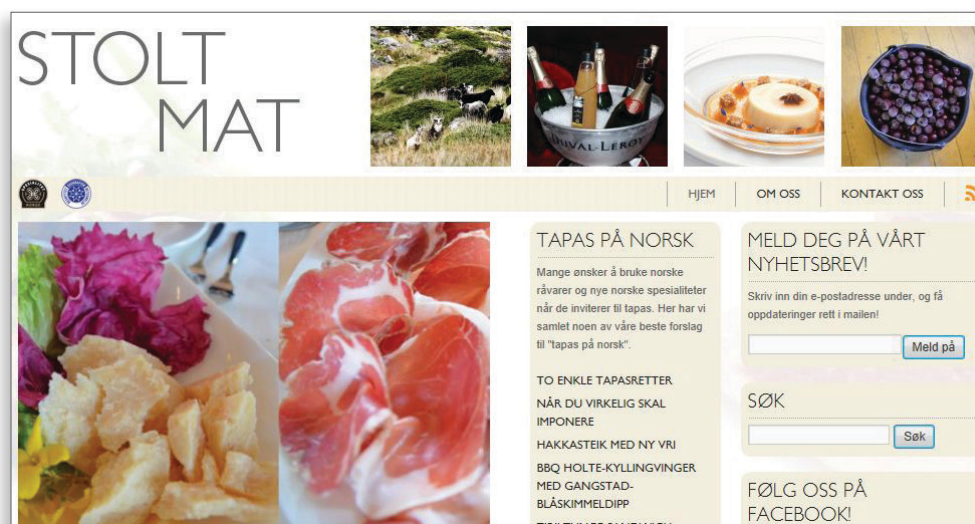
ressurser raskt blitt Matmerks viktigste kommunikasjonskanalen for informasjon om norske matspesialiteter.

Ved å kombinere matbloggen og aktiv bruk av sosiale medier, har vi større grad lyktes å få en interaksjon med matinteresserte forbrukere. Erfaringene er positive, men det gjenstår fortsatt arbeid for å spise og profesjonalisere Matmerks bruk av ulike digitale medier.

Matmerk søker å være en synlig og relevant aktør i bransjen for både primærprodusenter, matbransjen og forbruker. For å oppleves som relevant vil Matmerk bestrebe seg på å sette agendaen for relevante bransje- og forbrukersaker.

Matmerk har registrert at det i stortingsmeldingen *Velkommen til bords* er signalisert at myndigheten vil se nærmere på samordning av informasjonsaktiviteter på matområdet. Matmerk tror dette kan være nyttig, og imøteser en dialog om hvordan Matmerks kommunikasjonsarbeid kan videreutvikles for å styrke vår evne til å profilere norsk mat og våre merkeordninger.

Matmerk har et større potensial som troverdig avsender på forbrukerinformasjon om norsk matproduksjon.





Gabriella Danmark



Jarle Torgersen



Morten Nymoen



Nettstedet økologisk.no er den viktigste kanalen for Matmerks markedsføring av økologisk mat.

Matmerk har i 2011 foretatt en total gjennomgang av vår strategi innen økologiområdet. Utgangspunktet for strategiprosessen var et ønske om å målrette vårt arbeid, på en mest mulig fremtids-rettet og effektiv måte.

Etter strategiprosessen er konklusjonen at vi konsentrerer vår virksomhet om forbrukerinformasjon gjennom bruk av digitale medier. Den potensielle økoforbrukeren er bevisst og aktiv søker av informasjon vi a digitale medier og kanaler.

Økoforbrukeren er også en aktiv bruker av internett og sosiale medier ellers. Informasjon via nettet er også kostnadseffektivt sammenlignet med bl.a. annonsering i trykte medier. I prosessen ble det lagt vekt på å søke kunnskap om de potensielle forbrukergruppene. Viktige funn er at potensialet for kjøp av økomat spesielt ligger hos forbrukergrupper som er interessert i egen helse og/eller har barn.

Revidert strategi er drøftet bl.a. med SLF. LMD er også informert. Det har også vært kontakt med viktige aktører som OIKOS og Debio om ny strategi for markedsføring av økologisk mat.

Matmerk har i 2011 hatt et tett samarbeid med SLF om markedsføringstiltaksluk. Samarbeidet vurderes som både nyttig og hensiktsmessig, og har vært konsentrert om utvikling av retningslinjer for bruk av utviklingsmidler til markedsførings-tiltak og utvikling av et forbrukerbudskap for økologisk mat.

Med utgangspunkt i strategiprosessen har vi bygget opp et nytt nettsted; økologisk.no. I tillegg har vi tatt i bruk sosiale medier og twitter.

Matmerk har etablert god kontakt med en rekke aktører innenfor økologisk produksjon, omsetning og videreføring.

The screenshot shows the økologisk.no website interface. On the left, there is a news article titled "Kongsgården blir økologisk" with a photo of a cow. Below it are social media links for Twitter and Facebook. In the center, there is a map showing the location of the website and nearby organic products. On the right, there is a welcome message: "Velkommen til økologisk.no. Her finner du inspirasjon til din økologiske livsstil og ditt sted for å få kjøpt økologiske produkter." At the bottom, there are buttons for "Tips oss!" and "Registrer butikk".

ADMINISTRASJON



Mette Sørensen



Camilla S.-Thorsen



Line Berit Sveen

Ola Hedstein har vært administrerende direktør i Matmerk fra 01.04.2011.

Matmerk er organisert i tre avdelinger og stab. KSL ledes av Tom Roterud, som tiltrådte stillingen som avdelingsleder 01.10.2011. Marit Jerven leder avdelingen som har ansvar for NYT NORGE og Jan Sverre Nordstad er avdelingsleder for arbeidet med Matspesialiteter. Mette Sørensen leder stab.

Matmerk har kontorer i Oslo sentrum, og hadde 18 medarbeidere ved utgangen av 2011, herav 10 kvinner og 8 menn. Morten Nymoen ble tilsatt som web-redaktør, og begynte i Matmerk 01.12.2011. Renate Kruge Brakestad ble tilsatt som fagsjef Spesialitet i 2011, hun tiltrer stillingen 01.01.2012.

Matmerk kjøper tjenester til gjennomføring av eksterne KSL-revisjoner fra om lag 100 revisorer rundt om i Norge.

Sykefraværet i organisasjonen var 2,2 prosent i 2011, det er en nedgang på 3,7 prosentenheter sammenlignet med 2010.

Årsresultatet, eksklusiv KIL, viser et overskudd på 981 807 kroner. Dette er 481 807 kroner mer enn budsjettet. Stiftelsens egenkapital er per 31.12.2011 bokført med 8 741 368 kroner.

Ola Hedstein valgte i slutten av oktober å si opp stillingen som administrerende direktør i Matmerk, og styret besluttet å lyse ut stillingen som administrerende direktør.

Nina Sundqvist er ansatt som ny administrerende direktør i Matmerk, og tiltrer 01.05.2012.

Matmerk har ulike utvalg og faggrupper som bistår og rådgir administrasjonen.

Merkebrukerutvalg Spesialitet og Beskyttede betegnelser består av Britt Sauar (leder), Trond Vilhelm Lund, Svein Andreassen, Ken Albert Abrahamsen, Egil Smith-Meyer, Arve Iversen og Anne Berthe Lerberg.

Fagutvalg Spesialitet består av Anne-Kathrine Fossum (leder), Nina Veflen Olsen, Harald Osa,

Arnfinn Nordhus, Ingvar Hage, Kari Merete Griegel og Aud Herbjørg Kvalvik.

Faggruppe KIL består av Hadle Nevøy (leder), Katrine Røed Meberg, Bjarne Leonhardsen, Solveig Skogs, Siv Mossleth, Tor Odin Kjosvatn, Kristin Sve (observ.) og Ragnhild Næverlid (observ.).

KSL Arbeidsutvalg består av Knut Sjøvold (leder), Jens Edvard Kase, Trond Spanne, Arne Grue og Kåre Holand.

Faggruppe Husdyr består av Trond Spanne (leder), Olaf Godli, Ingunn Sognnes, Tone Roalkvam, Vibeke Mo, Terje Iversen, Olav Røysland, Ida Olsen, Marlene Furnes Bagley og Tor Arne Moen (observ.).

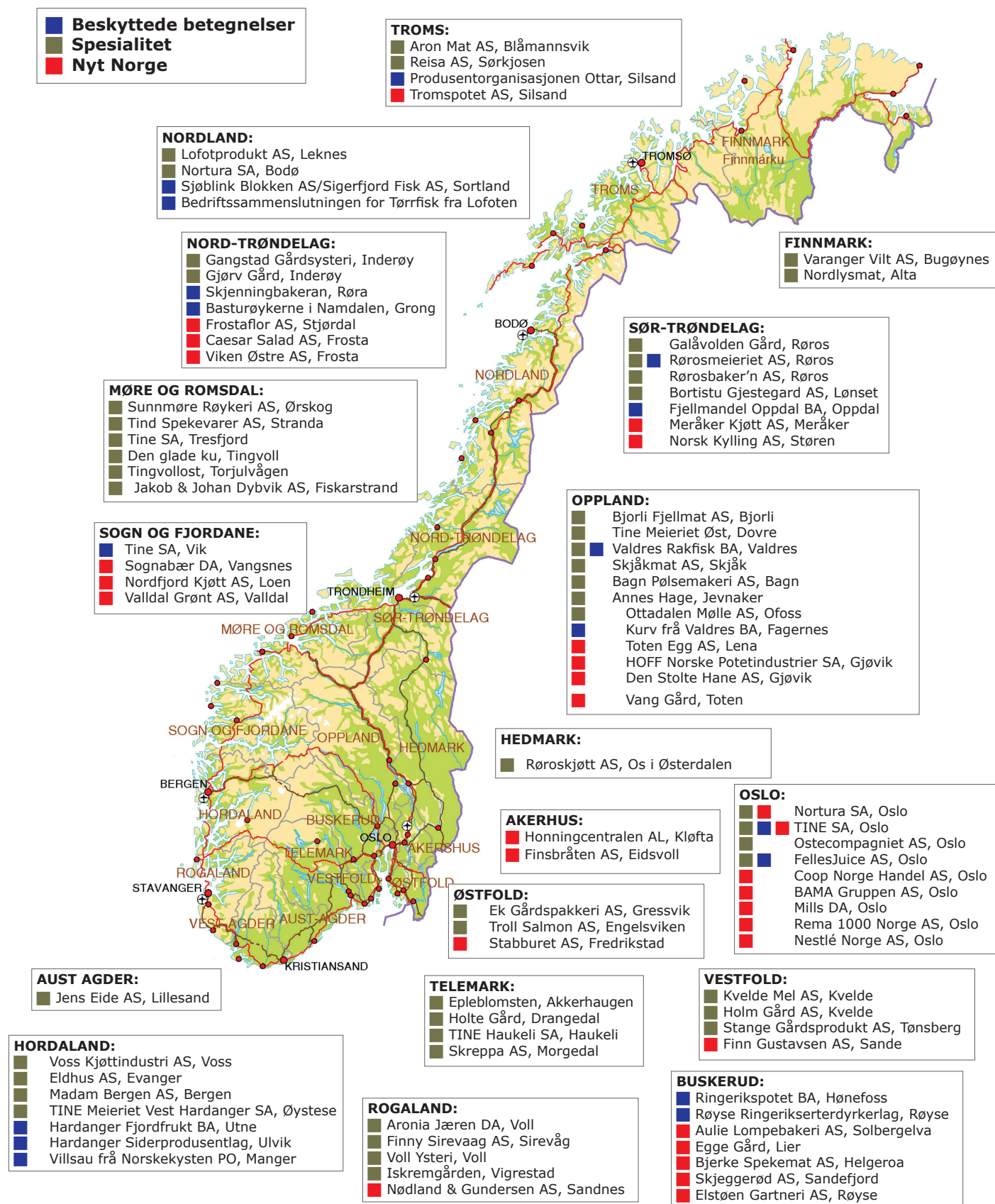
Faggruppe Planter består av Kåre Holand (leder), Øystein Pugerud, Olav Brattaas, Nina Heiberg, Einar Strand, Øivind Juel, Åsmund Bjertnæs, Oddmund Østebø, Per Y. Steinsholt, Tore Swensen og Marit Lilleby Kvarme (observ.).

Faggruppe Helse, miljø og sikkerhet består av Arne Grue (leder), Jon Trøite, Anne Marie Heiberg, Christian Brevig, Oddvar Tjernshaugen, Tove Auren, Ingrid Haug, Knut Martin Glesne og Ragnar Mjelde (observ.).

Faggruppe Inn på tunet består av Ingunn Sigstad Moen (leder), Mats Olsen, Anne Kallevik Grutle, Jan Elgvang, Gry Ingvil Agjeld, Kari Frøseth, Tommy Hernes, Gina Krogs vold, Grete Gausemel, Sissel By Ingvaldsen, Kjell Bruvoll (observ.) og Knut Martin Glesne (observ.).

Merkebrukerutvalg Nyt Norge består av Geir Jostein Dyngeseth (leder), Tom Roterud, Jan Hammarstrøm, Dag Stian Lindstad, Kjersti Sørby, Erik Nielsen, Roger Hem, Halgeir Jakobsen, Ernst Ole Ruch, Johannes Vinge, Terje Viken, Erik Salte, Arnt Ove Dalebø, Per Johan Pedersen, Stein Ove Jordal, Ola Hopperstad, Marius Egge og Bente Brevik. I tillegg møter Tine SA med en representant i utvalget.

MERKEBRUKERE



REGNSKAP OG BALANSE

	Note	2011	2010
Driftsinntekter			
Inntekter fra Landbruks- og matdepartementet		46 000 000	46 000 000
Inntekter fra Mattilsynet		350 000	350 000
Administrasjon av KIL-midler		650 000	650 000
Generisk markedsføring av økologisk mat		1 875 000	2 691 864
Annen driftsinntekt		<u>17 181 719</u>	<u>14 197 392</u>
Sum driftsinntekter		<u>66 056 719</u>	<u>63 889 256</u>
Driftskostnader			
Revisjoner		10 926 277	9 796 989
Varekostnad		22 526 702	25 227 546
Lønnskostnad	4	16 646 228	14 301 123
Avskrivning	2	207 504	235 172
Annen driftskostnad	4	<u>15 234 468</u>	<u>13 100 144</u>
Sum driftskostnader	7	<u>65 541 179</u>	<u>62 660 974</u>
Driftsresultat		<u>515 540</u>	<u>1 228 282</u>
Finansinntekter og finanskostnader			
Annen finansinntekt		468 207	369 272
Annen finanskostnad		<u>1 940</u>	<u>7 022</u>
Netto finansposter		<u>466 267</u>	<u>362 250</u>
Ordinært resultat før skattekostnad		<u>981 807</u>	<u>1 590 532</u>
Årsresultat		<u>981 807</u>	<u>1 590 532</u>
Overføringer og disponeringer			
Overføringer annen egenkapital	3	<u>981 807</u>	<u>1 590 532</u>
	Note	2011	2010
Anleggsmidler			
<i>Varige driftsmidler</i>			
Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontormaskiner ol	2	140 637	348 141
Omløpsmidler			
<i>Fordringer</i>			
Kundefordringer		144 084	3 583 822
Andre fordringer		<u>2 735 143</u>	<u>1 885 934</u>
Sum fordringer		<u>2 879 227</u>	<u>5 469 756</u>
Bankinnskudd, kontanter og lignende	5	<u>33 168 847</u>	<u>22 803 401</u>
Sum omløpsmidler		<u>33 431 989</u>	<u>26 533 664</u>

Egenkapital

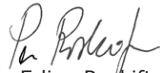
Stiftelseskapital	3	100 000	100 000
<i>Opptjent egenkapital</i>			
Annen egenkapital	3	<u>8 641 368</u>	<u>7 659 561</u>
Sum egenkapital		<u>8 741 368</u>	<u>7 759 561</u>

Gjeld

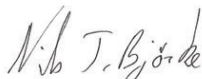
<i>Avsetninger for forpliktelser</i>			
Pensjonsforpliktelse	6	2 517 297	2 417 922
<i>Kortsiktig gjeld</i>			
Leverandørgjeld		7 683 539	4 181 362
Skyldige offentlige avgifter	5	1 504 341	1 285 682
Annen kortsiktig gjeld		<u>15 742 166</u>	<u>12 976 772</u>
Sum kortsiktig gjeld		<u>24 930 046</u>	<u>18 443 816</u>
Sum gjeld		<u>27 447 343</u>	<u>20 861 738</u>
Sum egenkapital og gjeld		<u>36 188 711</u>	<u>28 621 299</u>

31. desember 2011

22. februar 2012



Per Erling Roskifte
Styrets leder



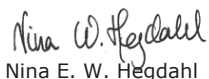
Nils T. Bjørke
Nestleder



Sveinung Svebestad
Styremedlem



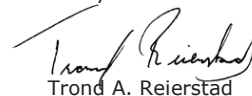
Ann Merete Furuberg
Styremedlem



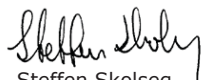
Nina E. W. Hegdahl
Styremedlem



Hege T. Berg-Knutsen
Styremedlem



Trond A. Reierstad
Styremedlem



Steffen Skolseg
Styremedlem



Ola Hedstein
Administrerende direktør



Britt I. S. Sauar
Styremedlem

NOTER

Note 1 - Regnskapsprinsipper

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

Salgsinntekter

Inntektsføring ved salg av varer skjer på leveringstidspunktet. Tjenester inntektsføres i takt med utførelsen. Andelen av salgsinntekter som knytter seg til fremtidige serviceytelser balanseføres som uopptjent inntekt ved salget, og inntektsføres deretter i takt med levering av ytelsene.

Klassifisering og vurdering av balanseposter

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter poster som forfaller til betaling innen ett år etter balansedagen, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Øvrige poster er klassifisert som anleggsmiddel/langsiktig gjeld.

Omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på etableringstidspunktet.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost, men nedskrives til virkelig verdi ved verdifall som ikke forventes å være forbigående. Anleggsmidler med begrenset økonomisk levetid avskrives planmessig. Langsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på etableringstidspunktet.

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. I tillegg gjøres det for øvrige kundefordringer en uspesifisert avsetning for å dekke antatt tap.

Varige driftsmidler

Varige driftsmidler balanseføres og avskrives over driftsmidlets forventede økonomiske levetid. Direkte vedlikehold av driftsmidler kostnadsføres løpende under driftskostnader, mens påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlets kostpris og avskrives i takt med driftsmidlet. Dersom gjenvinnbart beløp av driftsmiddelet er lavere enn balanseført verdi foretas nedskrivning til gjenvinnbart beløp. Gjenvinnbart beløp er det høyeste av netto salgsverdi og verdi i bruk. Verdi i bruk er nåverdien av de fremtidige kontantstrømmene som eiendelen vil generere.

Pensjoner

Stiftelsen finansierer sine pensjonsforpliktelser overfor de ansatte gjennom en kollektiv pensjonsordning.

Stiftelsen plikter å ha tjenestepensjon etter lov om obligatorisk tjenestepensjon, og stiftelsens pensjonsordning tilfredsstillende dette kravet. Den årlige betalte premien kostnadsføres.

I tillegg finansieres Einar Ingvoldstads pensjon over driften. Beregning omtales i note 6,

Bruk av estimater

Ledelsen har brukt estimater og forutsetninger som har påvirket resultatregnskapet og verdsettelsen av eiendeler og gjeld, samt usikre eiendeler og forpliktelser på balansedagen under utarbeidelsen av årsregnskapet i henhold til god regnskapsskikk.

Note 2 - Varige driftsmidler

	Inventar	Kontormaskin	Sum
Anskaffelseskost 01.01.	857 835	190 812	1 048 647
Anskaffelseskost 31.12.	857 835	190 812	1 048 647
Akk.avskrivning 31.12.	-717 198	-190 812	-908 010
Balanseført pr. 31.12.	140 637	0	140 637
Årets avskrivninger	171 568	35 936	207 504
Økonomisk levetid	5 år	3 år	
Avskrivningsplan	Lineær	Lineær	

Note 3 - Egenkapital

	Stiftelses- kapital	Annen egenkapital	Sum
Egenkapital 01.01.	100 000	7 659 561	7 759 561
Årsresultat	0	981 807	981 807
Egenkapital 31.12.	100 000	8 641 368	8 741 368

Note 4 - Lønnskostnader, antall ansatte, lån til ansatte og godtgjørelse til revisor

Lønnskostnader	2011	2010
Lønninger	12 226 416	10 567 066
Arbeidsgiveravgift	2 017 162	1 729 716
Pensjonskostnader	1 474 551	1 605 448
Andre ytelser	928 099	398 894
Sum	16 646 228	14 301 124

Selskapet har i regnskapsåret sysselsatt totalt 17 årsverk.

Ytelser til ledende personer

	Lønn	Pensjonsutgifter	Andre godtgjørelser
Administrerende direktør	732 231		75 232

Selskapet er pliktig til å ha tjenstepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenstepensjon. Selskapets pensjonsordninger tilfredsstiller kravene i denne lov. Den årlige betalte premien kostnadsføres løpende.

I tillegg finansieres Einar Ingvaldstads pensjon over driften. Beregning omtales i note 6.

Godtgjørelse til revisor er fordelt på følgende (Eks. mva):

Revisjon	70 000
Andre tjenester	10 500

Note 5 - Bankinnskudd

Øremerkede KIL-midler inngår i bankbeholdning per 31.12.11 med kr 13 767 817.

Bundne skattetrekkmidler utgjør	2011 1 051 642
---------------------------------	-------------------

Note 6 - Pensjonsforpliktelser

Det er i regnskapet for 2011 beregnet en avsetning for dekning av pensjonsforpliktelse til tidligere administrerende direktør Einar Ingvaldstad. Endringen i forpliktelsen er resultatført.

Forutsetninger lagt til grunn for estimert forpliktelse:

- Diskonteringsrente: 3,9 %
- Avkastning på pensjonsmidler: 4,8 %
- G-regulering: 3,75 %
- Forventet varighet på pensjonsytelsen baseres på data fra SSB

Estimert nåverdi pensjonsforpliktelse	2011 2 517 297	2010 2 417 922
---------------------------------------	-------------------	-------------------

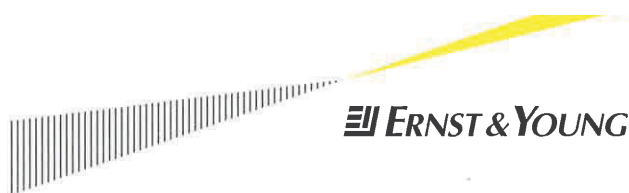
Note 7 - Regnskapssammendrag for NYT NORGE

Kostnader til NYT NORGE beløper seg for 2011 til totalt kr 22 238 762,-. Beløpet inkluderer markedskommunikasjon og administrative kostnader. Markedsføring av merkeordningen finansieres i fellesskap av Matmerks egne budsjettmidler, omsetningsavgiftsmidler, jordbruksavtalemidler og de fire dagligvarekjedene.

Regnskapssammendraget for aktiviteter tilknyttet NYT NORGE viser følgende kostnader for 2011:

Lønn og personalkostnader	2 428 724
Salg og markedsføring	19 198 735
Andre driftskostnader	611 303

REVISORS BERETNING



Til styret i Matmerk

Statsautoriserte revisorer
Ernst & Young AS

Dronning Eufemias gate 6, NO-0191 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

REVISORS BERETNING

Uttalelse om årsregnskapet

Vi har revidert årsregnskapet for Matmerk, som består av balanse per 31. desember 2011, resultatregnskap for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og en beskrivelse av vesentlige anvendte regnskapsprinsipper og andre noteopplysninger.

Styrets og administrerende direktørs ansvar for årsregnskapet

Styret og administrerende direktør er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge, og for slik intern kontroll som styret og administrerende direktør finner nødvendig for å muliggjøre utarbeidelsen av et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil.

Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å gi uttrykk for en mening om dette årsregnskapet på bakgrunn av vår revisjon. Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder International Standards on Auditing. Revisjonsstandardene krever at vi etterlever etiske krav og planlegger og gjennomfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon.

En revisjon innebærer utførelse av handlinger for å innhente revisjonsbevis for beløpene og opplysningene i årsregnskapet. De valgte handlingene avhenger av revisors skjønn, herunder vurderingen av risikoene for at årsregnskapet inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller feil. Ved en slik risikovurdering tar revisor hensyn til den interne kontrollen som er relevant for selskapets utarbeidelse av et årsregnskap som gir et rettviseende bilde. Formålet er å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av selskapets interne kontroll. En revisjon omfatter også en vurdering av om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimaterne utarbeidet av ledelsen er rimelige, samt en vurdering av den samlede presentasjonen av årsregnskapet.

Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Konklusjon

Etter vår mening er årsregnskapet for Matmerk avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av selskapets finansielle stilling per 31. desember 2011 og av dets resultater for regnskapsåret som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapskikk i Norge.

Uttalelse om øvrige forhold*Konklusjon om årsberetningen*

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet og forutsetningen om fortsatt drift er konsistente med årsregnskapet og i samsvar med lov og forskrifter.

Konklusjon om registrering og dokumentasjon

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at styret og administrerende direktør har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Oslo, 28. februar 2012
ERNST & YOUNG AS



Kjetil Andersen
statsautorisert revisor

Matmerk.



MERKER DU KAN STOLE PÅ

MATMERK

Besøksadresse: Tollbugata 32
Postboks 487 - Sentrum
0105 Oslo

Telefon: 24 14 83 00
e-post: post@matmerk.no
matmerk.no

