



STORTINGET

Representantforslag 149 S

(2025–2026)

fra stortingsrepresentantene Erlend Larsen, Margret Hagerup, Kari Sofie Bjørnsen, Monica Molvær, Haagen Poppe, Ove Trellevik og Bård Ludvig Thorheim

Dokument 8:149 S (2025–2026)

Representantforslag fra stortingsrepresentantene Erlend Larsen, Margret Hagerup, Kari Sofie Bjørnsen, Monica Molvær, Haagen Poppe, Ove Trellevik og Bård Ludvig Thorheim om økt produksjon og eksport av norsk lokalmat og drikke

Til Stortinget

Bakgrunn

Eksport av norsk mat har en lang og stolt historie

Fra jernalderen, romertiden og vikingtiden finnes det arkeologiske bevis for at det foregikk utstrakt handel og samkvem mellom det som i dag er Norge, og resten av Europa. I Egils saga kan det leses om at det ble brakt skrei til England, og tørket skrei antas å være det første norske storvolumproduktet for eksport til utlandet.¹ Dette er tradisjoner som den norske sjømateksporten bygger videre på den dag i dag.

Norges lange kyst og naturgitte forutsetninger er en vesentlig årsak til dette, men de samme forholdene og den unike norske naturen kan også legge grunnlag for en større og mer mangfoldig produksjon og eksport av mat, drikke og landbruksvarer enn det som er tilfelle i dag. Norsk natur og råvarekvalitet har et godt omdømme internasjonalt. Mulighetene ligger i økt tilrettelegging for spesialisering ut fra de ulike områder i Norges

unike egenskaper, fremfor tilnærmet lik produksjon over hele landet.

Landbrukspolitikken

Landbrukspolitikken mål bør være matsikkerhet, selvforsyning og verdiskaping. Bonden må gjenreises som selvstendig næringsdrivende, som har det meste av sin inntjening fra å produsere og selge gode produkter det er etterspørsel etter i markedet. Økt eksport av landbruksprodukter og produksjon av lokal- og spesialitetsmat tjener disse målene. I tillegg til å gi landbruket flere ben å stå på vil økt produksjon av etterspurte varer og muligheten for eksport isolert sett også styrke både selvforsynings- og dekningsgraden i Norge, og sette landet bedre i stand til å fø egen befolkning ved en krisesituasjon. Rådgivningsselskapet Rethink Food trekker frem eksport av norsk mat som et viktig tiltak for å styrke norsk jordbruksproduksjon i sin rapport for et bærekraftig matsystem fra 2023.²

Dessverre legger jordbrukspolitikken føringer som primært insentiverer generisk volumproduksjon, men hvor produksjonsmulighetene til den enkelte bonde samtidig begrenses av kvoter og reguleringer. Dermed oppnås verken skalafordeler eller spesialisering, og målsettingene om matsikkerhet og verdiskaping svekkes. Konsekvensen er at stadig flere gårdsbruk legges ned, og mange vegrer seg for å bli bønder. Det svekker norsk matberedskap, landbruket og distriktene. Norge går også glipp av ringvirkninger som kunne vært skapt i samspillet mellom jordbruk, reiseliv, kultur, øvrig næringsliv og gjennom positiv profilering av Norge i verden. Bønder går samtidig glipp av en mulig fortjeneste ved

1. Norges fiskeri og kysthistorie bind 1, Handel med marine produkter, Fagbokforlaget 2014 s. 183 og 173

2. Rethink Food 2023, Et nytt og bedre matsystem, s. 9

salg av spesialmat som har høy etterspørsel, og der det er betalingsvilje i et utenlandsk marked som er langt større enn det norske.

Forslagsstillerne mener at Norge har gode forutsetninger for å produsere flere kvalitets- og spesialprodukter som det er marked for både i Norge og internasjonalt. Solberg-regjeringen la i sin tid frem en egen strategi for å bygge Matnasjonen Norge, og salget av lokalmat hadde en betydelig vekst i perioden.

En rekke restauranter og hoteller i Norge jobber nå aktivt med lokalmatsprodusenter og bønder for å kunne tilby noe unikt til sine gjester. Norge har verdenskjente restauranter som trekker måltidsturister til landet. Andelen lokal- og spesialmat i norske dagligvareforretninger er økende. Dette er varer som norske forbrukere etterspør, og som turister ønsker å smake for å berike sin besøksopplevelse. Norge har bygget seg opp en sterk posisjon som et av de mestvinnende landene i kokkenes VM, Bocuse d'Or. I konkurransen fremmes ofte norske spesialråvarer. På Nasjonalbiblioteket åpnet nylig Heidi Bjerkan restauranten Credo. I den sammenheng har Nasjonalbiblioteket og Credo etablert et eget formidlings-tilbud om norsk mathistorie og matkultur. Alle slike initiativ er med på å løfte og synliggjøre norsk mat for et bredere publikum. Kokkene og deres kompetanse står sentralt i å løfte frem norske råvarer og den norske matkulturen og utvikle retter basert på disse.

Norge som fiskeri- og havbruksnasjon utviklet fra tidlig av en rekke standarder med dokumentasjons- og kvalitetskrav til fisk og fiskevarer. Til sammenligning finnes det ikke noe tilsvarende for norsk kjøtt. Norsk kjøttproduksjon holder generelt en høy standard og har unike fortrinn i form av god dyrehelse og lite bruk av antibiotika. Det er likevel forskjell på produsenter og på kjøttet de leverer. Kvaliteten på produktene og profilering vil være viktig for å synliggjøre dette, og muligheten til å kunne bruke ulike kvalitetsmerker vil kunne gjøre produktene mer attraktive og øke betalingsviljen for disse.

Mange norske produkter egner seg for eksport

Det er allerede norske produkter innen ulike varekategorier som viser at mulighetene for økt salg i Norge og til utlandet er til stede. Blant annet har en rekke norske oster vunnet titler og annerkjennelse internasjonalt. Dette er oster slik som Kraftkar fra Tingvoll, Fanaost fra Ostegården og Nidelven Blå fra Gangstad

Gårdssystemer. Senest nå i november 2025 fikk Norge 59 medaljer under Oste-VM.³

Norge har høykvalitets lammekjøtt. I januar 2025 ble Lofotlam godkjent som beskyttet geografisk betegnelse i EU.⁴ Dette er lam som får sin unike smak fra å beite i Lofotens spektakulære natur med sin flora og frodige gress som har blitt naturlig saltet av havet like ved. Norges storslåtte natur og relative fravær av forurensning kan bli et konkurransefortrinn for markedsføring av slike produkter til segmenter i et internasjonalt marked.

Dette er produkter som oppnår høyere priser, skiller seg ut i sin varekategori og kan bidra til økt lønnsomhet og spesialisering i norsk landbruk. Likevel opplever flere av disse aktørene hindringer knyttet til dagens jordbrukspolitik. Det gjelder blant annet en lav kvote for eksport av norsk lammekjøtt til EU. I tillegg opplever aktørene at markedsregulatorne ikke i stor nok grad tar hensyn til behovene og potensialet hos de mindre, spesialiserte produsentene.

Forslagsstillerne ser også at det skjer betydelige fremskritt i det som tidligere var mindre nisjer innenfor norsk landbruk. Norsk siderproduksjon har gjort store fremskritt de senere årene. I 2024 ble det solgt over 345 000 liter norsk sider på Vinmonopolet i Norge, en økning på 8 pst. fra 2023.⁵ På tross av at den norske siderproduksjon bare utgjør en promille av den globale produksjonen, har norske siderprodusenter vunnet omtrent 10 pst. av prisene.⁶ Blant annet vant Alde Sider fra Hardanger den prestisjetunge prisen for Best Modern Dry Cider under GLINTCAP, verdens største konkurranse for sider. Egge gård vant for beste dessertsider i 2025 under Cider World for sin Egge Gård Iseple.⁷ Andre produsenter slik som Apal Sideri og OmCider lanserer flere av sine produkter internasjonalt i år.⁸ Stadig flere av aktørene har begynt å se på eksportmuligheter til utlandet.

I Sandefjord i Vestfold produserer i dag Grubbestad Gård bær, saft, sider og vin. På gården ble det tidligere drevet med melkekyr og kornproduksjon, men de så begrensede muligheter for videreutvikling. I forbindelse med et generasjonsskifte valgte dagens drivere å satse på noe helt nytt. De er i dag kjente for vinproduksjon og gjør stadig nye fremskritt. Forslagsstillerne mener flere bønder i Norge kunne latt seg inspirere av det de har klart på Grubbestad Gård.

Gården har en egen gårdsbutikk hvor de selger egenproduserte varer og spesialmat fra andre produsenter. Men på grunn av dagens regler for alkoholreklame er det svært begrenset hvordan de kan markedsføre seg.

3. Regjeringen 17. november 2025 Norske oster imponerer under årets Oste-VM

4. NTB 19. januar 2025 Pressemelding fra Stiftelsen Norsk Mat, Lofotlam godkjent som beskyttet geografisk betegnelse i EU.

5. Vinmonopolet Hovedtall 2024

6. Hardanger 26. august 2025 Verda vil ha meir sider frå Hardanger

7. Cider World 2025

8. Aftenbladet 29. mai 2025 Sider fra Hjelmeland til spanske stjerne restauranter

De kan heller ikke selge vin fra gården til besøkende. Dagens regulering og lovverk står i veien for at Grubbestad Gård og andre gårder som den skal kunne løfte norsk mat- og drikkekultur enda mer.

Økt direktesalg av mat fra bonde til konsument gir større mulighet for verdiskaping for bonden. En konsument som kjøper direkte fra bonden, får også en bedre forståelse av hvordan mat produseres, og for jordbrukets rolle i samfunnet.

På Vestlandet har det vært tradisjon å brygge gårdsøl med en helt unik og urgammel gjærkultur, kveik. Dette er en gjærkultur som noen forskere nå ønsker å få inn på UNESCOs representantive liste over menneskehetens immaterielle kulturarv.⁹ Øl brygget på denne gjærkulturen har til og med blitt løftet frem i New York Times.¹⁰ Mye av dette ølet er sterkøl og faller dermed utenfor gårdsalgsordningen for egenprodusert alkohol. I en nylig avgitt EU-dom, Visnapuu-saken, skrev EU-domstolen at salg kan tillates så lenge tilvirkningen er på tradisjonell og håndverksmessig metode hvor målet er fremme reiseliv. Det åpner for at gårdsalgsordningen kan utvides, og gjøre det enklere for norske alkoholprodusenter å selge sine varer med alkoholprosent over 4,7 pst., uten å utfordre vinmonopolordningen eller EØS-avtalen.

Muligheter finnes også i storproduksjon

Det er heller ikke bare lokal- og spesialmaten som har potensial for økt salg og eksport. Tine meierier ønsker også å kunne eksportere mer og har produksjon flere steder i verden. I oktober 2025 deltok selskapets toppledelse på kronprinsens tur til USA, hvor Tine promoterte Jarlsberg. Under næringskomiteens høring ifm. Prop. 1 S (2025–2026) påpekte selskapet at Kina begynner å bli et stadig viktigere importland for norske produkter, og i forbindelse med utenriksministerens besøk til Kina i november 2025 gjennomførte selskapet egne eksportfremstøt med brunost.¹¹ Dette er en ost selskapet mener har et potensial i Kina, noe man allerede har sett i Sør-Korea hvor brunosten blant annet brukes på pizza.¹²

Tine Internasjonal har tidligere også uttrykt bekymring for mulig beskyttelsestoll fra EU og USA på meieriprodukter de eksporterer til disse markedene.¹³ Ideen om at det norske landbruket utelukkende skal være til innenlands konsum med stort behov for vern og subsidier, bør nyanseres. Det trengs en konkret politikk for et mer mangfoldig norsk landbruk, hvor handel må ses på som til gjensidig nytte. Økt markedsretting og til-

rettelegging for at bønder kan drive effektivt og i større skala med produkter som er etterspurt i inn- og utland, bør være det sentrale for å styrke konkurranse- og innovasjonsevnen overfor utenlandske importvarer.

Både import og eksport er nødvendige deler av den norske matvareberedskapen. Eksportadgang kan en samtidig neppe sikre uten at en også tillater import av matvarer. EØS-avtalens artikkel 19 legger også til grunn en gradvis liberalisering, men det har i liten grad blitt fulgt opp de senere årene og mulighetene for økt eksport til EU er i liten grad utnyttet. Økt samhandel trenger ikke være en utfordring, men heller en mulighet. Import av franske oster sørget i sin tid for at norske forbrukere fikk øynene opp for at ost kunne være mer enn gulost, og det la dermed grunnlaget for et marked i Norge som norske produsenter i dag selger sine nisjeprodukter til.

Mulighetene er med andre ord der, men det er nødvendig å gjøre mer for å legge til rette for økt produksjon, salg og eksport av kvalitets- og nisjeprodukter fra norsk landbruk. En mer mangfoldig produksjon kan bidra til økt verdiskaping i distriktene, revitaliserte gårdsbruk, økt matsikkerhet gjennom økt produksjon, og til å styrke Norges posisjon i det internasjonale matmarkedet. Ikke minst vil det gi bønder og bondespiser en mulighet for økt selvrealisering og økonomisk selvstendighet i landbruket, noe som i dag er begrenset av dagens jordbrukspolitik.

Virkemiddelapparatet

Norske mat- og drikkevarer bør brukes mer aktivt i det overordnede næringsfremmende arbeidet til utestasjonene og virkemiddelapparatet. Dette kan blant annet skje ved servering under møter, mottakelser og lignende i utlandet der det er praktisk og hensiktsmessig å gjøre. På den måten kan det eksisterende arbeidet med eksport og næringsfremme bygges på og forsterkes.

En del eksportører opplever at det er krevende å forholde seg til Mattilsynet, og at tilsynets ressurser som jobber med eksport av mat, primært er knyttet til sjømaten. Norge har heller ingen «spesialutsending for mat» i Asia, noe enkelt aktører har påpekt kunne vært utslagsgivende for å oppnå økt salg i land som Kina.

Eksemplet med brunost viser også at eksportmuligheter ofte dukker opp på områder som få kunne forutsett. Mange eksportstrategier ender ofte opp som hule skrivebordsoppgaver, og eksport av norsk brunost kunne nok aldri vært tenkt ut i en statlig eksportstrategi. Erfaring fra en del eksportstrategier er at de binder opp

9. Forskning.no 22. august 2025, Øl: Forskarane vil ha norsk gjær på UNESCO-lista

10. New York Times, 4. juni 2019, Vestlandet, Norway, is 'Oh, My God' Country, 52 Places to go in 2019

11. NRK 7. november 2025, No skal kinesarane få smaken på brunost

12. NRK 5. mai 2021, Ja vi elsker brunost

13. Bondebladet 4. april 2025, Tine rammes av USA-toll

ressurser og legger begrensninger på det eksportrettede virkemiddelapparatets handlingsrom til å agere på muligheter som måtte dukke opp. En mer fleksibel tilnærming ville vært mer formålstjenlig.

Det er på tide med en stortingsmelding om konkurransekraften til lokal- og spesialmat. Elementer i en slik stortingsmelding kan være:

- en mulighetsanalyse av økt lønnsomhet og produksjon i norsk landbruk som følge av økt produksjon og eksport av lokal- og spesialmat og drikke
- mål og tiltak for økt produksjon, salg og eksport
- hvordan Mattilsynets ressurser bør organiseres for å legge bedre til rette for eksport
- muligheten for å etablere en spesialutsending for mat med ansvar for Asia som region
- hvordan norsk mat og drikke kan brukes og synliggjøres mer i det eksportrettede virkemiddelapparatets arbeid, slik som i mottakelser og arrangementer der det er hensiktsmessig
- gjennomgang av rammevilkårene for lokalmatproduksjon og agroturisme med tanke på økt regional verdiskaping og bosetting i Norge
- identifisering av eksportbegrensninger for norsk lokal- og spesialmat og tiltak for hvordan disse kan reduseres

- forenklinger for å starte salg, bearbeiding og produksjon av lokal- og spesialmat
- lokal- og spesialmatens ringvirkninger i reiseliv, kultur og øvrig næringsliv og hvordan disse kan utvikles og styrkes
- innføring av kvalitetsstandarder for norsk kjøttproduksjon tilsvarende som for norsk fisk og sjømat.

Forslag

På denne bakgrunn fremmes følgende

f o r s l a g :

1. Stortinget ber regjeringen legge frem en egen stortingsmelding om økt produksjon og eksport av lokal- og spesialmat.
2. Stortinget ber regjeringen legge til rette for at norsk mat og drikke kan gis en større plass i det eksportrettede virkemiddelapparatets arbeid, og at det eksportrettede virkemiddelapparatet gis økt fleksibilitet i den sammenheng.
3. Stortinget ber regjeringen utvide muligheten for lokale produsenter av alkoholholdige drikkevarer, slik som vin, sterkøl og sider, til å selge varene sine til besøkende og vise frem sine produkter.

4. mars 2026

Erlend Larsen

Margret Hagerup

Kari Sofie Bjørnsen

Monica Molvær

Haagen Poppe

Ove Trellevik

Bård Ludvig Thorheim

