



MERKER DU KAN STOLE PÅ

Årsmelding 2012



Styrets melding

Matmerk er en uavhengig stiftelse opprettet av Landbruks- og matdepartementet. Formålet er å styrke konkurransevnen til norsk matproduksjon ved å arbeide med kvalitetssystemer og kompetanse samt synliggjøre norske konkurransefortrinn og norsk opprinnelse overfor forbruker og marked.

Matmerk er midtveis i sin strategiperiode, og styret har i 2012 evaluert statusen for målopp-nåelse frem mot 2014. Med få justeringer i strategiplanen, har Matmerk en god utvikling og tydelige prioriterte oppgaver om å utvikle Kvalitetssystemet i Landbruket (KSL) og de ulike merkeordningene å få forbrukerne til å kjøpe norskprodusert mat.

Norge har en unik posisjon fordi vi som eneste nasjon har et felles egenrevisjonssystem som omfatter alle bønder som i sum gir et velfungerende og godt kvalitetssystem. Rundt 100 eksterne revisorer gjennomførte dette året 4500 kvalitetsrevisjoner på norske gårdsbruk, mens primærprodusentene selv har en gjennomføringsgrad på egenrevisjon KSL på 99,66 prosent.

Matmerk har i 2012 intensivert arbeidet med å få produsentene til å gjennomføre sin egenrevisjon elektronisk fordi det er mer effektivt og billigere. Hele 13600 produsenter brukte elektroniske sjekklister via bondeweben. Vi vil fortsette å motivere bøndene til å bruke det elektroniske verktøyet.

For tilbydere av Inn på tunet-tjenester er en godkjenningsordning etablert og fortløpende gjennomført. Ved utgangen av året er 417 tilbydere godkjente eller i prosess med å bli det. Matmerk overtar driften av nettstedet innpånet.no fra Selskapet for Norges Vel med virkning fra 1. januar 2013.

NYT NORGE hadde ved utgangen av året er det 1 700 godkjente produkter fra 38 ulike leverandører. Dette er godt

tilsig siden 2011 da det var 1100 produkter fra 27 leverandører. Hjulpen kjennskap til merket er 77 prosent blant forbrukerne, uhjulpet kjennskap er på 14 prosent. Svært positivt er det at vi for første gang i en markedsundersøkelse kan lese at Nyt Norge er kjøpsutløsende ved at 53 prosent av forbrukerne sier at NYT NORGE-merket "gjør at jeg får lyst til å kjøpe norsk mat".

Merkeordningen Spesialitet fikk i 2012 endret sitt krav sett der den unike smaken blir mer tydeliggjort. Nytt fagutvalg er nedsatt med bred matfaglig kompetanse, og ledes av fylkesmann Lars Sponheim. Vi opplever at Spesialitetsmerket har styrket sitt omdømme og betydning ved at stadig flere ønsker å få sine mat- og drikkevarer fremlagt til vurdering. 210 produkter fra 45 leverandører bærer nå Spesialitetsmerket. Etterspørselen etter lokalmat og spesialiteter i dagligvarehandelen fortsetter å vokse. I 2012 var det en vekst på 6,7 prosent mens øvrige kategorier hadde en vekst på 5 prosent.

For Beskyttede betegnelser – eller de nasjonale matskatene – ble 2012 virkelig et historisk år. Fire matvarer ble tildelt en juridisk beskyttelse fordi det kan dokumenteres særegne egenskaper knyttet til seg; Lofotlam, Fenalår fra Norge, Høgfjellslam fra Nord-Gudbrandsdal og Festsodd fra Trøndelag. Vi har nå 23 norske Beskyttede betegnelser. I tillegg fikk Parmaskinke (Prosciutto di Parma) og parmesanost (Parmigiano Reggiano) norsk beskyttelse. Dette gjør at Norge ligger langt foran de øvrige skandinaviske landene med å beskytte spesifikke matvarer.

Matmerk har ledet arbeidet med å fremme en felles generisk markedsføringskampanje for økologisk mat i 2013. Nettsiden økologisk.no som ble operativ i mars 2012, har en god trafikktvikling med 9500 unike brukere per måned.

Kommunikasjonsmessig har vi i 2012 vektlagt PR-arbeid i større grad. Vi har lykket godt med å få presseomtale og

-oppslag om merkeordninger, matproduksjon og matspesialiteter både i etermedier, papirmedier og i elektroniske kanaler.

Årsresultatet viser et overskudd på 242 158 kroner. Dette er 692 158 kroner mer enn budsjettert. Differansen skyldes reduserte lønnskostnader som følge av oppsigelser og redusert markedsaktivitet i påvente av beslutning om ny logo for Beskyttede betegnelser. Stiftelsens egenkapital er per 31.12.2012 bokført med 8 983 525 kroner. Dette er i tråd med målet om egenkapitalnivå strategiplan 2011 - 2014.

Nina Sundqvist tiltrådte stillingen som administrerende direktør den 1. mai 2012. Matmerk hadde 19 medarbeidere ved utgangen av 2012 fordelt på 10 kvinner og 9 menn. Det er en gjennomsnittsalder på 48 år. Stiftelsen har nulltoleranse for å diskriminere på bakgrunn av etnisitet, kjønn, seksuell legning, alder eller religion. Ved ansettelse vektlegges kandidatens kompetanse. Arbeidsmiljøet vurderes som godt og virksomheten forurenser ikke det ytre miljø.

Sykefraværet i organisasjonen var 4,9 prosent i 2012. Dette er 2,7 prosentenheter høyere enn i 2011. Økningen i sykefraværet skyldes en langtidssykemelding som ikke har sammenheng med arbeidsmiljøet. Det foretas årlig arbeidsmiljøundersøkelser.

Styret er sammensatt av 4 kvinner og 5 menn.

Regnskapet er avlagt under forutsetning om fortsatt drift. Styret bekrefter at forutsetningene for videre drift er til stede.

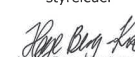


Styret i Matmerk består av (fra venstre) Per Roskifte (styreleder), Nils T. Bjørke (nestleder), Merete Furuberg, Hege Berg-Knutsen, Trond Reierstad, Steffen Skolseg, Kari Redse Håskjold, Bjørn Ringstad og Morten Nymo. Helt til høyre administrerende direktør Nina Sundqvist.

27. februar 2013


Per Roskifte
styreleder


Nils T. Bjørke
nestleder


Hege Berg-Knutsen
styremedlem


Trond Reierstad
styremedlem


Steffen Skolseg
styremedlem


Morten Nymo
styremedlem


Kari Redse Håskjold
styremedlem


Bjørn Ringstad
styremedlem


Nina Sundqvist
administrerende direktør



I 2012 gjennomførte vi 4 500 eksterne KSL-revisjoner. Vi har etablert tilbyderliste for Inn på tunet som i dag teller 510 gårdsbruk, vi har rekvirert revisjoner av 417 av disse. Matmerk har etablert en godkjenningssystem for Inn på tunet i KSL-databasen.

I oktober ble en ny bondeweb lansert. Bondeweben tydeliggjør egenrevisjon og tilhørende gjennomgang av enkle sjekklister og utarbeidelse av tiltaksplaner. Vi er tilfredse med at hele 13 600 produsenter har brukt elektroniske sjekklister og dermed ikke fått tilsendt standardene per post.

I 2012 er KSL-standarden revidert og har fått ny profil. Visuelt er standardene nå samstemt med Matmerks øvrige profil. Generell KSL-informasjon er distribuert til produsentene via Produsentregisterets e-postlister, og det er gitt informasjon om KSL i fire utgaver av Bondebladet og Bonde og Småbruker. Med fokus på sammenhengen mellom KSL og merkeordningen Nyt Norge har KSL blitt markedsført i aktuelle fora. Vi har etablert en ny og forenklet løsning for varemottakerne med hensyn til å laste opp leverandørregister.

KSL er en del av løsningen for kommende dyrevelferdsprogram for slaktekylling. En samarbeidsavtale med Debio er etablert.

I 2012 har vi lagt ned betydelig arbeid med å få en mest mulig ensartet revidering og tolking av regelverk hos våre rundt 100 revisorer. I den sammenhengen har vi



gjennomført oppfølgingssamtale med hver enkelt revisor. Samarbeidsavtalen med Mattilsynet er i løpet av året blitt videreutviklet. Gjennom blant annet syv regionale samlinger har vi tilrettelagt for et tettere samarbeid mellom KSL-revisorene og Mattilsynets tilsynspersonell.

Vi har i 2012 revidert 9 merkebrukere for Nyt Norge, dette har bidratt til å skape en god relasjon med virksomhetene. Vi har gitt den enkelte merkebruker innføring i bruken av revisjonsdatabasen noe som bidrar til bedre oppfølging fra merkebruker overfor primærprodusent.



Ved utgangen av 2012 har vi totalt 1 700 produkter merket Nyt Norge fra i alt 38 godkjente virksomheter. I løpet av 2012 økte antall produkter med 600 og antall virksomheter økte med 12.

Vi følger dermed den progresjonen vi må ha for å nå målene som er satt fram til utgangen av 2014. I 2012 har arbeidet med Nyt Norge vært konsentrert om tre hovedområder:

- Øke oppslutningen om Nyt Norge gjennom flere produkter og virksomheter.
- Markedsføring overfor forbruker.
- Søknadsbehandling, revisjon og utvikling.



Nyt Norge har blitt tatt i bruk av virksomheter tilknyttet landbrukssektoren, frittstående industrivirksomheter og av handelsvirksomheter. Med unntak av kornsektoren, er alle kategoriene representert med merkede produkter i butikker.

Bakgrunnen for at korn- og melprodukter ikke er med, er at de siste års kornhøster har vanskeliggjort å tilfredsstillende kravet på 75 prosent norsk råvare. I tillegg har ikke de store møllene prioritert å skille norsk og importert korn i sine varestrømmer.

Matmerk arbeider nå med virksomheter som har produkter innenfor kornbransjen og vi antar at Nyt Norge-merket kan tas i bruk på kornprodukter i løpet av 2013.

Forbrukermålinger viser at hjulpet kjennskap til merket holder seg på et høyt nivå, siste måling viser en hjulpet kjennskap til merket på 78 prosent. Uhjulpet kjennskap til merket har økt fra 7 prosent i 2011 til 14 prosent i 2012. Dette er en viktig indikator på at forbruker har en relasjon til merket, selv om det gjenstår arbeid for å få den uhjulpne kjennskapen på et stabilt høyt nivå.

Vi ser en meget positiv utvikling i holdninger til merket, 53 prosent svarer f.eks. at Nyt Norge merket gjør at jeg får lyst til å kjøpe norsk mat. En god fremgang på seks prosent fra 2011, men også her gjenstår mye arbeid for at merket skal være robust.

SESONGENS FARGER

Trenden er tydelig: Vårens farger har en palett som beveger seg fra det solgule til det eplegrønne, med varme jordtoner som kontrastfarge. Friskhet, renhet og det nordiske lyset dominerer trendbildet denne sesongen. Du smaker det på råvarene.

NORSKE RÅVARER
NYT NORGE-merket garanterer bruk av norske råvarer. Kjøtt, egg og melk er alltid fra Norge. For sammensatte produkter er det tilført med minst 25 % ikke-norske ingredienser, eksempelvis salt, ris og sukker som vil ikke produseres her til lands.

VIDEREFØREDET I NORGE
NYT NORGE stiller krav til at matproduktene i sin helhet er produsert av virksomheter som er lokalisert i Norge.

KVALITETSSIKRET
Nå du velger et produkt merket med NYT NORGE er du sikret at råvarene kommer fra et godkjent og hensynet til dyr, mennesker og miljø er i varsellett etter bestemte standarder, og at dette kan dokumenteres.

LETT Å VELGE NORSK
Informasjonsmerket NYT NORGE er opprettet for å tydeliggjøre hvor maten kommer fra. Se etter merket på emballasjen i matbutikken.

CRISP SALAT
Klassiske friske salat ingredienser som er grønne og artikkelaktige.

RUCOLA
Den gode vildheten av ferske - eplegrønne farger.

EGG
Hvitt, mørke, røde egg - gjenkjennbar fra å spise kvalitets.

VÅRDE
Med smaker - god å spise til - superkvalitet.

EPLERGRØNT
Norge har det nordiske lyset - eplegrønne farger.

Matmerk vil bli informasjonsmerket NYT NORGE og er en uavhengig virksomhet opprettet av Landbruks- og næringsdepartementet. Matmerk garanterer produktene som bærer NYT NORGE-merket.
nytnorge.no

Matmerk
NORWEGIAN FOODS AS

Matspesialiteter



Totalt har vi 210 mat- og drikkeprodukter som er Spesialitet-merket. Av disse ble 15 nye produkter og en ny virksomhet godkjent i 2012.

For Spesialitet-merket er hjulpet kjennskap i totalbefolkningen lav og på stedet hvil med 14 prosent. Av de som kjenner merket sier 73 prosent at merket gjør det enklere å finne unike smaksopplevelser. Deter en meget god fremgang på 11 prosent i holdningen til merket.

Arbeidet med å få et nytt kravsett for merket, nytt revisjonsinnhold og revisjonsrutiner, nytt fagutvalg og ny logo er gjennomført med god tilsutning fra både merkebrukere, varemottakere og forbrukere.

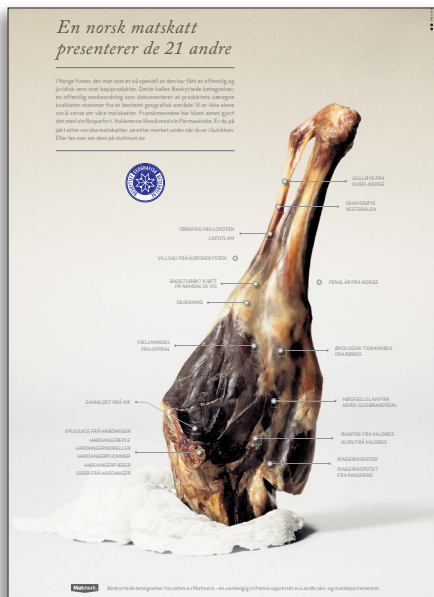
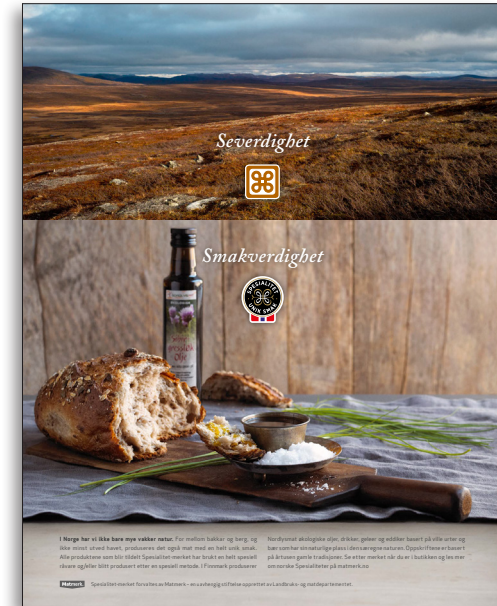
Rundt 600 butikkdemonstrasjoner med god synlighet for merket er gjennomført, og denne høsten har vi gjennomført en ny annonsekampanje. Gjennom hele

2012 har vi drevet aktivt PR-arbeid som har medført omfattende omtale og synlighet for merket i riksdekkende og lokale medier samt i sosiale kanaler.

Matmerk har ledet prosjektgruppen som har arbeidet fram en omforent definisjon av og kriterier på mat/drikke med lokal identitet. Prosjektgruppen avsluttet sitt fellesarbeid oppunder jul og endelig prosjektrapport ble framsendt medio mars 2013. Å operasjonalisere definisjonen for å måle salgsutviklingen vil bli gjort med virkning fra 2014.

Rica-prosjektet videreføres med fornyet kraft. Vi gjennomfører besøk med det mål å kvalifisere lokalmatleverandører til Ricas hoteller.

For å sikre markedstilgang for matspesialiteter har vi startet nye prosjekter for å oppdatere og gi ytterligere kompetanse til våre merkebrukere; salgstrening, erfaringsoverføring mellom merkebrukerne og direkte møter mellom dagligvarehandelen og merkebrukere.



Seks produktbetegnelser oppnådde en beskyttelse i 2012. To av disse er italienske produkter. For første gang har utenlandske produsenter oppnådd en beskyttelse i Norge. Vi er svært godt fornøyd med økningen i antall beskyttelser i 2012.

Hovedårsaken til at vi fikk så mange nye godkjenninger er at Mattilsynet prioriterte behandlingen av søknader om beskyttelse. Totalt har vi nå 25 Beskyttede betegnelser. Den første søknaden om beskyttelse av en norsk produktbetegnelse (Tørrfisk fra Lofoten) i EU er sendt til EU kommisjonen.

Annonsekampanje ble kjørt i riksdekkende medier i forbindelse med godkjenningen av Fenalår fra Norge.

TV-programmet Det Norske Måltid synliggjorde produkter med beskyttelse.

Hovedfokuset i 2012 har imidlertid vært å få publisitet om merkeordningen via ulike PR aktiviteter, blant annet i forbindelse med lanseringen av nye beskyttede betegnelser. Denne innsatsen har vært vellykket og bidratt til en rekke artikler om merkeordningen, både i riksdekkende medier og magasiner.

Vi har gjennomført flere forbrukertester som gir entydige resultater og som er bakgrunnen for at Matmerk har foreslått at de tre logoene forenkles og erstattes med en felles logo med ny tekst som skal gjøre det enklere å kommunisere et kjernebudskap om merkeordningen. Vi forventer en avklaring i løpet av først halvår 2013.

Markedstjenester til lokalmatprodusenter

Matmerk driver prosjektet Markedstjenester til lokalmatprodusenter med maksimalt 10 årsverk. Prosjektet skal levere kompetanse om markedstjenester til produsenter og foredlingsbedrifter.

Markedstjenester er et lavterskeltilbud med enkle prosesser der produsenter som ønsker hjelp kan henvende seg til sitt Kompetansenav eller til Matmerk direkte.

Tilbudets form og innhold rettes inn mot områder som av praktiske eller faglige årsaker i liten grad har blitt fulgt opp av øvrig virkemiddelapparat.

Målet for prosjektet er å øke verdiskapingen og lønnsomheten ved å kvalifisere produsentene til å utnytte markedsmulighetene bedre, øke deres kompetanse innen logistikk, kalkulering og forhandlinger.

Markedsadgang anses som den viktigste flaskehalsen for små og mellomstore leverandører. Kjedenes forenkler nå sine rutiner, men leverandørkravene er de samme. Produsentenes utfordringer innenfor områder som logistikk og økonomi er de samme.

I 2012 er det gjennomført 54 Besøksdager, 5 kurs og 4 veiledningsordninger.

Det benyttes eksterne konsulenter i tillegg til egne ressurser der det er hensiktsmessig eller etter konkret ønske.



Markedsføring av økologisk mat



Matmerk skal gi faktabasert og dokumenterbar informasjon om økologisk mat generelt, og norsk økologisk mat spesielt.

I 2011 ble det besluttet at Matmerk skulle konsentrere sin virksomhet rundt forbrukerinformasjon om økologi til digitale kanaler, fortrinnsvis gjennom nettstedet økologisk.no. Målet var tydelig: økologisk.no skulle bli det foretrukne nettstedet for finne informasjon om økologisk produkter.

Den trafikkmessige utviklingen på økologisk.no, har vært svært god i 2012; fra 1300 unike brukere i mars til 9500 unike brukere ved utgangen av 2012.

Hovedvirkemiddelet for å nå målet om å bli den foretrukne nettsiden innenfor økologi skyldes en god innsikt i hvordan sosiale medier fungerer og bruke et større utvalg av skribenter, gjestebloggenettverk, tilstedeværelse i sosiale medier, enkle men effektive sosiale mediekampanjer, søkeordoptimalisering, søkeordannonsering. Vi følger og finner leseren på leserens premisser innenfor den digitale sfære. Hovedvekten av de 4000 personene som fulgte oss på Facebook i desember 2012 var kvinner mellom 25-44 år, bosatt i Oslo.

Høsten 2011 ble en omfattende prosess med Matmerk som prosjektleder, påbegynt. Målet var å få flest mulig

økologiske aktører til å formidle samme, økologiske budskap. Samarbeidsutvalget består av Norgesgruppen, Coop Norge AS, Ica Norge AS, Rørosmeieriet AS, Tine SA, Nortura SA, Bama Gruppen AS, Debio, Oikos og Choice Nordic AS. Utvalget samlet seg om fellesbudskapet: *Velg bort kunstige tilsetninger.*

Kampanjen *FRI* ble lansert i januar 2013 og har som mål å øke kunnskap om økologisk mat og drikke, primært i målgruppen kvinner 25-50 år.

Kampanjen prioriterer TV-annonsering, nett og print og vil ha tre pulsperioder gjennom året. Rammen er 10 mill kroner.

Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket (KIL)

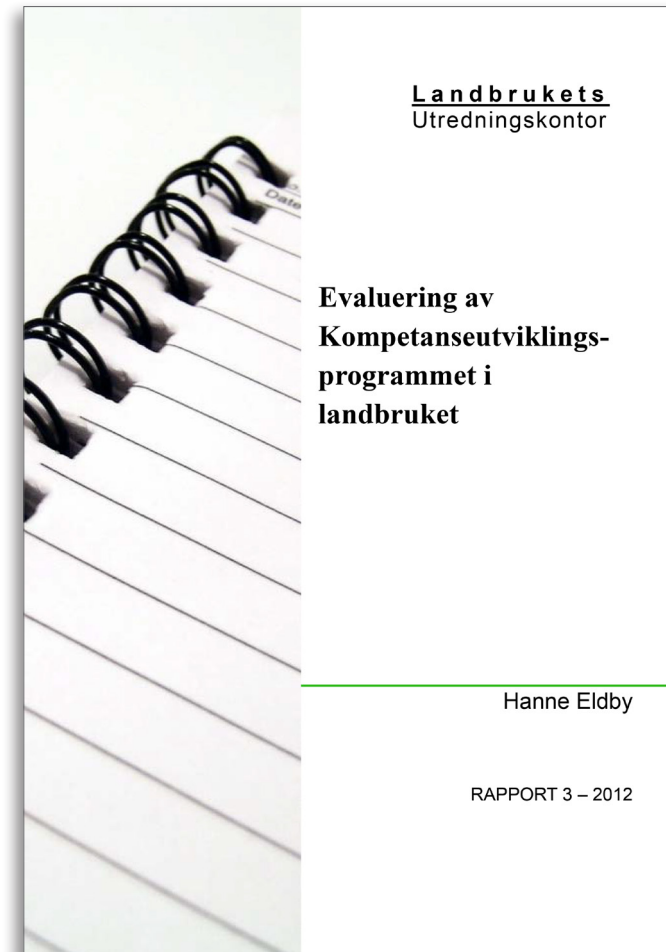
I 2012 mottok vi 28 søknader om tilskudd fra KIL på til sammen 15,5 mill kroner. Av disse fikk 14 prosjekter tilskudd fra KIL, totalt ble det tildelt om lag 4,8 mill kroner i tilskudd i 2012.

Kvaliteten på årets søknader var bedre enn tidligere år. Hele 64 prosent av søknadene som fikk tildelt midler i 2012 var innenfor ett av de områdene som ble prioritert i kunnngjøringen.

Det ble avholdt tre møter i Faggruppe KIL i 2012. Faggruppen har levert innstillinger til styret i Matmerk på følgende områder: innstilling av KIL-tildeling i 2012, prioriterte fagområder for KIL-tildeling i 2013 og utkast til reviderte retningslinjer for KIL. Styret har i alle sakene vedtatt faggruppens innstillinger.

Høsten 2012 gjennomførte AgriAnalyse (Landbrukets Utredningskontor) en evaluering av KIL. Evalueringsrapporten viste at det var behov for endringer både i tildelingskriteriene og i hvilke typer prosjekter som bør prioriteres ved tildelingen. Kompetansetilbudene som ble vurdert som mest vellykket mht antall deltakere og videreføring var tilbud innenfor fagområdene agronomi (produksjonsfag), økonomistyring og ledelse som var utviklet av store/landsdekkende aktører, og da gjerne i samarbeid med andre aktører. Resultatene fra evalueringen var førende for de fagområdene som ble vedtatt prioritert ved neste års KIL-tildeling.

De fleste KIL-prosjektene har en framdrift som er i samsvar med opprinnelig framdriftsplan. For noen prosjekter søkes det om utsatt frist for slutføring. Matmerk er i god dialog med alle prosjektansvarlige, og alle prosjekter følges opp med hensyn til rapportering og overholdelse av frister. 14 KIL-prosjekter ble slutførte i 2012.



Kommunikasjon og administrasjon

Matmerk har i 2012 valgt å ta en tydeligere posisjon som et virkemiddel for å fremme salg av norsk mat – enten det er volumprodukter eller mer nisjepreget mat og drikke – i den offentlige debatten.

Matmerks rolle som en uavhengig stiftelse gir oss flere fortrinn i den stadig økende interessen det er for norsk mat, matkultur og matarv uten at Matmerk skal ha politisk standpunkt.

Matmerk har brukt arenaer som Matstreif, Det norske måltidet og TV-programmet Nesevis til å komme i dialog både med forbrukere og merkebrukere.

Matmerk fikk ny administrerende direktør 01.05.2012, da Nina Sundqvist tiltrådte stillingen.

Matmerk har kontorer i Oslo og hadde 19 medarbeidere ved utgangen av 2012 fordelt på 10 kvinner og 9 menn. Det er en gjennomsnittsalder på 48 år. Vi kjøper i tillegg tjenester til gjennomføring av KSL-revisjoner fra om lag 100 revisorer rundt om i Norge, noe som tilsvarer omlag 20 årsverk.

Virksomheten er omorganisert i to fagavdelinger; Salg- og markedsavdelingen og KSL-avdelingen. Matmerk har en kommunikasjonsenhet bestående av tre personer og en administrasjon bestående av to personer.



Øverste rekke fra venstre Agneta Lindén Moen, Solveig Thiis-Evensen, Bjørn Austad Havleby, Frode Kristensen, Greta Hardal og Gunnhild Aa. Kristianslund. Andre rekke fra venstre Camilla Stranger-Thorsen, Dagrun Aaen, Jan Sverre Nordstad, Ketil Nordseth og Line Berit Sveen. Nederste rekke fra venstre Morten Nymoene, Nina Sundqvist, Anne Mette Johnsen, Nina Hegdahl, Tom Roterud og Mette Sørensen

Våre merkebrukere



Beskyttede betegnelser



Spesialitet



Nyt Norge

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

- NORDLAND:**
- Sjøblink Blokken AS/Sigerfjord Fisk AS, Sortland
 - Bedriftssammenslutningen for Tørrfisk fra Lofoten
 - Lofotlam SA, Leknes
 - Nortura SA, Bodø

- SØR-TRØNDELAG:**
- Fjellmandel Oppdal BA, Oppdal
 - Rørosmeieriet AS, Røros
 - Galåvolden Gård, Røros
 - Rørosbaker'n AS, Røros
 - Meråker Kjøtt AS, Meråker
 - Norsk Kylling AS, Støren
 - Grilstad AS, Trondheim

- MØRE OG ROMSDAL:**
- Sunnmøre Røykeri AS, Ørskog
 - Tind Spekevarer AS, Stranda
 - Tine SA, Tresfjord
 - Den glade ku, Tingvoll
 - Tingvollst, Torjulvågen
 - Jakob & Johan Dybvik AS, Fiskarstrand
 - Valldal Grønt AS, Valldal

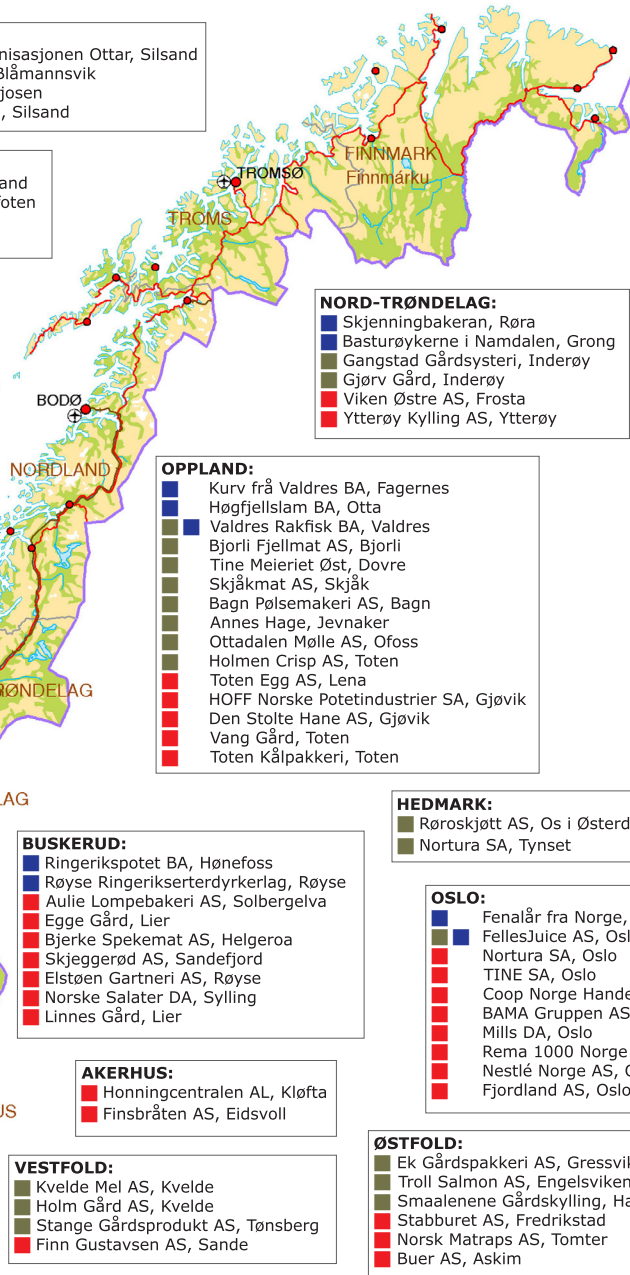
- SOGN OG FJORDANE:**
- Tine SA, Vik
 - Nordfjord Kjøtt AS, Loen

- HORDALAND:**
- Hardanger Fjordfrukt BA, Utne
 - Hardanger Siderprodusentlag, Ulvik
 - Villsau fra Norskekysten PO, Manger
 - Vossamat AS, Voss
 - Eldhus AS, Evanger
 - Madam Bergen AS, Bergen
 - TINE Meieriet Vest Hardanger SA, Øystese

- ROGALAND:**
- Aronia Jæren DA, Voll
 - Finny Sirevaag AS, Sirevåg
 - Voll Ysteri, Voll
 - Iskremgården, Vigrestad
 - Nødland & Gundersen AS, Sandnes

- TELEMARK:**
- Epleblomsten, Akkerhaugen
 - Holte Gård, Drangedal
 - TINE Haukeli SA, Haukeli
 - Skreppa AS, Morgedal

- AUST AGDER:**
- Jens Eide AS, Lillesand



- FINNMARK:**
- Varanger Vilt AS, Bugøynes
 - Nordlysmat, Alta

- NORD-TRØNDELAG:**
- Skjønningbakeren, Røra
 - Basturøykerne i Namdalen, Grong
 - Gangstad Gårdsysteri, Inderøy
 - Gjørvi Gård, Inderøy
 - Viken Østre AS, Frosta
 - Ytterøy Kylling AS, Ytterøy

- OPPLAND:**
- Kurv fra Valdres BA, Fagernes
 - Høgfjellslam BA, Otta
 - Valdres Rakfisk BA, Valdres
 - Bjorli Fjellmat AS, Bjorli
 - Tine Meieriet Øst, Dovre
 - Skjåkmat AS, Skjåk
 - Bagn Pølsemakeri AS, Bagn
 - Annes Hage, Jevnaker
 - Ottadalen Mølle AS, Ofoss
 - Holmen Crisp AS, Toten
 - Toten Egg AS, Lena
 - HOFF Norske Potetindustrier SA, Gjøvik
 - Den Stolte Hane AS, Gjøvik
 - Vang Gård, Toten
 - Toten Kålpakkeri, Toten

- HEDMARK:**
- Røroskjøtt AS, Os i Østerdalen
 - Nortura SA, Tynset

- OSLO:**
- Fenalår fra Norge, Oslo
 - FellesJuice AS, Oslo
 - Nortura SA, Oslo
 - TINE SA, Oslo
 - Coop Norge Handel AS, Oslo
 - BAMA Gruppen AS, Oslo
 - Mills DA, Oslo
 - Rema 1000 Norge AS, Oslo
 - Nestlé Norge AS, Oslo
 - Fjordland AS, Oslo

- BUSKERUD:**
- Ringerikspotet BA, Hønefoss
 - Røyse Ringerikserterdyrkerlag, Røyse
 - Aulie Lømpabakeri AS, Solbergelva
 - EGGE GÅRD, Lier
 - Bjerke Spekemat AS, Helgeroa
 - Skjeggerød AS, Sandefjord
 - Elstøen Gartneri AS, Røyse
 - Norske Salater DA, Sylling
 - Linnes Gård, Lier

- AKERSHUS:**
- Honningcentralen AL, Kløfta
 - Finsbråten AS, Eidsvoll

- VESTFOLD:**
- Kvelde Mel AS, Kvelde
 - Holm Gård AS, Kvelde
 - Stange Gårdsprodukt AS, Tønsberg
 - Finn Gustavsen AS, Sande

- ØSTFOLD:**
- Ek Gårdspakkeri AS, Gressvik
 - Troll Salmon AS, Engelsviken
 - Smaalenene Gårdskylling, Hærland
 - Stabburet AS, Fredrikstad
 - Norsk Matrap AS, Tomter
 - Buer AS, Askim

Regnskap og balanse

Resultatregnskap

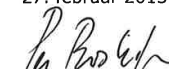
	Note	2012	2011
Driftsinntekter			
Inntekter fra Landbruks- og matdepartementet		48 500 000	46 000 000
Inntekter fra Mattilsynet		350 000	350 000
Administrasjon av KIL-midler		650 000	650 000
Generisk markedsføring av økologisk mat		1 938 750	1 875 000
Annen driftsinntekt		19 606 506	17 181 719
Sum driftsinntekter		<u>71 045 256</u>	<u>66 056 719</u>
Driftskostnader			
Revisjoner		11 750 334	10 926 277
Varekostnad		24 090 453	22 526 702
Lønnskostnad	4	18 972 349	16 646 228
Avskrivning	2	111 920	207 504
Annen driftskostnad	4	16 378 562	15 234 469
Sum driftskostnader	7	<u>71 303 618</u>	<u>65 541 179</u>
Driftsresultat		<u>-258 362</u>	<u>515 540</u>
Finansinntekter og finanskostnader			
Annen finansinntekt		500 582	468 207
Annen finanskostnad		62	1 940
Netto finansposter		<u>500 520</u>	<u>466 267</u>
Ordinært resultat før skattekostnad		<u>242 158</u>	<u>981 807</u>
Årsresultat		<u>242 158</u>	<u>981 807</u>
Overføringer og disponeringer			
Overføringer annen egenkapital	3	<u>242 158</u>	<u>981 807</u>
Balanse pr. 31. desember			
Anleggsmidler			
<i>Varige driftsmidler</i>			
Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontormaskiner ol	2	28 717	140 637
Sum varige driftsmidler		<u>28 717</u>	<u>140 637</u>
Sum anleggsmidler		<u>28 717</u>	<u>140 637</u>
Omløpsmidler			
<i>Fordringer</i>			
Kundefordringer		2 570 549	144 084
Andre fordringer		3 657 023	2 735 143
Sum fordringer		<u>6 227 572</u>	<u>2 879 227</u>
Bankinnskudd, kontanter og lignende	5	<u>33 091 221</u>	<u>33 168 847</u>
Sum omløpsmidler		<u>39 318 793</u>	<u>36 048 074</u>
Sum eiendeler		<u>39 347 510</u>	<u>36 188 711</u>

Egenkapital

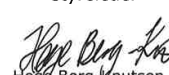
Stiftelseskapital	3	100 000	100 000
Annen egenkapital	3	<u>8 883 525</u>	<u>8 641 368</u>
Sum opptjent egenkapital		<u>8 883 525</u>	<u>8 641 368</u>
Sum egenkapital		<u>8 983 525</u>	<u>8 741 368</u>
Gjeld			
<i>Avsetninger for forpliktelser</i>			
Pensjonsforpliktelse	6	2 939 509	2 517 297
<i>Kortsiktig gjeld</i>			
Leverandørgjeld		8 275 797	7 683 539
Skyldige offentlige avgifter	4	1 497 644	1 504 341
Annen kortsiktig gjeld		17 651 035	15 742 166
Sum kortsiktig gjeld		<u>27 424 476</u>	<u>24 930 046</u>
Sum gjeld		<u>30 363 985</u>	<u>27 447 343</u>
Sum egenkapital og gjeld		<u>39 347 510</u>	<u>36 188 711</u>

Oslo, 31. desember 2012

27. februar 2013


Per Roskifte
styreleder


Nils T. Bjørke
nestleder


Hegg Berg-Knutsen
styremedlem


Trond Reierstad
styremedlem


Steffen Skolseg
styremedlem


Morten Nymoen
styremedlem


Kari Redse Håskjold
styremedlem


Bjørn Ringstad
styremedlem


Nina Sundqvist
administrerende direktør

Note 1 - Regnskapsprinsipper

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

Salgsinntekter

Tilskudd og bevilgninger inntektsføres i samme år som tilhørende kostnad. 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 salgsv verdi 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 tilfredsstiller dette kravet. Selskapet har innskuddspensjonsordning, i tillegg til en lukket ytelsespensjonsordning. Den årlige betalte premien kostnadsføres for begge ordninger iht god regnskapsskikk for små foretak.

I tillegg finansieres Einar Ingvaldstads 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.	-829 118	-190 812	-1 019 930
Balanseført pr. 31.12.	28 717	0	28 717
Årets avskrivninger	111 920	0	111 920
Økonomisk levetid	5 år	3 år	
Avskrivningsplan	Lineær	Lineær	

Note 3 - Egenkapital

	Stiftelseskapital	Annen egenkapital	Sum
Egenkapital 01.01.	100 000	8 641 367	8 741 367
Årsresultat		242 158	242 158
Egenkapital 31.12.	100 000	8 883 525	8 983 525

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

Lønnskostnader	2012	2011
Lønninger	14 213 683	12 226 416
Arbeidsgiveravgift	2 188 392	2 017 162
Pensjonskostnader	1 485 986	1 474 551
Andre ytelser	1 084 288	928 099
Sum	18 972 349	16 646 228

Ytelser til ledende personer

	Lønn	Pensjonsutgifter	Andre godtgjørelser
Administrerende direktør:			
Nina Helene Sundquist fom 01.05.13	738 543		66 325
Ola Hedstein tom 30.04.13	341 818		24 950

Selskapet er pliktig til å ha tjenestepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenestepensjon. 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:

	2012
Revisjon	73 000
Andre tjenester	11 000

Merverdiavgift er ikke inkludert i revisjonshonoraret.

Note 5 - Bankinnskudd

Øremerkede KIL-midler inngår i bankbeholdning per 31.12.12 med kr 14 507 428.

	2012
Bundne skattetrekksmidler utgjør	1 050 021

Note 6 - Pensjonsforpliktelser

Det er i regnskapet for 2012 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: 4,0 %
- G-regulering: 3,25 %
- Forventet varighet på pensjonsytelsen baseres på data fra SSB

	2012	2011
Estimert nåverdi pensjonsforpliktelse	2 939 509	2 517 297

Note 7 - Regnskapssammendrag for Nyt Norge

Kostnader til Nyt Norge beløper seg for 2012 til totalt kr 21 908 876,-. 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 inntekter og kostnader for 2012:

Lønn og personalkostnader	2 396 519
Andre driftskostnader	505 489
Salg og reklamekostnader	19 006 868



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

Til styret i Matmerk

REVISORS BERETNING

Uttalelse om årsregnskapet

Vi har revidert årsregnskapet for Matmerk, som består av balanse per 31. desember 2012, 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 2012 og av dets resultater for regnskapsåret som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk 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 bokføringskikk i Norge.

Oslo, 27. februar 2013

ERNST & YOUNG AS

Kjetil Andersen
statsautorisert revisor

Matmerk.



MERKER DU KAN STOLE PÅ

Tollbugata 32
Postboks 487 - Sentrum
0105 Oslo

24 14 83 00
post@matmerk.no
matmerk.no

