



Til:

Markedsutvalgets medlemmer

Vår ref: 25/1493

Alta, 11. desember 2025

## Dagsorden med innstilling – Markedsutvalget for reinkjøtt

Til	Jørn Rolfsen Ann Jorun Moen Are Smuk Figved Elle Sáve Gaup-Oskal Oda Skarstad Johanne Stensaas John Anders Lifjell
Tid	15. desember 2025, kl 14:00 – 16:00
Sted	Teams-møte

### Møteagenda

Sak	82	25	<a href="#">Godkjenning av møteinnkalling og dagsorden</a>
Sak	83	25	<a href="#">Orienteringer</a>
Sak	84	25	<a href="#">Budsjett for Matprat – føringer for disponering av midler</a>
Sak	85	25	<a href="#">Kravspesifikasjon influenser</a>
Sak	86	25	<a href="#">Eventuelt</a>
Sak	87	25	<a href="#">Godkjenning av protokoll</a>



## **Sak 82/25 Godkjenning av møteinnkalling og dagsorden**

### **Forslag til vedtak**

Møteinnkalling og dagsorden godkjennes.



## **Sak 83/25 Orienteringer**

- Orientering fra oppstartsmøte 10. desember 2025 for Reindrifftsavtaleforhandlingene 26/27.

## Sak 84/25 Budsjett for Matprat – føringer for disponering av midler

### Bakgrunn

Matprat har oversendt forslag til budsjett for 2025 til Markedsutvalget. Budsjettrammen ble vedtatt i sak 78/25 Budsjett 2026, og ligger derfor fast. Formålet med denne saken er å gi tilbakemelding til Matprat om hvordan Markedsutvalget ønsker at de avsatte midlene skal fordeles og brukes.

Matprat har foreslått følgende prioriteringer i budsjett, og bemerker at kostnaden ved bruk av influenser er usikker:

	Vinter/Samenes nasjonaldag	Høst	Totalt 2026
Mediekjøp kampanjer	700 000,-	1 400 000,-	2 100 000,-
Søk			500 000,-
Konseptutvikling og Innholdsproduksjon (inkl. timer og innkjøp av tjenester)			600 000,-
Timer OEK (å kr 960) (admin., kampanjer og produksjon)			470 000,-
Innkjøp og utlegg			130 000,-
<b>Totalt</b>			<b>3 800 000,-</b>

### Tidligere behandling

I forrige møte ble utvalget enige om at det i dette møtet skal gis tydelige føringer på disponeringen av budsjettet. Dette innebærer at Matprat skal få konkrete prioriteringer og forventninger knyttet til innretningen av tiltak og kampanjer innenfor rammen.

### Vurdering:

Matprat gjennomførte vinteren 2025 en omfattende forbrukerundersøkelse på oppdrag fra Markedsutvalget. Funnene gir sentral innsikt i målgrupper, preferanser og barrierer, og skal være førende for den videre utviklingen av strategi og kampanjer. Det er derfor viktig at budsjettet disponeres slik at innsikten faktisk omsettes i konkrete tiltak.



Matprat anbefaler blant annet å justere ned aldersmålgruppen fra menn 30+ til menn 25+, noe som vurderes som en relevant tilpasning basert på funnene.

Budsjettforslaget innebærer en endring fra tidligere år ved at kampangebudsjettet for vinterkampanjen reduseres, mens en større andel av midlene omdisponeres til høstkampanjen. Matprat begrunner dette med behovet for å ha tilstrekkelig handlingsrom til å integrere og følge opp innsikt fra forbrukerundersøkelsen i utviklingen av høstkampanjen.

### **Forslag til vedtak**

Markedsutvalget vedtar Matprats forslag til prioritering i budsjett.

Sekretariatet ber om et møte mellom leder, sekretariat og Matprat for å diskutere strategi og prioriteringer i 2026.

## **Sak 85/25 Kravspesifikasjon for influenser**

### **Saksframstilling:**

Sekretariatet ønsker at Markedsutvalget diskuterer nærmere hvilke krav som bør stilles til bruk av influenser til markedsføring av Rein - helten på vidda:

#### **1. Målsetting**

- Økt salg, merkevarekjennskap, engasjement, annet?

#### **2. Budsjett**

- Skal budsjettet brukes på en eller fordeles på flere?

#### **3. Målgruppe**

- Skal det f.eks være andre målgrupper enn menn 25+?

#### **4. Influenservalg**

- Relevans: Passer influenserens innhold med merkevaren Rein - helten på vidda?
- Følgerprofil: Har influenseren samme følgerprofil som målgruppen?
- Viktigste plattform: Bruker influenseren plattformen målgruppen befinner seg på?
- Engasjement: En mindre influenser kan ha høyere interaksjon og kan gi bedre resultater enn en stor influenser som ikke nødvendigvis har like stor interaksjon.

#### **5. Rammer**

- Format: innlegg, stories, reels, YouTube-video, blogg?
- Innhold: Skal det lages ett enkeltinnlegg eller flere over en lengre/kortere periode?
- Budskap: Hvilke retningslinjer for innholdsproduksjon ønsker utvalget å sette? Hvor stor frihet skal influenseren ha?
- Tidsplan: Når skal innhold publiseres?

#### **6. Innholdsgodkjenning**

- Skal Markedsutvalget/sekretariatet godkjenne før publisering?

#### **7. Evaluering**

- Hvilke KPI-er kan være naturlig å sette (klikk, konverteringer, rekkevidde, engasjement), også med tanke på at det kan være aktuelt med lengre samarbeid.

### **Forslag til vedtak:**

Til drøfting i møtet.



## **Sak 86/25 Eventuelt**

Eventuelle saker tas opp i møtet etter innspill fra medlemmene. Dette gjelder saker som medlemmene ønsker å løfte frem for drøfting eller orientering, og som ikke inngår i den ordinære sakslisten. Sekretariatet vil notere og følge opp saker som eventuelt tas opp.

### **Forslag til vedtak:**

Eventuelle saker tas til orientering.



## **Sak 87/25 Godkjenning av protokoll**

**Forslag til vedtak:**

Protokoll godkjent.