

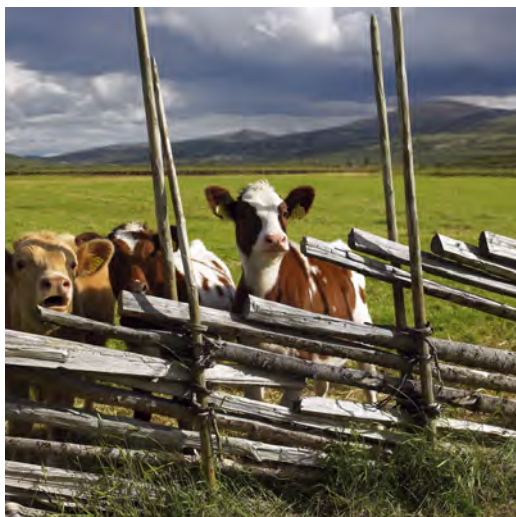
# Bondens marked<sup>®</sup>

//////



## Håndbok

Sist revidert 2015





## Forord

Denne håndboka inneholder viktig informasjon om regler, konsept og drift av Bondens marked. Fordi Bondens marked er i stadig utvikling vil håndboka bli revidert med jevne mellomrom. Gjeldende versjon ligger alltid på våre hjemmesider. Lokale vedtekter må alltid være i samsvar med håndboka.

Bondens marked er et beskyttet merke, eid og kontrollert av Stiftelsen Bondens marked Norge. Dette betyr at bare de markedene som har inngått en skriftlig avtale og forpliktet seg til å følge reglene har rett til å bruke vårt navn og logo. Dette er viktig for å beskytte Bondens marked som et kvalitetsbegrep som igjen gir merverdi for produsentene.

Det er et mål at Bondens marked skal være så enkelt og lite byråkratisk som mulig. Det er imidlertid nødvendig å ha klare regler som alle forplikter seg til å følge. Dette er avgjørende for å sikre at vi holder det vi lover: *Kortreiste og unike produkter, rett fra produsenten.*

Når vi stiller strenge krav til produsentene som skal delta, kan vi ikke tillate at noen "tar snarveier" for å øke egen inntjening. For å sikre rettferdig konkurranse produsentene i mellom, og for å bevare vår troverdighet, er det nødvendig med streng håndheving av reglene.

Alle som er engasjerte i Bondens marked må derfor bidra til at reglene i denne håndboka blir fulgt. På den måten kan vi hegne om det mest verdifulle ved Bondens marked: *Tilliten mellom produsentene og kundene.*



## Innholdsfortegnelse

1	Kort om Bondens marked.....	4
2	Kriterier for å få selge på Bondens marked .....	4
2.1	Hovedkriterier .....	4
2.2	Matproduksjon på norske råvarer basert på norske ressurser	
2.3	Må alle råvarer være sporbare?.....	5
2.4	Fairtrade/rettferdig handel .....	6
2.5	Salg av håndmat .....	6
2.6	Salg og servering av alkohol .....	7
3	Mål og prioriteringer for Bondens marked .....	7
4	Nye produsenter, andelsmedlemskap og gjesteprodusenter .....	8
5	Bondens marked er primært et matmarked .....	8
6	Relevant lovverk og kvalitetssikring.....	9
7	Forsikring av egne ansatte, kunder og produkter.....	10
8	Felles profil og egen stand og opptreden.....	10
9	Deltakeravgift, andelsmedlemskap og serviceavgift .....	11
10	Innrapportering av omsetningstall.....	11
11	Opprigging og nedrigging .....	11
12	Sanksjoner .....	12
13	Organisering og ansvar .....	13
13.1	Det lokale Bondens marked sine ansvarsområder .....	13
13.2	Bondens marked Norge sine ansvarsområder .....	14
14	Kommunikasjonsplattform.....	14
15	Logo og grafisk profil.....	16
16	Praktisk gjennomføring av markedet .....	18
16.1	Forutsetninger for å starte opp nye markeder.....	18
16.2	Formelle forhold.....	18
16.3	Åpningstider.....	18
16.4	Valg av sted .....	18
16.5	Oppstart på nytt sted .....	19
16.6	Aktivitetsplan.....	19
16.7	Markedsføring .....	19
16.8	Viktige faktorer ved organisering av markedet .....	19
16.9	Parkering, lasting/lossing og vakthold .....	19
16.10	Telt og materiell .....	20
16.11	Hygiene og renhold på markedet.....	20
16.12	Infostand/infotavle .....	20
16.13	Servering .....	21
16.14	Hva passer ikke inn på Bondens marked .....	21
17	Rekruttering av produsenter .....	21
18	Serviceavgift og fastsetting av deltakeravgift .....	21
19	Forsikring av ansatte og markedsplassen .....	22
20	Beredskapsplaner .....	22
21	Kurs og kompetansehevende tiltak .....	23
22	Vedlegg til Håndbok for markedsleder og styre .....	23





# Del 1 - for produsenter

Denne delen inneholder viktig informasjon for produsenter ved Bondens marked.

## 1 Kort om Bondens marked

Bondens marked ble etablert i Norge i 2003 etter modell fra det internasjonale konseptet Farmers Market. Bondens marked er et beskyttet merke, eid av Stiftelsen Bondens marked Norge. Bruk av navn, logo og varemerke forutsetter at det er inngått skriftlig avtale med Bondens marked Norge.

Stifterne bak Bondens marked Norge er Norsk Landbrukssamvirke, Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, HANEN og Oikos – Økologisk Norge. Mer informasjon om Bondens marked finnes på [www.bondensmarked.no](http://www.bondensmarked.no)

### Formålet med Bondens marked

- Bondens marked skal være en lavterskel salgs- og markedsføringskanal for lokalprodusert småskalamat.
- Bondens marked skal bidra til større matmangfold i Norge.
- Bondens marked skal være en møteplass mellom forbrukere og matprodusenter, og en arena for alliansebygging.

## 2 Kriterier for å selge på Bondens marked

### 2.1 Hovedkriterier

- Råvarene skal være lokale og sporbare.
- Foredlingen skal ha et håndverksmessig og småskala preg.
- Produsent(en) skal selv stå for salget på Bondens marked.

Bondens marked er et sted hvor kundene møter bonden ansikt til ansikt. Når nye produsenter vurderes, blir produsenter med direkte tilknytning til primærproduksjonen prioritert. I tillegg blir det gjort en vektning av alle de tre hovedkriteriene. Det betyr at svak oppfylling på ett av punktene kan kompenseres ved høy oppfylling på de andre.

Et eksempel er en småskalaforedler som ikke selv er bonde, men kjøper lokale råvarer etter avtale med én eller flere navngitte produsenter i sitt nærområde. Vedkommende kan delta dersom han/hun står for foredlingen og salget selv. Et annet eksempel er bønder som produserer råvarene hjemme på gården, men som setter bort foredlingen (leieproduksjon) for deretter å delta aktivt i salget. Ulike former for produsentsamarbeid er også ønskelig under alle tre punkter, så lenge hovedintensjonen bak Bondens marked er ivaretatt.



Familiemedlemmer eller ansatte på gården kan også stå for salget på Bondens marked, men da må de ha deltatt i produksjonen og være i stand til å formidle kunnskap om produktene de selger, og hvor og hvordan maten er produsert.

Det er ikke tillatt for produsenter å selge for hverandre, med mindre man reelt samarbeider om råvareproduksjon eller foredling og/eller representerer felles foretak/ produsentsammenslutning. Skjer et samarbeid om en bod, skal det *alltid* framgå hvem som er produsenten av de ulike produkter. Ved produsentsammenslutninger er det krav om at hver deltaker skal delta personlig på minimum ett marked i løpet av sesongen. Delta-kerne må ha fullverdig kunnskap om de andres produkter.

Markedsleder har ansvar for å vurdere helheten i markedet, og kan begrense antall produsentsammenslutninger dersom dette truer med å undergrave selve kjernen i konseptet "et direkte møte mellom produsent og forbruker".

### **Kan produsenter "vokse seg ut" av konseptet Bondens marked?**

For at Bondens marked skal bevare sin troverdighet, er det viktig at produsenter som ikke lenger tilfredsstillt hovedkriteriene sier opp sitt medlemskap.

I utgangspunktet er det ikke volum på produksjonen som definerer en produsent på Bondens marked, men produksjonen skal være småskala i den forstand at den har et håndverksmessig preg.

## **2.2 Matproduksjon av norske råvarer basert på norske ressurser**

Bondens marked skal være et sted der forbrukere kan kjøpe produkter som er basert på norske og fornybare ressurser.

Per i dag er store deler av norsk matproduksjon avhengig av import av bl.a. soya. Bondens marked vil prioritere utbydere som baserer produksjonen sin på lokale og fornybare ressurser. Dette gjelder både landbruk, fiskeoppdrett og utmarksnæring. For eksempel vil vi prioritere produkter basert på villfisk framfor oppdrettsfisk. I tillegg ønsker vi produsenter som tilrettelegger for mest mulig bruk av grovfôr, samt at dyrene skal ha mulighet for naturlig utfoldelse. Derfor vil det fra 2016 ikke være tillatt å selge egg fra burhøns eller benytte slike egg som ingrediens i andre produkter som selges på Bondens marked.

## **2.3 Må alle råvarer være sporbare?**

Både hovedråvaren og øvrige ingredienser og/eller tilbehør skal være sporbare, lokale og norske. Krydder, smakstilsetninger og nøtter skal være norske så sant praktisk mulig.



## Håndmat

For å ivareta profilen til Bondens marked skal produsenter som selger håndmat på markedet alltid tilby egenprodusert tilbehør eller kjøpe tilbehør fra de andre produsentene i det lokale Bondens marked / lokale småskalaprodusenter (f.eks. syltetøy/rømme/hamburgerbrød). Det skal alltid fremkomme hvilken produsent som har produsert tilbehøret.

### Bakervarer og konfekt

Det ble ved oppstart av Bondens marked i 2003 gjort unntak for bakervarer da det ikke var praktisk mulig å få tak i sporbart mel. Det er i dag mulig å få tak i mel fra flere lokale navngitte produsenter i Norge. Dette betyr at produsenter som bruker sporbart mel (helt eller delvis) vil bli foretrukket dersom de ellers fyller kriteriene. I glutenfrie produkter må hovedandelen (mer enn femti prosent) av råvarene være lokale og sporbare.

Når nye produsenter og produkter vurderes framover, vil det være et krav at alle produkter er basert på en overvekt av norske innsatsfaktorer/hovedråvaren produseres i Norge. Det forutsettes at allerede godkjente produsenter av for eksempel konfekt benytter lokale råvarer i fyll/pynt. Tidligere ble det gjort enkelte unntak for hovedråvaren, for eksempel gjaldt dette produkter som konfekt og kransekake.

### Vareutvalg

Dersom du som produsent selger varer i ulike salgskanaler, er det viktig at du er bevisst på hvilke varer som egner seg på Bondens marked. For eksempel bør varer som selges i dagligvarehandelen som hovedregel ikke være en del av sortimentet på Bondens marked. Det samme gjelder varer basert på hovedråvare som ikke er norsk, for eksempel appelsinmarmelade. Bondens marked skal være en alternativ kanal både for produsenter og kunder, og derfor er det mest interessant for kunden å handle varer de ikke finner overalt.

## 2.4 Fairtrade / rettferdig handel

En av målsettingene for Bondens marked er rettferdige priser til bønder i Norge. Det vil underbygge profilen til Bondens marked at man ønsker rettferdige priser også til yrkeskolleger i andre land. For varer som må importeres, for eksempel kaffe, sukker og kakao, anbefaler vi derfor at man kjøper fairtrade-merkede produkter, og at produsenter som gjør dette blir prioritert på markedene.

## 2.5 Salg av håndmat

Det oppfordres til salg av håndmat, så fremt håndmaten følger krav til sporbarhet (se kap. 2.3). Salg av håndmat gir god lukt og god stemning på markedet. Det kan likevel bli for mye håndmat. Markedsleder og styre lokalt kan derfor velge å sette begrensninger på salg av håndmat.



Salg av håndmat alene er likevel ikke nok for å delta som produsent. Produsenten må i tillegg også tilby produkter kundene kan tilberede hjemme. Denne begrensningen settes for at Bondens marked skal fremstå som et matmarked, og ikke som et gatekjøkken.

## 2.6 Salg og servering av alkohol

Det er i utgangspunktet ikke tillatt å selge eller servere alkohol på Bondens marked. Det lokale Bondens marked kan sende en skriftlig søknad til Bondens marked Norge om tillatelse til å søke den aktuelle kommune om salgs- og / eller skjenkebevilling ved spesielle anledninger.

## 3 Mål og prioriteringer for Bondens marked

Det er et langsiktig mål at Bondens marked skal arrangeres hver uke i alle større byer i sesongen. I de største byene kan det være naturlig å arrangere parallelle markeder dersom det er nok produsenter. Noen ganger vil det likevel være nødvendig å begrense antall selgere. Ved stor pågang til et marked vil markedsleder/styret prioritere plass til produsenter etter følgende kriterier:

- Lojale andelseiere som deltar fast.
- Ansiennitet.
- Produkter det er lite av på markedet/unike produkter/sesongprodukter.\*
- Økologiske produkter/produkter der det kan dokumenteres ekstra hensyn til dyrevelferd.
- Produsenter som bruker fairtrade-merkede ingredienser (gjelder råvarer som må importeres).
- Geografisk avstand til markedet.\*\*

*\*Fordelingen av produkter fra de ulike produktkategorier gjelder for markedet som helhet og ikke for den enkelte selger. Det er derfor nødvendig at man ved påmelding, nøye spesifiserer hvilke produkter man planlegger å selge.*

*\*\*Anbefalt maksgrense er 25 mil. Definisjonen av et distrikt kan knyttes til naturlige geografiske forhold (fjelloverganger, fjorder osv.), historiske og tradisjonelle forbindelser mellom et distrikt og byen/tettstedet. Dersom fisk skal tilbys på markedet, må begrensningen knyttes til det tradisjonelle fangstområdet, og ikke til antall kilometer.*



## 4 Nye produsenter, andelsmedlemskap og gjesteprodusenter

En produsent skal først og fremst være lojal overfor sitt lokale Bondens marked. Dersom dette kravet er oppfylt kan han eller hun delta som gjesteprodusent andre steder, eller søke om andelsmedlemskap / være prøveprodusent i andre lokale Bondens marked.

### Nye produsenter (prøveprodusenter)

Produsenter som ikke har andelsmedlemskap i noe lokalt marked kalles prøveprodusenter. For å bli prøveprodusent må du tilfredsstille hovedkriteriene (se kap. 2), og sende inn søknadsskjema til din lokale markedsleder. Det er utarbeidet et standard søknadsskjema som skal brukes for nye produsenter som ønsker å delta, og for etablerte produsenter som ønsker å selge nye produkter. I det siste tilfellet er det kun informasjon om det nye produktet som skal fylles ut. Skjemaene finner du på <http://baksida.bondensmarked.no>

Prøveprodusenter får delta på spesielle vilkår inntil det evt. inngås avtale om andelsmedlemskap i det aktuelle lokale markedet. På denne måten får nye produsenter prøve seg på Bondens marked, samtidig som markedsleder og styre får anledning til å vurdere den aktuelle produsenten. Nye produsenter melder seg inn i det lokale laget som er nærmest. Dette for å unngå at de store byene undergraver markedene i de mindre byene. Prøveprodusenter betaler ikke serviceavgift (se kap. 9).

Alle de lokale markedene har egne vedtekter, med basis i nasjonale normalvedtekter. Sammen med håndboka er det disse vedtektene du må forholde deg til. Lokale vedtekter må alltid være i samsvar med håndboka.

### Andelsmedlemskap

Som andelseier er man medeier i sitt lokale marked og har da spesielle rettigheter i forhold til deltakelse på markedsdager, valg av styre og lignende.

Som andelseier har man også spesielle plikter i forhold til sitt medlemskap. Dette innebærer blant annet å innrapportere omsetningstall, betale serviceavgift innen 1. november, betale deltakeravgift til de lokale markedene etc.

Ved overdragelse eller salg av virksomheter må dette meldes til Bondens marked sentralt og lokalt. Bondens marked avgjør om ny søknad om medlemskap må sendes.

### Gjesteprodusenter

Det lokale markedet kan innføre en ordning med "gjesteprodusenter", der produsenter fra andre deler av landet kan selge sine produkter et begrenset antall markedsdager i året. Gjesteprodusenter betaler ikke serviceavgift (se kap. 9).





Lokale produsenter på Bondens marked har alltid fortrinnsrett foran produsenter fra andre regioner dersom det er konkurranse om plassen. Det er alltid den lokale markedslederen/det lokale styret som har siste ordet når det gjelder hvem som får delta på den enkelte markedsdag. Avgjørelsen kan påklages til styret lokalt.

## 5 Bondens marked er primært et matmarked

Det er viktig at Bondens marked framstår som et matmarked, og et sted der kundene møter bonden ansikt til ansikt. Det er derfor en målsetting at utbyderne i sterk grad er tilknyttet primærnæringene.

Markedsleder/styret har ansvar for helhetsinntrykket på markedet. Også produkter som kan knyttes til "bygdekultur" og ressursgrunnet i bygda må det til en viss grad være plass til. Det anbefales at kaffesalg, konfekt, kosmetikk og husflid til sammen ikke overstiger 10-15 % av det totale produktspekteret per markedsdag, og at kaffesalg eventuelt kan rullere mellom produsentene eller skje fra informasjonsstand i regi av markedsledelsen. Erfaringsmessig kan prosentandelen av husflid økes noe på julemarkedene.

## 6 Relevant lovverk og kvalitetssikring

Alle som selger varer på Bondens marked er forpliktet til å følge norske lover og forskrifter knyttet til sin næringsvirksomhet. Det gjelder alle pålegg og retningslinjer fra Mattilsynet, men også lovverk knyttet til for eksempel dyrevelferd, arbeidsmiljø, forurensing og bokføringslov. Alle som selger varer på Bondens marked må ha et fungerende kvalitetssikringssystem som tilfredsstillende krav til dokumentasjon (KSL, HACCP og lignende).

Bondens marked tar sikte på å innføre ekstern revisjon i løpet av 2016.

(Hygiene og lignende knyttet til arrangering av markeder er også omtalt i håndboka, del 2).

## 7 Forsikring av egne ansatte, kunder og produkter

Det følger et stort ansvar med å produsere og selge mat. Det er svært viktig at deltakerne er klar over dette ansvaret og konsekvensene dersom kunder blir syke eller i verste fall dør. Den enkelte deltaker har selv ansvar for forsikring av egne produkter og eventuell skade på tredjeperson, såkalt ansvarsforsikring. Den enkelte produsent må også sørge for forsikring av egne ansatte/ medhjelpere.

(Mer om forsikringer knyttet til markedene er omtalt i håndboka, del 2.)



## 8 Felles profil, egen stand og opptreden

En viktig del av omdømmebyggingen til Bondens marked er at vi er lette å kjenne igjen og at vi framstår ryddig og profesjonelt. Dette er likevel bare en ytre ramme. Det viktigste er hvordan dere som produsenter visualiserer og forteller historien bak maten på egen stand. Det er dette mangfoldet som gjør Bondens marked til et spennende sted å handle.

### For felles materiell har vi følgende regler for markedsdagene:

- Alle produsenter skal bruke Bondens marked-telt dersom ikke annet er avtalt.
- På telttakene skal det alltid være Bondens marked-trykk eller Bondens marked-banner (produsentens ansvar).
- Det skal kun benyttes Bondens marked-materiell i forbindelse med Bondens marked.

Telt, poser, bannere og annet profileringsmateriell som ut i fra bruk av logo, elementer eller av farge kan forveksles med Bondens marked, skal aldri brukes/selges i andre sammenhenger enn på Bondens marked.

### For øvrig stilles følgende krav til utforming/opptreden på stand:

- Tydelig prising av hvert enkelt produkt, bruk gjerne tavler og kritt.
- Ha det ryddig og reint i teltet. Bruk gjerne et forheng med bilder fra gården slik at du har en skjermet lagerplass bakerst i teltet.
- Ikke bruk selvlysende pappark eller annet som ser billig ut og bryter med kvalitetskonseptet.
- Sørg for at standen ser profesjonell ut; vær kledd i rene klær/forklær, gjerne med logo fra egen bedrift. Ikke oppbevar termos, røykpakker, pengesedler etc. synlig i teltet.
- Markedsleder avgjør hvorvidt det er lov å sette opp bukker, roll-ups og liknende utenfor teltet/standen. Hensynet til svaksynte og bevegelsehemmede må ivaretas.
- Ved markeder innendørs gjelder de samme kjørereglene dersom annet ikke er avtalt med markedsleder.
- Oppfør deg alltid høflig og hyggelig mot kundene og mot andre produsenter/markedsleder. Eventuelle konflikter skal tas opp og behandles slik det er beskrevet i lokallagets vedtekter.

## 9 Deltakeravgift, andelsmedlemskap og serviceavgift

### Deltakeravgift

De lokale markedene bestemmer selv nivå og modell for deltakeravgift. Ta kontakt med markedsleder i ditt nærmeste marked for mer informasjon. Se [www.bondensmarked.no](http://www.bondensmarked.no)

(Modeller for beregning av deltakeravgift er omtalt i håndboka, del 2.)



## Andelsmedlemskap

Hvor mye en andel skal koste bestemmes av hvert enkelt andelslag.

## Serviceavgift

Stiftelsen Bondens marked Norge fastsetter og krever inn en årlig serviceavgift pr. registrerte medlem. Produsentene skal betale serviceavgift for hvert av de lokale markedene de er andelseier i. Det betales ikke serviceavgift for gjeste- og prøveprodusenter. Det er mulig for lokallagene å betale serviceavgiften kollektivt på vegne av sine andelseiere.

(Innbetaling av serviceavgift er omtalt i håndboka, se kap. 12).

## 10 Innrapportering av omsetningstall

Etter hvert marked skal den enkelte produsent rapportere omsetningstall (inkludert mva.) til sin markedsleder (se kap. 12).

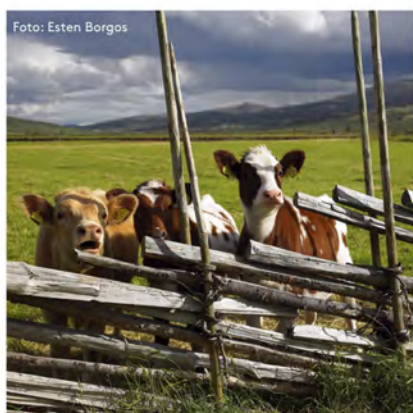
## 11 Opprigging og nedrigging

Deltakerne må være ferdige med rigging og eksponering *senest et kvarter før markedet skal åpne*. Selv om en bod er utsolgt er det *ikke tillatt å starte nedrigging før stengetid*. Boden må også være betjent frem til stengetid. Dette for å kunne svare på spørsmål kunder måtte ha, og for å unngå rot og uro på markedet i åpningstiden.

## 12 Sanksjoner

- Manglende betaling av serviceavgiften innen 1. november medfører utestengelse fra og med julemarkedene. Andre ubetalte fakturaer vil også kunne medføre at produsenten ikke får delta på markeder.
- Manglende innrapportering av omsetningstall medfører mulig utestengelse fra fremtidige markeder.
- Brudd på Bondens marked sitt regelverk eller brudd på relevant norsk lovverk vil kunne medføre utestenging fra Bondens marked. Ved alvorlige brudd vil utestenging kunne skje uten skriftlig varsel i forkant.

Både produsenter og lokale styrever/markedsledere kan kontakte Bondens marked Norge for å få hjelp med tolkning av regelverket.







## Del 2 - for markedsledere og styre

Denne delen omtaler forhold knyttet til oppretting av et lokalt Bondens marked, ledelse av det lokale markedet, samt retningslinjer for planlegging og gjennomføring av markeder.

### 13 Organisering og ansvar

#### 13.1 *Det lokale Bondens marked sine ansvarsområder*

Det er viktig med lokalt engasjement både for etablering og drift av et Bondens marked. Styret bør hovedsakelig bestå av produsenter som deltar på Bondens marked. Det er viktig å finne en lokal koordinator/markedsleder som har ansvar for drift av markedet.

Lokale markeder vil være avhengig av støtte både organisatorisk og økonomisk i startfasen. Ta kontakt med Bondens marked Norge for mer informasjon.

De lokale markedene er selvstendige enheter og står fritt i valg av driftsform, men det forutsettes at det lokale Bondens marked registreres i Brønnøysundregistrene. Styret i Bondens marked Norge anbefaler organisering i andelslag (SA) og har laget forslag til normalvedtekter (se <http://baksida.bondensmarked.no>). Den lokale markedsleder, i samarbeid med styret, forplikter seg til å følge de lover og forskrifter som til enhver tid gjelder for sitt lokale Bondens marked. Videre er man forpliktet til å etterleve de retningslinjer og råd som er gitt i håndboken.

Forholdet mellom Bondens marked Norge og de lokale markedene er regulert gjennom skriftlige samarbeidsavtaler.

#### **Ansvarsområder som ligger under det enkelte Bondens marked:**

- Rekruttering av produsenter og godkjenning av produkter.
- Påse at markedet som helhet og enkelt deltakerne er innenfor konseptet. Markedsleder og styre har ansvar for å bestemme hvem som får lov til å delta, og evt. avvise/utestenge produsenter som bryter med retningslinjene (se kap. 12).
- Påse at alle deltakerne på markedet har nødvendig kjennskap til konseptet og forpliktelsene knyttet til å selge varer på Bondens marked.
- Planlegging og gjennomføring av egne markeder.
- Kontakt med lokale myndigheter.
- Markedsføring gjennom annonsering og redaksjonell omtale av sitt marked.
- Finansiering av egen drift.
- Oppdatere lokallagssiden på [www.bondensmarked.no](http://www.bondensmarked.no)
- Drifte sms-informasjontjenesten til kunder (for de lokale markedene som har den tjenesten).
- Rapportering til Bondens marked Norge i henhold til samarbeidsavtalen.



## 13.2 Bondens marked Norge sine ansvarsområder

Ansvarsområder som ligger under Bondens marked Norge:

- Ivareta merkevaren og utvikle konseptet Bondens marked.
- Bistå de lokale markedene med kvalitetssikring, utvikling og finansieringsplaner.
- Bondens marked Norge vurderer løpende om de lokale markedene holder den kvalitet og profil som kreves i henhold til avtalen.
- Revidere håndbøkene.
- Oppdatere beredskapsplaner.
- Rekruttering av produsenter i samarbeid med de lokale markedene.
- Utvikle Bondens marked gjennom samarbeid med kokkemiljøet, reiseliv, sentrumsforeninger, forbruker- og miljøorganisasjoner med flere.
- Arbeide for best mulige økonomiske og politiske rammebetingelser for Bondens marked.
- Arbeide for gode rammebetingelser som spesifikt berører småskalaprodusenter/ direkt salg av mat (bokføringslov, hygienedirektiver, etc.) i samarbeid med HANEN, Norsk Gardsost, Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag.
- Markedsføring gjennom annonsering, sosiale medier og redaksjonell omtale av merkevaren Bondens marked.
  - Drifte og utvikle hjemmesiden [www.bondensmarked.no](http://www.bondensmarked.no)
  - Oppdatere og produsere generell informasjon om Bondens marked.
  - Oppdatere informasjon på Facebook og Twitter etc.

## 14 Kommunikasjonsplattform

Vi har gjennom mange år klart å bygge merkevaren Bondens marked, og vi har klart å etablere et godt omdømme. For å ta vare på dette må alle som er involvert i organisasjonen være bevisste på hvordan vi framstår. Det er viktig at vi framstår på en måte som stemmer overens med forretningsidé, grunnverdier og konsept.

### 14.1 Mål og strategier

I alt vi gjør og sier er hovedformålene de samme:

- Bondens marked skal være en lavterskel salgs- og markedsføringskanal for lokalprodusert småskalamat.
- Bondens marked skal bidra til større matmangfold i Norge.
- Bondens marked skal være en møteplass mellom forbrukere og matprodusenter, og en arena for alliansebygging.

Vi skal jobbe for å styrke omdømmet til Bondens marked og våre produsenter.

Delmål: Styrke positive holdninger til norsk landbruk.



## Målgrupper

Vår hovedmålgruppe er kundene på markedene. Vi må også ta hensyn til at vi når mange flere når vi uttrykker oss gjennom kanaler som f.eks. media, blant annet potensielle kunder, samarbeidspartnere, beslutningstakere m.fl.

## Strategier

- Det skal være lett å kjenne igjen Bondens marked. Det gjør vi gjennom å bruke felles grafisk profil på alt av materiell, og gjennom å følge håndbokas mal for markedene.
- Framsnakk Bondens marked og produsentene.
- Gi kundene kunnskap om matproduksjon og landbruk.

## Budskap

Bruk budskapene i vår verdipolitiske plattform (<http://baksida.bondensmarked.no>).

## 14.2 Hva ønsker vi å vise kundene?

Bondens marked er en fysisk møteplass mellom matprodusent og kunde. Vi ønsker å tilrettelegge for en positiv dialog om mat og matopplevelser.

Faktorer som har betydning for at kunden skal velge Bondens marked:

- Garantert ferske og smakfulle varer, rett fra produsenten
- Stemning og opplevelser på markedet
- Direkte kontakt med bonden
- Bredt varespekter – mangfold

Våre verdier gjenspeiler det vi står for:

- Kvalitet
- Troverdighet
- Særpreg

Vårt budskap (til bruk i markedsføring):

- Smakfull kvalitetsmat!
- Ferskt og smakfullt - rett fra gården!
- Unn deg en unik smaksopplevelse - besøk Bondens marked!
- Tenk globalt - spis lokalt!



## 15 Logo og grafisk profil

Bokstavlogoen brukes gjennomgående på telttak, banner og bæreposer. Logoen er enkel og lett gjenkjennelig. Den gir samtidig rom for særpreget til den enkelte produsent. Logoene er:

**Bondens  
marked**  
////////////////////

**Bondens marked**<sup>®</sup>  
////////////////////

**Bondens  
marked**<sup>®</sup>

**Bondens marked**<sup>®</sup>

Logoen er tegnet for hånd, og således svært vanskelig å kopiere. ® øverst til høyre på logoen viser at det her er snakk om et registrert (beskyttet) merke. I praksis betyr det at ingen kan kalle et marked/arrangement for Bondens marked, uten at markedet er i regi av oss.

Det er også laget logoer for hvert av de lokale Bondens marked:

**Bondens  
marked**<sup>®</sup>  
//////////////////// BERGEN

**Bondens marked**<sup>®</sup>  
//////////////////// BERGEN

Det er også håndtegnet noen elementer som kan brukes i forbindelse med annonsering og profileringsmateriell; enkeltvis eller sammen. Vi fraråder imidlertid å bruke hanen som enkeltelement da den lett kan forveksles med organisasjonen HANEN.





For mer informasjon om bruk av logo, farger og elementer vises det til designmanualen. Eventuelle spørsmål kan sendes til: [post@bondensmarked.no](mailto:post@bondensmarked.no)





## 16 Oppstart og drift av markedet

### 16.1 *Forutsetninger for å starte opp nye markeder*

- Det må ligge til grunn en skriftlig samarbeidsavtale med Bondens marked Norge.
- Byen/tettstedet for markedet bør oppfattes som naturlig handelssted for minimum 15.000-20.000 mennesker.
- Man må ha forpliktende avtaler ved sesongstart om deltakelse på de planlagte markedsdagene.
- På Bondens marked bør det være minimum 10-15 produsenter hver gang, noe som krever minst 30 produsenter i "stallen".
- Varetilbudet må være variert og gi inntrykk av "å bugne".
- Bondens marked skal være der folk er og hvor de er i kjøpemodus i forhold til mat.

### 16.2 *Formelle forhold*

Før det igangsettes et Bondens marked-arrangement må det søkes grunneier om lov, enten dette er privat eller offentlig eiendom. I tillegg må man søke politiet dersom det er offentlig eiendom. I tillegg må man huske nabovarsel og godkjenning fra Mattilsynet for selve arrangementet. Dersom det er behov for å stenge av en gate, enten til selve markedet eller til parkering, må også politiet / kommunen og et veidriftselskap kontaktes. Hjelp til å skrive søknader til grunneier, politi, Mattilsynet, nabovarsel med mer kan man få ved å henvende seg til Bondens marked Norge, [post@bondensmarked.no](mailto:post@bondensmarked.no)

### 16.3 *Åpningstider*

For å oppnå tilstrekkelig salgstrykk og markedsstemning, er det viktig at markedet ikke har for lang varighet og at det har et klart tidspunkt for åpning og avslutning. Ved oppstart av et marked anbefales 5 timer. Det vanligste er markeder på lørdager.

### 16.4 *Valg av sted*

Det finnes ingen fasit, men ta hensyn til at Bondens marked bør:

- Være der folk er!
- Ha klar fysisk avgrensning, spesielt mot andre virksomheter som driver beslektet salg.
- Ha tilgang til strøm.
- Gode offentlige kommunikasjonsmidler og/eller parkeringsplasser.
- Vakre/ stemningsfulle omgivelser er en fordel, dersom andre kriterier er oppfylt.

Avhengig av årstid og klima, kan det vurderes om markedet skal holdes innendørs. Prøv å få en avtale om gratis bruk av markeds plass med kommune, sentrumsforening, kjøpe-



senter el. Mange er positive til Bondens marked, og publisiteten, aktiviteten og kundene det fører med seg.

### **16.5 Oppstart på nytt sted**

Det lokale Bondens marked skal til enhver tid sørge for at sekretariatet i Bondens marked Norge vet hvor og når det arrangeres Bondens marked. Bondens marked Norge forbeholder seg retten til å si nei til at det etableres markeder i nye byer/tettsteder dersom dette kan undergrave de eksisterende markedene.

Generelt vil de lokale markedene ha best lokalkunnskap, og beslutningen om å starte opp nye steder vil derfor i praksis bli tatt lokalt, men i samråd med Bondens marked Norge.

### **16.6 Aktivitetsplan**

For å sikre mest mulig effekt vil vi anbefale at det lages en aktivitetsplan for sesongen for det lokale Bondens marked. Planen skal beskrive hvilke aktiviteter som skal gjennomføres, hvilket budskap som skal kommuniseres og i hvilke kanaler budskapet skal ut. Ofte så enkelt som at: Nå er jordbærene her!

### **16.7 Markedsføring**

Utover annonsering på kunngjøringsssidene i avisene og eventuelt gratisaviser som finnes på enkelte steder, anbefaler vi å bruke enkle og billige kanaler som Facebook, Twitter osv. Man kan også dele ut løpesedler på "trafikk-knutepunkter", legge dem under vindusviskere på parkerte biler, oppslag på telefonstolper og andre steder som er godt egnet (og tillatt) for dette formålet. Spør også om å få legge ut datokort på kafeer og lignende.

Det bør tilstrebes å ha god dialog og jevnlig kontakt med journalister i lokale aviser, samt lokale TV- og radiokanaler.

### **16.8 Praktisk gjennomføring**

- Markedsplassen skal virke innbydende. Husk at kundene kjøper med både øyne og nese! Pynt gjerne med blomster og grønt.
- Infostand/-plakat bør være noe av det første kundene møter.
- Grilling, steking eller andre aktiviteter som lukter godt, bør foregå sentralt på markedet. Hvis mulig bør det også være benker og bord hvor folk kan nyte maten.
- Produsenter med samme type varer bør ikke plasseres ved siden av hverandre.
- Markedslederen må sørge for forsvarlig søppelhåndtering.
- Markedslederen må også sjekke sikkerhet i forbindelse med barduner, grilling etc.



## **16.9 Parkering, lasting/lossing og vakthold**

Der trafikale forhold gjør det nødvendig, må markedslederen sørge for anvisning av parkeringsplass.

Der trafikale forhold krever det, setter lederen opp tidspunkter for lasting/lossing og sørger om nødvendig for dirigering av trafikken. Biler og tilhengere kan kun benyttes som salgsbod etter evt. godkjenning fra markedsleder.

Ved to-dagers marked anbefaler vi at det innhentes tilbud fra lokalt vaktelskap som f.eks. Securitas. I den grad det kun skal beskyttes mot hærværk eller tagging er det mulig å benytte lokale idrettslag forutsatt at det er voksne som skal bevokte området. Alternativt kan det settes opp rullerende vakter, fordelt på de som deltar på Bondens marked.

## **16.10 Telt og materiell**

Markedsleder tar opp bestilling på materiell og bestiller enten direkte fra leverandør eller via Bondens marked Norge. Dette gjelder telt, bannere, papirposer etc.

## **16.11 Hygiene og renhold på markedet**

Mattilsynet krever at man skal melde inn hvor og når man skal ha markeder. De ønsker også en oversikt over hvem som deltar. Dersom man skal ha matlaging på markedet må man melde spesielt ifra om det. Ta kontakt med Mattilsynet i din region for å finne ut hvilke andre krav som stilles. Næringsmiddelhygieneforskriften omtaler også hvilke krav som stilles til markedsplasser.

Dette er ting markedsleder bør passe på:

- Alle produsenter som trenger det skal ha tilgang til rennende vann.
- Det skal brukes papirservietter og engangsbestikk etc.
- Markedsleder har ansvar for å påse at reglene fra Mattilsynet følges.
- Sørge for forsvarlig søppelhåndtering.

## **16.12 Infostand/infotavle**

Det er ønskelig at det settes opp en egen informasjonsstand/tavle. Den bør informere om:

- Litt om Bondens marked generelt
- Deltakerne
- Åpningstider
- Oversikt over markedsdatoer
- Praktisk informasjon
- Kontaktinformasjon markedsledelse

Bruk fortrinnsvis fortrykte Bondens marked-plakater.





### 16.13 Servering

Ta utgangspunkt i deltakernes egne råvarer ved servering. Matsservering gir gjerne god lukt og skaper stemning på markedet. Man skal påse at maten som serveres skal være i tråd med konseptet Bondens marked. Se også eget punkt om Fair Trade/rettferdig handel i kap. 2.4. Noen velger også å selge håndmat eller smaksprøver av sine produkter på de ulike bodene. Tenk sesong og samarbeid gjerne med kokker som er opptatt av lokal mat, for eksempel gjennom det lokale kokkelaug.

### 16.14 Hva passer ikke inn på Bondens marked

Det ligger mange politiske verdier og strategiske veivalg bak etableringen av Bondens marked i Norge. Det er imidlertid viktig å sørge for at våre markeder ikke brukes som en arena for "politisk agitasjon", uansett hvor mye vi måtte sympatisere med saken. Bondens marked er heller ikke en arena for salg av matmagasiner, kjøkkenutstyr og lignende.

Bondens marked skal utvise varsomhet ved valg av samarbeidspartnere. Både kommersielle og ikke-kommersielle aktører kan ha produkter og aktiviteter som ikke er forenelig med vår profil.

Dersom det er tvil om hvilke aktiviteter som skal tillates, så husk at det er matglede som skal stå i fokus på Bondens marked. Unngå derfor aktiviteter som kan virke støtende eller provoserende på kundene våre. Formålet med Bondens marked er å skape en positiv møteplass mellom produsenter og forbrukere.

## 17 Rekruttering av produsenter

Det er markedsleder og styret i det lokale marked som er ansvarlig for informasjon og rekruttering av deltakere og produsenter til Bondens marked.

- Vær tidlig ute.
- Inngå forpliktende avtaler.
- Let i miljøer der man vet det finnes småskalaprodusenter f.eks. i samarbeid med HANEN og Oikos – Økologisk Norge.
- En idé kan være å bruke utbydere med positiv personlig erfaring fra Bondens marked i markedsføringen. F.eks. som foredragsholdere på åpne møter.
- Let systematisk etter produsenter med ulike produkter for å få et bredt varespekter.

## 18 Serviceavgift og fastsetting av deltakeravgift

### Innbetaling av serviceavgift til Bondens marked Norge

Se også håndboka, del 1.

Dersom økonomien i det lokale markedet tillater det, kan dere selv avgjøre om serviceavgiften skal dekkes over andelslagets budsjett.



## Hvordan fastsette deltakeravgift

For å delta på et Bondens marked må man betale en deltakeravgift. Denne avgiften kan være en fast sum per år, per marked man deltar på, en viss prosent av omsetningen til den enkelte deltaker, eller en miks av disse.

Vi må ha som utgangspunkt at Bondens marked må bli selvfinansierende på sikt. Derfor må deltakeravgiften til det lokale markedet bl.a. dekke:

- Leie av markedsplassen
- Infostand
- Sjøppelhåndtering
- Strøm
- Godtgjørelse til lokal leder
- Markedsføring og PR
- Evt. vakthold
- Uforutsette utgifter

## 19 Forsikring av ansatte og markedsplassen

Bondens marked Norge har tegnet felles ansvarsforsikring (skade på tredjeperson) for alle lokale Bondens marked. Denne forsikringen gjelder eventuell ulykke på markedet. Den omfatter ikke sykdom forårsaket av produsentenes varer. Det lokale markedet har ansvar for forsikring av eventuelt ansatte, og eventuell forsikring av telt, datamaskiner og liknende.

Ofte vil verdien på disse gjenstandene være såpass lav at det ikke lønner seg å tegne forsikring. Dette må hver enkelt markedsleder vurdere for sitt marked.

## 20 Beredskapsplaner

Bondens marked Norge har utarbeidet beredskapsplan/varslingsrutiner dersom uhellet skulle være ute. Det er derfor *svært viktig* at det alltid er mulig å nå markedsleder eller styreleder på det mobilnummeret som er oppgitt. Det kan bety at dere må lage en vaktordning i forbindelse med ferieavvikling o.l.

## 21 Kurs og kompetansehevende tiltak

Det er mulig å søke om midler fra blant annet Innovasjon Norge, kommune, fylkeskommune og handelsstanden til kurs. Man kan holde kurs selv, i samarbeid med andre (f.eks. Nofima) eller formidle kurs i regi av andre.



Aktuelle kurs kan være:

- Økonomi og priosfastsetting
- Mattrygghet, inkl. HACCP
- Salg og presentasjonsteknikk
- Emballasje
- Økologisk produksjon
- Ysting
- Bakstekurs

## **22 Baksida -vedlegg til håndboka**

- Forslag til normalvedtekter
- Samarbeidsavtale
- Skjema for andelsmedlemskap
- Søknadsskjema for salg på Bondens marked
- Designmanual
- Beredskapsplan

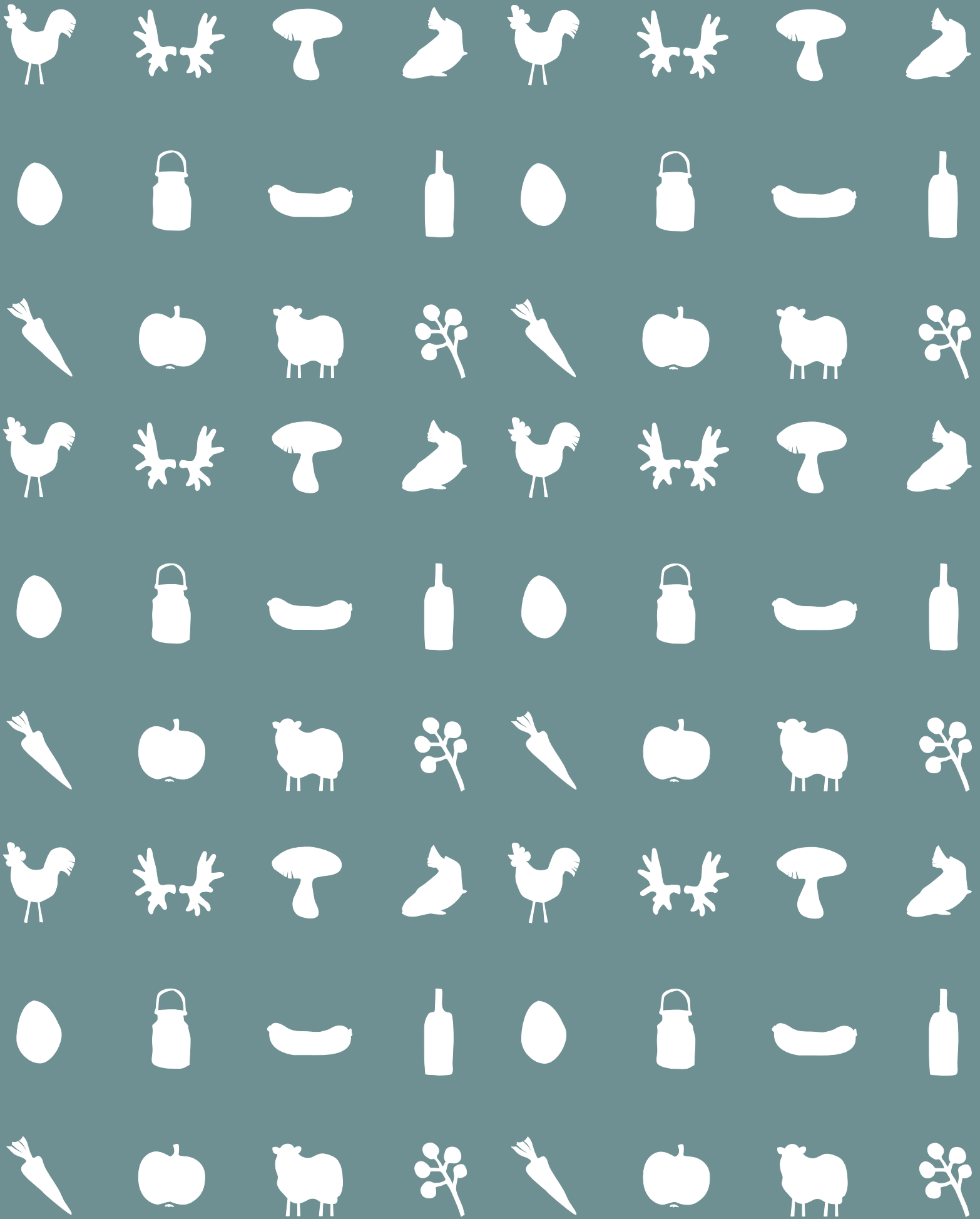
**Alle vedleggene finnes på <http://baksida.bondensmarked.no>**

For mer informasjon; ta kontakt med Bondens marked Norge:

Tlf: 22 05 48 80

E-post: [post@bondensmarked.no](mailto:post@bondensmarked.no)

Web: [www.bondensmarked.no](http://www.bondensmarked.no)



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