

# Matvett og ForMat-prosjektet

Rapport fra virksomheten 2015



Temperaturen i kjøleskapet ditt bør være mellom 2 og 4°C.

Da holder maten mye lenger.



Matvett.no  
FOREBYGGING AV MATSVINN

*Fra annonse i Matmagasinet NORD 2/2015*

---

*Denne rapporten oppsummerer arbeidet med forebygging av matsvinn i 2015. Formålet er å dele informasjon og erfaring med departementer som støtter Matvett/ForMat samt andre samarbeidspartnere.*

---

# Innhold

---

1.	Innledning	s. 3
2.	Prosjektledelse og organisering	s. 3
3.	Rapport fra hver av delprosjektene	s. 4
3.1	Delprosjekt I – Kartlegging	s. 4
3.2	Delprosjekt II – Kommunikasjon	s. 4
3.3	Delprosjekt III – Nettverk og tiltak	s. 7
3.4	Deltakelse i forskningsprosjekter	s. 9
4.	Andre aktiviteter	s. 10
5.	Regnskap	s. 11

---

## 1. Innledning

I tillegg til nedenstående aktiviteter har Matvett, på bakgrunn av myndighetenes initiativ til en "Bransjeavtale om reduksjon i matsvinn", jobbet for å samle matbransjen i arbeidet med å forebygge og redusere matsvinn. NHO Reiseliv ble ny deleier i selskapet fra mars.

Hovedaktiviteter i 2015 har vært:

- Igangsetting og gjennomføring av ulike nettverk i matindustri og dagligvarehandel
- Rekruttering av flere Matvett-bedrifter
- Forprosjekt HORECA
- Arbeid med bransjeavtalen om matsvinn med myndighetene
- Seminar om fastsetting av holdbarhet på mat

## 2. Prosjektledelse og organisering

Matvett AS er et ideelt selskap som ble stiftet i 2012, og som eier og driver ForMat-prosjektet. ForMat sluttrapporteres i juni 2016. Matvett vil fortsette arbeidet med å redusere matsvinnet i verdikjeden, og ny strategi er utarbeidet for årene 2016-2020.

ForMats styringsgruppe har i 2015 bestått av følgende personer:

- Anne-Grete Haugen, Daglig leder Matvett AS
- Anne Marie Schrøder, Kommunikasjonsansvarlig, (ansvarlig for delprosjekt II)
- Knut Maroni, NHO Mat og Drikke/Matvett AS
- Jorunn Vormeland, NHO Mat og Drikke
- Jens Olav Flekke, DMF
- Roar Getz, DMF (Delansvarlig for delprosjekt III, Forebyggingsstrategier)
- Line Gaarud Paulsen, DLF
- Per-Hallvard Eliassen, Landbruks- og matdepartementet, observatør
- Elisabeth Møyland, Miljødirektoratet, observatør
- Therese Hagtvedt, Nofima AS
- Ole Jørgen Hanssen, Østfoldforskning (Ansvarlig for delprosjekt I og III)
- Kari Bunæs, NOK

Det har vært avholdt 5 møter i ForMats styringsgruppe i 2015 i tillegg til oppdatering av aktiviteter via e-post.

## 3. Rapport fra hvert av delprosjektene

### 3.1 Delprosjekt I - Kartlegging

ForMat har siden 2010 kartlagt matsvinnet i matindustrien og i dagligvarehandelen. ForMats kartleggingsrapport for 2015 blir ferdigstilt i løpet av desember og vil ettersendes departementene.

Nedenfor beskrives hovedkonklusjonene fra årets gallupresultater fra forbrukerundersøkelsene.

#### *Klar nedgang i hyppighet av matkasting i nesten alle produktgrupper*

Alle varegrupper bortsett fra tørrvarer og ferske bakervarer viser reduksjon fra 2014 til 2015 i andel forbrukere som sier de «kastet produktene forrige uke». Det er en markant reduksjon for flere varegrupper som bla frossen ferdigmat, frukt og grønnsaker, ferskt kjøttpålegg, ferske ferdige fiskeretter, snacks, egg og melk/fløte. Etter et år med oppgang for flere varegrupper i 2014 er trenden tilbake med reduksjon i antall forbrukere som oppgir å kaste ulike varegrupper. Tallgrunnlaget indikerer derfor en klar trend mot reduksjon for så å si alle varegrupper over tidsperioden 2010-15.

#### *Endring i adferd og holdning til matkasting*

I motsetning til resultatene for hyppighet av matkasting er det en del negative trekk i utviklingen for adferd og holdninger knyttet til matlaging, lagring/transport, handling og emballering i svarene for 2015 sammenliknet med 2014. For hele perioden 2010-15 er imidlertid resultatene positive for de fleste på spørsmålene rundt adferd og holdninger. Det er 25 % færre som oppgir "å alltid kaste mat som er gått ut på dato", og det er meget positivt. Det er også en liten oppgang, både i andelen personer som sier de har «reduisert egen matkasting det siste året» og i andelen som har «blitt mer oppmerksom på matkasting som problem», fra 2014-15.

#### *Ny plukkanalyse forbruker*

I mars ble det gjennomført nye plukkanalyser av forbrukernes avfall i Fredrikstad og Hallingdal (ca. 200 husstander), tilsvarende den som ble gjennomført for ForMat i 2011. Resultater presenteres i sluttrapporteringen av ForMat i juni 2016.

#### *Ny bransjeundersøkelse om matsvinn i Dagligvarehandelen*

Det er gjennomført en bransjeundersøkelse i dagligvarehandelen, men resultatene fra denne er foreløpig ikke klare. Disse vil bli publisert som del av kartleggingsrapporten for 2015 som ettersendes.

### 3.2 Delprosjekt II – Kommunikasjon

ForMat/Matvett er næringslivets satsning for å forebygge og redusere matsvinn. Fokuset mot bransjen er å synliggjøre og videreutvikle flere verktøy for bedrifter og butikker som kan gi dem bedre oversikt over sitt eget matsvinn. For å motivere aktørene i bransjen til å sette i gang med tiltak internt og i nettverk i verdikjeden, inneholder nettsiden, [matsvinn.no](http://matsvinn.no) også informasjon om matsvinn og eksempler på konkrete tiltak fra bransjen på svinreduserende arbeid.

Når det gjelder kommunikasjon mot forbruker er [matvett.no](http://matvett.no) et viktig verktøy. Her finner man tips og råd til å ta vare på maten, samt inspirasjon i oppskrifter, film og undervisningsmateriell.

Det er positivt at aktører som jobber med mat, forbruker- og miljøspørsmål samt media oppsøker Matvett for informasjon og samarbeid om matsvinn. Ved å samarbeide om kommunikasjons tiltak når vi ut til mange.

Utvalgte aktiviteter som er gjennomført i 2015 er beskrevet nedenfor.

### *Jevnt medietrykk*

Det har generelt vært et jevnt trykk i media hele perioden med relevant stoff om matsvinn hver uke. Matvett har jobbet med ulike saker eller vært intervjuet om matsvinn i mange sammenhenger; Aftenposten, TV2 (Nyhetene og God morgen Norge), TV2.no, P4, Nationen, Kristiansands Avis, Bergens Tidende med mer.

Flere innslag i radio som Radio Metro og NRK Ekko (også sendt i forkortet form på Norgesglasset i P1); <http://radio.nrk.no/serie/ekko-hovedsending/MDSP25007115/09-04-2015>

NRK FBI hadde en times klimalivesending fra Oslo Lufthavn i november der matsvinn var et av temaene; <https://tv.nrk.no/serie/forbrukerinspektoerene/MDHP11004815/25-11-2015>

### *Deltakelse i TRIPPEL – et verdikjedeprojekt*

Matvett har deltatt i [TRIPPEL](#), et innovasjons og verdikjedeprojekt knyttet til samfunnsansvar og vekst med fokus på mat. KUTT Gourmet var et av konseptene som ble utviklet i prosjektet og som ble testet ut i vår. Dette er en studentkafé på Blindern i Oslo basert på overskuddsvarer. Kafekonseptet er et samarbeid mellom SiO, Matvett og Kompass & Co med bakgrunn i å bidra til at det kastes mindre mat hos SiO og deres leverandører samt påvirke holdninger og adferd hos unge mennesker som ønsker å være miljøbevisste, men som dessverre kaster mye mat.

Det skal utarbeides en håndbok som skal deles med andre studentsamskipnader som vil starte KUTT Gourmet på campus samt for andre kantine- eller restaurantvirksomheter som ønsker å gjennomføre lignende tiltak for å håndtere eget svinn og varer med kort holdbarhet fra sine leverandører.

Det ble laget en film om utviklingen av KUTT Gourmet i TRIPPEL; <https://vimeo.com/142113969>

Her er noen av medieoppslagene i forbindelse med oppstarten:

- [http://www.dagbladet.no/2015/10/07/tema/mat/overskuddsmat/ikke\\_kaste\\_mat/matsiden/41377945/](http://www.dagbladet.no/2015/10/07/tema/mat/overskuddsmat/ikke_kaste_mat/matsiden/41377945/)
- <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Disse-studentene-spiser-maten-som-ellers-ville-blitt-kastet-8030124.html>
- [https://www.nho.no/Politikk-og-analyse/Seriest-arbeidsliv-og-samfunnsansvar/serverer-overskuddsmattilstudentene/?utm\\_source=newsletter\\_01.oktober.2015&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=newsletter\\_all](https://www.nho.no/Politikk-og-analyse/Seriest-arbeidsliv-og-samfunnsansvar/serverer-overskuddsmattilstudentene/?utm_source=newsletter_01.oktober.2015&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter_all)
- <http://www.youtube.com/watch?v=zZ5LekCT23Q&feature=youtu.be> (fra TV2 God Morgen Norge)

### *Samarbeid med andre aktører om formidling av matkunnskap*

Flere bloggere og andre som jobber med mat, kosthold og miljø ønsker å samarbeide om å øke kunnskap om mat. Matvett/ForMat har deltatt på ulike arrangementer (eks. Det norske måltid) og matfestivaler (eks. Mersmak i Skien), enten selv eller via andre organisasjoner (FIVH) og bedrifter (se eksempel fra Sodexo nedenfor) som ønsker å fokusere på matsvinn. Her vises [matkastebordet](#) med tilhørende quiz og utdeling av brosjyrer samt annen kunnskapsdeling og servering av overskuddsmat.

### *Matsvinnaktivitet med Sodexo hos DNB og KLP*

Matvett og kantineleverandøren Sodexo gjennomførte en matsvinnaktivitet i kantinen på DNBs hovedkontor og hos KLP for å bevisstgjøre ansatte, både hos Sodexo og hos deres største kunder, om matsvinn. Aktører fra Sodexos leverandører (TINE og BAMA) var også til stede med servering av varer utgått på dato og bearbeidet overskuddsmat.

### *IKEAs kataloglansering 2015 med fokus på matsvinn*

IKEA lanserte sin nye katalog for 2015/16 "Livet på kjøkkenet" med matsvinn som et av fokusområdene. Matvett ble i den forbindelse invitert inn som ekspert og bidra med informasjon og materiell inn mot lanseringen. Det ble satt opp en pop-up kafé der gjestene ble invitert til å ta med seg en overskuddsråvare hjemmefra som Andreas Viestad med hjelpere satte sammen til gode retter. Det ble også arrangert ulike workshops i forbindelse med lanseringen. En av dem handlet om riktig oppbevaring av mat og Matvett var med å lede denne workshopen. Se IKEAs lanseringsnettside [her](#).

### *"Utgått på dato – en syklende dokumentar om matsvinn"*

I sommer syklet en gjeng med gutter Norge på langs, kun livnært på mat som var gått ut på "best før"-dato fra matbutikker med hjelp fra Matvett/ForMat. Gutta filmet turen som blir vist på TV2 våren 2016; <https://www.facebook.com/Utg%C3%A5tt-p%C3%A5-dato-En-syklende-dokumentarfilm-om-matsvinn-1073768189303837/?fref=ts>

### *Foredrag om matsvinn*

Matvett har i løpet av 2015 deltatt på mange seminarer og konferanser med innlegg om matsvinn, både for å ytterligere engasjere matbransjen, få med andre samfunnsaktører og bevisstgjøre forbruker. Noen eksempler på slike foredrag følger nedenfor:

- Måltidets hus i forbindelse med finalen i "Det norske måltid": «Hvordan matbransjen jobber for å forebygge matsvinn blant forbrukerne»
- NG Storhusholdning + ASKO: «Matvett og forebygging av matsvinn i matbransjen»
- Baker- og Konditorforeningens regionmøter i Tromsø, Trondheim, Bergen, Stavanger (landsmøte) og Oslo: «Brødsvinn - en utfordring for lønnsomheten og for samfunnet»
- Den Norske Emballasjeforenings Frokostseminar: «Emballasjens rolle for å begrense matsvinn»
- Presentasjon av handlingsplan for bærekraftig mat i Oslo i Mathallen. Appell «Hvordan sette bærekraftig mat på agendaen» med matsvinnhatten på
- FUSIONS Nordic Meeting I Oslo: «Food waste prevention in Norway – collaborative efforts through the whole value chain»
- DMFs miljøgruppe: «Brødsvinn – en utfordring for lønnsomheten i verdikjeden»
- Ecologists without Borders (fra Slovenia) i Oslo: «Food waste prevention in Norway – collaborative efforts through the whole value chain»
- Innovasjon Norges debattmøte om bærekraft og avfall på Arendalsuka: «Hvordan kan matbransjen bidra til å sikre bærekraft og at forbrukerne kaster mindre mat?»
- DLFs høstmøte: «Matvett – Bransjesamarbeid for mindre matsvinn»
- Avfall Norges Bioseminar «Hvordan jobber Matvett med å redusere matsvinnet?»
- Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF) Kvalitetsnettverk «Betydning av holdbarhet for reduksjon av matsvinn
- Forelesninger om forebygging av matsvinn er undervist i flere studier på NMBU i løpet av året, både for studenter i Matvitenskap, Fornybar energi og Matsikkerhet.

### **3.3 Delprosjekt III – Nettverk og tiltak**

I tillegg til grundig kartlegging og analyse av matsvinn i verdikjeden, utvikling av nettsider og verktøy for måling, bevisstgjøring og tiltak, har ForMat-prosjektet bidratt til å påvirke matprodusenter, dagligvarekjeder og andre samfunnsaktører til å utvikle en rekke tiltak for å redusere matsvinnet i verdikjeden. Forebygging og reduksjon av matsvinn er viktig for bransjens lønnsomhet og forbrukernes lommebok, men bidrar også til bedret omdømme og mindre

miljøbelastning. Nedenfor presenteres kort en del eksempler på nye tiltak som matbransjen og ForMat/Matvett har gjennomført i 2015. For mer utdypende tiltaksliste for de siste 4 år, se rapporten fra 2014.

### Matindustriens kampanjer for mindre matsvinn

- Bakers lanserte i september en serie «småbrød» til samme kilopris som vanlige brød, 4 ulike brødtyper som det i løpet av to høstmåneder (uke 38-44) har blitt solgt 621 000 av. Dette skal være et tilbud til små husholdninger for mindre brødsvinn og også til større familier hvor det finnes ulike brødpreferanser.
- Nortura lanserte i vår Gilde Singelfryst kjøttdeig. Deigen er ferdig hakket og det er enkelt å porsjonere akkurat det man trenger. Kjøttdeigen vant DLFs innovasjonspris for 2015.
- Q-meieriene kom i høst med Q Frokostyoghurt på pose, en emballasje som gjør det enkelt å få ut alt innholdet.
- BAMA har gjennomført flere endringer på både type emballasje, emballasjestørrelser og på produkter som vil bidra til redusert matsvinn. Noen eksempler er: Bruk av Sous Vide-løsning på poteter gir økt holdbarhet med inntil 10 dager. Flere lanseringer av mindre pakninger for single husholdninger som potetmos til REMA fra 800 gram til 600 gram og «Romano Mix mini salat» til én person. Utvidelse av konseptet «Ugly Food» fra 2014 med småpoteter med skall og marinade basert på poteter med skallfeil hvor hele poteten utnyttes.

### Dagligvarehandelens kampanjer for mindre matsvinn

Samfunnsansvar som tema for kampanjer, er eksempler på hvordan næringslivet kan bidra til å skape økt bevissthet hos forbrukerne om viktige spørsmål. I de siste årene har man sett flere butikk-kampanjer som oppfordrer forbrukerne til ikke å kjøpe mer enn de trenger samt bruke opp all maten de kjøper. Det er også økt fokus i bransjen på å selge ut mat med kort holdbarhet til lavere priser for å unngå svinn, og å teste ut forbrukernes krav, både til utseende på frukt og grønt og hvilket utvalg av produkter de mener er nødvendig. Her er noen eksempler fra årets kampanjer:

- Kiwi gjennomførte tidlig i høst en «Bruk opp alt»-kampanje, med oppskriftshefter i butikk der ulike menyforslag lenkes mot en resteoppskrift for å bruke opp råvarene.
- I samarbeid med Bakers lanserte Kiwi i høst en serie «småbrød» til samme kilopris som vanlige brød, med kampanjebudskapet i butikk «Nyhet Småbrød - Kast mindre mat, bruk alt».
- REMA 1000 lanserte i september konseptet «Fra deig til deg» – levering av brød til butikk to ganger daglig for økt kontroll og ferskhet for forbruker
- Bunnpris lanserte i mai «Snål frukt & grønt», og er i dag innført i 50 av deres butikker. Dette er annensortert frukt og grønt som avviker fra normalen på for eksempel størrelse, form eller farge, og selges til 30 % redusert pris. Konseptet markedsføres i sosiale medier og med egen plassering i butikk.

### Alternative salgskanaler for overskuddsmat

Av ulike årsaker opplever matprodusenter og dagligvarekjeder at endel mat ikke kan selges via ordinære kanaler, enten pga. kort holdbarhet eller andre produksjonsfeil som ikke går utover matens kvalitet. Mye av denne maten går til matsentralen eller via direkte redistribusjon til veldedige organisasjoner, men det er også igangsatt ulike forretningskonsepter som selger overskuddsmat til rabattert pris.

- Matsentralen har fått nytt styre og ny organisering gjennom endring av selskapsform. Det er gjennomført studier av redistribusjon i Norge både gjennom det nordiske matsvinnprosjektet

(Nordisk Ministerråd) og gjennom en masteroppgave i agroøkologi ved NMBU som viser betydelig omfang av både direkte redistribusjon og via Matsentralen.

- KUTT Gourmet, lunsjrestaurant på Blindern som serverer overskuddsmat til studenter 4 dager i uken. 200 porsjoner hver dag a 450 gram = ca. 350 kg spart matsvinn per uke. Restauranten drives av SiO som kjøper rabatterte råvarer fra sine leverandører, men konseptet er utviklet i [TRIPPEL-prosjektet](#) i samarbeid med Matvett og Kompass & Co.
- Holdbart.no åpnet i november en matbutikk i Vestby og i desember en nettbutikk som selger rabattert mat til forbrukerne. Dette er mat som produsentene ikke får solgt via ordinære kanaler pga. kort holdbarhet, feilmerking eller for mye produsert sesongvare.

### *Møteplasser for erfaringsutveksling*

#### *Seminar om fastsetting av holdbarhet og «best practice»*

Nettverksbygging og tettere samarbeid mellom aktørene om regelverk og «best practice» kan bidra til å forebygge og redusere matsvinn – også når det gjelder holdbarhetsmerking. I mars inviterte Matvett/ForMat sentrale aktører i matbransjen, forskningsmiljøer og myndigheter (Mattilsynet) til heldagsseminar om lønnsom holdbarhet og matsvinn i Næringslivets hus i Oslo med fokus på gode eksempler fra matindustri og dagligvarehandel på hvordan det jobbes med problematikken. Her ble blant annet resultatene fra en ny nordisk forskningsrapport om datomerking presentert. Denne viser at det er stor forskjell på hvordan produsentene i de nordiske landene fastsetter holdbarhetsdato, selv om det er felles lovgivning for holdbarhetsmerking på mat i hele EU/EØS-området. Oppsummeringsrapport fra seminaret finnes [her](#):

### *Organisering av nettverk for å løse utfordringer med matsvinn*

For å komme frem til løsninger som vil forebygge matsvinn i den enkelte virksomhet og i grensesnittet mellom leverandør og dagligvarekunde, har Matvett kontinuerlig fokus på å organisere nettverk. Overordnet mål med nettverkene er å styrke deltakernes lønnsomhet. Andre delmål er å danne grunnlag for forbedring av eksisterende standarder som blant annet regulerer fastsetting og fordeling av holdbarhet i verdikjeden samt innspill til videre arbeid med bransjeavtalen mot matsvinn i 2016.

#### *Fordeling av holdbarhet i verdikjeden (STAND001)*

I dialog med bransjen og gjennom tidligere nettverk i ForMat, har det kommet frem at produsentene, som er ansvarlige for fastsetting av holdbarhet, ofte baserer holdbarhetsmerking på verst tenkelig scenario med hensyn til kvalitet på råvarer, temperatur i verdikjeden og andre lagringsforhold. Matsvinn knyttet til at grenseverdier for holdbarhet mellom partene i verdikjeden passerer, utgjør en betydelig del, spesielt for varer med kort holdbarhet (0-42 dager). Studier viser at matsvinnet reduseres dersom butikk og forbruker disponerer større del av total holdbarhetstid. Det er derfor en målsetting at produsent og grossist forbruker minst mulig del av tilgjengelig tid.

Matvett har tatt initiativ til og revitalisert tidligere bransjenettverk om holdbarhet. Norges-Gruppen, Nortura, Kavli/Q og ASKO deltar i nettverket med hensikt om å redusere matsvinn i verdikjeden og på sikt foreslå en revidering av STAND001. I forbindelse med arbeidet har dynamisk holdbarhet blitt definert som en av flere mulige løsninger. I følge Mattilsynet er bruk av dynamisk holdbarhet innenfor dagens regelverk hvor holdbarhetstid settes ut fra betingelser for transport, oppbevaring og salg. Dette åpner for benyttelse av dynamisk holdbarhet ved ulike betingelser, som f.eks. gjennom årstids- og temperaturvariasjoner. Forslag til vurdering er knyttet til større grad av fleksibilitet ved bruk av dynamisk holdbarhet og mer utstrakt bruk av bilaterale avtaler. Forslaget presenteres for STAND ila første halvår 2016.



### Kategorier med høyt svinn

Ferske bakervarer og frukt og grønt er kategorier med høyest svinn i verdikjeden. Matvett har derfor tatt initiativ til å organisere bransjenettverk for å identifisere mulige felles tiltak for svinnreduksjon blant disse kategoriene. En av erfaringene som er gjort, er at disse kategoriene er konkurransesensitive, noe som gjør at bilaterale samarbeidsprosjekter mellom en enkelt produsent og samarbeidende kjede er mer egnet. Forebygging av matsvinn er viktig for bransjens lønnsomhet, men også for bransjens omdømme. Matvett vil derfor jobbe videre med Baker- og Konditorbransjens landsforening (BKLF) og håndverksbakeriene i tillegg til BAMA, for å se hvordan bransjenettverk kan organiseres og bidra til lavere svinn innenfor disse gruppene.

## 3.4 Deltakelse i forskningsprosjekter

### «ReForReM» - Rett emballasje for redusert matsvinn

Det har i 2015 vært oppstart av et 3-årig forskningsprosjekt ReForReM (Rett emballasje For Redusert Matsvinn) hvor BAMA, Grilstad, Lerøy, Nofima og Østfoldforskning deltar i tillegg til flere maskin- og emballasjeleverandører og Matvett. Følgende produktgrupper er involvert i arbeidet: Tomat, blomkål, salat, kjøttpålegg, kjøttdeig, sushi og ferskpakket fisk. Formålet er å utvikle nye emballaseløsninger som gir reduksjon av matsvinn med fokus på forbruker, næringsmiddelindustri og dagligvarehandel. Arbeidet er delt inn i tre arbeidspakker: 1) Emballeringsteknologier, 2) Forbrukeradferd, 3) Dokumentasjon av effekt miljø/verdikjede.

### «Breadpack» - emballaseløsninger for bedre holdbarhet på brød

Breadpack er et nytt forskningsprosjekt innen emballasje, matsvinn og brød hvor Cernova, Østfoldforskning, BKLF, Papir- og Fiberinstituttet, Emballasjeforsk og Nofima deltar i tillegg til flere emballasjeprodusenter og Matvett. Formålet er å utvikle nye emballaseløsninger for økt funksjonalitet fra produkt- og prosessforbedringer samt opprettholde eller forbedre holdbarhet for ferske bakervarer hos forbrukerne. Delmål er reduserte kostnader i verdikjeden, redusert matsvinn og mindre miljø- og ressursbelastning for bakervarer og emballering/distribusjon av disse.

### «COSUS (Consumers in a SUSTainable food supply chain) »

COSUS er et europeisk forskningsprosjekt (5 land involvert) om å forstå forbrukernes adferd relatert til mat. Målet er å motivere folk til å ta bærekraftige valg som blant annet skal resultere i mindre matsvinn. Gjennom fokusgrupper undersøker forskerne blant annet om folk er villige til å akseptere mat som ser litt annerledes ut enn vi er vant til eller som har passert "best-før"-datoen, men som fremdeles er helt fin. Eksempler på slik mat kan være bøyde agurker, epler med striper, brød med sprukken skorpe og yoghurt som er gått en eller to dager over datoen. Prosjektet undersøker også om aktører i verdikjeden aksepterer å ta inn/selge denne typen mat og går til 2017. Matvett deltar i Expert Advisory Board og bistår COSUS med informasjon om matsvinn generelt og kjennskap til forbrukeradferd rundt dette spesielt.

### FUSIONS – (Food Use for Social Innovation by Optimizing Waste Prevention Strategies)

Dette 4-årige EU-finansierte matsvinnprosjektet går inn i sitt siste år og skal sluttrapporteres i juli 2016. Målet er å produsere en europeisk "multi-stakeholder platform", med felles visjon og strategi for forebygging av matsvinn i hele verdikjeden gjennom sosial innovasjon. Østfoldforskning deltar som partner i FUSIONS og ForMat/Matvett er med som medlem, og i mars 2015 var Matvett medarrangør av det tredje FUSIONS Nordic Regional Platform Meeting i Oslo. Presentasjoner og oppsummering av gruppeoppgavene fra dette seminaret er tilgjengelig på FUSIONS nettside: <http://www.eu-fusions.org/index.php/platform-meetings/rmps-2015>. Det utvikles nå en manual for nasjonal statistikk for matsvinn i Europa som dekker alle ledd i verdikjeden, med forslag til metodikk for datainnhenting, analyse og oppskalering. Manualen kan bli et viktig verktøy for arbeidet med bransjeavtalen med myndighetene.

## 4. Andre aktiviteter

### *Horeca-sektoren innlemmet i Matvetts arbeid*

NHO Reiseliv gikk inn som deleier i Matvett i mars i år, noe som innebærer at Horeca-sektoren nå er innlemmet i Matvetts arbeid med forebygging av matsvinn. Fra før har arbeidet kun vært rettet mot matindustri og dagligvarehandel. For å kunne jobbe målrettet inn mot denne sektoren trengs det mer kunnskap om hvordan hoteller, restauranter og kantiner jobber med matsvinn. Viktige aktiviteter i 2015 har derfor vært å engasjere Horeca-virksomheter til å delta i kartleggings- og utviklingsarbeid. Det har blant annet blitt gjennomført en bransjeundersøkelse og en workshop i høst.

### Bransjeundersøkelse

I september ble det gjennomført en spørreundersøkelse blant 2 173 HORECA-virksomheter. Hensikten var å fremskaffe kunnskap og informasjon om sektorens holdninger og arbeid knyttet til matsvinn. Resultatene tilsier at omtrent halvparten av virksomhetene tilknyttet hotell-, restaurant- og kantinebransjen ikke har oversikt over hva de har av matsvinn eller hvor store kostnader som er knyttet til matsvinn i form av tapte inntekter og kostnader knyttet til avfallsbehandling. Andre resultater:

- 41% oppgir at forebygging av matsvinn er en del av virksomhetens daglige rutiner
- Forebygging av matsvinn er viktigst for lønnsomheten deretter et viktig samfunnsansvar
- Mangel på gode alternativer for å gi bort/selge overflødig mat og mangel på tid og ressurser er de to viktigste årsakene til at matsvinn ikke er et fokusområdet i virksomhetene
- Tilberedning av retter som utnytter produkter som er i ferd med å gå ut på dato og utnyttelse av hele råvaren er de to viktigste tiltakene som er iverksatt
- Halvparten av respondentene svarer at tilgang til data om matsvinn, til metoder og til kompetanse for å redusere matsvinn er det mest nyttige
- 52 % oppgir at de ikke samarbeider med andre for å få oversikt over og redusere omfanget matsvinn
- 62 % svarer at de har opptil 10% potensiale for redusert matsvinn

### Workshop om matsvinn i HORECA

I oktober inviterte Matvett til en halvdags workshop for å samle aktører fra små og store hoteller, restauranter, kantiner, leverandører og distributører for å diskutere utfordringer og muligheter knyttet til matsvinn i verdikjeden for HORECA. Noen av resultatene fra bransjeundersøkelsen ble brukt som bakteppe for gruppediskusjonene i workshopen. Presentasjoner fra workshopen finner du [her](#).

Det vil bli også bli laget en rapport som oppsummerer diskusjonene og ideene som kom frem.

### Bransjeavtale om redusert matsvinn

Siden signeringen av intensjonsavtalen mellom myndigheter og matbransjen 7. mai, er det avholdt to møter med partene i avtalen. Det er utarbeidet forslag til milepælsplan og til organisering av arbeidet. Milepælsplanen tar utgangspunkt i ferdigstilling av endelig bransjeavtale høsten 2016. Det legges opp til 5-7 fellesmøter og tilsvarende antall møter i arbeidsgruppene. Arbeidet er organisert i to arbeidsgrupper som har fokus på statistikk og tiltak. Miljødirektoratet leder arbeidsgruppen om statistikk, mens Matvett leder arbeidsgruppen om tiltak. Partnerne i avtalen er invitert til å delta i arbeidsgruppene. Fellesmøtene fungerer som styringsgruppemøter.

Mandat for arbeidsgruppene er forankret mellom partene og tydeliggjør leveransen som skal utarbeides: *"Arbeidsgruppene har ansvar for å levere en delrapport med klare anbefalinger på områdene statistikk, indikatorer, rapportering, årsaker, tiltak og reduksjonspotensial."*

## 5. Regnskap 2015

Myndighetene støtter Matvett med tilsammen 2,2 millioner kroner. Omsøkt beløp er innvilget fra LMD, NFD og BLD, mens innvilget beløp fra KLD ble 500.000 kroner lavere enn hva som var omsøkt. Tilskudd fra vederlagsbedriftene er ca. 200.000 kroner høyere enn i 2014. Regnskapsrapport per 20.11.15 vises på neste side.

Forpliktende samarbeid med mer langsiktige finansieringsordninger bør inkluderes i den kommende bransjeavtalen for å sikre fortsatt støtte til utvikling og iverksetting av tiltak i verdikjeden som Matvett representerer.

<b>MATVETT AS</b>	<b>Regnskap 20.11.2015</b>	<b>Budsjett 2015</b>	<b>Regnskap 2014</b>
<b>Inntekter</b>			
Bidrag fra organisasjoner og andre innt. og refusjoner	481 830	625 000	527 690
Vederlag Bedrifter	1 416 955	1 950 000	1 716 088
Omsøkt beløp myndigheter	1 400 000	2 700 000	2 150 000
<b>Sum inntekter</b>	<b>3 298 784</b>	<b>5 275 000</b>	<b>4 393 778</b>
<b>Kostnader</b>			
Drift	2 521 043	3 150 000	2 564 096
Aktiviteter	869 589	2 025 000	1 431 351
<b>Sum kostnader</b>	<b>3 390 632</b>	<b>5 175 000</b>	<b>3 995 447</b>
<b>Driftsresultat</b>	<b>-91 847</b>	<b>100 000</b>	<b>398 331</b>

<b>Spesifisering av inntekter og kostnader</b>	<b>Regnskap 20.11.2015</b>	<b>Budsjett 2015</b>	<b>Regnskap 2014</b>
<b>Bidrag fra organisasjonene og andre inntekter</b>	<b>481 830</b>	<b>625 000</b>	<b>527 690</b>
kr. 100.000 fra hver organisasjon	400 000	600 000	500 000
Prosjektinntekter, deltageravgift og refusjoner	81 830	25 000	27 690
<b>Vederlag fra bedriftene (Grønt Punkt Norge)</b>	<b>1 416 955</b>	<b>1 950 000</b>	<b>1 716 088</b>
Bidrag fra Myndigheter	1 400 000	2 700 000	2 150 000
KLD	1 000 000	1 500 000	
LMD	-	700 000	
BLD	300 000	300 000	
NFD	100 000	200 000	
<b>Sum inntekter</b>	<b>3 298 784</b>	<b>5 275 000</b>	<b>4 393 778</b>
<b>Drift</b>	<b>2 521 043</b>	<b>3 150 000</b>	<b>2 564 096</b>
Personalkostnader	1 846 189	2 000 000	1 805 544
Kontorleie	219 499	260 000	190 531
Administrasjonskostnader	315 711	600 000	365 902
Revisjon	24 459	30 000	19 416
Reise- og møtekostnader	112 184	110 000	82 113
Representasjon gaver og kontingenter	3 000	-	590
Vederlagsordning Grønt Punkt Norge	-	150 000	100 000
<b>Aktiviteter</b>	<b>869 589</b>	<b>2 025 000</b>	<b>1 431 351</b>
<b>Kartlegging . Delprosjekt 1</b>	<b>695 921</b>	<b>920 000</b>	<b>806 876</b>
Kartlegging	695 921	920 000	806 876
<b>Kommunikasjon . Delprosjekt 2</b>	<b>155 679</b>	<b>655 000</b>	<b>402 469</b>
Informasjon: materiell & formidling	19 841	250 000	162 078
Arrangementer	85 988	160 000	85 190
Nettsteder: utvikling og vedlikehold	49 851	245 000	155 201
<b>Nettverksarbeid - bransjen - Delprosjekt 3</b>	<b>17 989</b>	<b>450 000</b>	<b>222 006</b>
<b>Sum kostnader</b>	<b>3 390 632</b>	<b>5 175 000</b>	<b>3 995 447</b>
<b>Drifts resultat</b>	<b>-91 847</b>	<b>100 000</b>	<b>398 331</b>
<b>Finans og skatt</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>24 927</b>
<b>Resultat</b>	<b>-91 847</b>	<b>100 000</b>	<b>423 257</b>

Oslo, 01.12. 2015 Anne-Grete Haugen, Daglig leder og Anne Marie Schrøder, Kommunikasjonssjef