



DET NORSKE BAKEVAREMARKEDET – EN TILSTANDSANALYSE

Februar 2022

Forfattere: Erland Skogli, Erika Karttinen og Katrine Holm Reiso

Om oppdraget

Menon har på oppdrag fra Baker- og konditorbransjens landsforening (BKLF) utført en tilstandsanalyse av det norske bakevaremarkedet. Analysen er en oppdatering av en tidligere rapport fra 2016: «Nye muligheter for baker- og konditorbransjen».

Dataene som presenteres er i hovedsak hentet ut fra Menons regnskapsdatabase og fra analysehuset Flesland. Menons database består av regnskapstall for samtlige norske bedrifter som er registrert i brønnøysundregistrene. I tillegg til data fra Menon og Flesland er det hentet inn eksport- og importdata fra SSB.

Forfatterne i Menon Economics står ansvarlig for innholdet i rapporten.

Oslo, februar 2022

Erland Skogli

Prosjektleder

Menon Economics

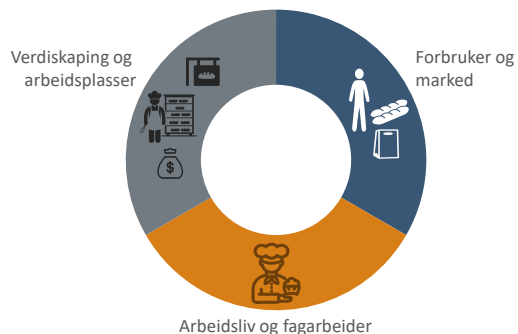


Sammendrag (1/2)

Baker- og konditorbransjen viktig del av norsk matindustri

Bakevarebransjen utgjør en stor og viktig del av norsk matindustri. Bransjen bidrar til:

- Økt utvalg av bakevarer for forbrukerne
- At det finnes en norsk bakeprofesjon og norsk fagutdanning
- Verdiskaping og arbeidsplasser i Norge



I dag kjennetegnes bransjen av at det er noen få store og mange små aktører. De fire største aktørene har totalt 40 prosent av markedet.

Jevn vekst i bransjen

Omsetningen til til bakevarebransjen har økt med 23 prosent siste 10 år. Målt i kg per person er forbruket av bakevarer stabilt over tid.

Bransjen utfordres av økende vertikal integrasjon og import

I dag møter baker- og konditorbransjen to hovedutfordringer:

1. Økende vertikal integrasjon fra både dagligvare og råvareleverandører gjør det vanskeligere for de uavhengige bakeriene.
2. Økende import gjør at markedet for norskproduserte bakevarer reduseres.

Økende vertikal integrasjon

Over to tredeler av bakevarer når i dag forbrukene gjennom dagligvarebutikkene. Andelen bakevarer som selges gjennom dagligvarebutikkene har økt over tid, fra 63 prosent i 2013 til 69 prosent i 2020. Dagligvare har tatt markedsandeler fra både bakeriutsalgene og storhusholdninger.

Å kjøpe bakervarer i dagligvarebutikker er lettvisst for mange forbrukere som uansett jevnlig handler i dagligvarebutikker. Utvalget i dagligvarebutikker er likevel ofte snevrere enn hos bakerier/konditorier og forbrukeren har et begrenset utvalg. Økt salg av bakevarer gjennom dagligvare kan derfor bidra til at bredden i bakevaretilbudet for forbrukeren reduseres.

Også den vertikale integreringen til leverandørene øker. Et særlig tydelig eksempel på dette er næringsmiddelproduksjonskonsernet Cernova, som gjennom minoritetselskap i flere ulike bedrifter har eierinteresser i over 19 prosent av totalomsetningen i baker- og konditorbransjen.

Sammendraget fortsetter på neste side

Sammendrag (2/2)

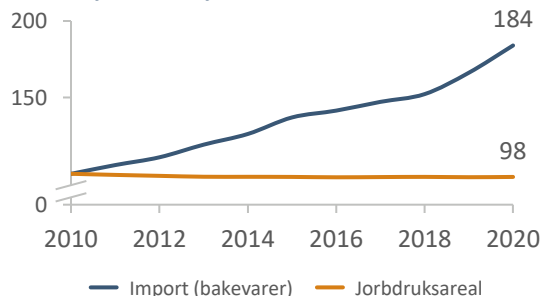
Import av bakevarer øker

Totalt har import av bakevarer økt med 84 prosent siden 2010. Veksten var særlig høy fra 2018 til 2020.

Andelen import av den totale omsetningen i næringen har økt fra 15 prosent i 2010 til 20 prosent i 2020. Det eksporteres vesentlig mindre bakevarer enn det importeres.

Parallelt med dette ser vi en kontinuerlig reduksjon i dyrket mark, jordbruksareal, i Norge, med en nedgang på 2 prosent de siste 10 årene. Det tilsvarer over 210 000 dekar mindre dyrket mark til bl.a. kornproduksjon.

Indeksert økning i import av bakevarer og reduksjon i norsk jordbruksareal



Import av alle varegrupper har økt de siste 10 årene. I prosent har veksten vært høyest innenfor kategorien deiger, mens det importeres mest brød- og brødvare, inklusive bake-off produkter som halv- og forsteekte brød og fastfood bakevarer som pølsebrød. Det er også mye import av langtidsholdbare bakevarer som knekkebrød.

Økt import betyr at mulighetene for verdiskaping og arbeidsplasser langs hele verdikjeden fra jord til bord i Norge, reduseres.

Redusert interesse for fagutdanning

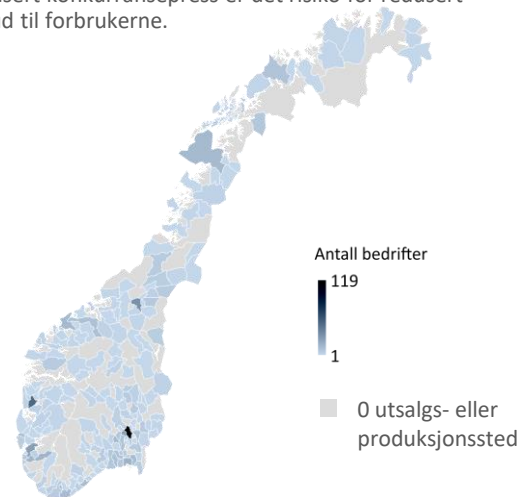
Antall søkende til restaurant- og matfag har vært nedadgående de siste 20 årene. Trenden er nedadgående for alle fagområder innenfor feltet, inklusive konditor og baker.

I en rapport fra 2021 til et rådgivende utvalg for rekruttering til mat- og måltidsbransjen skriver forfatterne at «Fagkompetanse er avgjørende for at bransjen skal fortsette å utvikle seg og bidra til verdiskapingen i Norge».

Fire av ti norske kommuner har ikke et utsalgs- eller produksjonssted for baker- og konditorvarer

Nesten halvparten av norske kommuner har ikke et

utsalgs- eller produksjonssted som spesialiserer seg på salg av bake- og konditorvarer. Kun i 1 av 5 kommuner er det over 5 bakevareutsalg. Uten lokalt bakeri eller konditori må mange norske forbrukere kjøpe bakevarer i dagligvarebutikker, og konkurransepresset bakeriene utgjør mot dagligvarebutikkene svekkes. Gjennom redusert konkurransepress er det risiko for redusert tilbud til forbrukerne.



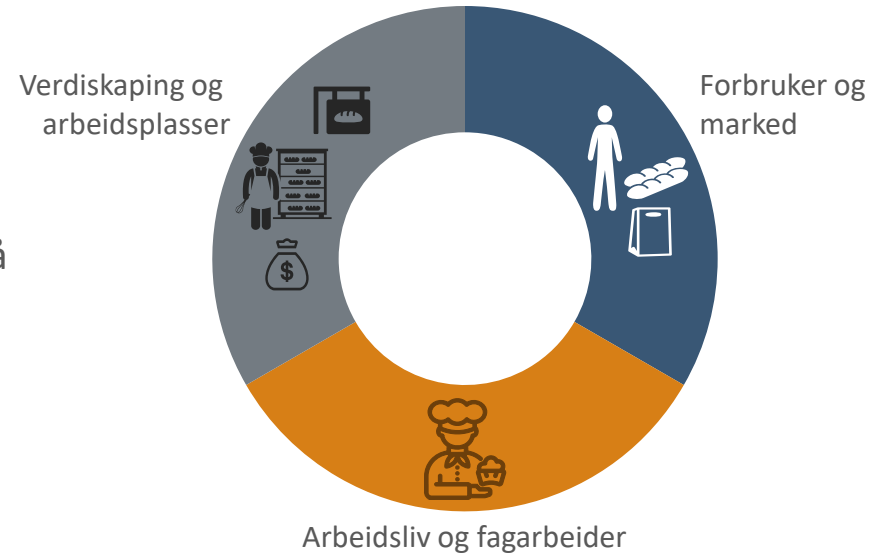
Innholdsfortegnelse

- Innledning (s. 6)
- Omsetning og markedskonsentrasjon (s. 9)
- Geografisk utbredelse (s. 15)
- Salgskanaler (s. 18)
- Vertikal integrasjon (s. 22)
- Leverandører, importører og distributører (s. 27)
- Eksport/import (s. 30)
- Fagutdanning (s. 34)

Innledning

Baker- og konditorbransjens bidrag til det norske samfunnet

- Forbruker og marked: Bransjen bidrar gjennom å tilby tilgang på en bredde av ferske bakevarer til forbrukere rundt om i hele landet.
- Arbeidsliv og fagarbeider: Bransjen bidrar gjennom at vi har en profesjon av bakere i Norge, og en grunn til å utdanne bakere og konditorer på fagutdanningen.
- Verdiskaping og arbeidsplasser: Bransjen bidrar gjennom verdiskaping og arbeidsplasser.



Næringen kan deles inn ut i fra tre perspektiver: Verdikjede, kunde/marked og aktivitet/kompetanse

- I denne rapporten bruker vi primært inndeling basert på struktur i verdikjeden. I tillegg bruker vi inndeling basert på næringskoder.
- Inndeling basert på struktur i verdikjeden
 - De vertikalt integrerte selger i stor grad til dagligvare og driver med industriproduksjon
 - De horisontalt integrerte selger i liten grad til dagligvare og driver i hovedsak butikkutslag eller kafé-drift. De fleste som har butikksalg i dag har også bespising.
 - De frittstående aktørene selger i hovedsak direkte til forbruker og driver ikke med industriproduksjon

Inndeling av næring etter tre ulike kriterier

1. Struktur i verdikjeden

- De vertikalt integrerte
- De horisontalt integrerte
- De frittstående aktørene

2. Kundegruppe

- De som selger til dagligvare
- De som selger til storhusholdning og kiosk/bensin
- De som selger direkte til forbruker

3. Hovedaktivitet/kjernekompetanse

- De som driver med industriproduksjon - Baker
- De som driver butikkutslag - Butikk
- De som driver kafé - Bespising

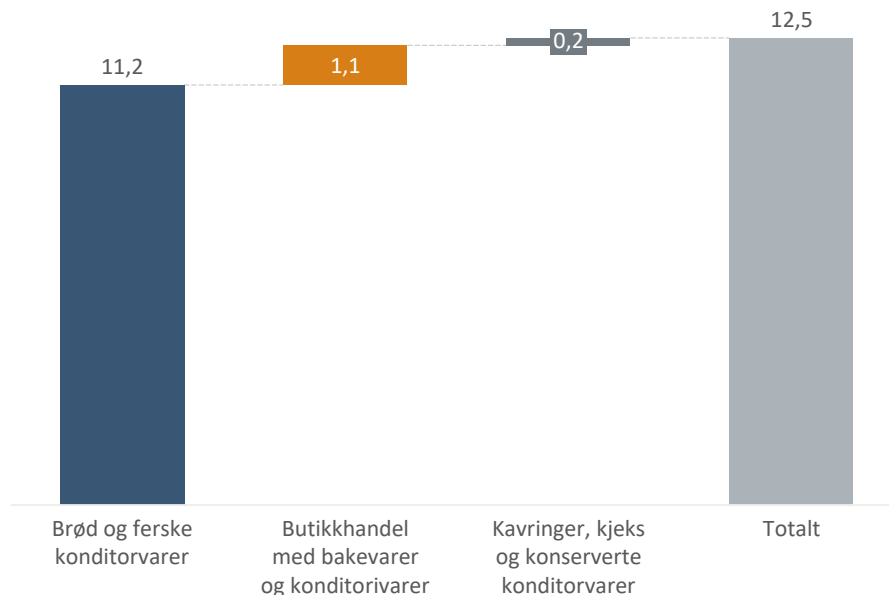
Omsetning og markedskonsentrasjon

Omsetningen til norske bakere og konditorer (2020)

Norske bakere og konditorer omsatte for 12,5 mrd. NOK i 2020

- Øvrig matindustri omsatte for 224 mrd. NOK
- Baker utgjør ca 5% av total matindustri
- De ulike næringskodene som omfatter bakere og konditorer
 - Brød og ferske konditorvarer
 - Kavringer, kjeks og konserverte konditorvarer
 - Makaroni, nudler, couscous og lignende pastavarer
 - Butikkhandel med bakevarer og konditorvarer
- Ingen aktører hadde positiv omsetning innen næringskoden «makaroni, nudler couscous og lignende pastavarer» i 2020
- Både Flesland og Menon benytter næringskodene a, b og d
- Merk at Flesland estimerer bransjens omsetning til 14,7 mrd. NOK i 2020. Forskjellen skyldes at import er inkludert i Fleslands estimat. Flesland baserer seg også på innkjøpsverdi av bakevarer til butikker og storforbrukere, mens vi analyserer omsetningen for baker- og konditoribedrifter.

Omsetning til norske bakere og konditorer etter næringskode, 2020
Milliarder kroner



Utvikling omsetning (2010-2020)

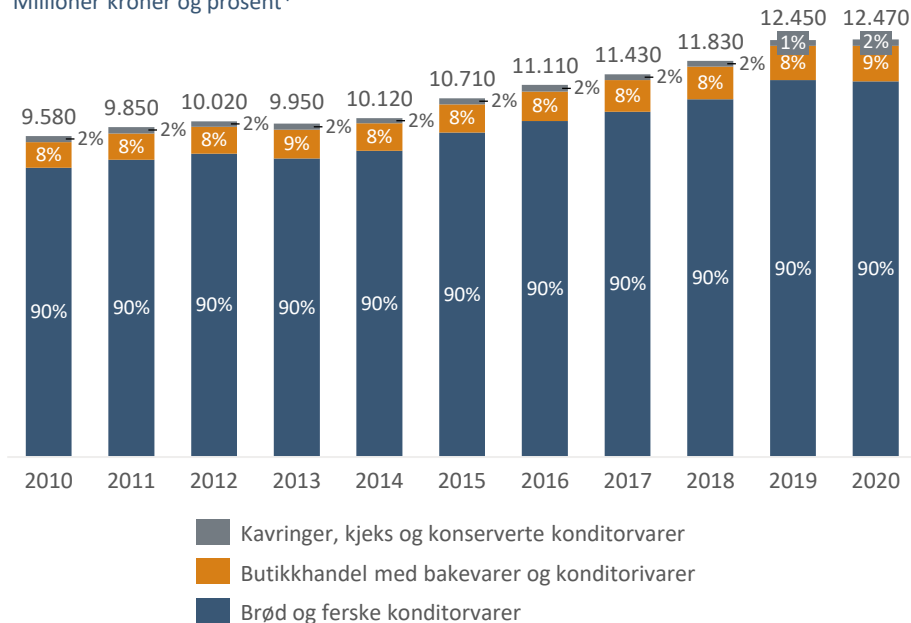
Jevn vekst for bransjen som helhet de siste 10 årene

- **Omsetningen for baker- og konditorbransjen har økt med omtrent 3 mrd. NOK fra 2010 til 2020**
- Omsetning for «brød og ferske konditorvarer» har økt med 2,6 mrd. NOK fra 2010 til 2020. Omsetning for «butikkhandel med bakervarer og konditorvarer» og «kavringer, kjeks og konserverte konditorvarer» økte med henholdsvis 0,3 mrd. NOK og 14 mill. NOK i samme periode
- **Omsetningen flatet ut fra 2019 til 2020**
 - Også Flesland finner en utflating fra 2019 til 2020
 - For «brød og ferske konditorvarer» sank omsetningen med 27 mill. NOK fra 2019 til 2020. I de øvrige kategoriene var det en jevn økning
 - Utflatingen kan ha sammenheng med koronapandemien og reflekterer ikke nødvendigvis en vedvarende trend
 - Bakervarer er i særstilling i forhold til mange andre dagligvarer, ettersom mange baker disse selv. Mer tid hjemme i løpet av koronapandemien kan ha bidratt til at flere bakte selv, og færre kjøpte bakevarer i butikk.
 - For eksempel skriver Flesland i sin rapport at melforbruket omsatt gjennom dagligvarehandelen økte med 17 prosent fra 2019 til 2020, noe som tyder på at baking hjemme økte.
- Målt i kg per person er forbruket av bakevarer stabilt over tid.

*Tallene i figuren er avrundet. Dette gjør at fordelingen ikke summerer til 100 prosent for alle år. Ikke inflasjonsjustert.

Omsetning til norske bakere og konditorer etter næringskode, 2020.

Millioner kroner og prosent*



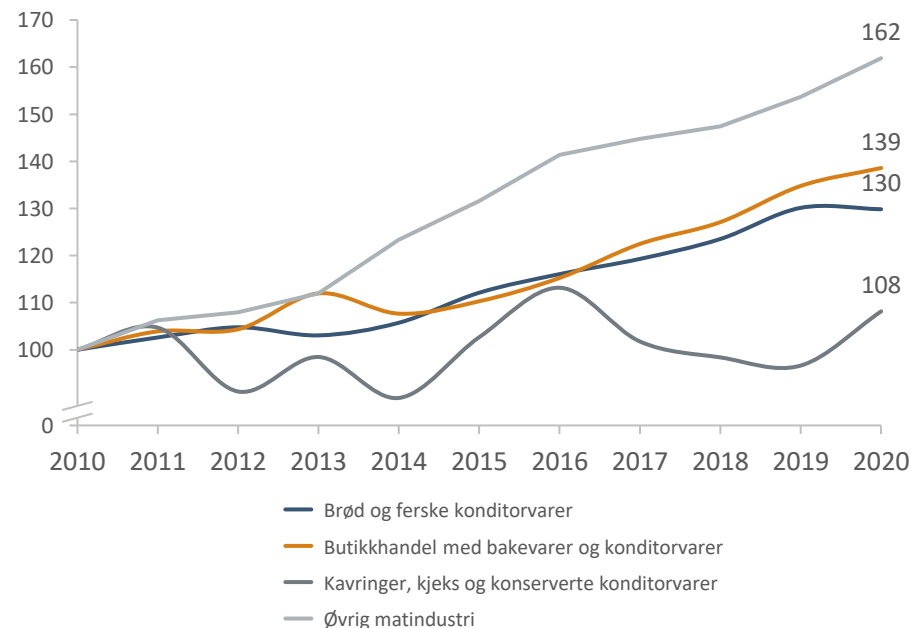
Utvikling omsetning (2010-2020)

Vekst innen alle næringskategorier for norske bakere og konditorer

- Størst vekst for «butikkhandel med bakevarer og konditorvarer» (39%), nest størst vekst for «brød og ferske konditorvarer» (30%) og lavest vekst for «kavringer, kjeks og konserverte konditorvarer» (8%)
- Bra vekst for bransjen som helhet, men lavere enn for øvrig matindustri fra 2010 til 2020
- Lavere vekst i omsetning for norske bakere og konditorer er ikke ensbetydende med at forbrukerne konsumerer mindre bakevarer i forhold til andre produkter. Grafen presenterer kun utviklingen i tilbudssiden fra norske aktører, og er ikke heldekkende for eksempel for utvikling i import av bakevarer. I tillegg viser grafen verdiutvikling og ikke volumutvikling. Forskjellen i vekst mellom bakevarer og øvrig matindustri kan også forklares av forskjeller i utvikling av salgsverdi, og ikke nødvendigvis utvikling av salgsvolum.

Indeksert omsetningsvekst etter næringskode, 2010-2020.*

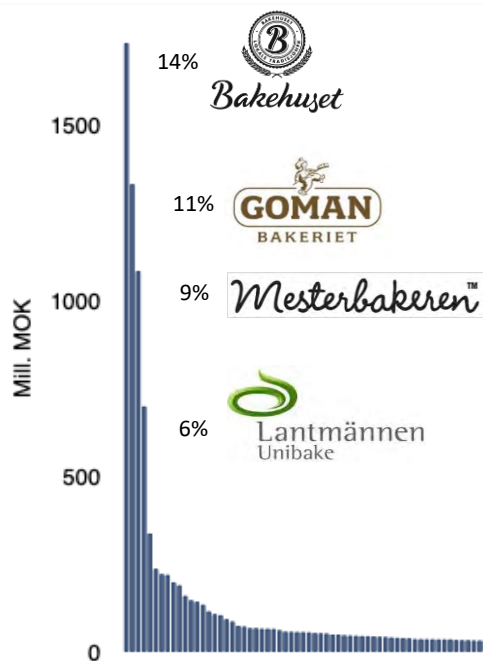
Indeks, 2010=100



*Ikke inflasjonsjustert.

Omsetningskonsentrasjon i Norge (2020)

Norsk baker og konditorbransje preges av få store og mange små



- Bedriftene som omsetter for mer enn 50 mill. NOK utgjør 6% av bedriftene, men står for 67% av omsetningen i markedet
- Bedriftene som omsetter for mindre enn 5 mill. NOK utgjør 50% av bedriftene, men står for kun 4% av omsetningen i markedet
- Siden forrige rangering i 2014 har Bakehuset fortsatt førsteplass, mens Goman har overtatt andreplassen fra Masterbakeren

Antall bedrifter og samlet omsetning fordelt etter størrelse på bedrift, 2020

	>50 mill. NOK	25-50 mill. NOK	10-50 mill. NOK	5-10 mill. NOK	<5 mill. NOK
Antall bedrifter	35	30	104	124	290
Samlet omsetning (mill NOK)	8 298	1 148	1 630	884	519
Andel av total omsetning	67%	9%	13%	7%	4%

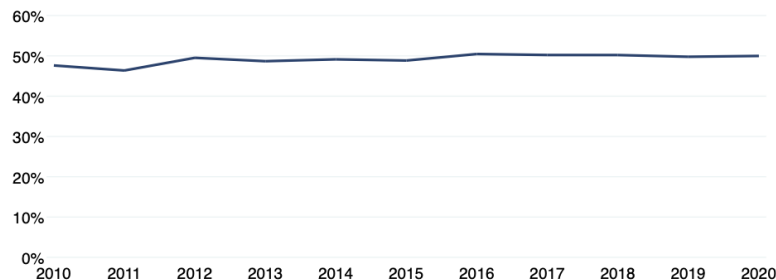
Utvikling i markedskonsentrasjon (2010-2020)

Stabil omsetning hos de 10 største aktørene og stabil markedskonsentrasjon

- Andelen omsetning hos de 10 største aktørene har vært stabil og rundt 50% de siste 10 årene
- Den totale markedskonsentrasjonen (Herfindahl indeks) har vært relativt stabil med en jevn økning fra 2011 til 2016 og deretter en svak reduksjon
- Den største aktøren, Bankerhuset/Bakers andel av markedet har vært stabil og rundt 13% fra 2012

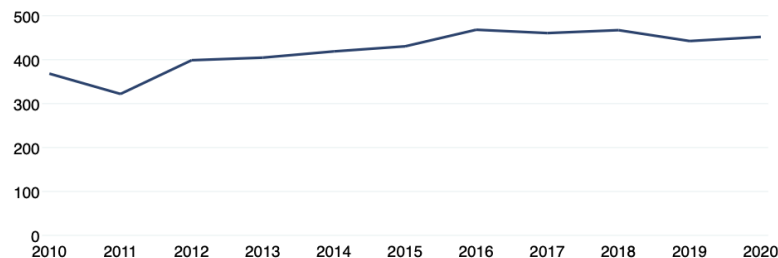
10 største aktørene andel av markedet 2010-2020

Prosent



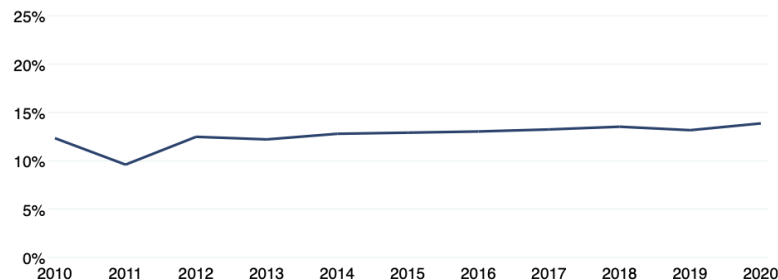
Konsentrasjonsindeks (Herfindal) i baker- og konditormarkedet 2010-2020

Herfindal indeks



Bakerhuset (Bakers) andel av markedet 2010-2020

Prosent

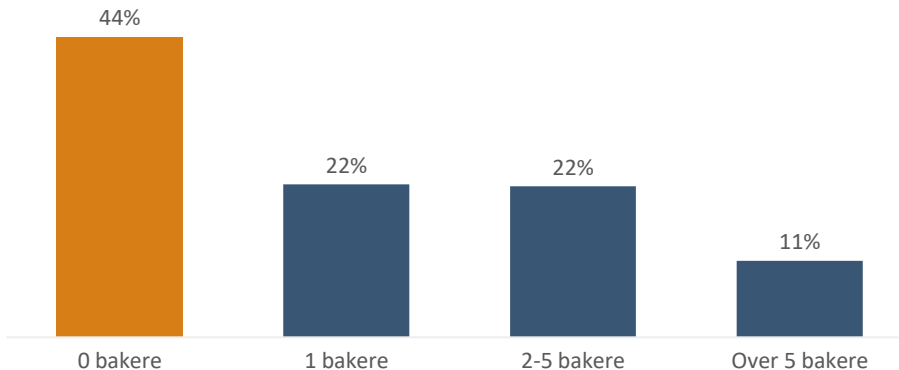


Geografisk utbredelse

Fire av ti norske kommuner har ikke et utsalgs- eller produksjonssted av baker- og konditorvarer

- Nesten halvparten av norske kommuner har ikke et utsalgs- eller produksjonssted som spesialiserer seg på salg av bake- og konditorvarer.*
- I tillegg har en av fem kommuner kun ett baker- og konditorutsalg. Kun en av ti norske kommuner har over 5 bakevareutsalg.
- Det lokale bakeriet eller konditoriet kan være veldig viktig for lokalsamfunnet og for forbrukerne. Likevel er det begrenset hvor mye produkter et bakeri kan ha, og på mindre steder med færre utsalgssteder blir derfor valgmulighetene for forbrukeren lavere.
- Uten lokalt bakeri eller konditori må mange norske forbrukere forholde seg til dagligvarebutikkene for å kjøpe sine bakevarer, og konkurransepresset bakeriet utgjør mot dagligvarebutikkene svekkes. Gjennom redusert konkurransepress er det risiko for redusert kvalitet eller økte priser på bakervarer.
- En positiv utvikling er at det har vært en økning i antall kommuner med minst et utsalgs- eller produksjonssted av baker- og konditorvarer, fra ca. 51 prosent i 2010 til ca. 56 i 2020.

Andel kommuner med og uten utsalgs- eller produksjonssted av baker- og konditorvarer, 2020
Prosent

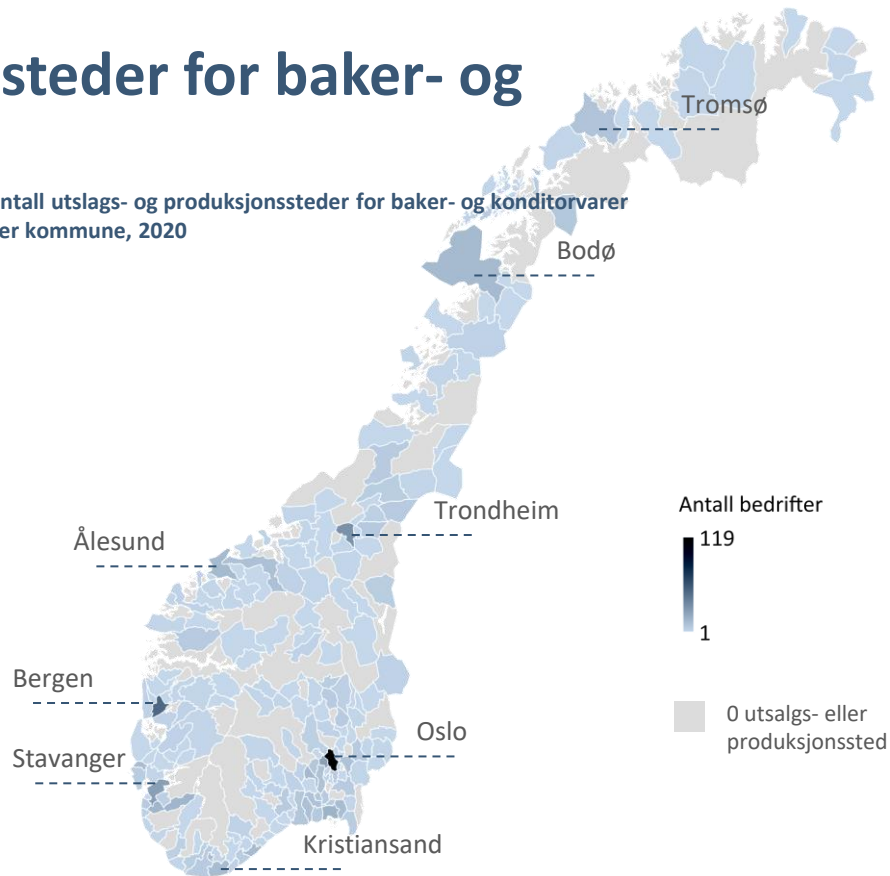


*Merk at denne analysen kun inkluderer de bedriftene som vi har inkludert i baker- og konditorvarebransjen. Den inkluderer for eksempel ikke dagligvareaktører, som også selger baker- og konditorvarer.

Flest utslags- eller produksjonssteder for baker- og konditorvarer i store byer

- Det er flest baker- og konditorutsalg i de store byene. Aller flest utsalgssted har Oslo.
- I forhold til antall innbyggere, er det likevel ikke så mange flere bakervareutsalg i de store byene enn i andre kommuner med utsalgssted. Dette forklares til dels av at allerede ett utsalgssted i en liten kommune gjør at antall utsalgssted per innbygger kan bli høyt.
- Selv om antall utsalgssted per innbygger ikke er høyere i de store byene, er likevel bakevareutvalget bredere takket være flere ulike bakerier. Med flere utsalgssted er det rom for nisjeproduksjon og spesialisering, noe som gjør at forbrukeren har tilgang til mye flere ulike typer av bakevarer i storbyene enn i en gjennomsnittlig norsk kommune.
- En konsentrasjon av produksjonssted kan også være problematisk fra et bærekraftperspektiv. Med konsentrert produksjon blir avstandene ut til forbruker lengre. Ettersom bakevarer er ferskvarer kan dette gjøre at matsvinnet øker og i tillegg øker transportbehovet. Begge faktorene øker ressursbruken fra produksjon av bakevarer. Utover økt ressursbruk betyr også en slik struktur på bakevarebransjen at bakevarene ikke er like ferske når de når ut til forbruker.

Antall utslags- og produksjonssteder for baker- og konditorvarer per kommune, 2020

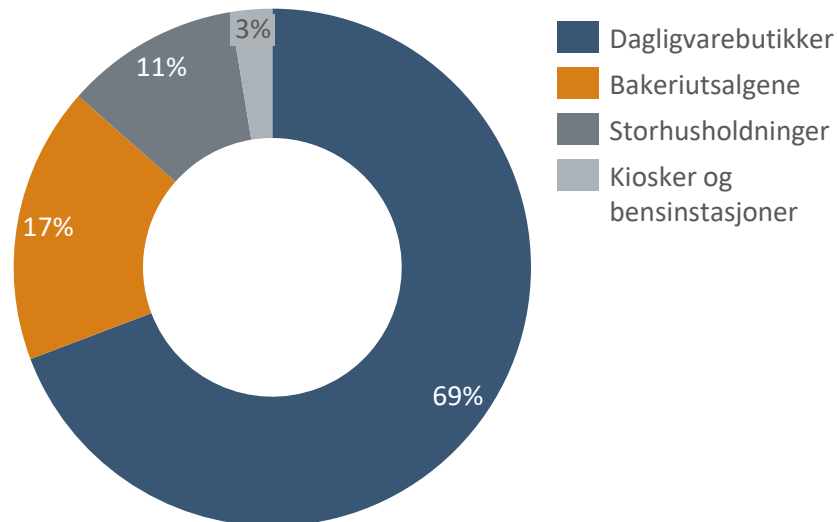


Salgskanaler

Over to tredeler av bakevarer når forbruker gjennom dagligvarebutikkene, og andelen har økt over tid

- Totalt ble det i 2020 kjøpt inn bakervarer for om lag 14,7 mrd. kroner basert på Flelands statistikk.
- Dagligvarekjedene dominerer bakervaremarkedet, men bakeriutsalg som Godt Brød, Baker Hansen og Åpent Bakeri er nest størst og har holdt stand.
- Det er en tydelig økning i andelen av bakevarer som selges gjennom dagligvareaktørene. I 2020 utgjorde salg i dagligvarebutikker 69 prosent av alle innkjøpte bakevarer. Til sammenligning utgjorde de 63 prosent i 2013.*
- Dagligvare har tatt markedsandeler fra både bakeriutalgene og storhusholdninger.
- Distribusjon: Målt i verdi distribueres om lag 58 prosent direkte og om lag 42 prosent via fullsortiments dagligvare- og storhusholdningsgrossister. Andelen grossister har vært stabil de siste årene. Grossistene er hovedsakelig dagligvareaktørene Coop Norge Distribusjon, REMA 1000 og NorgesGruppens Asko med tilhørende servicehandel, storhusholdningsgrossister og storcash.

Innkjøpte bakevarer fordelt etter salgskanal målt i verdi, 2020. Kilde: Fleland (2021)
Milliarder kroner



*Fleland Bakervarebransjen i Norge 2014/2015

Økt salg av bakevarer i dagligvarebutikker kan bidra til å begrense utvalget for forbrukere

- Å kjøpe bakevarer i dagligvarebutikker er lettvis for mange forbrukere som uansett jevnlig handler i dagligvarebutikker. For noen forbrukere kan imidlertid dagligvare være det eneste stedet å kjøpe bakevarer i mangel på lokale bakerier.
- Utvalget i dagligvarebutikker er ofte snevrere enn hos bakerier/konditorier og forbrukeren har et begrenset utvalg. I Norge har vi en desentralisert dagligvarebransje, med mange og små butikker, som har færre varelinjer enn dagligvarebutikker i for eksempel Sverige har. En av grunnene til dette er at vanlige svenske butikker er større enn norske, samtidig som det er færre butikker per innbygger i Sverige.*
- Økt salg av bakevarer gjennom dagligvare kan derfor bidra til at bredden i bakevareutbudet reduseres. Mange små dagligvarebutikker med få varelinjer i kommuner uten baker- og konditoriutsalg gjør at forbrukernes utvalg begrenses.
- Økt salg av bakevarer i dagligvarebutikk kan imidlertid også være med på å øke utvalget og bredden av bakevareprodukter i dagligvarebutikker. Økt utvalg i dagligvarebutikker vil igjen kunne øke konkurransen mot de uavhengige bakeriene og de horisontale kjedene.

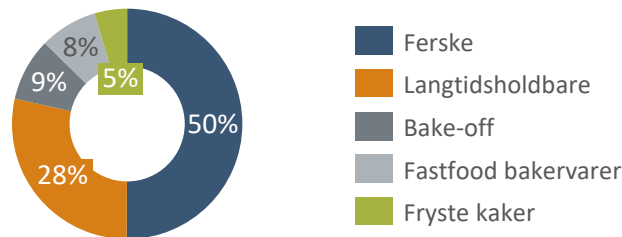


*Se Utvalget av mat og drikke i norsk og svensk dagligvare, Menon-publikasjon nr. 56/2016. I denne rapporten finner vi at i butikker av lik størrelse i Sverige og Norge er antall varelinjer ganske likt, men svenske butikker er mye større enn de norske.

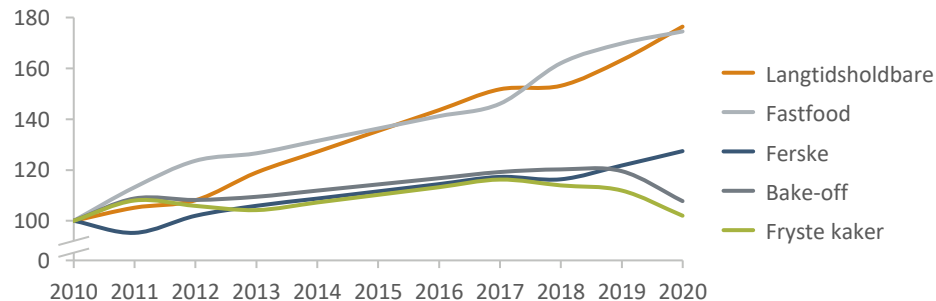
Ferske bakevarer utgjør det største markedssegmentet, men langtidsholdbare vokser raskest

- Ferske bakevarer utgjør halvparten av bakevaremarkedet. Av dette er brorparten ferske brødvare.
- Om lag 21 prosent av markedet består i dag av bake-off, fastfood og fryste kaker. Mesteparten av disse segmentene selges gjennom dagligvarebutikkene og storhusholdningssegmentet.
- Langtidsholdbare og fastfood bakevarer har hatt høyest omsetningsvekst siden 2010. Salg av ferske bakevarer har hatt en god omsetningsvekst de siste to årene, mens salg av både bake-off og fryste kaker er blitt redusert.
- Salget av bake-off ble kraftig redusert i 2020 som en følge av koronapandemien. Dette er knyttet til redusert omsetning i storhusholdningssegmentet, og forventes å øke igjen når tiltakene reduseres. Dette forklarer til dels også nedgangen i omsetningen av fryste kaker i 2020, men dette segmentet har hatt en nedadgående trend også før pandemien.

Bakevaremarkedet fordelt etter produktsegment 2020, målt i verdi. Kilde: Flestrand (2014 og 2021)
Prosent



Indeksert omsetningsvekst i etter produktsegment*. Kilde: Flestrand (2014 og 2021)
Indeks, 2010=100



*Tall for 2014, 2015 og 2016 er estimert. Ikke inflasjonsjustert.

Vertikal integrasjon

3 vertikalt integrerte aktører står for 1/3 av omsetningen

- De tre vertikalt integrerte industriprodusentene Bakers, Goman og Mesterbakeren omsatte for 4,1 mrd. NOK (33%) i 2020
 - Til sammenligning oppgir Flesland at dagligvarebutikkene står for innkjøp av ca. 70 prosent av alle bakevarer i 2020. Selv om Fleslands kartlegging også omfatter import, betyr dette at dagligvareaktørene også kjøper inn og omsetter bakevarer som produseres av andre enn de vertikalt integrerte aktørene.



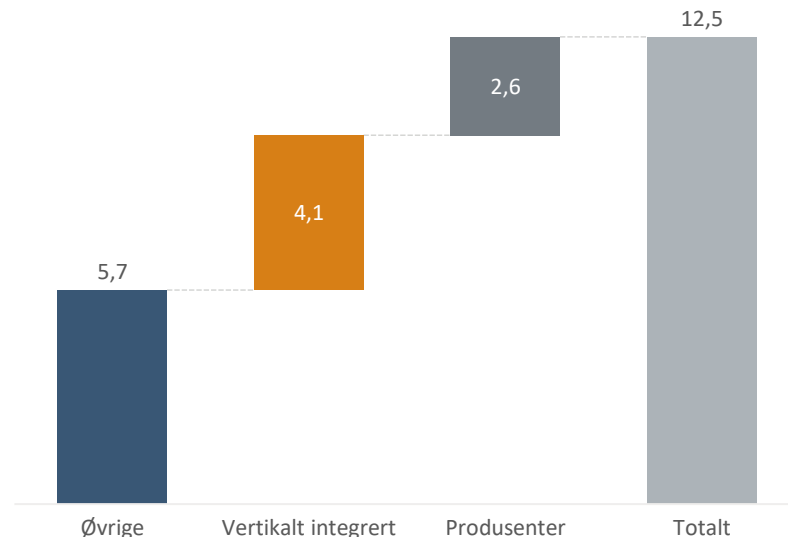
- 21 store produsenter omsatte for 2,6 mrd. NOK (21%) i 2020*



- Øvrige, herunder uavhengige bakerier og horisontale kjeder, omsatte for 5,7 mrd. NOK (46%) i 2020



Omsetning til norske bakere og konditorer fordelt etter type aktør, 2020
Milliarder kroner

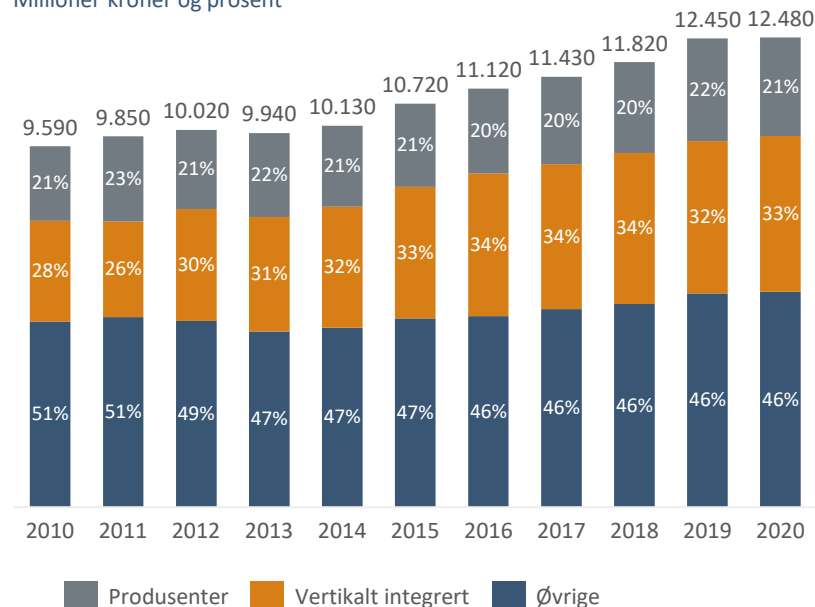


*Merk at store produsenter kun inkluderer bedrifter med næringskoder som omfatter bakere og konditorer. Flesland nevner Orkla Foods Norge avd. Stabburet Vigrestad og O. Kavli AS som store produsenter. Disse er ikke inkludert da omsetningen til disse selskapene er kategorisert under andre næringskoder og omsetningen inkluderer mer enn bakevarer. Merk også at AS Pals er inkludert som produsent i våre data, mens de er kategorisert som «andre leverandører» i Fleslands data.

Vertikalt integrerte aktører og store produsenter øker markedsandel

- Bakervarebransjen kjennetegnes av at det er noen få store og mange små aktører. Gjennomsnittsbedriften er liten sett i forhold til annen norsk matindustri, og hovedtyngden av bransjens omsetning kommer fra små bedrifter med under 100 ansatte. Det er likevel høy grad av vertikal integrering, særlig i industriledet ved eierskap fra enten nedstrømsiden (dagligvareaktører).
- **Omsetningen i alle gruppene har økt fra 2010 til 2020, men mest har omsetningen økt for de vertikalt integrerte.**
- **Andelen av markedet for de «vertikalt integrerte» industriprodusentene har økt de siste 10 årene, mens andelen av markedet for «øvrige» bedrifter, herunder uavhengige bakerier og horisontale kjeder, er redusert de siste 10 årene.**
- Det er flere store horisontale bakevarekjeder i Norge som ikke er vertikalt integrert med dagligvare eller eid av store produsenter. Konsentrasjonen i denne delen av markedet er likevel vesentlig lavere enn i markedet ellers.
 - Av øvrige bedrifter hadde seks aktører omsetning på over 100 mill. NOK.
 - De tre største, Bakehuset Nord-Norge (220 mill.), Baker Brun, inkluderer Baker Brun produksjon (125 mill.), og Baker Hansen (190 mill.) hadde alle omsetning på under 2% av totalomsetningen for bransjen og under 4% av omsetning for «øvrige» i 2020.

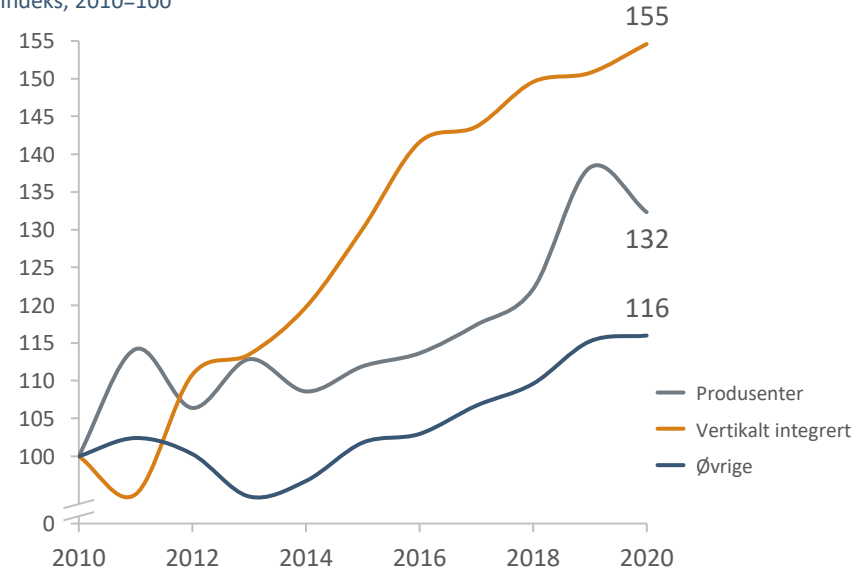
Omsetning 2010-2020 fordelt etter type aktør
Millioner kroner og prosent



De vertikalt integrerte vokser raskest

- De «vertikalt integrerte» vokser raskere enn «øvrige» uavhengige bakerier og horisontale kjeder.
- De «vertikalt integrerte» har hatt en jevn vekst og økt omsetningen med 55% siden 2010.
- Det er Westend Bakeri AS som står for størsteparten av omsetningsøkningen for store «produsenter» fra 2018 til 2019, med en økning på 230 mill. NOK etter de ble en del av Scandza. Det er tvilsomt at dette kun er organisk vekst. Dersom man ser bort fra Westend Bakeri AS, har store «produsenter» en total omsetningsvekst på 15% siden 2010.
- Omtrent halvparten av store «produsenter» hadde lavere omsetning i 2020 sammenlignet med 2019 og totalt gikk omsetningen ned med om lag 120 mill. NOK for store «produsenter». Det kan ha sammenheng med koronapandemien og reflekterer ikke nødvendigvis en vedvarende trend.
- «Øvrige» har hatt jevn og moderat vekst på 16% siden 2010.

Indeksert omsetningsvekst til norske bakere og konditorer, 2010-2020.*
Indeks, 2010=100



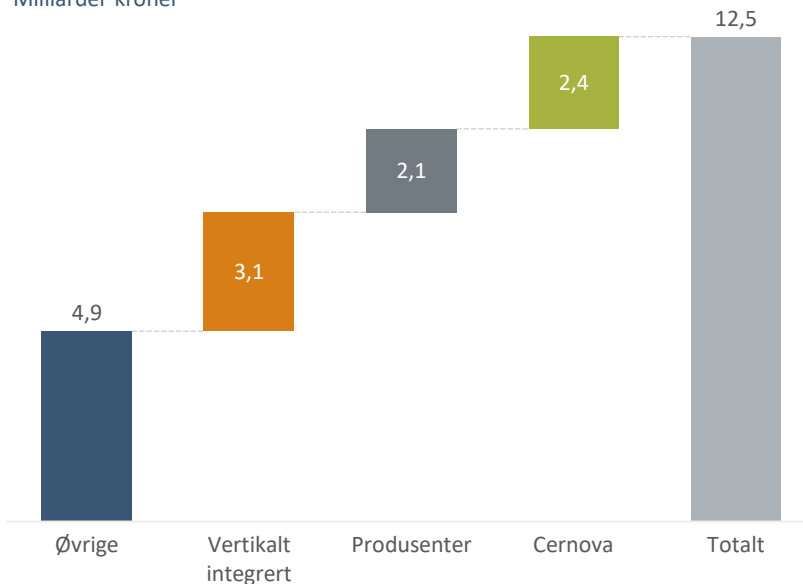
*Ikke inflasjonsjustert.

Cernova har betydelig eierskap i baker- og konditorbransjen

- Cernova er et næringsmiddelproduksjonskonsern som er deleid av samvirket Felleskjøpet Agri AS. De er store oppstrøms innen produksjon, salg og distribusjon av matmel. I tillegg har de eierskap i industribakerier og bakevareutsalg, og har også aktivitet innenfor annen næringsmiddelproduksjon.
- Totalt har Cernova betydelige eierinteresser i bakevarebransjen. **Hvis vi inkluderer omsetningen til alle bedrifter der Cernova eier over 25 prosent, har Cernova totalt 2,4 mrd. NOK eller 19 prosent av den totale omsetningen i baker- og konditorbransjen.***
- Cernova eier 100% av Mesterbakeren (som leverer til Rema 1000) og Norgesbakeriene Holding AS. Gjennom Norgesbakeriene Holding AS har de eierandeler på under 100% i en rekke selskaper innen baker- og konditorbransjen, herunder blant annet Baker Brun og Nærbakst gruppen.
- Cernova har eierskap innen alle de tre kategoriseriene: øvrige aktører, vertikalt integrerte aktører og produsenter. Derfor blir omsetningen i alle disse kategoriene lavere i figuren til høyre der vi skiller ut Cernovas omsetningen, enn de er i figuren på s. 23.

Omsetning til norske bakere og konditorer fordelt etter type aktør, 2020

Milliarder kroner



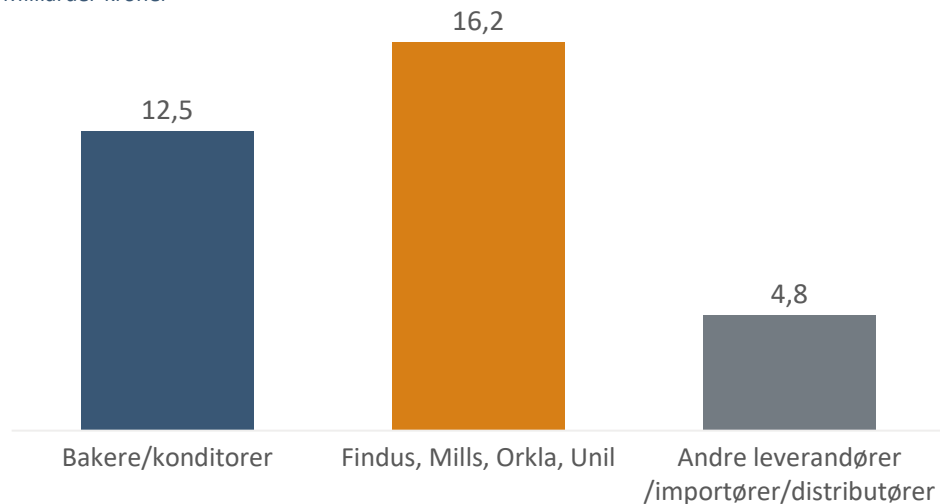
*Omsetning til Cernova inkludert eierskap av Mesterbakeren og alle bedrifter der Cernova har over 25% eierskap innen baker- og konditorbransjen. Mesterbakeren 1,1 mrd. NOK, 50-99% eierskap 568 mill NOK, 25-49% eierskap 724 mill NOK

Leverandører, importører og distributører

Bakere og konditorer møter konkurranse fra store internasjonale leverandører og importører

- Importører, agenter, forhandlere og grossister som enten kun leverer bakervarer, eller har bakervarer som del av sitt øvrige sortiment, hadde i 2020 en omsetning på totalt 21 mrd. NOK*
- Flere av aktørene i dette segmentet håndterer en mye bredere varegruppe enn kun bakevarer. Dette betyr at omsetningene for aktørene ikke er direkte sammenlignbar med omsetningen for bakere/konditorer. Likevel møter norske bakere og konditorer også konkurranse fra denne aktørgruppen, og derfor er det relevant og se på hvordan utviklingen i denne bransjen har vært sammenlignet med baker- og konditorbransjen, se s. 29.
- Bedrifter med betydelig omsetning som håndterer en mengde forskjellige produkter i tillegg til bakervarer er skilt ut i et eget segment i figuren til høyre: Findus Norge AS, Mills AS, Unil AS og Orkla Confectionary & Snacks Norge AS og Idun Industri AS (eid av Orkla). Disse hadde en omsetning på 16,2 mrd. NOK i 2020
- 14 «andre leverandører/importører» omsatte for 4,8 mrd. NOK i 2020:

Sammenligning av omsetning for bakere/konditorer og leverandører, importører og distributører, 2020
Milliarder kroner



- lett & like!

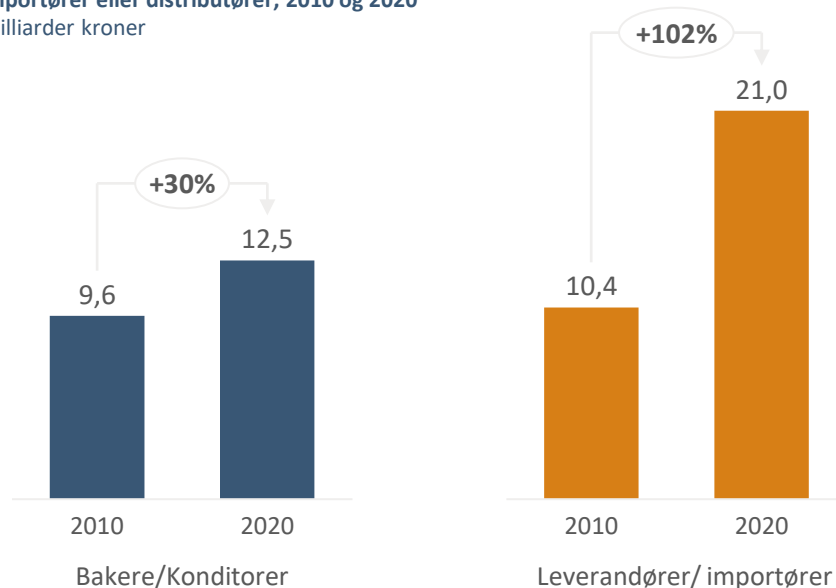


*Merk at importører, agenter, forhandlere og grossister har andre næringskoder enn de næringskodene som omfatter bakere og konditorer.

Leverandører/importører har hatt en høyere omsetningsvekst enn bakere og konditorer de siste 10 årene

- Bakevarebransjen opplever konkurranse fra importører, agenter, forhandlere og grossister av bakervarer. Dette er aktører som de siste 10 årene har hatt en vesentlig sterkere omsetningsvekst enn bakevarebransjen.
- Omsetningen for importører, agenter, forhandlere og grossister doblet seg fra 2010 til 2020. Omsetningen for «andre leverandører/importører» eksklusive Findus, Mills, Unil og Orkla Conf & Snacks økte med 2,3 mrd. NOK fra 2010 til 2020, en økning på om lag 70 prosent.
- Til sammenligning økte omsetningen for «bakere/konditorer» med 2,9 mrd. NOK fra 2010 til 2020, eller 30 prosent.
- Omsetningen til leverandører og importører utgjør flere ulike produktsegment, og denne økningen representerer ikke kun et økt salg av bakevarer. Det er likevel grunn til å tro at også salg av bakevarer fra leverandører og importører har økt.
- **At salg av bakervarer i større grad skjer gjennom leverandører/importører kan bidra til ytterligere økt salg av bakervarer i dagligvarebutikker.**

Sammenligning av utvikling i omsetning for bakere/konditorer og leverandører, importører eller distributører, 2010 og 2020
Milliarder kroner



Import og eksport

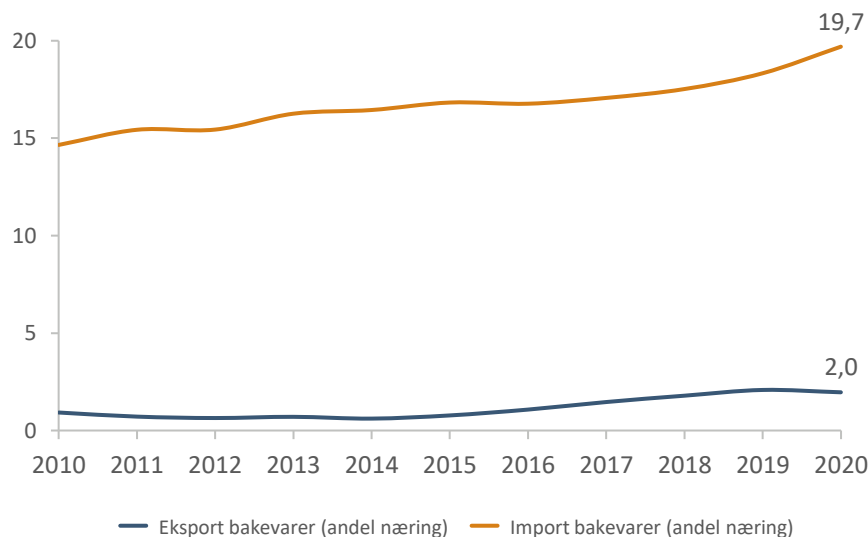
Andelen import av totalomsetningen i bransjen øker og utgjør i dag 20 prosent

- Andelen import av den totale omsetningen i næringen har økt fra 15 prosent i 2010 til 20 prosent i 2020
- Dette betyr at stadig færre bakervarer som selges i Norge er produsert her til lands.
- Andelen eksport av den totale omsetningen i næringen har økt, men eksport utgjør en liten andel av verdien i næringen (2 prosent i 2020).
- I følge SSB, ble det importert bakevarer for 2,9 mrd. NOK i 2020 sammenlignet med 1,6 mrd. NOK i 2010. Import av bakervarer har økt gjennom hele perioden, og veksten var ekstra høy fra 2018 til 2020. Totalt har import av bakevarer økt med om lag 85 prosent siden 2010.
- Eksport av bakervarer også økt i perioden, men det eksporteres vesentlig mindre bakervarer enn det importeres, 290 mill. NOK i 2020.
- Veksten i eksport flatet ut fra 2019 til 2020. Dette kan ha sammenheng med koronapandemien og reflekterer ikke nødvendigvis en vedvarende trend.

Eksport og import av bakevarer som andel av totalomsetning i bransjen, 2010-2020.

Kilde: Menon Economics basert på SSB og Flesland*

Prosent

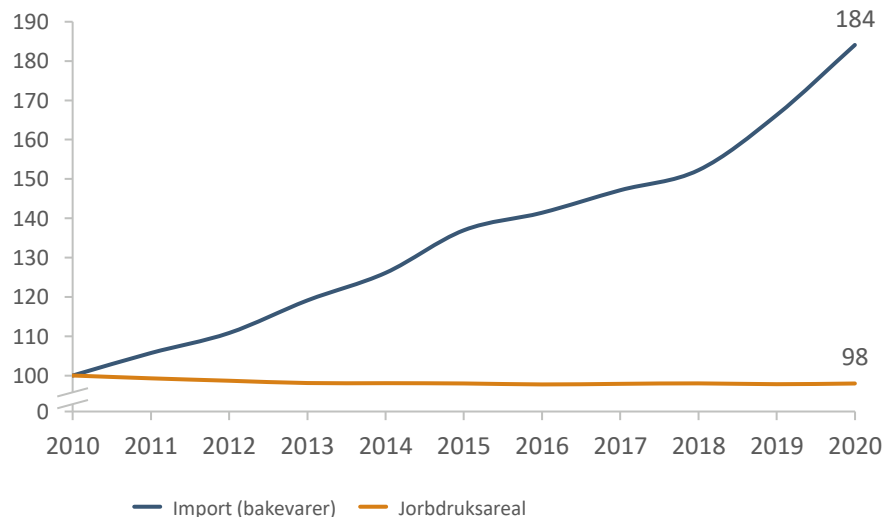


*Vi brukt totalomsetningen estimert av Flesland for å beregne andelen import og eksport av totalomsetningen i baker- og konditorbransjen ettersom denne inkluderer estimat på import av bakevarer

Mens importen av bakevarer øker reduseres det norske jordbruksarealet

- Målt i verdi har importen av bakevarer til Norge nesten doblet seg de siste 10 årene.
- Samtidig er det en nedadgående trend i norsk jordbruksareal. Det har vært et reduksjon i jordbruksarealet på 2 prosent de siste 10 årene. Det tilsvarer over 210 000 dekar mindre jordbruksjord. Det har vært en nedadgående trend i jordbruksarealet fra tidlig 2000-tall. En rapport fra SSB og NIBIO viser også at det i stor grad er jord av høy kvalitet som blir bygget ned, og at mye av jorden gjøres om til boligområder.*
- Økt import og redusert produksjonsareal er uheldig med tanke på norske arbeidsplasser og verdiskaping. I tillegg gjør det at selvforsyningsgraden reduseres. Selvforsyningen er særlig utsatt når befolkningsveksten samtidig gjør at etterspørselen av matvarer øker.

Indeksert økning i import av bakevarer, målt i verdi, og reduksjon i norsk jordbruksareal, 2010-2020. Kilde: Menon Economics basert på SSB
Indeks, 2010=100



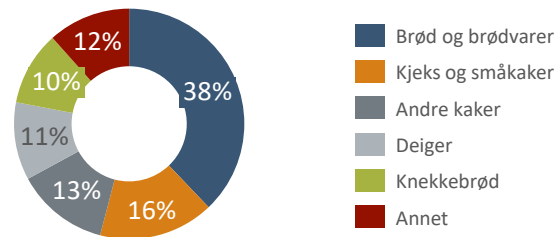
*Nedbygging av jordbruksareal. En kartbasert undersøkelse av nedbygging og bruksendringer av jordbruksareal. SSB, 2017/14.

Økt import av alle varegrupper, mest importeres det brød og brødvarer

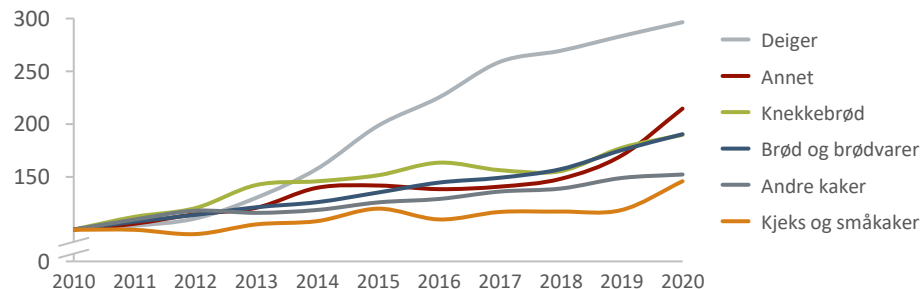
- Importen av alle varegrupper har økt de siste 10 årene. I prosent har veksten vært høyest innenfor kategorien deiger (tredobling av import målt i verdi), som utgjør likevel kun 10 prosent av den totale importen. Industrien i Norge bruker mye importerte deiger i sin produksjon. Deiger kategoriseres som en del av bake-off i Fleslands statistikk.
- Den største importkategorien er brød og brødvarer. Dette er en bred kategori som inkluderer bagetter, rundstykker og pølsebrød. Denne har nesten doblet omsetningen siden 2010. Kategorien inneholder blant annet halv- og forstekte brød, som kategoriseres under bake-off i Fleslands statistikk.
- Import av varegrupper som inneholder bake-off har følgelig økt de siste 10 årene. I Fleslands statistikk er det en reduksjon i salget av bake-off under pandemien i 2020 som altså ikke reflekteres i importtallene. Det er nærliggende å tro at import av bake-off har økt også i 2020, men på grunn av at varegruppene omfatter mer enn bake-off kan vi ikke utelukke at økningen også kan skyldes fastfood-bakevarer som pølsebrød eller økt import av langtidsholdbare varer som ikke er inkludert under kategorien knekkebrød.

*Ikke inflasjonsjustert.

Import av bakevarer i 2020, fordelt etter kategori. Kilde: SSB
Prosent



Indeksert omsetning i import av bakevarer*. Kilde: SSB
Indeks, 2010=100



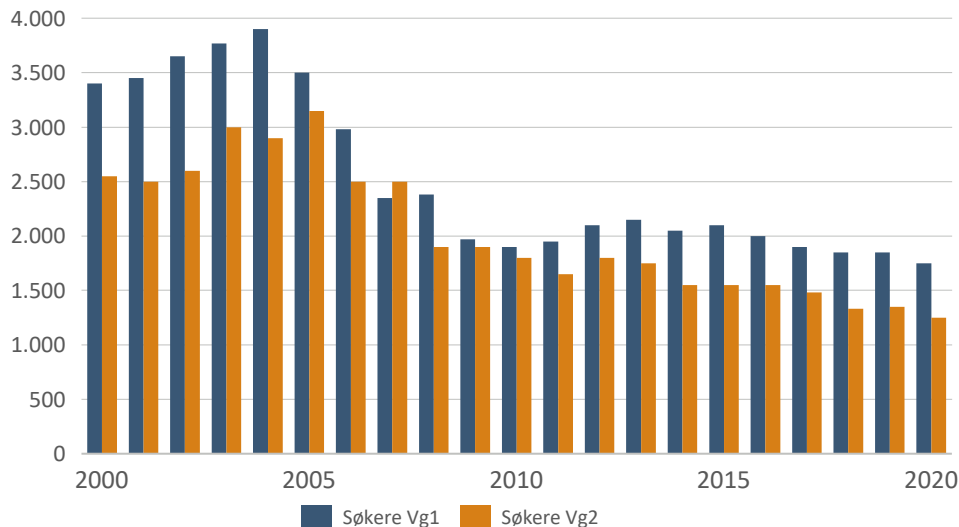
Fagutdanning

Fagkompetanse er avgjørende for at baker- og konditorbransjen skal fortsette å utvikle seg og bidra til verdiskapingen i Norge

- Antall søkende til restaurant- og matfag har vært stadig nedadgående de siste 20 årene. Trenden er nedadgående for alle fagområder innenfor feltet, inklusive konditor og baker.
- Regjeringen Solberg vedtok i januar 2020 å sette ned et rådgivende utvalg for rekruttering til mat- og måltidsbransjen. Utvalget skriver i sin rapport fra 2021 at «Fagkompetanse er avgjørende for at bransjen skal fortsette å utvikle seg og bidra til verdiskapingen i Norge»* Utvalgets første anbefaling var at det bør innføres en læreplassgaranti.
- Hovedfunnet i en rapport fra Fafo i 2016** var at rekruttering til faget i dag er den største utfordringen til restaurant- og matfag.
- Fafo skriver også i rapporten at det er kritisk få lærlinger som kommer inn til matindustrien fra skolesystemet i mange av matfagene. De skriver at det er vanskelig å vite om dette er på grunn av at bedriftene har valgt andre rekrutteringsstrategier, eller om rekrutteringsstrategiene har blitt annerledes ettersom antall lærlinger har vært så lavt.
- For at fagutdanningen skal bestå i disse fagene, konkluderer rapporten med at det er nødvendig at myndigheter, skole og bransje gjør utdanningen attraktiv og sikrer fagutdannede en plass i bedrifter.

Antall søkende til restaurant- og matfag 2000-2020. Kilde: Uten fagarbeidere – ingen matnasjon (2021) basert på udir.no.

Indeks, 2010=100



*Rapport fra Rådgivende utvalg for rekruttering til mat- og måltidsbransjen. Uten fagarbeidere – ingen matnasjon. Februar 2021

** Rekruttering, frafall og overgang til læreplass på restaurant- og matfag. Fafo 2016.



TILSTANDSANALYSE AV DET NORSKE BAKEVAREMARKEDET