

# Direktesalg av potet og grønnsaker i Troms og Finnmark

## Resultater fra en intervjuundersøkelse blant småskala grøntprodusenter

26.05 2023

Frøydis Gillund

Froydis.gillund@nibio.no



**NIBIO**

NORSK INSTITUTT FOR  
BIOØKONOMI



NIBIO\_no



NIBIO.no



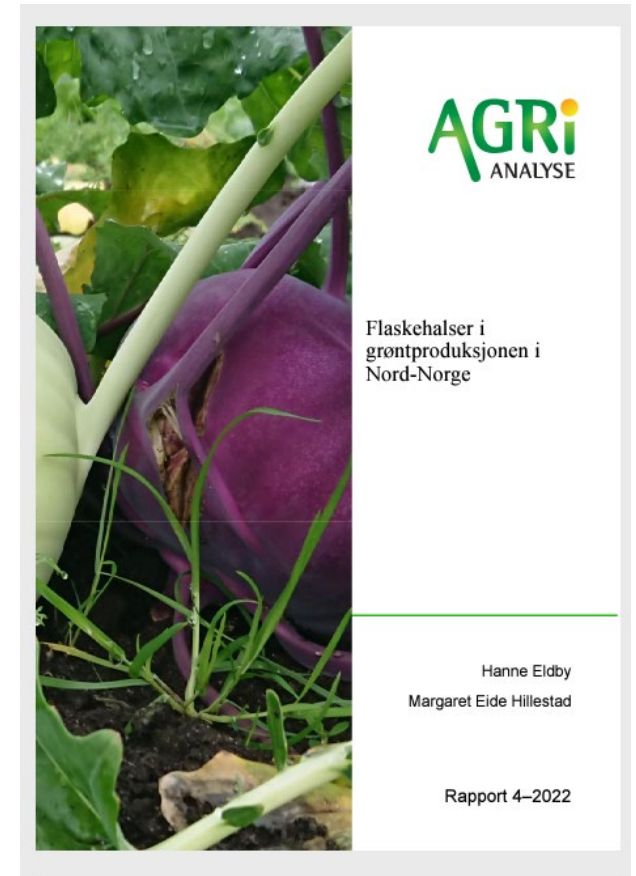
NIBIO\_no

[www.nibio.no](http://www.nibio.no)



# Bakgrunn: Dagens situasjon i nord

- Stor underdekning på potet og grønnsaker
  - Nedgang i produsenter og areal
- Få mottaksledd/pakkeri
- De fleste produsentene har småskalaproduksjon
  - Direktesalg fra gårdsbutikk, torgsalg, REKO-ringer mm.
- En satsing på grøntsektoren i Nord-Norge må bygge på to strategier:
  - Øke antallet produsenter med leveringsavtale med grossist og innpass i dagligvarekjedene.
  - Øke antall produsenter og produksjon innen småskalagrønnsaksdyrking



# Hvem ble intervjuet?

## 11 PRODUSENTER, Kriterier for utvalg:

- Beliggenhet
- Størrelse
- Erfaring
- Produksjonsform
- Salgs måte

## 4 REPRESENTATER FOR SALGSKANALER:

- Bondens marked
- REKO
- Dagligvare
- Digital plattform



# Produsentene vi intervjuet: Fordeling ut ifra utvalgskriteriene

**FYLKE:** 2: Finnmark, 9: Troms

**BYNÆR:** 5: anså seg selv som bynære

**STØRRELSE:** 4: mindre enn 5 mål, 1: 6- 8 mål, 3: 14 – 17 mål, 3: 40 – 50 mål.

**ERFARING:** 6: åtte år og lengre. 5: 3 – 5 år

**PRODUKSJONSFORM:** 5: Stort mangfold av vekster, 3: mest potet og gulrot, 1: mest nepe, 2: kun potet, 2: økologisk sertifisert

**TILKNYTTET ANNEN GÅRDSDRIFT:** 6: annen gårdsdrift

**ANNET ARBEID:** 6: annet arbeid, 5: selvstendignæringsdrivende



NIBIO  
NORSK INSTITUTT FOR  
BIOØKONOMI

## Direktesalg av potet og grønnsaker i Troms og Finnmark

Resultater fra en intervjuundersøkelse blant småskala grøntprodusenter

NIBIO RAPPORT | VOL. 9 | NR. 79 | 2023



Frøydis Gillund  
Divisjon Mat og samfunn, avdeling Økonomi og samfunn, NIBIO

# Tema for intervjuundersøkelsen

- Produksjon
- Markedsføring
- Salgskanal
- Etterspørsel
- Lønnsomhet
- Tidsbruk
- Veiledningsbehov
- Produsentsamarbeid
- utfordringer
- Muligheter
- Fremtidsutsikter

# Resultater

## Optimisme og fremtidstro

- Produsentene ønsket å fortsette produksjonen
- God etterspørsel og markedsadgang

*«Lokalproduserte grønnsaker selger seg selv»*  
(Representant for salgskanal)

- Krevende, men mulig, å oppnå lønnsomhet
- Gode forutsetninger for å rekruttere flere småskala produsenter



# Salgskanaler

- Ubetjent gårdsutsalg/veibod
- Betjent gårdsutsalg (inkl. selvplukk)
- REKO-ring
- Bondens Marked/ andre markeder
- Digital plattform
- Levering til privatkunder
- Direkte til restaurant/storkjøkken
- Direkte til daglivarebutikk





FOTO: Frøydís Gillund

# Lønnsomhet

*«Vi gjør dette mest fordi det er artig - hyggelig reise - men ikke spesielt lønnsom»*

(Erfaren produsent)

## Inntekt fra grøntproduksjonen

- Forsvarer tidsbruk og kostnader
- Nok til å gjøre nye investeringer
- Viktig supplement til annen gårdsdrift

## Prissetting

- Tar utgangspunkt i priser i markedet
- Mener de får god pris, men kan de prise seg høyt nok?



# Økonomisk støtte

- Innovasjon Norge
  - Få hadde søkt
    - 1: tilskudd til markedshage, 1: skal søke
    - 2: tilskudd til service bygg relatert til annen gårdsdrift
- Kommunalt næringsfond
  - Få hadde søkt
  - 1: støtte til studietur
- Produksjonstilskudd
  - De fleste søkte

# Veiledning og veiledningsbehov

## Veiledning

- Få har fått veiledning om slag og marked
  - Veiledningsbehov:
    - Finansieringsmuligheter & søknadsskriving
    - Prissetting & salgstrategi
- Stort utbytte av veiledning fra landbruksrådgivere
- Råd fra andre produsenter er viktigst

«De som har erfaring fra dyrking og salg vet best»  
(Produsent)



# Produsentsamarbeid

*«Jeg tror på samarbeid og samhandling både for å utvikle produksjonen og øke salget. Klarer man å samle seg i grupper så fremstår man mye sterkere og kan nå mye lengre. Det å drive alene er vel og bra, men i fellesskap klarer du mye mer»*

(Erfaren produsent).

## Ønsker om samarbeid

- Betjene fast torgplass
- Lokalmatbil
- Etablere samvirke eller innkjøpsordning
- Investeringer i infrastruktur for oppal, lagring og pakking



# Utfordringer

- Klima
- Mangel på produsentnettverk
- Lange avstander og små markeder
- Tidspress
- Lav lønnsomhet
- Manglende infrastruktur
- Innpass i dagligvare
- Lite offentlig støtte
- Regelverk for skilting langs vei

# Hva er viktig for godt salg?

## Produktet

- Leverer kvalitet, tilby ulike/ spesielle grønnsaker, videreforedling

## Ha flere bein å stå på

- Mangfold av vekster
- Benytte ulike/ kombinere salgskanaler

## Kundekontakt

- Være til stede, snakke med kundene, følge opp trofaste kunder – pleie gjenkjøp, selge historie

## Strekke sesongen og ta hensyn til etterspørsel

## Produsentnettverk

# Muligheter og framtidsutsikter

«Et stort uforløst potensiale» (Erfaren produsent)

De fleste ser mange muligheter og har tro på framtida

- Arktisk kvalitet
- Økende etterspørsel etter lokal mat
- Økende fokus på regionalmatsikkerhet
- Viktig som tilleggsnæring
- Muligheter innenfor videreforedling av grønt



# Tiltak

- Formidle optimismen blant produsentene

*«Andre gårdbrukere har ikke tro på at det er gode mulighet for inntjening, derfor er det liten interesse»  
(Forholdsvis nyetablert produsent)*

- Sikre bedre økonomiske betingelser
- Helhetlig satsning fra forskning, forvaltning og rådgivning
  - Infrastruktur (oppal, pakkeri,)
  - Finansiering
  - Kunnskapsutvikling
  - Rådgivning
  - Mobilisering og nettverk



# Anbefalinger

## Satsning:

- Sikre gode økonomiske betingelser
- Tilby rådgivning og kurs
- Rekruttere produsenter og legge til rette for samarbeid

## Videre forskning:

- Avlingsvolum og betydning for regional selvforsyning
- Kostnader, potensialet for omsetning og inntekt
- Ulike former for produsentsamarbeid
- Arktisk kvalitet

## Lenke til rapporten:

<https://nibio.brage.unit.no/nibio-xmlui/handle/11250/3068896>





Takk til alle som vi fikk intervju

Takk til samarbeidspartnere som ga innspill underveis i prosjektet

Takk til Marit Gåre og Statsforvalteren i Troms og Finnmark for godt samarbeid

Takk for oppmerksomheten



**NIBIO**

NORSK INSTITUTT FOR  
BIOØKONOMI



NIBIO\_no



NIBIO.no



NIBIO\_no

[www.nibio.no](http://www.nibio.no)