



DET KONGELEGE
LANDBRUKS- OG MATDEPARTEMENT

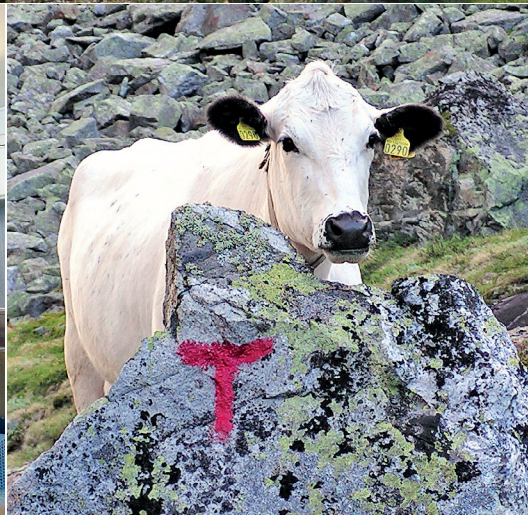
Meld. St. 31

(2014–2015)

Melding til Stortinget

Garden som ressurs – marknaden som mål

Vekst og gründerskap innan
landbruksbaserte næringar



Innhold

1	Hovudtrekk i meldinga	5		
1.1	Bakgrunn for meldinga	5	3.3	Inn på tunet – garden som arena for velferdstenester
1.2	Utviklingstrekk	7	3.3.1	Utviklingstrekk, marknadsvurderingar og potensial
1.2.1	Omfang og økonomi	7		
1.3	Oppsummering og hovudtrekk i meldinga	10	3.3.2	Bruk av dyr i Inn på tunet-tenester
1.4	Kort om oppbygging av meldinga	14	3.4	Energiproduksjon – bioenergi
			3.4.1	Utvikling, marknadsvurderingar og potensial
2	Stimulering til gründerskap, vekst og innovative næringsmiljø	15	3.5	Produksjon av juletre
2.1	Gründerskap og vekstkraft	15	4	Landbruksgründeren og verkemiddelapparatet
2.1.1	Er landbruksgründeren som alle andre gründere?	16	4.1	Landbruket i planlegginga
2.1.2	Vekstkraftige bedrifter i landbruket	17	4.1.1	Plan- og bygningslova og tilrettelegging for næringsutvikling
2.1.3	Styrking av gründere og vekstbedrifter i landbruket	17	4.2	Kommunen
2.1.4	Godt omdøme viktig for rekruttering	18	4.3	Fylkesmannen
2.2	Utvikling av innovative næringsmiljø i landbruket	19	4.4	Fylkeskommunen
2.2.1	Kva er innovative næringsmiljø? ..	19	4.5	Innovasjon Norge
2.2.2	Regional nyskaping gjennom utnytting av regionale fortrinn	20	4.6	Mattilsynet
2.2.3	Verkemiddel for stimulering til innovative næringsmiljø	21	4.7	Mobilisering, forenkling, brukarretting
2.2.4	Kunnskap og kompetanse som grunnlag for vekst og gründerskap	22	5	Innsatsområde for landbruksbasert næringsutvikling i EU ...
			5.1	Landbruket i EU
			5.2	Verkemiddel for landbruksbasert næringsutvikling i EU
			5.2.1	Prioritering av landbruksbasert næringsutvikling i EU
			5.3	Partnerskapsavtaler
			5.3.1	Innsatsområde i partnerskapsavtala til Sverige og Austerrike
3	Potensialet innanfor enkelt næringer	24	5.4	Horisont 2020 – forskning og innovasjon for å utnytte regionane sine fortrinn
3.1	Lokalmat og -drikke	24		
3.1.1	Utvikling, marknadsvurderingar og potensial	25	6	Vidareutvikling av kunnskapsgrunnlaget
3.1.2	Auka produksjon og omsetnad av lokale drikkevarer	32	6.1	Kjelder til informasjon om næringane
3.2	Landbruksbasert reiseliv	33	6.2	Kunnskap om korleis verkemidla verkar
3.2.1	Utviklingstrekk, marknadsvurderingar og potensial	34	6.3	Samanlikning med andre land
3.2.2	Kva kjenneteiknar det landbruksbaserte reiselivet?	36	7	Økonomiske og administrative konsekvensar
3.2.3	Natur- og utmarksressursar i det landbruksbaserte reiselivet	40	7.1	Økonomiske konsekvensar
3.2.4	Innsats for auka verdiskaping basert på natur- og utmarksressursar	42	7.2	Administrative konsekvensar



DET KONGELEGE
LANDBRUKS- OG MATDEPARTEMENT

Meld. St. 31

(2014–2015)

Melding til Stortinget

Garden som ressurs – marknaden som mål

Vekst og gründerskap innan landbruksbaserte næringar

*Tilråding frå Landbruks- og matdepartementet 5. juni 2015,
godkjend i Statsråd same dagen.
(Regjeringa Solberg)*

1 Hovudtrekk i meldinga

Landbruket har forma landet, og har opp gjennom tidene levert mat, drikke, tømmer, tenester – og eit kulturlandskap som har freista turistar frå nær og fjern. I dag leverar landbruket dei same varene og mykje meir, til dømes ein rekkje tenester innan opplevingar, service og velferd. Lokale tradisjonar blir kombinert med nye teknologiske løysingar. «*Modernitet utan tradisjon er sterilt, tradisjon utan modernitet er idioti*», seier den franske osteproduzenten André Valadier, og hevdar dette er utgangspunktet for suksessen han har opplevd.

Landbruket er både gamalt og nytt – og på ei rundreise innom norske gardsbruk er det ingen grenser for kombinasjonar av tradisjon og nytenking. Denne meldinga handlar om korleis potensialet for auka verdiskaping innan dei landbruksbaserte næringane utanom tradisjonelt jord- og skogbruk kan utløysast. Menneskelege ressursar og skaparlyst er avgjerande. Ein liten eigedom kan vere utgangspunktet for ein like god forretningsidé som ein større eigedom. Politikken skal difor leggje til rette for vekst og utvikling uavhengig av storleiken på gardsbruket.

1.1 Bakgrunn for meldinga

Regjeringa si politiske plattform, Sundvolden-erklæringa, dannar ei viktig ramme for dette arbeidet. Her blir det mellom anna vist til at det bør satsast på alternativ næringsutvikling for å gje grunnlag for ein meir framtidsretta landbruksproduksjon over heile landet.

I tillegg til å dekkje ein etterspurnad i marknaden, bidreg desse næringane positivt til å synleggjere landbruket sin samfunnsmessige verdi, og til å skape interesse for kva landbruket kan tilby. Det er samstundes viktig å understreke at det er ei gjensidig binding mellom det tradisjonelle landbruket og andre næringar basert på landbruket sine ressursar. Det som kjenneteiknar mange landbruksbaserte bedrifter som vil utvikle noko nytt med utgangspunkt i landbrukseigedom, er at dei har tradisjonell landbruksdrift i botnen. Eksempelvis har dei fleste osteproduentar ein mjølkeproduksjon som basis, og dei er avhengig av å kunne levere den delen av mjølkeproduksjonen dei til ein kvar til ikkje foredlar sjølv til meieri



Figur 1.1 Haaheim gaard, Tysnes i Hordaland. Garden har hotell, hagekafé og restaurant. Garden ligg i ein kulturhage og dei dyrkar urter og grønsaker til bruk i restauranten

Foto: Paul S. Amundsen

på ordinær måte. Ein langsiktig landbrukspolitikk som bidreg til å oppretthalde eit landbruk over heile landet er avgjerande for utvikling av nye næringar i landbruket, samstundes er nyskapinga og gründerverksemda innanfor landbruket viktig for utviklinga av landbruket i sin heilskap.

Regjeringa meiner det er naudsynt med ein tydelegare politikk retta mot dei som produserar varer og tenester med utgangspunkt i landbruket sine ressursar utanom tradisjonelt jord- og skogbruk. For det fyrste fordi det er viktig å synleggjere potensialet og leggje til rette for ytterlegare vekst på områder der marknaden veks og betalingsevna er høg. For det andre fordi utfordringar knytt til bedriftsetablering og vekst innanfor dette området på mange måtar skil seg frå utfordringar i sektoren elles. Utfordringane og moglegheitene for verdiskaping og næringsutvikling er ulik i ulike delar av landet. Meldinga vil synleggjere korleis landbruket sine ressursar i heile landet kan bidra til sysselsetting og størst mogeleg verdiskaping på både små og store bruk.

Regjeringa har sett i gang fleire prosessar for å styrkje rammevilkåra for norsk næringsliv, jf.

regjeringa sine satsingsområde «konkurranseskraft for norske arbeidsplassar» og «kunnskap gir moglegheiter for alle». Dette er prosessar som og til dels er relevante for landbruksområdet. Gjennomgangen av Innovasjon Norge, og arbeidet med etablering av eit uavhengig regelråd er andre døme på pågåande prosessar som kan føre til både forenkling og meir målretting av innsatsen mot næringslivet. I løpet av 2016 vil Regjeringa leggje fram ei ny melding til Stortinget om reiselivsnæringa. Regjeringa vil også leggje fram ei likestillingsmelding der likestillingsutfordringane i næringslivet er eit av hovudemna.

I Innst. 285 S (2013–2014) heiter det at *Flertallet er vidare enige om at det skal legges frem en Stortingsmelding om landbruket og skognæringen i et fremtidig Norge*. I etterkant av dette har regjeringa bestemt at det skal fremjast ei eiga melding til Stortinget om skog- og trenæringa i Noreg. Det vil også bli lagt fram ei melding til Stortinget om reindriftsnæringa, jf. regjeringsplattforma. Desse meldingane vil bli fremja for Stortinget på eit seinare tidspunkt.

1.2 Utviklingstrekk

1.2.1 Omfang og økonomi

Undersøkinga *Trender i Norsk landbruk*¹ baserar seg på ei spørjeundersøking blant norske gardbrukarar. I undersøkinga frå 2014 oppgjev 52 pst. at dei driv ei eller anna form for tilleggsnæring med utgangspunkt i garden sine ressursar. Dette er ein svak auke sidan 2006. Delen blant dei som ikkje driv tilleggsnæringar, men som ser det som sannsynleg at dei vil starte dette dei neste fem åra, har lege på rundt 10 pst. dei siste sju åra.

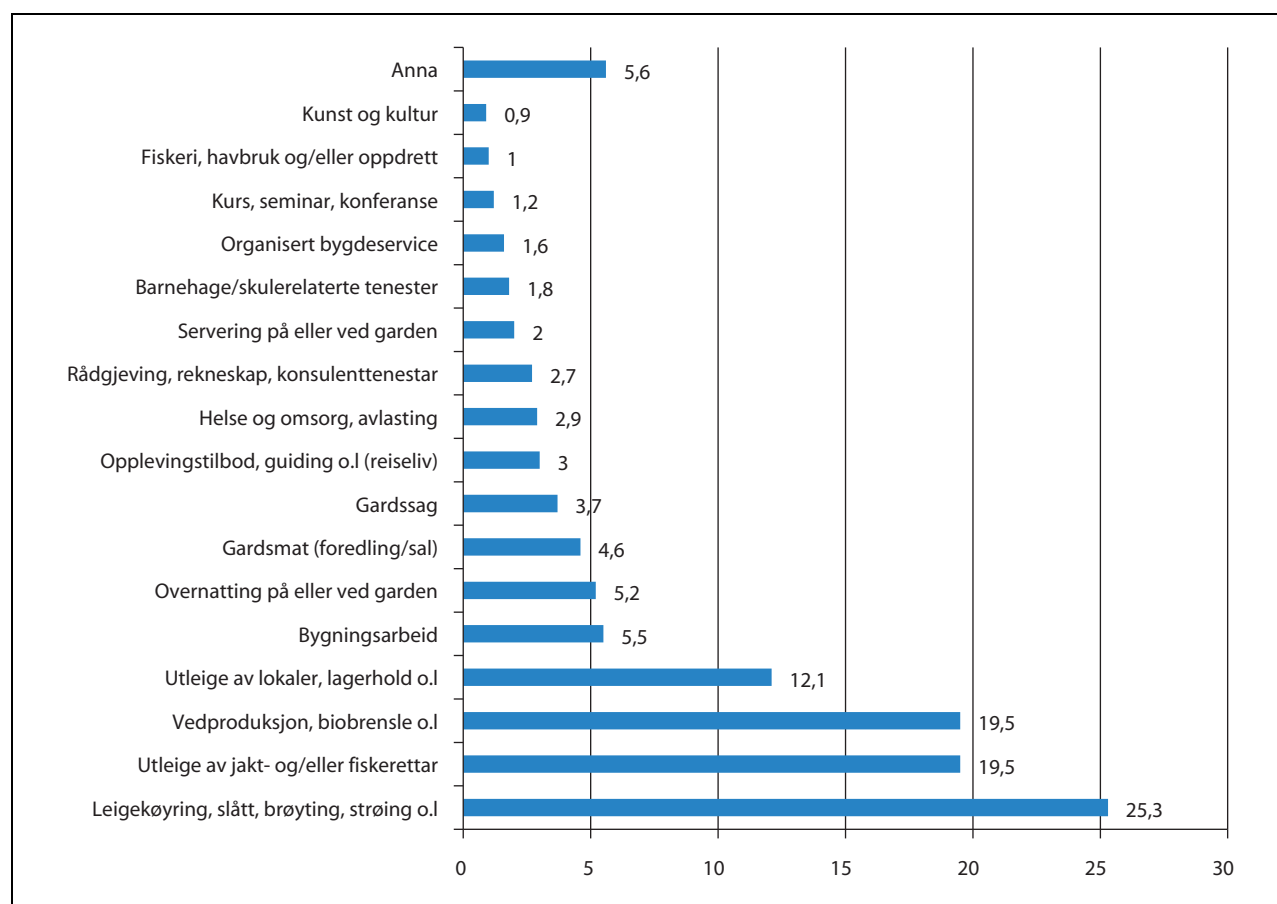
Figur 1.2 under gir eit bilete på omfanget av næringar basert på landbrukets ressursar, og viser delen bedrifter med slike næringar fordelt på ulike næringsgreiner. Næringsgreina leigekøyring er mest utbreidd (25,3 pst.), dernest utleige av jakt- og fiske (19,5 pst.) og vedproduksjon og biobrensel (19,5 pst). Om lag 9 pst. driv med reiselivs- og opplevingsrelaterte aktivitetar, 6,6 pst.

¹ Storstad, O. og Rønning, L. (2014). *Trender i norsk landbruk*. Bygdeforskning. Rapport 6/2014.

med lokalmat og servering og 4,7 pst. tilbyr Inn på tunet-relaterte tenester.

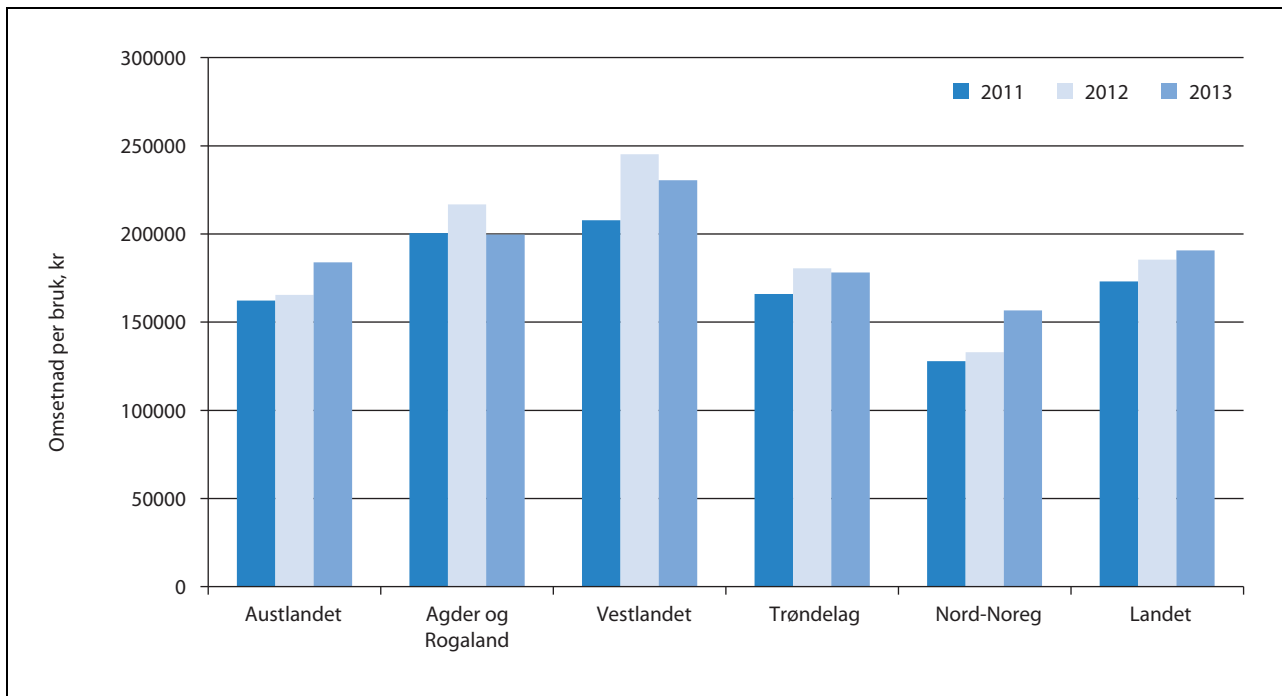
Det er krevjande å kartleggje omfanget av landbruksbaserte næringar utanom tradisjonelt jord- og skogbruk. Dels fordi det ikkje alltid er eit klart skilje mellom kva som blir definert som tradisjonelt landbruk og som anna landbruksbasert næring, og dels fordi det er lite tilgjengeleg statistikk om dei enkelte næringsområda innanfor anna landbruksbasert næring. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) har sett på moglegheitene for å betre kunnskapsgrunnlaget om næringsaktiviteten på norske gardsbruk utanom den tradisjonelle drifta, og har foreslått nokre tiltak som kan betre statistikkgrunnlaget. Departementet viser til vidare drøftingar av denne utfordringa i kapittel 6.

Dei årlege driftsgranskingane i landbruket, utført av NILF, er ei viktig kjelde til kunnskap om utvikling og lønnsemd innanfor desse næringane. Driftsgranskingane baserar seg på rekneskapsresultat og omfattar berre den delen av jordbruksføretaka som har ein omsetnad på 150 000 kroner eller meir. Av dei 888 bruka som var med i drifts-



Figur 1.2 Del som driv ulike landbruksbaserte næringar. N=1753. Prosent

Kjelde: Bygdeforskning. *Trender i Norsk landbruk 2014*



Figur 1.3 Omsetnad i tilleggsnæring, kroner per bruk. Bruk med omsetnad over kr 20 000 i tilleggsnæring. Regionar, 2011–2013

Kjelde: Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning

granskningane i 2013² hadde 82 pst. omsetnad knytt til anna landbruksbasert næring. Dette er om lag på same nivå som i 2012 og ein auke på 2 pst. frå 2011. Prosentdelen bruk med tilleggsnæring av vesentleg omfang var størst på Austlandet og minst på Vestlandet og i Nord-Noreg i 2013.

Omsetnad seier noko om kor høgt aktivitetsnivået i bedriftene er, men ikkje nødvendigvis noko om fortjeneste og inntekt. I 2013 var omsetnaden i gjennomsnitt 190 600 kroner per bruk, og det er ein auke på 5 100 kroner (2,7 pst.) frå året før. Omsetnaden auka frå 2012 til 2013 på Austlandet og i Nord-Noreg, medan det var nedgang i Agder og Rogaland, på Vestlandet og i Trøndelag jf. figur 1.3. Vestlandet har, slik figuren viser, hatt høgast omsetnad i tilleggsnæring i åra 2011–2013. Den høge omsetnaden på Vestlandet skuldast i hovudsak svært høg omsetnad på nokre få bruk der tilleggsnæringa har vore under oppbygging gjennom fleire år. Overskotet frå tilleggsnæring utgjorde i gjennomsnitt 7 prosent av samla inntening på alle driftsgranskingsbruk i 2013. Det er geografiske skilnader i utbreiinga og kor stor

betyding desse næringane har for bruket si totale inntening.

Over jordbruksavtala har det dei siste åra vore ei særskilt satsing innanfor områda lokalmat, reiseliv og bioenergi. I tillegg har meir generelle tilskotsmidlar til tilrettelegging og utgreiing, investering og bedriftsutvikling (tidlegare bygdeutviklingsmidlar) og andre bedriftsretta verkemiddel forvalta av Innovasjon Norge, vore ein viktig stimulans og risikoavlastning for dei som vil starte ei bedrift eller gjere investeringar for vidareutvikling av bedrifta si. Det har også vore avsett midlar både nasjonalt og regionalt som skal leggje til rette for ny næringsutvikling i landbruket. Samla sett har desse verkemidla gitt landbruket moglegheiter til å utvikle produksjonar og næringsområde som ikkje i utgangspunktet har hatt økonomiske ressursar til å finansiere utviklingsarbeid på eiga hand. Bedriftsstøtta har gitt enkeltbedrifter moglegheiter til å vekse og få tilført naudsynt profesjonalisering.

Oljerikdomen og den positive økonomiske utviklinga i Noreg sidan 1970-talet har gitt oss eit høgare lønns- og kostnadsnivå enn i andre land. Noreg er eit høgkostland og dette skapar utfordringar for arbeidsintensive produksjonar. Samstundes gir auka levestandard auka betalingsevne, og dermed nye marknadsmoglegheiter for produsentar og tenesteleverandørar.

² Kristiansen, Berit (2014). *Driftsgranskningar i jord- og skogbruk. Rekneskapsresultat 2013*. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF).

Boks 1.1 Utviklingsprogrammet – landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping

Utviklingsprogrammet – landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping er eit sentralt verkemiddel for å bidra til næringsutvikling basert på landbrukets ressursar.

Utviklingsprogrammet er eit rammeprogram med tiltak og verkemiddel som skal bidra til næringsutvikling basert på landbruket sine ressursar og til auka vekst og verdiskaping for landbruksbaserte næringer. Verkemidla i programmet skal særskilt medverke til å få opp fleire gode gründerar og vekstkraftige bedrifter. Programmet tilbyr tilpassa kompetansetiltak til bedriftene, finansiering til bedrifter som ynskjer å vekse og støtte til etablering av økonomisk for-

pliktande produsentnettverk. Programmet skal også medverke til å skape nettverk for utvikling av innovasjon og kompetanse og til omdømmeaktivitetar. For 2015 er det avsett om lag 100 mill. kroner over programmet.

Programmet blir forvalta av Innovasjon Norge og er ei vidareføring av Lokalmatprogrammet og utviklingsprogramma for innlandsfiske, grønt reiseliv og rein. Innsatsen over programmet blir styrt av ei styringsgruppe med representantar frå faglaga i jordbruket, HANEN, Norske reindriftssamers landsforbund, fylkesmannen, fylkeskommunen og Landbruks- og matdepartementet. Matmerk er observatør.

Bevisst satsing over tid har medverka til positiv utvikling av landbruksbaserte næringer, men marknaden og forbrukarpreferansar har også endra seg. Forbrukarmakta er stor, og dialog med forbrukarane og kunnskap om forbrukarpreferansar er viktig. Ipsos MMI si *Spisefaktaundersøkelse* frå 2013 viser at 42 pst. av forbrukarane ynskjer å kjøpe norske matspesialitetar. Matmerk sine målingar av omsetnaden av lokalmat gjennom daglegvarehandelen viser at den har auka med 53 pst. dei siste 5 åra. Dette er ein vekst som er tre

gongar så høg som veksten i omsetnad av mat og drikke totalt.

Innanfor reiselivsnæringa er det ikkje lenger tilstrekkeleg å tilby reise og seng. Både norske og utanlandske turistar ynskjer seg tilrettelagde opplevingar når dei er på ferie, og opplevingsbransjen er den delen av reiselivet som veks raskast med omsyn til verdiskaping. Her har landbruket, med sine ressursar på eigedommen og i utmarka, mykje å by på.

Boks 1.2 Bygdeservice Norge

Organisasjonen Bygdeservice Norge er eit godt døme på at det er ein marknad for å utnytte garden sine maskiner, utstyr og andre ressursar til tenesteyting. Bygdeservice Norge blei stifta i 2002 og omfattar i underkant av 60 bygdeserviceføretak, med ein samla omsetnad på 250 mill. kroner i 2014. Oppdragsmengda og omsetnaden blant eksisterande lag har auka jamt og det blir stadig etablert nye lag. Alle deltakarane i bygdeservice er sjølvstendig næringsdrivande bønder, medan sjølv bygdeserviceføretaket er registrert som eit samvirkelag med avgrensa ansvar. Bygdeserviceføretaket sine oppgåver er i hovudsak å ta imot og formidle oppdrag, og koordinere arbeidet. Samarbeidsmodellen gir svært låge administrative kostnader.

Kundar er både bedrifter, offentlege etatar og privatpersonar. Bedriftene tilbyr tenester innanfor eit svært breitt spekter, mellom anna bygg og anlegg, snøbrøyting, vaktmestertenester og grøntanlegg. Bygdeservice har vist seg å vere ei attraktiv moglegheit for unge som treng ei tilleggsnæring når dei skal ta over garden, eller for unge nyetablerte enkeltmannsføretak som treng breiare kundekrins og meir arbeid. Bygdeservice kan også vere eit interessant alternativ i for den eldre bonden som skal la dei unge ta over garden og er soleis viktig for både unge og gamle ved eigedomsoverdraging og generasjonsskifter.



Figur 1.4 Skjåk hytteservice

Foto: Tor Bruland/Skjåk hytteservice

Dagens samfunnsutvikling med ei auke i aldrande befolkning, behov for alternative opplæringsarenaer for barn og unge og arbeidstreningstiltak for personar som står utanfor arbeidslivet, skapar nye tenestebehov i velferdssektoren. Landbruket har ein unik arena med utgangspunkt i garden, og i landbruket sitt tilbod Inn på tunet ligg det moglegheit for vidare utvikling i skjæringspunktet mellom velferdstenester og næringsutvikling. Landbruket kan også bidra til å løse andre samfunnsutfordringar. Til dømes kan bidrag til miljøvennlige energiløysingar, ikkje berre innanfor næringa, men også med leveransar av energi til offentlege institusjonar m.m. medvirke til å løse klimautfordringane.

Leigekøyring er ei av dei vanlegaste tenestene innanfor andre landbruksbaserte næringar. Det vil seie at landbruket gjennom utnytting av sitt utstyr på garden tilbyr tenester innanfor t.d. snøbrøyting, grøntanleggsarbeid, bygg- og vedlikehaldsarbeid og vaktmeistertjenester. Dette er også den næringsvegen som gir høgast avkastning sett i forhold til timebruk. Næringa er etablert og har vakse på grunnlag av auka etterspurnad etter slike tenester, m.a. på grunn av utbygging av nye hyttefelt og fritidsbustader.

1.3 Oppsummering og hovudtrekk i meldinga

Landbruksbedrifter er i all hovudsak små bedrifter spreidd over heile landet. Dei har stor regional betydning for verdiskaping, sysselsetting og for stoltheit om lokale produkt. Regjeringa vil leggje til rette for at næringsutøvarar i landbruket i størst mogleg grad skal kunne utnytte det totale ressursgrunnlaget til landbrukseigedommen utan unødige

hinder. Meldinga viser at det er marknadspotensiale og gode moglegheit både for vidare utvikling av eksisterande landbruksbaserte næringar og utvikling av nye produkt og tilbod. Det er viktig at landbruksnæringa tek tak i desse moglegheitene som grunnlag for å auke verdiskapinga og skape stabile arbeidsplassar på både små og store bruk.

Stimulering til gründerskap, vekst og innovative næringsmiljø i landbruket

Regjeringa vil

- støtte opp om gründer- og vekstbedrifter på landbruksområdet gjennom verkemiddel som Investerings- og bedriftsutviklingsordninga (IBU-ordninga), Utviklingsprogrammet og inkubatorsatsing.
- styrkje satsinga på rekruttering ved å lyfte fram dei gode døma og prøve ut ei mentorordning.
- leggje til rette for kompetanseutvikling i heile verdikjeda gjennom relevante studie-, etter- og vidareutdanningstilbod.
- medverke til forskingsbasert innovasjon i landbruksbaserte næringar gjennom ulike nasjonale verkemiddel.
- medverke til at dei landbruks- og matfaglege forskingsmiljøa bidreg til å utvikle og spreie kunnskap som støttar opp under landbruksbasert næringsutvikling.

Næringspolitikken rundt landbruksgründeren bør vere tilpassa både dei med ambisjonar om vekst og dei som fyrst og fremst ynskjer heiltids sysselsetting med utgangspunkt i dei ressursane landbrukseigedommen har totalt. Næringsutøveren si evne til å setje seg definerte mål for bedrifta er uansett avgjerande for ei positiv utvikling.

Marknadskompetanse, tilgang til risikovillig kapital, god rådgjeving og tilgang til relevante nettverk er viktig for alle som arbeider med bedriftsutvikling, uavhengig av sektor. Bedriftene knytt til landbruket er ofte små og fragmenterte. Felles for svært mange av dei landbruksbaserte bedriftene som har lukkast best i marknadens er at dei har evna å etablere gode og forpliktande samarbeidsnettverk. Sjølv innanfor dei områda det har vore satsa bevisst over lengre tid, krevst det framleis betydeleg grad av profesjonalisering av bedriftene. Koplingar og synergjar må drivast fram av næringa sjølv, men det offentlege kan leggje til rette for samarbeid, profesjonalisering og innovasjon, til dømes gjennom Utviklingsprogrammet.

Landbruket sitt omdøme som ei attraktiv næring og yrkesveg er avgjerande for rekrutte-

ringa til landbruket. Det er difor viktig at heile spekteret av landbruket sine ressursar og moglegheiter for å kunne skape seg ein attraktiv arbeidsplass blir synleggjort både av forvaltinga og av næringa sjølv. Ved etablering av nye landbruksbaserte bedrifter, vil mange former for kompetanse og utdanning kunne nyttast inn i utviklinga av ny næringsaktivitet. Dette kan gjere landbrukseigedommen til ein meir attraktiv og mangfaldig arbeidsplass.

Utvikling og utnytting av kunnskap, enten ved at bedriftene maktar å kople kjent kunnskap, innhente ny kunnskap, eller nytte kunnskap på nye måtar, er kjenneteikn på innovative næringsmiljø. Gode koplingar mellom næringsliv, forskning, kunnskapsmiljø og offentleg sektor er naudsynt for å nå nasjonale mål om auka verdiskaping og konkurransekraft også innanfor landbruket. Noregs Forskingsråd, Innovasjon Norge og SIVA har utvikla eit sett av verkemiddel som på ulike måtar skal stimulere til meir velfungerande regionale innovasjonssystem og byggje opp under innovative næringsmiljø. Kunnskap og kompetanseutvikling er viktige verkemiddel for auka innovasjon og gründerskap i landbruksbaserte næringar. Fylkesmannen og den regionale partnerskapen, med Innovasjon Norge og fylkeskommunane, har elles ei viktig rolle i å etablere møteplassar og felles læringsarenaer for å forsterke dialogen mellom bedrifter og kunnskapsmiljø, og for å bringe nye idear og impulsar inn i dei ulike miljøa.

Mat og drikke

Det er eit vekstpotensial i marknaden for lokalmat og drikke. Det er difor ein ambisjon at samla omsetnad av slike produkt skal vekse frå dagens 3,5 mrd. kroner gjennom daglegvarehandelen til om lag 10 mrd. kroner til saman frå alle omsetnadskanalar innan 2025. Heile verdikjeda frå jord til bord må samarbeide for å nå denne ambisjonen.

Regjeringa vil

- auke tilgangen på lokalmatprodukt for forbrukarane, irekna vilt- og fiskeprodukt.
- lette marknadstilgangen for produsentar gjennom å medverke til etablering av ein database for lokalmatprodukt.
- leggje til rette for ein årleg møteplass der produsentar av lokal mat og drikke kan møte innkjøparar frå daglegvarehandelen og hotell, restaurant og catering-marknaden (HoReCa-marknaden).
- leggje til rette for styrkja og berekraftig produksjon av innlandsfiskeoppdrett.

- opne opp for sal av alkoholhaldige varer over 4,7 volumprosent som ikkje er omfatta av EØS-avtala, direkte frå mindre produsentar.
- foreslå å justere dagens regelverk om alkoholreklame i *Forskrift om omsetning av alkoholholdig drikke mv* for å leggje til rette for nøktern, faktabasert produktinformasjon

Gode distribusjonsløyningar og salssystem er og heilt avgjerande for å sikre lokalmatprodusentane god tilgang til daglegvarehandelen. Matmerk er i gang med å utvikle ein nettbasert lokalmatdatabase basert på same mal som kvalitetssystemet i landbruket. Systemet skal omfatte særkrav til produsentar frå mellom andre daglegvarehandelen, samt andre særkrav på området. Arbeidet skjer i samarbeid med daglegvarehandelen, hotell, restaurant og catering (HoReCa) og næringa/produsentane. Dersom løysinga lukkast, kan dette vere eit viktig steg i retning av å både lette marknadstilgangen for produsentar og å auke tilgangen på lokalmatprodukt for forbrukarane.

I januar 2015 la departementet fram ein eksportstrategi for norske jordbruksprodukt. I strategien er det lista opp tiltak som skal treffe både store og små produsentar som ynskjer å eksportere produkta sine til utlandet. Innovasjon Norge skal gjere ein meir grundig vurdering av nokre utvalde marknader og anbefale kvar ein bør satse.

Forbrukarar stiller høge kvalitetskrav til lokalmat og drikke. Matmerk sine merkeordningar opplyser forbrukarane om norsk mat og norske matspesialitetar, men kunnskapen om merka er ujamn. Rekruttering av nye merkebrukarar, fortrinnsvis med volumprodukt, er viktig for å synleggjere produkta og merkeordningane betre. Ein bør også bruke merkeordningane Spesialitet og Beskytta nemningar meir målretta som flaggskip i arbeidet med å byggje sterke matregionar.

Det er eit unytta potensiale til å vidareutvikle og omsette produkt basert på innlandsfisk. Regjeringa vil leggje til rette for styrka berekraftig produksjon av innlands oppdrettsfisk. Regelverk og praktisering av dette vil bli gjennomgått for å vurdere forenklingspotensiale og løyse utfordringar som gjeld særskilt for næringa, for å betre kunne utløyse det potensiale som ligg i næringa.

Det er ei aukande interesse for å starte opp småskala-/gardsslakteri fleire plassar i landet. Departementet vil sjå til at det blir utarbeidd rettleiingsmateriell og informasjon retta mot dei som ynskjer å starte opp småskalaslakteri eller nedskjæringsanlegg. Målet er å gjere det enklare få oversikt over aktuelt regelverk, kva for krav som

gjeld, og å auke kunnskapen om trygg handtering og produksjon av animalske produkt.

Mobile slakteri kan bidra til særskilt tilpassa lokale driftsformer i husdyrproduksjonen og vere viktig i utviklinga av regionale matspesialitetar. For å oppnå større grad av likehandsaming mellom småskalaslakteri og mobile slakteri, blei det i årets jordbruksoppgjjer semje med avtalepartane om at også mobile slakteri skal kunne få frakttilskot.

Regjeringa vil leggje til rette for næringsutvikling med basis i norsk drikke med og utan alkohol. Regjeringa har i 2015 sendt på høyring eit forslag om å endre alkohollova sine reglar som nyttar det antatte handlingsrommet for sal av alkoholhaldige varer over 4,7 volumprosent som ikkje er omfatta av EØS-avtala. Dette inneber å opne opp for alkoholsal direkte frå mindre drikkeproducentar.

På same måten som daglegvarebransjen har merksemd mot sal av regionale og lokale mat- og drikkeprodukt, arbeider Vinmonopolet aktivt for å sikre god marknadstilgang av norske produsentar av alkoholhaldig drikke innanfor ramma av EØS-regelverket og alkohollova. Regjeringa har sett behov for å justere dagens regelverk om alkoholreklame i *Forskrift om omsetning av alkoholholdig drikk mv.* Eit forslag til endringar i alkoholreklameforskrifta blei sendt på høyring juli 2014. Forslaget til endringar vil gjere det enklare for forbrukarar å få nøktern, faktabasert informasjon om bl.a. innhaldet i alkoholhaldige drikker, eigenskapar, produksjonsprosessar og produksjonsstad. Samstundes blir det enklare for verksemdene å informere om sine produkt. Regjeringa tek sikte på å fastsette endringar i løpet av sommaren 2015.

Landbruks- og utmarksbasert reiseliv

Regjeringa vil

- styrkje koplinga mellom det landbruksbaserte reiselivet og anna reiseliv.
- arbeide med forenklingstiltak for små reiselivsaktørar og serveringsbedrifter, m.a. krav knytt til løyve, tilsyn og rapportering.
- arbeide for ei einsarta tolking og praktisering av skiltregelverket over heile landet, og at det blir lettare å skilte til reiselivsbedrifter.
- leggje til rette for auka verdiskaping basert på hausting av villaks i elvar.
- medverke til skjøtsel og pleie av landbrukets kulturlandskap som grunnlag for natur- og kulturarvsbaserte reiselivsopplevingar, irekna etablering av ei eiga satsing på utsiktsrydding i kulturlandskapet.

- leggje til rette for verdiskaping, i og i tilknytning til verneområde innanfor ramma av vernet for det enkelte område.
- i samband med komande revisjon av jaktforskrifta, vurdere forlenga jakttid for elg og utvida jakttid på andre artar, irekna betre moglegheiter for konfliktdepande tiltak.

I reiselivsnæringa er veksten og verdiskapingsutviklinga størst innanfor det opplevingsbaserte reiselivet. Landbruket sine reiselivsbedrifter er ein del av dette.

Dei landbruksbaserte reiselivsbedriftene kan i endå større grad enn i dag bli innhaldsprodusentar og innhaldsleverandørar til reiselivsnæringa elles. Næringa må difor evne å etablere tettare samarbeid mellom dei tradisjonelle, store reiselivsaktørane og dei mindre aktørane slik at ein får laga produktpakkar tilpassa marknaden.

Våren 2016 skal Regjeringa leggje fram ei eiga melding til Stortinget om reiselivsnæringa. Koplinga mellom politikken knytt til det landbruksbaserte reiselivet og reiselivspolitikken generelt vil bli synleggjort i denne meldinga. For ein meir målretta innsats knytt til det landbruksbaserte reiselivet vil Landbruks- og matdepartementet utarbeide ein eigen reiselivsstrategi for satsing på landbruksbasert reiseliv i samarbeid med næringa.

Det kan vere krevjande for små reiselivs- og serveringsbedrifter, som ikkje har eigne administrative ressursar, å ha tilstrekkeleg oversikt over regelverk og andre krav dei blir stilt ovanfor. Regjeringa meiner det er gode grunnar til å sjå nærare på forenklingstiltak for slike bedrifter utan at dette må gå ut over kvalitet, tryggleik, arbeidsmiljø eller anna.

Gjengroing av kulturlandskap og vegkantar er ei aukande utfordring mange stader i Noreg. Gjengroing er ei ulempe for landbruket, og kan svekke grunnlaget for reiselivet. I årets jordbruksoppgjjer blei det semje om å etablere ei ny ordning for rydding av kulturlandskap, vegkantar og utsiktspunkt av særskilt verdifull karakter sett frå landbruket og reiselivsnæringa si side. Målet med ordninga skal mellom anna vere å bidra til utsyn og fremje verdiar knytt til kulturlandskapet.

Sterkare utnytting og berekraftig bruk av utmarksressursane i tilknytning til landbrukseigedom kan gje grunnlag for auka omsetnad og sysselsetting på det enkelte gardsbruk. Det er ynskjeleg å auke verdiskapinga knytt til vilt, laks, innlandsfiske og natur-, kulturarvs- og kulturlandskapsbaserte opplevingar. Samtidig er skjøt-

sel og pleie av jordbrukets kulturlandskap, kulturminne og biologisk mangfald viktig for den utmarksbaserte reiselivsnæringa.

Naturkvalitetane i verneområda er grunnlag for verdiskaping og må sikras langsiktig.

Meir fleksible rammer for jakt vil gje fleire moglegheiter for utvikling av næring. Regjeringa vurderer å foreslå å utvide tidsrommet for jakt på elg, samt vurdere utvida opning for jakttid på andre artar, irekna grågåås og kortnebbgåås. Det er ein føresetnad at ei utvida jakttid ikkje fører til at andre brukarar av utmarka opplev dette som ei fortrenging og at utvidinga er i tråd med biologiske føresetnader.

Garden som arena for velferdstenester

Regjeringa vil

- følgje opp tiltaksområda i handlingsplanen for Inn på tunet (2013–2017).
- bruke erfaringane frå Inn på tunet-løftet til å forbetre tenestene slik at dei blir meir attraktive og konkurransedyktige.
- medverke til å synleggjere Inn på tunet for aktuelle tenestesektorar.
- medverke til god koordinering og samarbeid mellom dei ansvarlege styresmakter på dei ulike tenesteområda.
- medverke til dokumentasjon av effektar og samfunnsnytte av Inn på tunet-tilboda.

Velferdssektoren i Noreg står framfor store utfordringar. Det er mange trekk ved samfunnsutviklinga som krev nytenking og innovasjon innan helse og omsorg, utdanning, arbeidstrening og ikkje minst førebygging. Gjennom Inn på tunet (IPT) har landbruket potensial til å tilby gode og konkurransedyktige tenester med høg kvalitet og slik medverke til å løyse både dagens og morgondagens behov.

Regjeringa legg *Handlingsplan for Inn på tunet* (2013–2017) til grunn for det vidare arbeidet på området. Det skal særskilt arbeidast med IPT-tilbod innanfor tre hovudområde: Aktivitetstilbod til personar med demens, pedagogiske tilbod til grunnskule og vaksenopplæring, samt arbeidsretta tilbod innanfor psykisk helse og rusomsorg. Våren 2015 vedtok Stortinget å fastsette ei plikt for kommunane til å tilby eit dagaktivitetstilbod til heimebuande personar med demens, gjeldande frå 1. januar 2020. Regjeringa vil følgje opp dette på eigna vis. Behovet for aktivitetstilbod til personar med demens tilseier at

det burde vere rom for fleire Inn på tunet-tilbod på området i framtida. Erfaringane frå den 3-årige satsinga *Inn på tunet-løftet* (2010–2012) vil vere eit viktig bidrag til vidare arbeid med utvikling av tilbodet. God kommunikasjon og informasjon om Inn på tunet-tenesten er også sentralt for vidare utvikling.

Dokumentasjon av effektar og samfunnsnytte av IPT-tilboda er naudsynt. Det er framleis eit stort kunnskapsbehov på dette feltet. Området krev også god koordinering og samarbeid mellom fleire sektorar og politikkområde. Vidareføring og vidareutvikling av det interdepartementale samarbeidet er difor heilt sentralt.

Landbruket som energileverandør

Regjeringa vil

- vidareføre satsinga på bioenergi mellom anna gjennom Bioenergiprogrammet, for å stimulere interessa for varmesalsanlegg, og auke bruken av biomasse som energiråstoff.

Auka bruk av bioenergi er eit viktig tiltak for omstilling til eit lågutsleppssamfunn. Samstundes kan jord- og skogbrukarar oppnå auka verdiskaping ved produksjon og sal av bioenergi basert på eigne skogressursar. Bruk av bioenergi internt i landbruket vil også redusere klimagassutsleppet frå næringa og kunne gjere gardsbruka meir økonomisk robuste.

Juletreproduksjon

Regjeringa vil

- auke fleksibiliteten i bruk av landbruksareala til juletreproduksjon og syte for meir føreseielege vilkår for produsentane.
- vurdere å forenkle sakshandsaminga for bruk av utanlandske treslag til produksjon av juletre.

Den norske produksjonen av juletre er veksande. Det er viktig å leggje til rette for vilkår som kan auke både innanlands- og eksportmarknaden for norskprodusert juletre.

Rettleiar til *Forskrift om utsetting av utanlandske treslag til skogbruksformål* blir revidert og fastsett av Klima- og miljødepartementet i samråd med Landbruks- og matdepartementet. Det er eit mål å forenkle sakshandsaminga for bruk av utanlandske treslag til produksjon av juletre. Det skal vurderast å gå frå søknadsplikt til meldeplikt. Det skal leggjast vekt på kontrollbehov.

Verkemiddelapparat og forvaltning

Regjeringa vil

- gå gjennom og relansere rettleiaren *Plan- og bygningslova og landbruk pluss* for betre tilrettelegging for landbruksbasert næringsutvikling.
- leggje til rette for betre integrering av landbruket i regional og lokal samfunnsplanlegging.
- vurdere om det er behov for å klargjere og styrkje kommunane si rolle knytt til lokal, nærings- og samfunnsutvikling basert på utgreiingar bestilt i samband med kommunereforma jf. Meld. St. 14 (2014–2015).
- medverke til betre synleggjering av kompetanse- og rådgjevingstilbodet innanfor verkemiddelapparatet.
- vidareføre og vidareutvikle arbeidet med einskapleg tilsyn og rettleiing frå Mattilsynet ovanfor lokalmatprodusentar og serveringsstader.
- leggje større vekt på brukarretting gjennom forenkling og samarbeid på tvers av politikkområde og verkemiddelaktørar.

Det blir ofte vist til at det offentlege verkemiddelapparatet er fragmentert og uoversiktleg, med til dels konkurrerande eller overlappende tilbod. I denne meldinga blir ansvarsdelinga og rollene til dei ulike aktørane i verkemiddelapparatet for landbruksbasert næringsutvikling tydeleggjort. Det er viktig at det er god samhandling mellom dei ulike offentlege aktørane for å sikre ei effektiv og brukarvennleg forvaltning. Her må både det offentlege og næringa sjølv arbeide for betre synleggjering av kompetanse- og rådgjevingstilbodet innanfor verkemiddelapparatet.

Plan- og bygningslova er eit viktig verktøy når det skal leggjast til rette for næringsutvikling. Synleggjering og bevisstgjerung av moglegheitene kommunane har i planlova er naudsynt for å sikre ei offensiv planlegging og næringsutvikling basert på landbruket sine ressursar. Regjeringa vil difor

gjennomgå rettleiaren *Plan- og bygningslova og landbruk pluss* og sørge for at denne blir gjort kjent for kommunane.

Som nyetablerar kan det vere vanskeleg å finne fram i dei krav og reglar ein må ta omsyn til. Ei større vekt på brukarretting og tydeleggjering av hjelpetilbodet frå det offentlege kan gjere det enklare for dei som vil starte opp verksemder med produksjon, servering eller turisme. Det skal vere enkelt å finne informasjon og kunnskap om lover og reglar. Her må fleire politikkområde samarbeide om å sjå på moglegheiter for forenkling og synleggjere samanhengar og sjå på beste praksis-dømer frå kommunane, fylkesmannsembeta, fylkeskommunane, Innovasjon Norge og Matmerk. Arbeidet med einskapleg tilsyn og rettleiing frå Mattilsynet ovanfor lokalmatprodusentar og serveringsstader skal vidareførast.

1.4 Kort om oppbygging av meldinga

I kapittel 2 blir det drøfta korleis ein generelt kan leggje til rette for meir gründerskap, utvikling av vekstkriftige bedrifter i landbruket og gode innovative næringsmiljø. Kapittel 3 gir ei omtale av utviklingstrekk, potensial og utfordringar innanfor dei viktigaste næringsområda for vekst. Dette er i all hovudsak områder som departementet har prioritert høgt over fleire år. Kapittel 4 drøftar landbruket si rolle i samfunnsplanlegginga, og synleggjer korleis det offentlege verkemiddelapparatet arbeider for å leggje til rette for etablerarar, gründerskap og vekst. Kapittel 5 gjev eit innblikk i EU sin landbrukspolitik på området, og går i særskilt grad inn i Sverige og Austerrike sine satsingsområde. Kapittel 6 drøftar korleis vi kan leggje til rette for eit meir systematisk arbeid for å styrkje kunnskapsgrunnlaget knytt til landbruksbasert næringsutvikling.

2 Stimulering til gründerskap, vekst og innovative næringsmiljø

Regjeringa vil

- støtte opp om gründer- og vekstbedrifter på landbruksområdet gjennom verkemiddel som Investerings- og bedriftsutviklingsordninga (IBU-ordninga), Utviklingsprogrammet og inkubatorsatsinga.
- styrkje satsinga på rekruttering ved å lyfte fram dei gode døma og prøve ut ei mentorordning.
- leggje til rette for kompetanseutvikling i heile verdikjeda gjennom relevante studie-, etter- og vidareutdanningstilbod.
- medverke til forskingsbasert innovasjon i landbruksbaserte næringar gjennom ulike nasjonale verkemiddel.
- medverke til at dei landbruks- og matfaglege forskingsmiljøa bidreg til å utvikle og spreie kunnskap som støttar opp under landbruksbasert næringsutvikling.

Vi treng både fleire gode nyetablerarar og vekstbedrifter innanfor landbruksbaserte næringar som kan skape lønsame arbeidsplassar. Bedrifter som tek utgangspunkt i landbruket sine ressursar bidreg til verdiskaping og sysselsetting i heile landet. Gründerar kjem med nye idear, produkt og prosessar som gjer at næringa utviklar seg vidare. Bedrifter med større vekstambisjonar medverkar til å sikre vidare utvikling, tilstrekkeleg lønnsemd og sysselsetting. Vi treng både dei som går føre med nye idear og dei som etterkvart har musklar og kapasitet til å lyfte bedrifta mot nye høgder produksjonsmessig og økonomisk. Kva landbruksbaserte ressursar som i framtida vil kunne skape økonomisk vekst og sysselsetting veit vi ikkje i dag. Politikken på dette området må difor vere så open at den legg til rette for vekst og utvikling uavhengig av kva det satsast på. I denne meldinga ynskjer regjeringa å synleggjere moglegheiter og foreslå tiltak som kan medverke til fleire gode gründerar og vekstkraftige bedrifter med utgangspunkt i landbruket sine ressursar.



Figur 2.1 Salsbod på matstreif

Foto: Jon Marius Nilsson/ Innovasjon Norge

2.1 Gründerskap og vekstkraft

Entreprenørskap og nye bedrifter er viktig for endring, innovasjon og omstilling i økonomien. Ut over kommunen si rolle som fyrstelinje for næringsutvikling er Innovasjon Norge den viktigaste verkemiddelaktøren på bedriftsnivå for å stimulere gründerar til å utnytte sine moglegheiter for vekst. På landbruksområdet er også fylkesmannen ein viktig utviklingsaktør som medverkar til mobilisering for rekruttering av nye etablerarbedrifter. Målet er ikkje å etablere flest mogleg bedrifter, men at lovande nyetableringar evnar å vekse. I Noreg etablerer mange

nye bedrifter seg kvart år. Utfordringa er at mange av desse ikkje evnar å vekse tilstrekkeleg til å bli lønsame nok. Det trengst difor fleire vekstbedrifter. Regjeringa vil styrkje innovasjon og nyetablering i alle delar av landet, med vekt på gründerar. Nærings- og fiskeridepartementet vil leggje fram ein gründerplan hausten 2015. Målet er å styrkje og samordne entreprenørskapspolitikken, og følgje opp regjeringsplattforma på området. Gründerplanen skal gje ein heilskapleg omtale av regjeringa sin politikk for å fremje gründerar og entreprenørskap. Denne planen vil soleis også vere retningsgjevande for gründerar innanfor landbruksbasert næringsutvikling.

2.1.1 Er landbruksgründeren som alle andre gründerar?

På dei aller fleste områder vil ein gründer som tek utgangspunkt i landbruket sine ressursar møte dei same utfordringane som gründerar i anna næringsliv. Gründeren har som regel svært god kunnskap om den vara eller tenesta som skal produserast, men manglar kunnskap om marknaden vara eller tenesta skal inn i. Marknadskompetanse, tilgang til risikovillig kapital, god rådgjeving og tilgang til relevante nettverk er viktige element for alle som arbeider med bedriftsutvikling, uavhengig av sektor.

Ynskje og moglegheit for vekst er eit viktig utgangspunkt og drivkraft for lønsam utvikling av bedrifter. Det som kjenneteiknar mange landbruksbaserte bedrifter som vil utvikle noko nytt med utgangspunkt i landbrukseigedommen sine ressursar, er jamvel at dei har tradisjonell landbruksdrift i botnen. Omstillinga frå å vere råvareleverandør til å jobbe med vidareforedling av varer og tenester kan vere stor, og særskilt er det krevjande å ha god nok marknadskompetanse, irekna prissetting og verdsetting av eigen arbeidsinnsats. Motivasjonen er ofte eit ynskje om å utnytte og forvalte garden sine ressursar på nye måtar som grunnlag for auka inntekt i staden for å måtte hente delar av inntekta si frå anna lønnsarbeid utanfor garden. Næringspolitikken rundt landbruksgründeren må difor vere tilpassa både dei med ambisjonar om vekst, og etableraren som ikkje har andre vekstambisjonar enn at familien kan vere heiltids sysselsett med utgangspunkt i dei ressursane garden har totalt. Samstundes er det slik at ambisjonar knytt til ein viss vekst og ei viss omstilling er naudsynt for at ei bedrift skal overleve i marknaden. Mål om flest mogleg vekstkraftige bedrifter også innanfor landbruket må

Boks 2.1 Suksessfaktorar for overleving og vekst

Innovasjon Norge peikar på sju kritiske suksessfaktorar som har avgjerande innverknad på norske gründerar si evne til overleving og vekst, internasjonalt, nasjonalt og regionalt:

- Marknadsorientering og internasjonalisering må byggjast inn i forretningsmodellen frå dag ein.
- Det må bli meir attraktivt og gje høgare status å vere vekstgründer.
- Kompetansen om forretningsutvikling må aukast.
- Betre og enklare tilgong til kompetent risikokapital, offentleg og privat.
- Enklare tilgang til informasjon.
- Eit støtteapparat som tek gründeren på alvor.
- Gode gründermiljø og nettverk.

difor vere ein klar ambisjon frå det offentlege si side.

Til sjuande og sist er det likevel personane bak bedrifta som er drivarane for ei positiv utvikling. Forsking på gasselleselskap¹ gjennomført ved NMBU² viser at dei som har hatt raskast vekst, også er dei som har sett seg eit klart definert mål om å vekse. Suksess for entreprenøren handlar om kva ein har sett seg som mål. Klart definerte ambisjonar om bedrifta si utvikling kan difor seiast å vere eit viktig utgangspunkt for å lukkast for den enkelte næringsutøvar.

Kvinner og menn skal ha dei same moglegheitene til å drive næringsverksemd innanfor landbruk og i tilknytte næringar. Tal frå OECD syner at rundt ein av fire gründerar i Noreg er kvinner. Denne fordelinga har vore relativt stabil over lenger tid³. Over investerings- og bedrifts-

¹ Gasselleselskap er i denne samanhengen knytt til Dagens Næringsliv si årlege kåring av vekstbedrifter i Noreg. Krav til bedriftene i konkurransen er at det er 4 år eller meir sidan bedrifta blei etablert, at bedrifta skal ha hatt omsetningsvekst dei 4 siste åra, at omsetningen skal vere meir enn dobla dei 4 siste åra, og at bedrifta har hatt positivt driftsresultat i alle dei 4 siste åra.

² Rasmussen C.C. (2014): *Vekst i små og mellomstore bedrifter: Betydningen av kollektive kompetansebaserte ressursar*. NMBU.

³ OECD (2014). *Economic survey of Norway 2014*. <http://www.oecd.org/eco/surveys/economic-survey-norway.htm>

utviklingsmidlane i landbruket har kvinner blitt særskilt prioritert. Dei siste åra har kvinnedelen på etablerarstipendordninga over Investerings- og bedriftsutviklingsmidlane i landbruket vore på nærare 80 pst. Delen løyvingar gitt til kvinner til bedriftsutvikling innanfor desse næringane har vore stabil på i underkant av 70 pst. dei siste åra.

2.1.2 Vekstkraftige bedrifter i landbruket

Føretak som veks spelar ei viktig rolle i den økonomiske utviklinga fordi dei er viktige bidragsytarar til sysselsetting og verdiskaping. Vekstbedriftene bidreg til høg produktivitetutvikling og auka konkurransekraft som grunnlag for verdiskaping.

Ei rekkje hinder kan føre til at bedriftene ikkje set seg tydelege vekstambisjonar og klarar å realisere måla sine. Som tidlegare nemnt er det særskilt mangel på marknadsorientering og risikoavlastning som hemmar vekstkraft. Bistand i form av kompetanse, rådgjeving, nettverk, profilering og finansiering for å auke marknadsorienteringa og avlaste risiko, er difor viktige verkemiddel.

2.1.3 Styrking av gründerar og vekstbedrifter i landbruket

Tilgjengelege låne- og tilskotsordningar i ei oppstarts- og utviklingsfase dempar risikoen ved å utvikle eiga bedrift. Både oppstartsgründeren og vekstgründeren vil kunne ha behov for slike verkemiddel. Over jordbruksavtala blir det løyvd særskilde midlar til investering og bedriftsutvikling i landbruket. Tiltaka innanfor denne ordninga er samansett slik at den både skal møte etableraren sine behov gjennom etablerarstipend til etablering av ny verksemd, og interessene til bedrifter som er i ei form for utviklings- og investeringsfase gjennom investeringstilskot og tilskot til produktutvikling, kompetansebygging, marknadsføring m.m. Innovasjon Norge si kundeeffektundersøking frå 2010⁴ syner at ein stor del av dei som har motteke etablerartilskot innanfor landbruket vurderer at tilskotet har stor verdi for overleving, lønnsømdutvikling og auka omsetnad. 95 pst. av dei spurde sa at prosjektet ikkje hadde blitt gjennomført utan støtte frå Innovasjon Norge, samt at 93 pst. sa at Innovasjon Norge i stor grad hadde bidrege til auka samarbeid.

I Utviklingsprogrammet blir det særskilt jobba med å stimulere vekstbedriftene gjennom finansiering til bedrifter og produsentnettverk som ynskjer å vekse, samt tilpassa kompetansetiltak for bedriftene i dette segmentet.

Det er også svært viktig å peike på at verkemiddelapparatet sin kompetanse, kunnskap og rolle som rettleiar for bedrifter er viktig. Både verkemiddelapparatet sjølve og næringa må jobbe for å synleggjere dei tilboda som finst.

Gründerar får ofte god hjelp i starten, men har behov for støtte og hjelp også i fasen etter etablering. Nettverk eller mentorar kan vere viktige tiltak her. Innovasjon Norge har ei eiga mentortjeneste for gründerar. Tenesta vart evaluert av Oxford Research i 2014⁵. Evalueringa viste at tenesta fungerte relativt godt, med nokre behov for tiltak for å vidareutvikle ordninga. I jordbruksoppgjæret i 2014 vart det avsett 4 mill. kroner til ei fleirårleg satsing på rekruttering og gründerkap. Målsetjinga var auka rekruttering og å lyfte fram fleire gode gründerar gjennom «beste praksis». Departementet ynskjer å bruke denne satsinga til å prøve ut ei mentorordning i landbruket. Mandatet skal utarbeidast i samarbeid med avtalepartane i jordbruket og arbeidet skal setjast i gong i 2015. Det er vidare viktig at slike satsingar kan nyttast til å synleggjere handlingsrommet som ligg i å satse innanfor landbruket.

Behov for samarbeid, deling av kunnskap og auka profesjonalisering er gjennomgåande områder det bør satsast på for å i endå større grad gjere dei landbruksbaserte næringane verdifulle i marknaden. SIVA sitt program for inkubatorar skal hjelpe til med å identifisere, vidareutvikle og kommersialisere gode idear til nye vekstbedrifter, og gje vekst i etablerte verksemdar. Fire av inkubatorane, i Verdal, Stavanger, Hamar og på Ås, rettar seg mot utvikling av vekstbedrifter innan landbruksbaserte næringar. I 2015 er i alt 39 bedrifter knytt til desse inkubatorane. Bedriftene fordelar seg på verksemd innan lokal matproduksjon og foredling med potensial for ein nasjonal marknad, og innan bioøkonomi med eit internasjonalt marknadspotensial. Kvalifisert rettleiing i etableringsprosessen er ofte avgjerande for om nyetableringar lukkast, og gjennom inkubatorane får bedriftene tett oppfølging frå personar med lang røynsle frå etablerarverksemd. Gründerane får tilgong på profesjonelle forretningsutviklarar, rådgjevarar og investorar,

⁴ Oxford Research (2010): *Spira lyt få gro*. Etterundersøking blant bedrifter som mottok støtte fra Innovasjon Norge i 2010.

⁵ Oxford Research (2014): *Nok for de fleste, men for lite for noen*. Evaluering av Innovasjon Norges mentortjeneste for gründere.

og inngår i eit fagleg og sosialt fellesskap med andre gründerar.

2.1.4 Godt omdøme viktig for rekruttering

Omdøme kan forståast som summen av oppfatningar og forventningar omgjevnadane har til landbruket som næring. Eit godt omdøme må byggjast over tid og haldast ved lag. Tilliten til norskprodusert mat er gjennomgåande høg. Framveksten av nye varer og tenester med god kvalitet basert på landbruket sine ressursar bidreg positivt til omdømet for heile landbruket.

Landbruket sitt omdøme som ei attraktiv næring og ein mogleg yrkesveg er avgjerande for rekrutteringa til næringa. Heile spekteret av mangfald i landbruket med ressursar og moglegheiter for å skape attraktive arbeidsplassar må synleggjerast både av forvaltinga og av næringa sjølv.

Ved etablering av nye landbruksbaserte bedrifter, vil kompetanse og utdanning som ikkje nødvendigvis er landbruksrelatert kunne nyttast i utviklinga av ein ny arbeidsplass. Dette kan på sikt gjere landbruket til ein meir attraktiv og mangfaldig arbeidsplass. Hausten 2014 vart det nedsett eit regjeringsoppnemnt utval som skal sjå på rekrutteringsutfordringane i landbruket. Utvalet leverer sin rapport innan utgangen av 2015.

Mange av pionerane innan t.d. lokalmatnæringa har vore aktive i fleire år. Det er behov for nye krefter og auka rekruttering, her som i andre deler av landbruket. Det er ei stor utfordring som må møtast gjennom synleggjering, men også gjennom framleis vekst og utvikling på området. Dei offentlege aktørane kan vise fram dei gode døma og syte for at ungdom som skal velje yrkeskarriere får god informasjon om dei moglegheitene som finst. Det er viktig å byggje ein entreprenørskapskultur frå tidleg alder av. Gode førebilete og dømer på bedrifter og enkeltpersonar som har lukkast med å tenkje nytt rundt bruk av landbruket sine ressursar må lyftast fram. Det er ein av grunnane til at Innovasjon Norge årleg deler ut Bygdeutviklingsprisen – ein pris for årets bedriftsutviklar i landbruket. Både på fylkesnivå og på nasjonalt nivå blir bedrifter med suksess synleggjort. Kriteria for å nå opp i konkurransen er knytt til økonomisk resultat, sysselsetting, nyskaping/originalitet og sosial og miljømessig berekraft.

To nasjonale omdøme prosjekt som skal bidra særskilt i bygginga av matnasjonen Noreg er den

Boks 2.2 Vom og Hundemat AS – ei vekstbedrift med Skandinavia som marknad

Vom og Hundemat AS er produsent av ferskfryst hundefôr til jakt- og hundekøyrarmiljøet i Skandinavia. Bedrifta, som er etablert på garden Manstad i Trøgstad, har i dag 24 tilsette. I 2014 omsette bedrifta for over 45 mill. kroner og produserte over 3500 tonn hundefôr. Råvarene som nyttast i foret er plussprodukt frå slakteri og fiskemottak og er utelukkande frå Noreg.

Bedrifta har motteke Dagens Næringslivs pris som Gasse-bedrift, fekk Bygdeutviklingsprisen for Østfold i 2014 og var ein av fire bedrifter som blei plukka ut til å delta i finalen for den nasjonale Bygdeutviklingsprisen. Dei nyttar FoU aktivt inn for å optimalisere produktet sine eigenskapar og dei har eit nært samarbeid med Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU). Vom og Hundemat AS leverer produkta sine over heile Skandinavia og dei har bygd opp ei merkevare som lokalmiljøet er stolte av.

årlege norske standen på Internationale Grüne Woche (IGW) i Berlin og den årlege nasjonale matfestivalen Matstreif i Oslo. Målet med IGW er å styrkje den heilskaplege profileringa av norsk landbruk og reiseliv, betre samarbeid på tvers av regionar, fylke og næringar, styrkje lønsemd, marknadsføring og testing av norske mat- og reiselivsprodukt på den tyske marknaden, samt auke den internasjonale kompetansen hos bedriftene og regionane som deltek. Matstreif skal gje auka kunnskap og interesse for mat og drikke frå heile Noreg. Festivalen har utvikla seg over meir enn 10 år til å bli ein sentral møteplass og salsarena for produsentar av lokalmat og drikke frå heile landet. Desse store prosjekta bidreg til kompetanseheving og utvikling for dei som deltek, og styrka omdøme og interesse for norsk mat og landbruk. Dei årlege evalueringane frå Matstreif og IGW syner nettopp at desse to prosjekta er viktige arenaer for å teste ut nye produkt og lære av kvarandre og forbrukarane, samtidig som dei også er viktige sals- og marknadsføringskanalar.

Boks 2.3 Gardsbruk med arbeidsplass for mange

Det finst mange gode dømer på småbruk som er omdanna til moderne bedrifter med fleire bein å stå på. Felles for desse er at dei har eit mangfald av tilbod til fleire ulike grupper og at dei sysselsett både folka som høyrer heime på garden og fleire frå lokalsamfunnet.

I Lofoten ligg Aalan gård. Garden blir drive økologisk og produserer geitemjolk som dei dels foredlar sjølve til ost og dels leverer til TINE. På garden produserer dei også tørka krydder og har Inn på tunet-tilbod til skular og barnehagar i nærområdet. Aalan er arbeidsplass for to generasjonar gardsfolk og folk frå bygda elles. Garden sysselsett totalt 6 årsverk. Drifta inkluderer også ein gardskafé og ein butikk med sal av eigne og andre varer. Omsetnaden på garden var for 2014 på om lag 1,7 mill. kroner utanom mjølkeproduksjonen.

På Inderøy finn vi Berg gard. Drifta omfattar eit gardsslakteri, ein serveringsstad, ein landhandel og Inn på tunet-tilbod innanfor grønt arbeid. Mangfaldet er bygd opp gjennom fleire år med arbeidsplassar og verdiskaping basert på

ressursane på garden. Dei har også starta produksjon av akevitt i eit nybygd brenneri på garden. Grønt arbeid på Berg er eit godkjend Inn på tunet-tilbod til menneske som skal inn på den vanlege arbeidsmarknaden. Deltakarene i Grønt arbeid deltek i alle aktivitetane på garden ut i frå eigne interesser og evner. I 2013 var omsetnaden på garden på totalt 3,4 mill. kroner og dei sysselsette 3 årsverk på årleg basis og nokre ekstra på innleigd basis.

Hillestad gard i Åmli kommune i Aust-Agder fekk den nasjonale Bygdeutviklingsprisen i 2012. Garden har gitt opphav til tre bedrifter. Med 8 årsverk er garden ein viktig arbeidsgjevar i Åmli kommune. I tillegg har dei andre bedriftene 4 årsverk fordelt på Arendal og Drammen, 32 årsverk i Danmark og 2 årsverk i Frankrike. Drifta på garden femnar om eit galleri, smykkeproduksjon, servering og eit ferisesenter. Eigarane har bygd stein på stein gjennom mange år og omsette i 2014 for over 134 mill. kroner. Alt dette med utgangspunkt i eit gardsbruk i indre Agder.



Figur 2.2 Galleri, Hillestad gard

Foto: Hillestad gard



Figur 2.3 Aalan Gård

Foto: Aalan gård

2.2 Utvikling av innovative næringsmiljø i landbruket

2.2.1 Kva er innovative næringsmiljø?

Regjeringa vil styrkje konkurransekrafta i næringslivet og vektlegg verdien av kunnskap, forskning og innovasjon for å stimulere verdiskapinga og sikre vekstkraftige regionar i heile landet. Gode koplingar mellom næringsliv, forskings- og utviklings-

miljø, utdanningsinstitusjonar og offentleg sektor blir understreka for å kunne nå nasjonale mål om auka verdiskaping og konkurransekraft. Utvikling og utnytting av kunnskap, enten ved at bedriftene maktar å kople kjent kunnskap, innhente ny kunnskap, eller nytte kunnskap på nye måtar, er kjenne-teikn på innovative næringsmiljø.⁶ Næringslivet i ulike regionar brukar i ulik grad erfaringsbasert eller FoU-basert kunnskap, samstundes som dei brukar kunnskapsorganisasjonar i og utanfor regi-

onen i ulik grad og på forskjellige måtar. Kundar og leverandørar er dei viktigaste samarbeidspartnarane for bedrifter som innoverer.⁷ Samarbeid mellom bedrifter med komplementære produkt, tenester eller ressursar, kan gje grunnlag for innovasjonssamarbeid og nye forretningsidear. Slikt samarbeid kan særskilt fremjast gjennom organiserte klyngjer eller bedriftsnettverk. Dei mest innovative bedriftene arbeider ofte i lag med ulike forskings- og kunnskapsmiljø i sine innovasjonsprosessar for utvikling av nye produkt og tenester. Medan dei største bedriftene ofte har eigne FoU-avdelingar, er dei små og mellomstore bedriftene meir avhengig av eit tettare samarbeid med eksterne forskings- og kunnskapsmiljø.

Innovasjonsaktivitet i samspel med ressursbaserte næringar innan jordbruk, skogbruk og fiske, og bedrifter og forskingsmiljø som produserer kunnskap og teknologi for sektoren, har stått for ein viktig del av dynamikken i norsk økonomisk utvikling gjennom det 20. århundre.⁸

2.2.2 Regional nyskaping gjennom utnytting av regionale fortrinn

Regionale fortrinn og ressursar kan nyttast til å fremje innovasjonsprosessar i bedrifter og næringsmiljø ut frå tilgang på naturressursar, erfaren arbeidskraft, spesialiserte leverandørar og kunnskapsaktørar. Ein finn fleire døme på dette frå landbruket. I verksemda Rørosmat, jf. kapittel 3, boks 3.4, har gjennomgåande bruk av lokale tradisjonar kopla med ny kunnskap lagt grunnlaget for eit innovativt næringsmiljø. Gjennom opprettinga av Rørosmat gjekk bedrifter, lokale styresmakter og einskildpersonar saman for å oppnå større styrke og dynamikk på både produksjons- og salssida. Etter oppstart i 2003 har Rørosmat vekse frå 6 til 31 eigarar, og har i dag 7 tilsette og ein omsetnad på 30 mill. kroner i 2014. Dei som bur i regionen utnyttar eigen matkultur, historie og andre ressursar, for å setje i gong eller utvide næringsverksemda. Rørosmat og dei lokale produsentane må også kople seg til kundar og distribusjonssystem utanfor regionen, noko som krev ny kompetanse og oppbygging av nye nasjonale nettverk. I oppstartfasen fekk mange av pro-

Boks 2.4 Høgteknologisk verksemd på Moer gard

Eit døme på at høgteknologisk verksemd med stor lokal verdiskaping og sysselsetting med utspring i tradisjonelle landbruksproduksjonar er mogleg finn vi hos Moer gard i Akershus. I tillegg til tradisjonell eggproduksjon til konsum har Moer gard, med kompetanse frå bioteknologi, veterinærmedisin, agronomi og humanmedisin, utvikla selskapet Norwegian Antibodies AS. God norsk dyrehelse gjer det mogleg å nytte råstoff frå eggproduksjonen til produksjon av antistoff, med kommersiell utnytting og sal til den internasjonale diagnoseindustrien og bioteknologisk forskning som resultat. I dag er selskapet ei internasjonal verksemd som er marknadsleiande på sitt felt. I 2014 hadde bedrifta en omsetnad på 10,1 mill. kroner og 7 årsverk fordelt på 8 tilsette.

duzentane hjelp frå eksterne, både forskarar og konsulentar, for produkt- og prosessutvikling.

I Rogaland er det, med utspring i matmiljøet innan både blå og grøn sektor, etablert eit samarbeid som har ført til utvikling av eit nasjonalt tyngdepunkt på matområdet. I 2007 fekk miljøet status som Norwegian Centres of Expertise (NCE), innanfor området gastronomi og kulinarisk differensiering. I 2009 blei Måltidets Hus etablert som ein felles arena for forskning, utvikling og dialog. Klyngja er sett saman av bedrifter og forskings- og utviklingsaktørar, med ambisjon om å etablere konkurransedyktig, norsk matproduksjon på europeiske kvalitetsmarknader. Gjennom å utvikle ein felles kunnskapsplattform, og å ta i bruk denne innovativt, er målet å få til auka verdiskaping og lønsemd for aktørane gjennom heile verdikjeda, frå råvare, tilverking, ferdig produkt og sal.

Regjeringa sin nordområdestrategi vektlegg at Nord-Noreg har store naturgitte fortrinn som kan nyttast til næringsutvikling og verdiskaping. Her er det etablert eit samarbeid i heile verdikjeda mellom næringsaktørar, forvalting og kunnskapsmiljø, med sikte på utnytting av potensiala knytt til arktisk landbruk. Lange lyse dagar og låg temperatur gjer at arktisk landbruk produserar råvare av unik kvalitet, som utgjer eit potensial for utvikling av varer og tenester innan til dømes mat- og reiselivsområdet. I arbeidet med å utvikle produksjonar som kan inngå i ei felles arktisk merkevare,

⁶ Normann R. H., Fosse J. K., Isaksen A., Jakobsen S. E. (2014), *Kunnskapsgrunnlaget for klyngeprogrammene og delmål 3: «Flere innovative næringsmiljø»*, Agderforskning FoU-rapport nr. 1/2014.

⁷ SSBs innovasjonsundersøkelse 2010–2012.

⁸ Hanson J. og Wicken O (red.), (2008) *Rik på natur, Innovasjon i en ressursbasert kunnskapsøkonomi*, Fagbokforlaget 2008.



Figur 2.4 Frå Borregaard, som driv innovasjon med basis i landbruket sine ressurar.

Foto: Torbjørn Tandberg

er det igangsett prosjekt innanfor m.a. arktisk bærproduksjon, potet- og grønnsaksproduksjon, lamme-, kje- og reinkjøtproduksjon. Utfordringa vidare er knytt til merkevarebygging under ein felles Nordnorsk matregion, der samarbeid mellom mat og reiseliv er sentralt.

2.2.3 Verkemiddel for stimulering til innovative næringsmiljø

Gjennom Noregs Forskingsråd, Innovasjon Norge og SIVA er det utvikla eit sett av verkemiddel som på ulike måtar skal stimulere til meir velfungerande regionale innovasjonssystem og byggje opp under innovative næringsmiljø.

I *Langtidsplan for forskning og høgare utdanning*, Meld. St. 7 (2014–2015), går det fram at regjeringa vil styrkje forskning som kan bidra til eit innovativt og omstillingsdyktig næringsliv, gjennom auka nyskaping, nyetablering og kommersialisering. Ei styrking av dei generelle, næringsretta ordningane skal medverke til at heile bredda av næringslivet forskar meir, og at forskinga blir omsett til næringsutvikling. Verkemidlar som til dømes SkatteFUNN, FORNY2020 og VRI (Verkemiddel for regional FoU og innovasjon), gir viktige insita-

ment til forskingsbasert innovasjon i dei landbruksbaserte næringane.

Gjennom ei styrking av SkatteFUNN har regjeringa lagt til rette for auka forskings- og utviklingsaktivitet, der bedrifter kan søkje om skattefrådrag for kjøp av FoU-tenester til gjennomføring av sine prosjekt. Innanfor landbruks- og matsektoren ligg aktiviteten på eit høgt nivå. I 2014 auka delen søknadar med 50 pst. for skog- og tresektoren og 14 pst. for jordbruks- og matsektoren. Dette viser at SkatteFUNN er eit eigna verkemiddel for innovasjon i landbruks- og matsektoren, og at fleire bedrifter har blitt merksame på verdien av å satse på forskning og utvikling. På same måte er Forskingsrådet sitt program FORNY2020 styrka, som del av regjeringa si satsing på næringsretta forskning og kommersialisering. Programmet gir støtte til kommersialisering i form av lisensieringar og nyetableringar, og er også relevant for vekst og gründerskap i dei landbruksbaserte næringane.

VRI-programmet, i regi av Forskingsrådet, skal utvikle kunnskap om og kapasitet til samhandlings- og innovasjonsprosessar i regionane, og stø opp om forskingsbasert innovasjon i norsk nærings- og arbeidsliv. Her får landbruksbaserte bedrifter høve til å arbeide på nye måtar, til samar-

Boks 2.5 Klyngjesamarbeid gav kraftig vekst i frukt- og bærneringa i Sogn og Fjordane

I Sogn og Fjordane har det vore eit tett og godt samarbeid i næringsklyngja for frukt- og bær. Primærprodusentar, mottaksapparat, industri, marknadsaktørar, det regionale verkemiddelapparatet, landbruksrådgjevinga og forskingsmiljø har over fleire år jobba saman om nye sortar, nye produksjonsmetodar og nye marknadskanalar. I 2004 var råvareverdien av frukt og bær frå Sogn og Fjordane 20 mill. kroner, og fylket var det fjerde største fylket på frukt og bær i landet. 10 år seinare er råvareverdien femdobla til 100 mill. kroner, og fylket er blitt det leiande frukt- og bærfylket i Noreg. Mykje av æra for den kraftige veksten skuldast det tette og gode samarbeidet i næringsklyngja.

I perioden 2010–2013 fekk frukt og bær-klyngja i Sogn og Fjordane finansiell og fagleg støtte

gjennom Arena-programmet. Ei evaluering av prosjektet¹ viser at Arena har vore eit viktig verktøy for å vidareutvikle frukt- og bærneringa i fylket. Gjennom oppretting av møteplassar og nye arenaer har samhandlinga blant aktørane auka, bedriftene si innovasjonsevne har auka, det er lagt til rette for nye koplingar mellom ulike aktørar i verdikjeda og mellom bedrifter og FoU-miljø, samt at merksemda mot det internasjonale er styrkja. For å vidareutvikle klyngja vektlegg evaluatør utvikling av samarbeidet mellom aktørane i heile verdikjeda; industri, forskning, rådgjeving, produsentar, samt det regionale verkemiddelapparatet.

¹ Lurfald M. og Mei Ying X., *Evaluering av Arena Frukt og bær – Prosjektperiode 2010–2013*, ØF-rapport 3/2014.

beid, til ide- og kunnskapsbytte med bedrifter innanfor andre næringar og medverknad frå miljø som dei elles ikkje har samarbeida med. I Trøndelag har dette resultert i utarbeiding av eit innovasjonsprogram for trøndersk landbruk, Landbruk 21. Omfanget av ressursar knytt til det trønderske landbruket, og potensialet for auka samarbeid mellom tradisjonelle og meir utradisjonelle kunnskapsleverandørar til landbruket både i og utanfor regionen, utgjer ei sentral drivkraft for arbeidet. Målet er å få til meir berekraftige verdikjeder bygd på det trønderske landbruket, både med omsyn til miljø, sosiale og økonomiske tilhøve.

I samarbeid mellom Innovasjon Norge, SIVA og Forskingsrådet er det etablert eit nasjonalt program som rettar seg mot klyngje- og nettverksutvikling mellom bedrifter i ulike fasar. Arena-programmet rettar seg mot regionale næringsklyngjer i ei tidleg utviklingsfase, mens NCE-programmet skal utløyse og styrkje samarbeidsbaserte innovasjons- og internasjonaliseringssprossar i modne klyngjer med ein nasjonal posisjon. Målet med klyngjeutviklinga er å stimulere til auka innovasjon og styrka konkurransevne på grunnlag av samhandling mellom bedrifter, FoU- og utdanningsmiljø og offentlege utviklingsaktørar. Næringsklyngjene utgjer ein viktig basis for dei regionale forskings- og innovasjonsmiljøa, og eit potensial for framtidig delta-king i EUs rammeprogram for forskning og innovasjon, Horisont 2020. Her er næringslivet si

rolle i forskning og innovasjon vektlagt i større grad enn tidlegare, noko som gjer at norske miljø kan inngå i alliansar med internasjonale miljø, med sikte på auka innovasjon, verdiskaping og konkurransekraft.

Gjennom oppretting av sentre for forskingsdrive innovasjon (SFI), er det lagt til rette for å styrkje innovasjon gjennom langsiktig forskning i eit nært samarbeid mellom FoU-aktive bedrifter og sterke forskingsmiljø. I 2014 fekk Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) under namnet Foods of Norway, status som fyrste SFI på landbruks- og matområdet. Her skal forskarar samarbeide med bedriftspartnarar om å utvikle nye fôrprodukt frå landbruk, biprodukt frå husdyr, makroalgar og skog.

2.2.4 Kunnskap og kompetanse som grunnlag for vekst og gründerskap

Kunnskap- og kompetanseutvikling er viktige verkemiddel for auka innovasjon og gründerskap i landbruksbaserte næringar. Regjeringa vil leggje til rette for utvikling av kompetanse i heile verdikjeda gjennom relevante studie-, etter- og vidareutdanningstilbod. Norges miljø- og biovitenskapelige universitet på Ås (NMBU), Høgskulen i Hedmark og Høgskulen i Nord-Trøndelag, utdannar fagpersonar som kan gå inn i den landbruksbaserte næringa, eller som kan bidra med kunnskap og forskning for næringa. Dei vidaregåande

skulane med utdanningsprogram naturbruk, er eit godt utgangspunkt for framtidige næringsutøvarar, og for dei som vil gå vidare på høgare utdanning eller fagskule.

Fleire av naturbruksskulane utviklar seg vidare til kompetansesentra, med tilbod om etter- og vidareutdanning til næringsutøvarane.

Utdanningssystema i landbruket må vidareutviklast med sikte på å styrkje kunnskapsgrunnlaget for vekst og verdiskaping i heile verdikjeda, og for å kunne by fram attraktive utdanningar for innovasjon og gründerskap i landbruket. For å få fram unge gründerar må det satsast på entreprenørskap i grunnskulen og vidaregåande skule. Det er og viktig å utvikle eit godt samarbeid mellom naturbruksskulane og næringa, slik at skulane har kompetansetilbod som utøvarane treng for å kunne ta i bruk garden sine ressursar til næringsutvikling.

Evna til å utvikle og ta i bruk ny kunnskap er ein sentral konkurransefaktor for norsk næringsliv. Forsking og forskingsbasert innovasjon er eit av dei viktigaste verkemidla for auka konkurransekraft og verdiskaping i verdikjedene i landbruket. Det må mobiliserast for at det landbruksbaserte næringslivet skal investere meir i forskning, og for auka forskingsaktivitet i heile den landbruksbaserte verdikjeda. Ved å målrette forskingsmidlar til innovasjon i landbruksbaserte næringar kan varer og tenester utviklast på nye område.

Landbruket sitt kunnskapssystem er omfattande, og består av mange offentlege og private aktørar. Det kan vere krevjande å få til ein god kunnskapsflyt mellom kunnskapsleverandørar og næringsaktørar, slik at kunnskapen blir tatt i bruk. Regjeringa vedtok 19. juni 2014 å slå saman Bioforsk, Norsk institutt for skog og landskap og Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning til Norsk institutt for bioøkonomi (NIBIO). Instituttet skal bli ein motor i å utvikle og spreie kunnskap som støttar opp under vekstkraft, gründerskap og innovative næringsmiljø i landbruket. I 2014 kom det i stand ei samarbeidsavtale mellom

Boks 2.6 Innovasjon gir berekraftig veksthusproduksjon på Mære Landbruksskule

Ved Mære landbruksskule er det utvikla ein ny varmelagringsteknologi for veksthus, i nært samarbeid med tre oppfinnarar, skuleeigar, landbruksnæringa, teknologiselskap, offentlege verkemiddelaktørar og forskingsmiljø. Resultatet er eit kutt i energiforbruket med 80 pst., reduksjon i CO₂-utsleppa med 99 pst., samt ei auke i tomatavlingane med 57 pst. det siste året. No blir same teknologi brukt til å byggje om skulen si totale energiforsyning, noko som vil gje årleg reduksjon på 70 pst. i skulen sitt energiforbruk.

NMBU, Veterinærinstituttet, Nofima, NILF, Bioforsk og Skog og landskap, med sikte på å utvikle eit komplett tilbod innanfor innovasjon og kommersialisering av kunnskap frå forskning. Gjennom investeringane i desse miljøa er det store forventningar til deira bidrag for auka verdiskaping i eksisterande næringsliv og for etablering av ny næringsverksemd. Miljøet representerar ein nasjonal kunnskapsbase, som skal utvikle og formidle ny kunnskap til landbruks- og matsektoren i heile landet.

Eit sentralt ledd i å utvikle meir innovative næringsmiljø i landbruket, er å stimulere til auka koplingar mellom ulike aktørar i verdikjeda og mellom bedrifter og kunnskapsaktørar. Fylkesmannen og den regionale partnerskapen, med Innovasjon Norge og fylkeskommunane, har ei sentral rolle i å etablere møteplassar og felles læringsarenaer. Langsiktig nettverkssamarbeid legg til rette for meir systematisk tilgong til informasjon om marknader og kundebehov. Dette kan gje grunnlag for idear til nye produkt og løysingar, og gjennom dette auka lønnsemd.

3 Potensialet innanfor enkeltnæringar

Dette kapitlet omtalar utviklingstrekk, potensial og utfordringar innanfor områda lokalmat, landbruks- og utmarksbasert reiseliv, energiproduksjon, juletreproduksjon og Inn på Tunet. Dette er i all hovudsak næringsverksemd på område departementet har prioritert høgt over fleire år.

3.1 Lokalmat og drikke

Det er eit vekstpotensial i marknaden for lokalmat og drikke. Det er difor ein ambisjon at samla omsetnad av slike produkt skal vekse frå dagens 3,5 mrd. kroner gjennom daglegvarehandelen til om lag 10 mrd. kroner til saman frå alle omsetnadskanalar innan 2025. Heile verdikjeda frå jord til bord må samarbeide for å nå denne ambisjonen.

Regjeringa vil

- auke tilgangen på lokalmatprodukt for forbrukarane, irekna vilt- og fiskeprodukt.
- lette marknadstilgangen for produsentar gjennom å medverke til etablering av ein database for lokalmatprodukt.
- leggje til rette for ein årleg møteplass der produsentar av lokal mat og drikke kan møte innkjøparar frå daglevarehandelen og HoReCa-marknaden.
- leggje til rette for styrkja og berekraftig produksjon av innlandsfiskeoppdrett.
- opne opp for sal av alkoholhaldige varer over 4,7 volumprosent som ikkje er omfatta av EØS-avtala, direkte frå mindre produsentar.
- foreslå å justere dagens regelverk om alkoholreklame i *Forskrift om omsetning av alkoholholdig drikk mv.* for å leggje til rette for nøktern faktabasert produktinformasjon.



Figur 3.1 Annis pølsemakeri, Mathallen, Oslo

Foto: Innovasjon Norge

3.1.1 Utvikling, marknadsvurderingar og potensial

Lokalmat er mat- og drikkeprodukt med lokal identitet eller særprega opphav eller særskilde kvalitetar knytt til produksjonsmetode, tradisjon eller produkthistorie.

Lokal matproduksjon er ein del av kulturarven og er viktig som tradisjonsberar. Både praktiske evner og kunnskap på matområdet er viktig å vidareføre gjennom produksjon av lokalmat. Det har skjedd ei stor utvikling i marknaden for lokalmat dei siste åra. Forbrukarane sin kunnskap om og interesse for norsk mat og matkultur er aukande og produksjon av lokale matprodukt har etter kvart blitt ei viktig vekstnæring i landbruket som både medverkar til eit større matmangfald og verdiskaping. Det er i tillegg mange andre positive effektar av utviklinga på lokalmatområdet, også samfunnsøkonomiske, slik som etablering av næringsverksemd lokalt, kunnskap, medvit og stoltheit over lokale produkt og mattradisjonar og bidrag til å styrkje andre næringar, t.d. reiselivet, jf. kap. 3.2.

Den gode utviklinga i lokalmatnæringa er eit resultat av målretta innsats hos produsentane, kombinert med støtte gjennom offentlege verkemidlar over ein lengre periode.

Verdiskapingsprogrammet for mat blei etablert i 2001 med jordbruksavtalepartane som initiativtakarar. Eit viktig mål med programmet var å auke produksjon, omsetnad og forbruk av lokalmat. Verdiskapingsprogrammet har etter kvart blitt utvikla og utvida til det som frå 2015 er *Utviklingsprogrammet – landbruks- og reindriftsbasert vekst og verdiskaping* (Utviklingsprogrammet), jf. kapittel 1 boks 1.1. I heile denne perioden er det arbeid med tilrettelegging og mobilisering, og det er gitt investeringsstøtte til bedriftsutvikling på alle nivå, både i etablerings-, gründer- og vekstfasen. Det er også etablert eit solid kompetansetilbod både i Innovasjon Norge og i Matmerk.

Innovasjon Norges kundefeffektundersøkingar omhandla mellom anna vurderingar av økonomiske effektar av støtta bedriftene har motteke. Undersøkingane viser gjennomgåande svært gode resultat for bedriftene som har motteke støtte over Utviklingsprogrammet. Kundane oppgir mellom anna at programmet har høg addisjonaltitet, det vil seie at tilskot over programmet er utløysande for at prosjekt blir gjennomført. Undersøkingane viser også at programmet medverkar til innovasjon og utvikling både av varer, tenester, prosessar og marknader og til auka kompetanse hos bedriftene. Innovasjon Norge har i tillegg gjennomført ei undersøking blant matbedrif-

ter som er organisert som aksjeselskap (AS) og som har fått støtte over programmet gjennom ein sjuårsperiode. Undersøkinga viser ei auke i resultat før skatt på om lag 700 pst. for desse bedriftene. Ei liknande undersøking utført av Innovasjon Norge i 2009, blant matbedrifter som har fått vekststøtte, viser ein auke i årleg omsetnad på mellom 10 og 35 pst. Dette viser at etterspurnaden etter vekststøtte gjer utslag i reell vekst i enkelte bedrifter. Det er likevel ei utfordring å drive verksemdene slik at ein oppnår god lønsemd. Mykje tyder på at for mange av lokalmatbedriftene framleis brukar for lang tid på å etablere seg til drift som gjer det mogleg å ta ut ei rimeleg løn for arbeidet. Det er difor naudsynt med auka grad av profesjonalisering og meir kompetanse om marknadsforholda.

Som eit ledd i bedrifts- og produktutviklinga er det viktig at næringa tek i bruk forskning på matområdet. Forskarane hos Nofima hjelper mellom anna matprodusentane med å utvikle mat for betre helse. Det kan dreie seg om nye produkt, forbetra produksjonsmetodar, riktig emballering, lagringsvilkår og tillaging. Nofima vektlegg auka konkurransekraft og verdiskaping hos næringsaktørane. Felles for prosjekta er at Nofima tek utgangspunkt i reelle behov hos næringsaktørane, og søker å implementere den forskingsbaserte kunnskapen i verdiskapande aktivitetar i bedriftene.

Utviklinga i lokalmatnæringa er også knytt til bruk av ulike merkeordningar som skal gjere forbrukaren trygg på at vara har særprega opphav og god kvalitet. Stiftinga Matmerk har ei viktig rolle i å synleggjere og kvalitetssikre lokalmat og drikke for forbrukarane. Målet til Matmerk er å styrkje konkurranseevna til norsk landbruk og å få forbrukarane til å velje norsk mat og drikke. Stiftinga forvaltar mellom anna Kvalitetssystemet i landbruket (KSL), og dei offentlege merkeordningane *Nyt Norge* og *Beskytta nemning*, samt Matmerk sitt eige merke, *Spesialitet*. Merkeordningane medverkar til å byggje omdøme for norsk mat og landbruk samtidig som produsentane får auka sitt kompetansenivå og blir utfordra til stadig utvikling av kvalitet og nye produkt. Spesialitetmerket vart lansert i 2005 og sidan då har talet på produkt med Spesialitet-merke auka frå 40 til 234 produkt. Produkt med Spesialitet-merke er laga i Noreg og skal oppfylle fastsette krav til råvare, produksjonsmetode og/eller oppskrift.

Sidan *Beskytta nemningar* blei tekne i bruk og forskriftsfesta i 2002 har talet på produkt med slik beskytting auka frå tre til 23 produkt. *Beskytta nemningar* er i dag lite kjent blant norske forbru-



Figur 3.2 Matmerks merkeordningar



Figur 3.3 Ø-merket, Debio

karar. Ein viktig grunn til det er at produkta er lite synlege i daglegvarehandelen. Per i dag er det berre Fenalår frå Noreg og klippfisk som utgjer produkt med større volum. Dette gjer det utfordrande å marknadsføre og synleggjere dei beskytta produkta for forbrukaren. Matmerk har som ambisjon å auke talet på volumprodukt som har Beskytta nemning. Erfaringar frå andre land viser at det er mogleg å bruke beskytta nemningar og spesialitetsmerke målretta i arbeidet med å byggje merkevarer rundt regionar der ein kopl

saman mat og reiseliv. Parma i Italia er eit klassisk døme på dette. Frankrike er også eit døme på ein nasjon som har bygd identitet og merkevare rundt mange mat- og drikkeprodukt. I Frankrike står særskilt merket Label Rouge, tilsvarande vårt spesialitetsmerke, sentralt. Ein meir målretta bruk av Beskytta nemningar og Spesialitet kan vere viktig i arbeidet med å byggje sterkare mat- og reiselivsregionar også i Noreg.

Mange lokalmatprodukt er også økologisk produserte, og er merkt med Debio sitt Ø-merke.

Boks 3.1 Offentlege merkeordningar for norsk mat

Stiftinga Matmerk administrerer fleire offentlege merkeordningar for norsk mat. Merka skal gje forbrukarane tryggleik for at maten har rett kvalitet og opphav, og grunnlag for opplyste val i daglegvarehandelen.

Beskytta opphavsnemning: Næringsmiddelet må ha ei svært nær tilknytning til det geografiske området som namnet på produktet opplyser om.

Beskytta geografisk nemning: Næringsmiddelet må ha tilknytning til det geografiske området som namnet på produktet opplyser om, men kravet til tilknytning er ikkje så strengt som for beskytta opphavsnemning.

Beskytta nemning for tradisjonelt særpreg: Næringsmiddelet må ha særskilde eigenskapar som skil det frå liknande produkt.

Spesialitet-merket skal vise vegen for unike smaksopplevingar. Produkt som har dette kvali-

tetsmerket er laga i Noreg og oppfyller fastsette krav til råvare, produksjonsmetode og/eller oppskrift. Deretter vurderer eit uavhengig fagutval om produkta har ei unik smaksoppleving samanlikna med andre produkt i same kategori.

NYT NORGE-merket garanterer bruk av norske råvarer. Kjøtt, egg og mjølk med Nyt Norge-merke er alltid frå Noreg. For samansette produkt er det tillate med inntil 25 pst. ikkje-norske ingrediensar, til dømes salt og sukker som vi ikkje produserer her til lands. *NYT NORGE* stiller krav til at matvarene i sin heilskap er produsert av verksemder som er lokalisert i Noreg.

Debio kontrollerer og godkjenner økologisk produksjon i Noreg etter delegert mynde frå Mattilsynet. Debio eig *Ø-merket* som gjeld for produkt som er godkjende i samsvar med regelverket for økologisk produksjon.

Omsetnad av lokalmat skjer gjennom fleire kanalar. Ein viktig kanal er Bondens marknad. Sidan starten i 2003 har Bondens marknad gått frå å ha marknad ni stader med ein samla omsetnad på 5,5 mill. kroner til å ha marknad på 35 stader og ein total omsetnad på 52 mill. kroner i 2014. Matfestivalane, både dei store som Matstreif og Trøndersk matfestival, og dei mange små og mellomstore festivalane, har også etter kvart blitt viktige salskanalar for lokalmaten. Lokalmat blir og omsett gjennom spesialbutikkar. Dei seinare åra er det etablert fleire nye salskanalar for omsetnad av mat, i form av abonnementsordningar, eller for bestilling av matvarer over internett. Dette kan representere eit område for ytterlegare vekst. I tillegg til å vere viktig for omsetnaden, er alternative salskanalar viktige arenaer for å synleggjere og å byggje omdøme og kunnskap om norsk matproduksjon blant forbrukarane.

Hotell, restaurant og catering – HoReCa – er ein annan viktig marknadskanal med vekstpotensial for lokalmatnæringa. Norske kokkar set i aukande grad norske råvarer og lokalmatprodukt på menyen på sine restaurantar og serveringsstader. Erfaringane frå reiselivet viser at maten er i ferd med bli ein viktig del av heile reiseopplevinga. Eit godt døme er Hurtigruta, som satsar stort på lokalmat. utfordringane har vore mange, mellom anna å sikre kvalitet, jamn levering og å få oversikt over produsentar. Både utfordringane og potensialet er venteleg dei same for resten av HoReCa. For lokalmatbedrifter som ynskjer å vekse, er ofte HoReCa-marknaden ein fornuftig marknad å starte i. Gjennom målretta satsing i denne marknaden kan ein byggje opp produksjonen sin gradvis. Ein får testa ut kvaliteten på produkta, og ofte skjer det ei produktutvikling i samspillet mellom bedrift og kokk. Lukkast bedrifta i HoReCa-marknaden, kan dette vere eit godt utgangspunkt for vidare vekst inn i daglegvaremarknaden.

Det største potensialet for vidare vekst i lokalmatomsetnaden ligg i å auke omsetnaden gjen-

Boks 3.2 Gårdsand frå Vestfold – ein suksess det smaker fugl av

Gårdsand frå Vestfold er eit døme på ein produsent som har hatt HoReCa som sin viktigaste marknad, men som etter kvart leverer det meste av produksjonen til daglegvarehandelen. Om lag 40 pst. av all produksjon frå Gårdsand blir seld til hotell, og dei har langt på veg utkonkurrert sine utanlandske konkurrentar i denne marknaden sidan dei etablerte seg i 2005. Bedrifta samarbeider tett med kokkar i produktutviklinga, noko som har vist seg å vere ein nøkkel for å vekse så raskt og mykje som bedrifta har gjort. Produksjon og omsetnad har vakse mykje sidan 2005, frå 7 produsentar og ein omsetnad på snautt 3 millionar i 2005 til 12 produsentar og 68 millionar i omsetnad i 2014. Bedrifta sysselsett 34 personar og kan tilby eit mangfald av ande- og kyllingprodukt, til saman nær 60 ulike produkt pr. 2013. Verksemda har framleis klare vekstambisjonar, og vaks med heile 44 pst. frå 2013 til 2014.

nom daglegvarehandelen. For å oppnå dette, må marknadstilgangen bli betre. Veksten i omsetnad av lokalmat gjennom daglegvarehandelen har vore sterk gjennom fleire år, med nærast ei fordobling i omsetnaden sidan 2010. Når ein samanliknar med omsetnad av mat og drikke totalt i daglegvaresegmentet, veks omsetnaden av lokalmat tre gongar så mykje.

Dei store kjedene i daglegvarehandelen erfarer at lokalmat i butikkane både er ein konkurransefordel og viktig for omdøme. Samstundes medverkar det til lokal forankring. Å få tilgang til daglegvarehandelen er likevel ei stor og felles utfordring for mange lokalmatprodusentar. Utfor-

Tabell 3.1 Omsetnad av lokalmat via daglegvarehandelen¹

	2010	2011	2012	2013	2014
Omsetnad av lokalmat (mrd. kroner)	2,31	2,62	2,79	3,02	3,54
Årleg omsetnadsvekst (pst.)	7,3	13	6,7	8,4	16,5
Totalvekst mat og drikke (pst.)	3,5	4	5	3,6	5,5

¹ Omsetnaden er målt med utgangspunkt i ein definisjon av lokalmat det er semje om: «mat- og drikkeprodukt med lokal identitet eller særprega opphav eller særskilde kvalitetar knytt til produksjonsmetoden, tradisjon eller produkthistorie.»

Kjelde: Nielsen Scan Track, 52 rullerande veker. Omsetnad i daglegvarehandelen per veke 40 2014.



Figur 3.4 Fenalår fra Norge SA. Ei produsentsamanslutning med eksportambisjonar. Her frå Frankrike

Foto: Matmerk

dringa for små produsentar er særskilt knytt til distribusjon og leveringstryggleik. Moglegheit for å gjere innkjøpsavtalar med daglegvarekjedene har også vore ei utfordring for å få lokalmaten inn i butikkhyllene. For små produsentar kan organisering av innkjøpsnettverk vere eit relevant og nyttig grep. Etablering inn i daglegvaresegmentet krev nye former for samarbeid, lokalt, regionalt og nasjonalt. Det krevst framleis vekst, profesjonisering og kompetanseheving.

For handelen er det særskilde utfordringar knytt til å ha oversikt over kor produsentane held til, kva dei kan tilby, om dei er i stand til å levere produkt i tilstrekkeleg volum, samt tryggleik for jamn kvalitet på produkta.

For nokre lokalmat- og drikkeprodusentar kan eksport vere eit aktuelt alternativ for vidare vekst. For mindre produsentar med avgrensa produksjonsvolum er det truleg naudsynt å sikte seg særskilt inn på nokre avgrensa marknader med høg betalingsvilje dersom ein skal lukkast med eksport. Departementet la nyleg fram ein eksportstrategi for norske jordbruksprodukt. Her er det lista tiltak som både skal treffe store og små produsentar som ynskjer å eksportere produkta sine til utlandet. Som ei oppfølging av strategien, skal

Innovasjon Norge gjere ein analyse av potensialet og moglegheitene i utvalde marknader og gje ei tilråding for vidare satsing.

Fleire kommunar viser interesse for å tilby lokalmat i offentlege institusjonar, som til dømes kantar og barnehagar. Her ligg det eit uutnytt potensial både for kommunane og for produsentane.

Distribusjon

Både lokale små butikkar og butikkar som tilhører store daglegvarekjeder har dei siste par åra teke inn stadig større utval av lokalmat i hyllene sine. Det same gjeld serveringsstader, samt auka etablering av eigne butikkar for sal av lokalmat (Bondens marknad, Bondens butikk og gardsutsal). Sal, marknadsføring og logistikk/distribusjon er likevel framleis utfordrande for mange lokalmatprodusentar. Ikkje desto mindre ser vi at utviklinga går i riktig retning. Det er utfordrande å skulle tilpasse lokalmatproduksjonen til grossistdistribusjon fordi det blir stilt krav om eit visst volum. Utfordringane gjeld også for leveringsfrekvens og transportkostnader. Ein konsekvens av låg leveringsfrekvens er større lagerbeholdningar og større risiko for svinn. Distribusjon av lokal-

Boks 3.3 Lokalmat i barnehage og skule – Rissa kommune

I Rissa kommune i Sør-Trøndelag kombinerer dei omsyn til folkehelsa med mål om å auke produksjon og omsetnad av lokal mat og drikke. Kommunen har mål om førebyggjande og helseaukande arbeid samstundes som dei arbeider aktivt med å synleggjere dei ulike lokale produsentane. Rissa tek del i det Trønderske Matmanifest. Kommunen forpliktar seg dermed til mellom anna «å bidra til å ta i bruk råvarer og produkt som fremmer matglede og helse».

Frå januar 2015 og i tre år vil forskarar frå NTNU, Nofima, Sintef og Rissa kommune følgje helsesituasjonen i til saman ni barnehagar og

skular. Barna vil bli servert sunn og smakfull mat, og så mykje som mogleg skal vere lokal mat. Kommunen vil også setje i verk ulike aktiviteter der innbyggjarane skal bli kjende med kva som blir produsert i kommunen og korleis dette kan nyttast. Det er ynskjeleg at fleire produsentar let seg inspirere til å auke produksjonen av mellom anna grønsaker og blåskjel.

Gjennom prosjektet blir lokale produsentar og produkta synleggjort og kommunen sine innbyggjarar får moglegheit til å bli betre kjent med smakar og bruksområde for lokale produkt frå sjø og land.

matprodukt kan difor vere ein flaskehals for lokalmatprodusentar. Ferske varer i små kvanta passer ikkje inn i transportsystemet. Mange produsentar må difor sjølv sørge for transport ut til forbrukar, samt av returbeholdningane. Det kan også vere krevjande å ta småskalaprodukta i retur.

Samarbeid og nettverk kan vere gode løysingar for å gjere distribusjon enklare og billigare for lokalmatprodusentane. Partnerskap mellom store og etablerte matprodusentar og små lokalmatprodusentar fungerer godt i nokre bransjar. Til dømes nyttar TINE Distribusjon sin kapasitet på

transport til å transportere varer for om lag 100 småprodusentar (ikkje berre meieriprodukt, men også til dømes fisk og spekemat). Slike moglegheiter der dei små får «haik» av dei store ut til hotell og restaurantar over heile landet gjer at dei når ut til ein større marknad enn dei elles ville gjort. Rørosmat og Gudbrandsdalsmat er døme på lokalmatprodusentar som har organisert seg i forpliktande nettverk. Begge har løysingar som gjer at innkjøparar kan bestille varer frå fleire leverandørar gjennom ei felles løysing. Dei har også samarbeid om marknadsføring og kvalitet. Avsetninga

Boks 3.4 Rørosmat – suksess gjennom samarbeid

Rørosmat er eit døme på korleis samarbeid innanfor ramma av eit forpliktande produsentnettverk kan føre til vekst og utvikling for heile næringskjeda. Historia går heilt tilbake til 1998 då miljøetaten i Røros kommune og 6 lokale produsentar etablerte merket Mat fra fjellregionen BA. Dagens Rørosmat BA blei etablert i 2003, då med 15 aktive produsentar. Frå 2010 er verksemda basert på ein strategi med klare visjonar og målsetjingar, og i 2012 registrerte og beskytta dei varemerket sitt. Rørosmat har i dag 31 eigarar, 7 tilsette og ein omsetnad på 30 mill. kroner i 2014.

Rørosmat har fått hjelp og økonomisk støtte frå det offentlege verkemiddelapparatet både regionalt og nasjonalt, noko som har vore viktig for utviklinga av selskapet. Dagens strategi og

forretningsplan, inkluderer både marknadsføring, felles verdigrunnlag og visjon og klare krav til bruk av merket «Mat fra Rørostraktene». Alt dette gjer Rørosmat til eit av dei mest komplette og profesjonelle lokalmatnettverka i Noreg.

Rørosmat sine eigarar produserer mellom anna øl, reinkjøt, ost, fisk og bakverk. Dei har ambisiøse mål om auka produksjon, auka sal, fleire medlemmar/produsentar, fleire faste kundar og auka matproduksjon i Rørosområdet.

Rørosmat fekk den nasjonale bygdeutviklingsprisen 2014 for sitt mangeårige arbeid. Med eitt kontaktpunkt, ein ordre og ei levering leverer Rørosmat i dag til både daglegvare- og storhushaldningsmarknaden og formidlar eit mangfald av varer som medlemmane produserar.

Boks 3.5 Rakfisk frå Noraker gard

Fiskeoppdrett med vidareforedling til rakfisk er ei viktig næring i Valdres og produktet «Rakfisk frå Valdres» er eit døme på at ein har lukkast med produktutvikling basert på innlandsfisk. Dette er eit formalisert samarbeid mellom seks oppdrettarar. Alle alar opp og foredlar sin eigen fisk, men samarbeider med basis ei rekkje felles kvalitetskriterium, mellom anna at fisken skal vere fødd og oppvaksen i Valdres og at gardane nyttar sine egne tradisjonsrike oppskrifter. Rakfisk frå Valdres sysselset om lag 20–25 årsverk, og ser potensial i å satse vidare og å auke produksjonen. I tillegg til utvikling av eit matprodukt med høg kvalitet og ei sterk merkevare, har satsinga også bidrege til utvikling innanfor reiseliv og servering. Ein av deltakarane i samarbeidet, Noraker gard i Valdres, har satsa stort på å byggje opp ei totaloppleving basert på fiskeressursane i tilknytning til garden med fiskeoppdrett, slakteri, vidareforedling, eit større gardsmatutsal, omvisningar og servering. Totalt hadde garden i 2013 ein omsetnad på 9,3 mill. kroner og 6-7 årsverk.



Figur 3.5 Rakfisken er servert

Foto: Tom Haga

til forpliktande produsentnettverk over Utviklingsprogrammet har auka i takt med etterspurnaden etter støtte til slike nettverk. Forpliktande produsentsamarbeid bidreg til risikofordeling og utfyllande kompetanse mellom produsentane. Vi ser også døme på samarbeid mellom produsentar og forskingsmiljø for å finne smarte og effektive logistikk-løysingar. Meir effektive distribusjonsløy-singar vil også kome forbrukarane til gode.

Utvikling av marknaden for produkt av vilt og innlandsfisk

Det er eit unytta potensial i å vidareutvikle og omsetje produkt basert på innlandsfisk. Utfordringa i dette segmentet er samansett og kan mellom anna skuldast miljøutfordringar, lite marknadsorientering og liten grad av organisering blant produsentane. Det tek tid å etablere og å få opp ein god, stabil og berekraftig fiskeproduksjon. Det er også ein stor fordel om fleire råvareprodusentar samarbeider om produksjonsprosessen frå elv og fjord til bord. Vidare er det ein føresetnad med gründerar som har evne og vilje til å bruke dei gode råvarene til å utvikle kvalitetsprodukt som marknaden etterspør.

Utvikling av vidareforedling av vilt- og fiskeråvarer har eit stort potensial. Kjøttverdien av alt vilt som blei felt i 2007 blei berekna til om lag 500 mill. kroner¹. Då er næringsaktivitet knytt til opplevingar rundt matauken ikkje medrekna (losji, utleige m.m.). Praktiske løysingar for mottak, nedskjeringsanlegg og vidareforedling av råvarer frå vilt og fisk er viktig for å få til utvikling av lønsame og gode konsept for bruk av råvarer frå vilt og fisk, der ein også tek vare på mattryggleiken gjennom godt samarbeid med Mattilsynet. Kombinasjon av sal av jakt- eller fiskeopplevingar med sal av vilt- og fisk, tyder i praksis at viltet eller fisken kan seljast både som mat og som aktivitet, noko som gir eit potensial for meirverdi.

Når det gjeld innlandsfiskeoppdrett har vi ulike dømer i Noreg. Merd-anlegg av den typen ein finn i konvensjonell lakse- og aureoppdrett i sjø, er i liten grad teke i bruk i innlandsfiskeoppdrett i Noreg. Dei fleste slike anlegg er såkalla semi-lukka anlegg, eller tilpassingar til det ein kan kalle landbasert oppdrett. Omsetnaden av rakfisk har auka gjennom fleire år, og fiskeoppdrettarane har ikkje klart å produsere nok fisk til å dekkje etterspurnaden. Det har difor vore naudsynt å importere fisk frå mellom anna Danmark. Næringa sjølv har ofte definert konsesjonsdrifta som eit hinder for næringsutvikling, og ynskjer ein overgang til utsleppsbasert drift, og å gjere det mogleg å drive oppdrett basert på avl av mellom anna røye. Regjeringa vil leggje til rette for styrka berekraftig produksjon av innlandsfiskeoppdrett. Regelverk og praktisering av dette vil bli gjennomgått for å vurdere forenklingspotensial og løyse utfordringar, for betre å kunne utløyse det potensial som ligg i næringa.

¹ SSB, Samfunnspeilet 4/2009

Småskalaslakteri/gardsslakteri

Det er aukande interesse for å starte opp småskalaslakteri/gardsslakteri fleire plassar i landet. Småskalaanlegg kan også gje næringsutvikling og ekstra grunnlag for arbeidsplassar lokalt. Regelverket for slakteri er harmonisert i EØS-avtala. Alle slakteri, uavhengig av storleik, må følgje krava til hygiene, dyrevelferd og dyrehelse, og alle slakteri skal vere godkjende av Mattilsynet. Dette gjeld også mobile slakteri. Alle slags fasilitetar (industri-slakteri, småskalaslakteri, gardsslakteri, mobile slakteri) kan slakte dei dyreartane dei blir godkjende for, gitt at dei oppfyller dei aktuelle krava i hygieneregelverket. Omgrepet «slakteri» i regelverket er knytt til verksemder som tek imot levande dyr og handsamar desse fram til nedskjering. Det er noko enklare krav til nedskjeringsanlegg, som til dømes eit vilthandsamingsanlegg, enn til eit slakteri. Småskalaslaking og foredling av kjøt kan vere eit alternativ for ein del bønder i staden for å levere dyr til dei store slakteria, som ofte ligg

lokalisert langt frå garden. For dei som er lokalisert nærare eit større slakteri, er retur av eigne slakt for vidare lokal foredling ein moglegheit.

Departementet vil sjå til at Mattilsynet utarbeider rettleiingsmateriell og informasjon retta mot dei som ynskjer å starte opp småskalaslakteri eller nedskjeringsanlegg. Målet er å gjere det enklare å få oversikt over aktuelt regelverk, kva for krav som gjeld, og å auke kunnskapen kring trygg handtering og produksjon av animalske produkt. Det er gode erfaringar med rettleiingsmaterialet som Mattilsynet utarbeidde for lokalmat i 2014, og ein ser for seg at rettleiingsmateriell for småskalaslakteri/nedskjeringsanlegg kan fylgje same formatet.

Mobile slakteri kan medverke til særskilt tilpassa lokale driftsformer i husdyrproduksjonen og vere viktig i utviklinga av regionale matspesialitetar. For å oppnå større grad av likehandsaming mellom småskalaslakteri og mobile slakteri, blei det i årets jordbruksoppgjjer semje om at også mobile slakteri skal kunne få frakttilskot.

Boks 3.6 Drikkeproduksjon med lange tradisjonar

Produksjon av cider og eplebaserte drikkar har lang tradisjon i Noreg, og særskilt i Sogn og Hardanger. Det er dokumentert fruktdyrking i Sogn heilt sidan 1200-talet. Ciderhuset i Balestrand er ei familiedriven verksemd som i tillegg til ciderproduksjon og destillering, har servering i eigen restaurant. Kulturvandringar, kunstutstillingar, konsertar og smaksopplevingar med mat og drikke er nokre av tilboda til Ciderhuset. Råvarene kjem frå eiga økologisk dyrka frukt og frå eigen urtehage. Ciderhuset samarbeider med og er deleigarar i det lokale fruktpresseriet Balholm AS som har levert fruktjuice over heile landet i snart 20 år. På grunn av sikker avsetnad av frukt til Balholm sine økologiske juicar, er Sogn i dag den fruktregionen i landet som har flest økologisk godkjende fruktprodusentar. Balholm AS har hatt Debio-godkjenning sidan 1999. Balholm AS vart tildelt Bygdeutviklingsprisen i 2008, Målprisen i 2009 og ØKO-prisen for Vestlandet i 2012.

Ciderhuset hadde ein omsetnad i 2014 på 3 mill. kroner, og har i dag 3 årsverk og 8 personar tilsette i verksemda. Balholm AS hadde ein omsetnad på 10 mill. kroner i 2014 og har i dag 4 årsverk og 5 personar tilsett.



Figur 3.6 Fruktpressa

Foto: Thomas Morel/ Balholm

3.1.2 Auka produksjon og omsetnad av lokale drikkevarer

Noreg har lange tradisjonar for å nytte lokale ressursar til å produsere eit mangfald av drikkevarer med og utan alkohol. Mangfaldet av lokale drikkevarer har auka kraftig dei siste åra. Der ein for 15 år sidan berre fekk tilbod om ein type fransk alkoholfri vin når ein ville ha alkoholfri drikke på restaurant, får ein no valet mellom eit mangfald av norske alkoholfrie drikkevarer tilpassa maten ein skal ete. I dag har vi tilgang til eit breitt utval av norske alkoholfrie drikkevarer, både i butikk og på restaurant. Utviklinga på drikkeområdet har dei siste åra vore like stor som på matsida, og er drive fram av pionerar som Epleblomsten i Telemark og Egge gård i Lier. Det er også oppvist stor kreativitet ved å ta i bruk nye emballasjeformer som bag-in-box og bruk av attraktiv design for å selje produkta.

Salet frå norske småskalabryggeri auka med heile 51 pst. i fyrste kvartal i 2014. Lokalbryggeria sto samla for tre prosent av ølsalet i Noreg i same periode. Nokre bryggeri leverer berre lokalt, medan dei seks-sju største småskalabryggeria har nasjonal distribusjon og blir omsett i daglegvarehandelen og på Vinmonopolet. Talet på lokalbryggeri har auka dei seinare åra og utgjer i dag ein viktig del av mangfaldet i norsk drikkeproduksjon. Fleire av desse eksporterer dessutan ein del av produksjonen, mellom anna til land som Tyskland og Belgia. Auka mangfald av norskproduserte øltypar gjer det no mogleg å lage ølmenyar tilpassa måltidet på same måte som ein gjer med vin.

Framveksten av lokalbryggeria starta i Noreg med etableringa av bryggeriet Nøgne Ø. Nøgne Ø sette ein standard både for produktutvikling og prissettjing av produkta som resten av lokalbryggeria sidan har bygd vidare på. Utviklinga på området har vakse i takt med aukande etterspurnad frå forbrukarar med høg betalingsvilje, noko som hittil har gjort det mogleg å halde prisane på eit jamt høgt nivå. Utviklinga er også eit resultat av ein motkultur mot dei store etablerte bryggeria og bransjen er difor i stor grad særprega av til dels tett samarbeid og stor grad av kunnskapsdeling som andre landbruksbaserte næringar med fordel kan lære av.

Vinmonopolssystemet er ein viktig kanal for å få omsett lokale drikkevarer. AS Vinmonopolet har plikt til ikkje å forskjellshandsame leverandørar og produkt på grunnlag av nasjonalitet eller opphavslend. Innanfor desse rammevilkåra blir det arbeidd aktivt med å sikre god marknadsåtgang for norske produsentar av lokale drikke-

varer. Eigne hyller for norske produkt er eit døme på dette. Gjennom Vinmonopolet sitt system er det fleire moglegheiter for å få produkt inn på lokal liste i vinmonopolbutikkar. På den måten kan små produsentar få tilgang til ein viktig marknadskanal.

Akevitt produsert på norske poteter er ei nasjonal merkevare som har fått den beskytta nemninga «Norsk akevitt». Norsk akevitt er eit produkt med ein verdifull posisjon i marknaden og nemninga gir garanti for kvalitet, tradisjon og kultur. Produksjonen av norske akevittar har auka vesentleg dei siste åra og akevitt er den einaste brennevinskategorien som kan vise til auka salstal. Om lag halvparten av produksjonen av akevitt går til eksport og EU er ein viktig marknad.

Det ligg eit verdiskapingspotensial i å i større grad utvikle produksjon av alkoholhaldige drikkar basert på norske bær- og fruktressursar. Interesse for å satse på slik produksjon, og etterspurnaden blant norske forbrukarar, er aukande. Produksjonen bidreg til auka mangfald for forbrukarane, auka verdiskaping og næringsverksemd lokalt, og til meir kunnskap og stoltheit over både gamle lokale tradisjonar og nye grunderar. Fleire produsentar har laga gode tilbod for turistar med å kople frukt-/siderproduksjon til reiselivsaktivitet.

Ei utgreiing² frå hausten 2014 viser at Noreg har eit antatt handlingsrom knytt til sal av alkohol for produkt som er utanfor EØS-avtala, det vil seie eplesider, pæresider og andre gjæra drikker basert på frukt og bær, og øl-liknande drikker basert på andre råvarer enn malt. Utgreiinga viser samstundes at det kan vere EØS-rettslege utfordringar ved å tillate nisjesal av produkt som er innanfor EØS-avtala, t.d. vin basert på druer, øl og brennevin. Regjeringa vil i 2015 sende på høyring eit forslag om å endre alkohollova sine reglar som nyttar det påreknna handlingsrommet for sal av alkoholhaldige varer over 4,7 volumprosent som ikkje er omfatta av EØS-avtala. Dette inneber å opne opp for sal av denne type alkoholhaldige drikkar direkte frå mindre produsentar.

Regjeringa har sett behov for å justere dagens regelverk i føresegnene om alkoholreklame i *Forskrift om omsetning av alkoholholdig drikk mv.* Dette skuldast fleire forhold. Større krav frå forbrukarane om å bli informert om ulike sider ved varer og tenester, behov for presiseringar for å gjere det enklare for bransjen å stille seg til regelverket, og den tekniske utviklinga har gjort det

² EØS-rettslig vurdering av om salg av alkohol frå nisjeprodusentar kan tillates uten å svekke dagens monopolordning. Finn Arnesen og Fredrik Sejersted. 30.09.2014.



Figur 3.7 Telemarksfe. Gamal norsk kurase

Kjelde: Foto: Anna Rehnberg/Genressurssenteret

naudsynt å sjå på regelverket på nytt. Eit forslag til endringar i alkoholreklameforskrifta blei difor sendt på høyring juli 2014. Forslaget til endringar vil gjere det enklare for forbrukarar å få nøktern, faktabasert informasjon om mellom anna innhaldet i alkoholhaldige drikkar, eigenskapar, produksjonsprosessar og produksjonsstad. Samstundes blir det enklare for verksemdene å informere om sine produkt. Regjeringa er no i ferd med å sjå nærare på høyringsinnspel og tek sikte på å fastsetje endringar i løpet av 2015.

Boks 3.7 Gamalt bygg til malting

Små og store bryggeri med lokale spesialitetar etterspør norske humletypar og kornsortar som er eigna til malting. Den gamle sorten Domen frå NordGens genbank er foreløpig den einaste godkjende byggsorten som har slike eigenskapar. Bioforsk Løken har innleia eit samarbeid med bryggerisektoren, både mikrobryggeri, konvensjonell bryggeri og heimebryggeri om planar for eit større prosjekt *Norsk malt, humle og urter – smaken av norsk øl*. Fem gamle norske sortar er vald ut til å bli testa for maltingseigenskapar og tilpassing til dagens produksjonar. Etter to års forsøk viser mellom anna 6-radsorten Varde gode eigenskapar. I den nordiske genbanken er det frå Noreg tatt vare på om lag 100 typar bygg som kan vere aktuelle for malting og ølbrygging.

Genressursar som grunnlag for næringsutvikling på matområdet

Gamle husdyrraser og eldre mat- og nytteplanter kan gje grunnlag for auka verdiskaping knytt til produksjon av særleine produkt med særskilde og ettertrakta eigenskapar. Landsortar av korn frå tidlegare tider har ei ernæringsmessig samansetjing som mange etterspør. Kjøtt av gamle kuraser har ein struktur som er ettertrakta mellom anna av gourmetrestaurantar. Gamle saueraser er godt eigna til å halde nede vegetasjonen i kulturlandskap og i verneområde. Opphavleg stadeigne husdyr og jordbruksvekstar er ein del av vår kulturhistorie og kan gje ekstra verdi til regionale og lokale spesialitetar, til kulturlandskap og reiseliv.

Bevaring av genressursar og genetisk mangfald er viktig i landbruket for å sikre det framtidige ressursgrunnlaget for både dyr og plantar. Det er også årsaka til etableringa av det globale Frøhvelvet på Svalbard. Dette arbeidet har samtidig gitt gevinst ved at særskilde sortar eller raser har gitt grunnlag for ny næringsverksemd.

3.2 Landbruksbasert reiseliv

Regjeringa vil

- styrkje koplinga mellom det landbruksbaserte reiselivet og anna reiseliv.
- arbeide med forenklingstiltak for små reiselivsaktørar og serveringsbedrifter, m.a. krav knytt til løyve, tilsyn og rapportering.
- arbeide for ei einsarta tolking og praktisering av skiltregelverket over heile landet, og at det blir lettare å skilte til reiselivsbedrifter.
- leggje til rette for auka verdiskaping basert på hausting av villaks i elvar.
- medverke til skjøtsel og pleie av landbrukets kulturlandskap som grunnlag for natur- og kulturarvsbaserte reiselivsopplevingar, irekna etablering av ei eiga satsing på utsiktsrydding i kulturlandskapet.
- leggje til rette for verdiskaping, i og i tilknytning til verneområde innanfor ramma av vernet for det enkelte område.
- i samband med komande revisjon av jaktforskrifta, vurdere forlenga jakttid for elg og utvida jakttid på andre artar, irekna betre moglegheiter for konfliktdempande tiltak.

Med landbruksbasert reiseliv meiner vi reiselivsaktivitetar basert på landbruket sine ressursar både på landbrukseigedomen og i tilknytta



Figur 3.8 Nøgd gjeddefiskar

Foto: Innovasjon Norge

utmark. Gards- og bygdeturisme har lange tradisjonar i Noreg. Berekraftig bruk av dei norske landbruksareala med kringliggjande ressursar som elvar, sjøar, skog, fjell og landbrukets kulturlandskap danner eit godt utgangspunkt for utvikling av reiselivet. I tillegg kjem ein rik kulturarv med gamle bygningar, kulturminne, handverkstradisjonar og regional og lokal matkultur. Aktivitet med husdyr høyrer også med som del av dette reiselivet.

3.2.1 Utviklingstrekk, marknadsvurderingar og potensial

Den norske reiselivsnæringa har omlag 140 000 tilsette og ei samla årleg verdiskaping på nærare 70 mrd. kroner. Dette utgjer om lag fem prosent av samla verdiskaping i norsk næringsliv. Dei siste 10 åra har verdiskapinga i næringa blitt dobla. I 2013 var det registrert 29,3 mill. kommersielle gjestedøgn i Noreg, der nordmenn utgjer tre fjerdedelar av gjestedøgn. Av utanlandske turistar utgjer Tyskland det største segmentet følgt av Sverige, Danmark, Storbritannia og Nederland.

Talet på turistar frå Russland og Kina er sterkt aukande³.

Noreg er eit særprega land også i reiselivssamanheng. Oljerikdomen og den positive økonomiske utviklinga sidan 1970-talet har gitt oss høgare lønsvivå enn andre land. Dette påverkar også reiselivsnæringa. Både løns- og prisvekst i Noreg fører til at reiselivsprodukta gradvis har blitt dyrare for utanlandske turistar, medan utanlandske turistprodukt gradvis har blitt billigare for norske turistar. *Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringa i Noreg* utført av Menon i 2014 drøftar dette, og peiker på at trass tapte marknadsdelar i den internasjonale feriemarknaden, har næringa langt på veg lukkast i å kompensere dette tapet i kostnadmessig konkurransevne med auka kvalitetsmessig konkurransevne. Innhaldet i det norske reiselivsproduktet har utvikla seg mykje og blitt vesentleg styrkt. Kombinasjonen av kommersielle kulturgode og ikkje kommersielle natur-

³ Menon Economic Business: (2014) *Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringa i Noreg – Utvikling og fremtidspotensial*. Rapport 2014.

Boks 3.8 Mat langs nasjonale turistvegar

Nasjonale turistvegar er 18 køyreruter gjennom vakker norsk natur der opplevinga blir forsterka med nyskapande arkitektur og plassering av kunst på tilrettelagde utsiktspunkt og rasteplassar. Statens vegvesen står bak dette arbeidet. I pilotprosjektet «Mat langs nasjonale turistvegar» har ein vurdert korleis næringsutviklingspotensialet knytt til matopplevingar langs dei nasjonale turistvegane kan utløysast. Prosjektet var knytt til strekningane Sognefjellet, Valdresflye, Rondane, Gamle Strynefjellsvegen og Geiranger – Trollstigen. Ei evaluering gjort av Østlandsforskning viser at pilotprosjektet i nokon grad har makta å lage modellar for samarbeid kring dei nasjonale turistvegane. Det blir også peikt på område med potensial for vidare utvikling, og då særskilt knytt til pakking av heilskaplege opplevingar der mat, kultur og reiseliv kan inngå. Innovasjon Norge har fått i oppdrag å sjå på korleis erfaringane frå Mat langs nasjonale turistvegar kan brukast vidare som eit konsept mot andre nasjonale turistvegar, innanfor Utviklingsprogrammet.



Figur 3.9 Nasjonal turistveg, Dalsnibba, Geiranger – Trollstigen

Foto: Tina Stafren

og kulturgode er viktig i denne samanhengen. Norsk reiselivsnæring blir stadig dyktigare til å kultivere og kommersialisere bruken av naturgitte fellesgode. Opplevingsbransjen har hatt ei positiv verdiskapingsutvikling etter tusenårsskiftet, og veks raskast av alle bransjar (overnatting, servering, transport, oppleving og kultur, samt formidling) i reiselivsnæringa med omsyn til verdiskaping og talet på tilsette.

Landbruksbasert reiseliv er ein del av det opplevingsbaserte reiselivet, og det er mykje som tilseier at det er moglegheiter for vekst og utvikling på dette området.

Turistundersøkinga til Innovasjon Norge⁴ viser at det er aukande etterspurnad etter genuine opplevingar og at både norske og utanlandske turistar ynskjer eit større mangfald av kulturelt innhald,

mat og drikke som ledd i opplevinga. «Matturistar» som gruppe auka frå 2013 til 2014, frå 31 pst. til 44 pst. Dei Historiske hotel- og spisesteder er eit døme på ei verksemd som satsar på denne trenden. Eit anna døme er Hurtigruta si satsing på lokalmat. Dette er ei strategisk viktig og langsiktig satsing frå ein aktør som dagleg opplever konkurranse frå utanlandske turistskip. Hurtigruta står for 15 pst. av alle utanlandske reisedøgn i Noreg per år. Dei serverer 3 mill. måltid kvart år og kjøper mat og drikke for nesten 400 mill. kroner i året. Satsinga viser gode økonomiske resultat allereie etter kort tid, og dei rapporterer om senka kostøre som følgje av omlegginga. Satsinga krev stor innsats og profesjonalisering hos dei små lokalmatleverandørane, kombinert med tydelege krav og forventingar frå Hurtigruta.

Innovasjon Norge har i fleire år hatt tematsatsingar innanfor naturbaserte aktivitetar som vandring, fising og sykling retta mot målgrup-

⁴ Innovasjon Norge: (2014) *Turistundersøkelsen sommerseongen 2014*.

Boks 3.9 Naturbaserte reiselivsbedrifter i Noreg

Eit forskingsprosjekt i regi av NMBU i 2014 har identifisert at det finst mellom 2000 og 3000 naturbaserte reiselivsbedrifter i Noreg. Dette er kommersielle føretak som tilbyr aktivitetar eller opplevingar i naturen. Rapporten «Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge» bygger på ei spørjeundersøking der nesten 700 av desse bedriftene svarte. Mangfaldet i aktivitetar som blir tilbydd er stort. Mest vanleg er fiske og vandring, så følgjer jakt, aktivitetar på ferskvatn, båtsightseeing, overnatting knytt direkte til naturoppleving, naturfoto, fuglekikking, turridding med hest, og andre aktivitetar i og på saltvatn. Av desse har 20 pst. av bedriftene utspring i ein landbruksseigedom. Av totalen er det 38 pst. som opererer i eller i randsona til ein nasjonalpark. Ferie- og fritidsmarknaden er klart viktigare enn bedriftsmarknaden, og den norske marknaden er viktigast. Dette er i stor grad småskala bedrifter (1-3 tilsette) med gjennomsnittleg omsetnad på 1 mill. kroner.



Figur 3.10 Sykkelturistar på skogsveg, ein del av det landbruksbaserte reiselivet

Foto: Nancy Bundt, Innovasjon Norge

per i utlandet (særskilt Europa med Russland). Satsinga omfattar både produktutvikling, kompetanseheving, marknadskartlegging, nettverksbygging og marknadsføring. Ein annan marknad det har blitt satsa på er fuglekikking. Varangerhalvøya har i løpet av få år blitt blant verdas 100 mest attraktive stader å sjå fugl, og turismen til Finnmark har auka kraftig dei siste åra. Adventure Travel Trade Association (ATTA)⁵, viser til at naturbasert reiseliv er det segmentet som truleg vil ha den sterkaste veksten innan globalt reiseliv dei neste 10 åra.

Globalt er det ei interesse for berekraftig reiseliv. Som fyrste nasjon i verda innførte Noreg i 2013 ei merkeordning for berekraftig reiseliv. Bedrifter og destinasjonar som investerer i miljømerking byggjer inn ein meirverdi i produkta sine som også kan vere ei lønsam investering for framtida.

3.2.2 Kva kjenneteiknar det landbruksbaserte reiselivet?

Det landbruksbaserte reiselivet har utvikla seg mykje dei siste åra. Utviklinga er eit resultat av ei medviten satsing på landbruksbasert reiseliv i form av verkemidlar over jordbruksavtala, ei marknadsstyrt utvikling basert på etterspurnad etter autentiske og unike reiselivsprodukt og engasjerte og satsingsvillige næringsutøvarar.

Som for matområdet, er ei av dei største utfordringane med det landbruksbaserte reiselivet at det består av mange og til dels små bedrifter. I tillegg er mange bedrifter sesongbaserte. Sårbarheit for svingingar i marknaden er difor stor. Samstundes er det viktig å leggje til rette for at mange bedrifter ikkje ynskjer å bli heilårlege, men heller vil auke kompetansen og bli meir profesjonelle innanfor den sesongbaserte aktiviteten dei tilbyr. Organisering, samarbeid, kompetanse, lønsemd, profesjonalisering og tilgang til gode sals- og marknadsføringskanalar er sentrale utfordringar for næringa.

Det er naudsynt å styrkje samarbeidet og nettverksbygginga for å kunne tilby konkurransedyktige reiselivsprodukt og få produkta ut i marknaden. Regionale nettverk og klynger av mat- og rei-

⁵ Global report on Adventure Tourism. UNWTO. 2014.



Figur 3.11 Frå den norske standen på Internationale Grüne Woche (IGW) 2015

Foto: Vidar Alfarnes

selvsbedrifter har vist seg å vere ein viktig suksessfaktor for å lukkast. Internationale Grüne Woche (IGW) er den største markeringa av norsk mat og reiseliv i utlandet som Landbruks- og matdepartementet er involvert i. Den viktigaste målsettinga med å delta på IGW er å etablere gode samarbeidsrelasjonar på tvers av regionar, fylke og næringer. Arbeidet som er lagt ned i fleire regionar i Noreg i samband med Noreg si deltaking, har bidrege til forsterka regionalt samarbeid på mat- og reiselivsområdet. Gjennom dette arbeidet jobbar dei utvalde bedriftene med å presentere sine produkt og marknadsføre dei som ein del av ei regional totaloppleving innanfor mat og reiseliv. Samarbeid om meir slagkraftige regionale reiselivsprodukt er viktig både med tanke på utlandsmarknaden, men også for å styrkje den norske forbrukaren si interesse for Noreg som reise-mål. I 2013 blei det laga ei evaluering av langtids-effekten av deltakinga på IGW. Evalueringa blei gjort av Menon⁶, og konkluderte med at målsettingane med prosjektet i stor grad blir nådde.

⁶ Menon Business Economics (2013): *Evaluering av langtids-effekt av deltagelse på IGW*. Rapport 13b/2013.

Innsats for forenkling og styrking av lønsemd, profesjonalisering og marknadsføring

Det har gjennom åra vore ei rekkje satsingar for å styrkje lønsemda og profesjonaliseringa i det landbruksbaserte reiselivet. I 1993 blei det innleia eit formalisert samarbeid mellom landbruksstyresmakter og faglagane om marknadsføring av bygdeturisme, og i 2007 kom eit eige utviklingsprogram for grønt reiseliv som blei finansiert over jordbruksavtala. Frå 2015 har ein gjennom det nye Utviklingsprogrammet forsterka satsinga på reiseliv, jf. boks 1.1.

Reiselivsnæringa er i sin heilskap karakterisert av eit generelt lågt utdanningsnivå samanlikna med resten av næringslivet. Utover arbeidet innanfor Utviklingsprogrammet, tilbyr Innovasjon Norge ei rekkje skreddarsydde kurs innanfor vertskap, berekraft, opplevingsproduksjon, møte- og konferansemarknaden, sal mot turoperatørar, cruiseturisme, kokkekurs, design og kultur-næringer, samt kurs i strategisk leing og bedriftsutvikling.

Bygdeturismekampanjen, Norgeskampanjen og temasatsingar er marknadsføringstiltak som i fleire år har fått midlar over jordbruksavtala. Byg-

Boks 3.10 Bruk av hest i reiselivssamanheng

Bruk av hest i turisme og reiseliv er gjerne knytt til rideturar i utmark og fjellheim, men kan også omfatte køyring. Rideturar i fjell og utmark betyr ofte at tilbydar også tek i bruk område utanfor eigen eigedom. Det er naudsynt å ha klare avtaler med grunneigarar om ferdsel, og det må visast omsyn til natur og anna friluftsliv. Næringsutvikling med bruk av hest vil i mange tilfelle tangere andre sektorpolitiske område, som til dømes samferdsel, miljø, helse og kunnskap. For etablering av næringsverksemd med hest er det viktig at hesteverksemdar blir tekne vare på i kommuneplanar. Det må også leggjast til rette for trygg ferdsel med hest på veg, så vel som i naturen.

Anne Margrethe og Morten Sæterhaug kjøpte garden Kvistli i Folldal kommune i 1999. Dei har gradvis bygd ut og utvikla eigedomen

for turistnæring basert på aktivitetar rundt Islandshest. Folldal er ei gamal hestebygd og tanken er å bringe tradisjonar vidare med å halde i hevd gamle ferdselsveggar og tråkk. Det blir formidla kunnskap om hest, fjellet og historie frå fjellområda rundt Hjerkin, men også om fangstkultur, seterdrift og gruvedrift. Dei samarbeider med den lokale tilbydaren av overnatting og aktivitetsbedrifter for å kunne presentere eit variert og unikt konsept. Dei har såleis skapt arbeidsplassar både til seg sjølve og andre i fjellbygda. Paret vant Bygdeutviklingsprisen for Hedmark for 2014. Omsetnaden var på om lag 2 mill. kroner for både 2013 og 2014. I høgsesongen sysselsette dei 5 personar i tillegg til seg sjølve. Dei har også elevar og studentar på utplassering og praksis på garden gjennom heile året.

deturismekampanjen er eit tilbod til små reiselivsbedrifter om å profilere seg og marknadsføre sine produkt på den norske marknaden. Aktivitetane i kampanjen skal inspirere til reiselyst og bygge kjennskap til og kunnskap om Noreg som reise-mål. Om lag 200 bedrifter har delteke dei siste åra, og dei er gjennomgåande svært nøgde med utbyttet av deltakinga. Felles marknadsføring er oppfatta som positivt og naudsynt frå dei mange bedriftene.

Det er interesse i næringa for å arbeide med kvalitetssikring. NCE Tourism samarbeider med fleire aktørar i næringa om moglegheit for å etablere ei kvalitetssikringsordning for opplevingsleverandørar. Eit eige pilotprosjekt som skal sjå på drifts- og finansieringsmodell for ei slik ordning er støtta av Innovasjon Norge, og det er gjort ei kartlegging av eksisterande ordningar i m.a. Skottland, Island og Sverige.

Den aukande etterspurnaden etter heilskaplege reiselivstilbod gjer det naudsynt å tenkje sal, booking, og pakkeløysningar for dei reisande. «Incoming» er nemninga på bedrifter som er ute i internasjonale marknader og sel pakka reiser i Noreg til utanlandske kundar. Kundane kan vere utanlandske reisebyrå, turoperatørar eller firma som planlegg møte-/insentivreiser til Noreg. Transport, overnatting, måltid og opplevingar blir seld i ei ferdig pakka reise. Desse turoperatørane kan opne marknader og vere viktige salsledd for dei mange

attraktive, men små landbruksbaserte reiselivsbedriftene. Innovasjon Norge, Virke, NCE Tourism-Fjord Norway og NordNorsk Reiseliv har gjennom Incoming 2013 samla kunnskap om dei norske incomingoperatørane si tyding for norsk reiseliv.

Det er svært krevjande for små bedrifter å orientere og marknadsføre seg mot incoming-selskapa og i dei store bookingkanalane på eiga hand. Ein del gardar har inngått samarbeid og tilbyr genuine opplevingar med felles konsept, marknadsføring og nettsider. Døme på dette er Håndplukka SA, Mjøsgårdene, Konferanse-gårdene og Kulturgardar i Gudbrandsdalen.

HANEN er ein landsdekkjande næringsorganisasjon for verksemdar innan bygdeturisme, gardsmat og innlandsfiske i Noreg. Dei har i dag i underkant av 450 medlemsbedrifter over heile landet. Hanen samarbeider med Bondens Marknad og Norsk gardsost og har samarbeidsavtale med Norges Bondelag. Organisasjonen tilbyr mellom anna ein nettportal der bedriftene presenterer seg gjennom bilete og tekst. Leiande bookingkanalar har dei siste åra skifta merksemda frå hotell til andre overnattingstypar, aktivitetar og bordbestilling. Hanen arbeider aktivt for å etablere gode bookingløysningar for sine medlemmar og har gjennomført eit forprosjekt som har kartlagt korleis dei kan utnytte denne endringa. Dei vil arbeide vidare med dette for å

Boks 3.11 Åmot Operagard

Åmot Operagard i Sunnfjord, Sogn og Fjordane, tilbyr ein unik kombinasjon av gardsovernatting, lokal mat og nyskapande kulturopplevingar. Operagarden er blitt ein attraktiv formidlingsarena for alt frå klassisk musikk til tradisjonell bygdekultur. Åmot gard var opphavleg eit tradisjonelt mjølkeproduksjonsbruk fram til 1993. Bedrifta Åmot Operagard starta opp i 2004 med Steinar Sørli og Yngve Brakstad som eigarar. Operagarden blei i 2010 tildelt kvalitetsmerket Olavsrosa frå Norsk Kulturarv, og har vunne fleire kultur- og næringsprisar for bedrifta si. Operagarden er også medlem av hotellkjeda De historiske. I 2014 sysselsette bedrifta 4 årsverk og hadde ein omsetnad på 4,5 mill. kroner.



Figur 3.12 Oppsetjing av Orlando av Händel på Åmot Operagard, Sogn og Fjordane

Foto: Geir Birkeland/ Åmot Operagard

kunne knytte seg og sine bedrifter til dei store bookingselskapa.

Marknadsføring av reiselivstilbod handlar også om å kunne synleggjere det landbruksbaserte reiselivet der det er, langs dei norske landevegane. Samferdselsdepartementet og Vegdirektoratet har ansvar for regelverk om skilting også for reiselivsaktørane. Det har jamvel vore ei oppfatning hos næringsaktørane at regelverket er for strengt og at det blir praktisert ulikt rundt om i landet. I tillegg til eit godt og brukarvennleg regelverk er det viktig å sikre god dialog mellom ansvarleg myndigheit for skilting og lokale og regionale næringsaktørar, samt einskapleg tolking og praktisering av regelverket. Det er samstundes viktig at bedrifter og attraksjonar det skiltast til er

kvalitetssikra. Hanen samarbeider med Statens vegvesen om vegskiltsymbolet for «Gardsmat/bygdeturisme», den såkalla Veghanen. Hanen gjer ei kvalitetsmessig vurdering av kven som bør få bruke skiltet, medan Statens vegvesen tek stilling til om vilkåra for å skilte er oppfylte. I denne prosessen er det no god dialog mellom myndighetene og reiselivsaktørane. Vegdirektoratet reviderer også skiltnormalane i 2015, mellom anna for å sikre omsynet til reiselivsbedrifter.

Meir heilskapleg arbeid med marknadsføringskanalar for det norske reiselivet er viktig framover. Nettstaden Visitnorway.com er ein type marknadsføringskanal for den norske reiselivsnæringa og ei generell plattform for inspirasjon og informasjon for turistar på 12 ulike språk. Nettstaden er under stadig omlegging, og det finst allereie i dag eit generelt innhald om gardsturisme og mat.

I følge Spisefakta 2014⁷ finst det i dag om lag 1000 hotell og 1200 restaurantar og serveringsstader i Noreg, og serveringsnæringa er ein heilt sentral del av reiselivet. I ein nyleg framlagt rapport til Nærings- og fiskeridepartementet om serveringsnæringa⁸ blir det understreka at serveringsnæringa er ein av dei mest stabile næringane vi har, og at den sysselset mellom ein og to prosent av arbeidsstyrken og er særskilt viktig for sysselsetting i mindre folketette delar av landet. Rapporten har fleire tilrådingar for å sikre vekst i denne næringa framover, mellom anna forenkling av serveringslova og tiltak for å styrkje kompetansen og rekrutteringa til næringa. Rapporten understrekar også at det er viktig å halde fram arbeidet mot økonomisk kriminalitet og etterlyser betre samordning av kontrollar og kontrollmyndigheiter. Nærings- og fiskeridepartementet vil ha eit hovudansvar for oppfølging av rapporten. Landbruks- og matdepartementet har likevel eit særskilt ansvar for dei små landbruksbaserte reiselivs- og serveringsbedriftene, mellom anna for å medverke til forenkling for desse aktørane. Det er sett i gong eit samarbeid mellom myndighetene og næringa og dette vil bli vidareført og forsterka for å medverke til at potensialet i desse bedriftene kan bli teke ut.

Bedriftene innanfor landbruksbasert reiseliv er avhengig av hensiktsmessige måtar å frakte gjestar på. Framkomelegheit og føreseielege kollektive rutetilbod er viktig for å oppnå vekst og lønsemd. Utfordringane er ofte særskilt store utanom hovudsesongane. Det er fylkeskommunane som har

⁷ IPSOS MMI (2014) Norske Spisefakta 2014.

⁸ Damvad (2014): *Utredning om norsk serveringsnæring*. For Nærings- og fiskeridepartementet.



Figur 3.13 Reinsdyrsjakt. Verdiskaping basert på utmarksressursar

Foto: Landbruks- og matdepartementet

ansvar for samferdsle. Fylkestinget vedtek ein samferdsleplan kvart fjerde år, og her blir også mål og prioriteringar som i prinsippet skal gjelde for heile perioden fastsett. Det er viktig at reiselivet sine interesser blir inkluderte i denne prosessen.

I jordbruksoppgjæret 2014 blei løyvinga til Utviklingsprogrammet auka vesentleg, mellom anna med sikte på å forsterke innsatsen knytt til landbruksbasert reiseliv. For å sikre ein meir strategisk og målretta bruk av mellom anna desse midlane, vil Landbruks- og matdepartementet utarbeide ein strategi for vidareutvikling av landbruksbasert reiseliv i samarbeid med næringa.

Våren 2016 skal Regjeringa leggje fram ei eiga melding til Stortinget om reiselivsnæringa. Koppinga mellom politikken knytt til det landbruksbaserte reiselivet og reiselivspolitikken generelt vil bli synleggjort i denne meldinga.

3.2.3 Natur- og utmarksressursar i det landbruksbaserte reiselivet

Regjeringa vil medverke til å auka verdiskapinga basert på natur- og utmarksressursane. Betre utnytting av utmarksressursane i tilknytting til

landbrukseigedomen kan gi grunnlag for auka omsetnad og sysselsetting på det enkelte gardsbruk. I Norges Skogeierforbund sine estimat for omsetnad av jakt og innlandsfiske i Noreg frå 2012 er omsetnaden i 2009 berekna til 3,6 mrd. kroner. I same rapport er potensialet for 2020 anslått til om lag 5,9 mrd. kroner.

Noreg har låg tettleik av småvilt samanlikna med andre europeiske land, men vi har andre fortrinn. Nokre av dei viltartane vi haustar i Noreg, er bortimot unike i internasjonal samanheng, og dette gjer dei eksklusive. Ikkje alle kan selje produkt i den øvre prisklassa, og rettshavarane bør difor tilby differensierte produkt slik at ein kan nå både gjestar som ynskjer ei høg grad av tilrettelegging og meir tradisjonelle jegerar som ynskjer å klare seg sjølve.

Det er eit potensiale for auka verdiskaping basert på elvefiske etter laks. Norges Skogeierforbund har estimert at omsetnaden av fisketurisme i laksevassdrag kan auke frå 1,1 mrd. kroner til 2 mrd. kroner innan 2020. Auka fiskeoppgang i elvane og betre samarbeid mellom forvaltning, rettshavarar og reiseliv er naudsynt for å realisere dette potensialet. Sidan 1970 har utviklinga for vil-

Boks 3.12 Nettverkssamarbeid gav auke i omsetnaden

Eit døme på samarbeid innan det naturbaserte reiselivet er prosjektet «Fishspot». I Hedmark har fleire som sel fiskekort gått saman i eit nettverkssamarbeid. Gjennom produktutvikling, merkevarebygging og målretta marknadsføring har deltakarane i nettverket hatt ein årleg auke i sal av fiskekort på 10 pst. dei siste fem åra. I 2014 blei det gjennom Fishspot omsett fiskekort for 6,8 mill. kroner til om lag 18 000 fiskarar. Dette genererte til saman 119 000 fiskedøgn. Samla kjøpte fiskarane varer og tenester for rundt 100 mill. kroner (NINA rapport nr 1116).



Figur 3.14 Flugefiske

Foto: Christian Houge/ Innovasjon Norge

laksen vore negativ i heile Nord-Atlanteren, og dei samla fangstane i Noreg er reduserte med om lag 75 pst. Bestandsnedgangen sidan 1970 skuldast eit samspel mellom ulike påverknader. I følge Vitenskaplig råd for villaksforvaltning er lakselus og rømt oppdrettslaks dei to ikkje-stabiliserte bestandstrugslane mot norsk laks. Styresmaktene jobbar aktivt for å minske påverknaden oppdrettsfisk har på vill laksefisk. Endringane og naturlege variasjonar i økosystemet i havet er også av stor tyding for villaksen sine oppveksttilhøve og sjøoverleving. Også i elvane er det mange faktorar som påverkar laksen, det vere seg sur nedbør, lakseparasitten *Gyrodactylus salaris*, vassdragsreguleringar eller overfiske. Noreg har i dei seinare åra svekka sin posisjon som ein leiande nasjon innan laksefiske i elv.

Naturmangfald, her under biologisk mangfald, kulturminne og kulturmiljø og landbrukets kulturlandskap er element som gir grunnlag for natur- og kulturbaserte opplevingar. Fleire satsingar har vore etablerte dei sist åra. Landbruks- og matdepartementet og Klima- og miljødepartementet samarbeider om tiltak til forvaltning og skjøtsel av viktige jordbrukslandskap med store miljøverdier knytt til biologisk mangfald og kulturminne og kulturmiljø. Utvalde kulturlandskap i jordbruket med 22 utvalde område er etablerte for å ta vare på ulike landskapsvariasjonar over heile landet. Det er forventa at områda med sine ressursar skal bidra til auka verdiskaping.

Verdsarvområda og dei store verneområda er særskilt viktige attraksjonar for reiselivet. I vestnorsk fjordlandskap og Vegaøyane er det over jordbruksavtala løyvd midlar til skjøtsel av jordbrukets kulturlandskap for mellom anna å sikre tilleggsverdiane for innskriving av områda på verdsarvlista.

Gjennom prosjektet *Naturarven som verdiskaper* blei det i førre regjeringperiode sett i verk tiltak for å leggje til rette for berekraftig bruk av verneområda. Vel 650 bedrifter var involverte i totalt 15 pilotprosjekt. Telemarksforskning si følgjevaluering av prosjektet viste at kriterium for å lukkast med produktutvikling og verdiskaping basert på naturverdiane, var knytt til lokalt eigarskap og forankring, tverrsektorielt samarbeid mellom frivillige, private, det offentlege og kompetansesektoren. Bygging av marknadsorienterte nettverk mellom bedriftene og å jobbe langsiktig var også viktige element. Utvikling av lønsame produkt og tilbod tek tid.

Gjengroing av kulturlandskap og vegkantar er ei aukande utfordring mange stader i Noreg. Gjengroing er ei ulempe for landbruket, og kan svekke grunnlaget for reiselivet. I eit forskingsprosjekt frå 2012⁹, om reiseliv, kulturminne og gjengroing blei det mellom anna konkludert med at dersom kontrastar og variasjonar i landskapet forsvinn, saman med spor etter folk og busetting, forsvinn også store delar av det turistane refererer til som det særeigne med det norske kulturlandskapet som grunnlag for næringsaktivitet og verdiskaping.

I årets jordbruksoppgjær blei det semje om å etablere ei ny ordning for rydding av kulturlandskap, vegkantar og utsiktspunkt av særskilt verdifulle karakter sett frå landbruket og reiselivs-

⁹ Bryn, A, et. al. (2012) *Cultour – et forskningsprosjekt om reiseliv, kulturminner og gjengroing*. Norsk institutt for skog og landskap og Bygdeforskning.



Figur 3.15 Krattrydding, Undredal, Aurlandsfjorden

Foto: Landbruks- og matdepartementet

næringa si side. Målet med ordninga skal mellom anna vere å medverke til utsyn og å fremje verdjar knytt til kulturlandskapet.

3.2.4 Innsats for auka verdiskaping basert på natur- og utmarksressursar

Eigedomsstrukturen i Noreg kan vere ei utfordring med omsyn til utvikling av natur- og utmarksbasert reiseliv. Ofte vil den enkelte grunneigar ikkje ha stor nok eigedom med nok areal til å kunne tilby gjestane jakt og fiske, eller som grunnlag for heilårleg drift og sysselsetting. Vidare kan det vere at grunneigaren sjølv ikkje ynskjer å ha ei vertskapsrolle. Det vil med andre ord vere viktig med eit godt samarbeid mellom dei som har naturressursane, dei som har kompetansen på utvikling av næring og dei som ynskjer rolla som formidlar, vertskap eller guide. Dette kan sjølvstundt vere same person.

Private rettshavarar har ofte ein sterk motivasjon og eit stort engasjement for forvaltning av eigedomen. Nokre har allereie gjort alvor av kombinasjonen opplevingsproduksjon og matproduksjon. Mange kan framleis gjere meir for å

gjere utmarksprodukt tilgjengelege, både i form av opplevingar og sal av kjøtt frå vilt og fisk. Ved å tilby desse produkta, vil ein heve inntektene frå eigedomen. I denne samanheng er det viktig å peike på behovet for ei god og målretta forvaltning av vilt og fisk. Volum og berekraft bør vere stikkord for å produsere salbare produkt grunneigaren eller entreprenøren kan hauste og selje over tid. Det må utviklast både enkle og tradisjonelle tilbod og tilbod som møter behov hos dei jegerane og fiskarane som har høgare krav til komfort og tilrettelegging. Nye og tilrettelagde jakt- og innlandsfisketilbod i regi av landbruket baserer seg i stor grad på eksisterande kortordningar og fortrengjer difor ikkje dei som ynskjer å drive tradisjonell og enkel jakt eller sportsfiske.

Auka tilbod av eit større spekter av utmarksprodukt vil gjere det enklare for fleire å ta del i opplevingar i utmarka. Det betyr nye moglegheiter for grunneigarane. Utover å kunne betre inntekta frå eigedomane, vil ei slik tilrettelegging medverke positivt til rekruttering og aksept for haustingsbaserte aktivitetar.

Boks 3.13 Inatur.no

Gode marknadsplassar for utmarksprodukt er viktig for å gjere produkta kjende. Inatur.no er i dag den største marknadsplassen for nettbasert annonsering og sal av jakt, fiske og hytteutleige i Noreg med 1,6 mill. besøk per år og 60 000 som følgjer sida på Facebook. Selskapet har klart å gjere jakt-, fiske-, og overnattingstilbod langt meir tilgjengeleg for brukarane gjennom nettstaden. I 2014 hadde selskapet ein omsetnad på 65,7 mill. kroner brutto, ein vekst på 17,3 pst. frå året før. Inatur Noreg AS er eigd av Statskog SF saman med fleire private aktørar.

Naturkvalitetane i verneområda er grunnlag for verdiskaping og må sikrast langsiktig. Bruk og tiltak må skje innanfor rammene til naturmangfaldlova og verneforskrifta slik at ikkje verneverdiane blir skada eller øydelagde. Klima- og miljødepartementet innfører no ein ny merkevare- og kommunikasjonsstrategi for nasjonalparker. I mykje større grad enn tidlegare vil ein hjelpe dei som kjem til ein stad der dei kan overnatte, til eit senter for å lære meir, og til eit startpunkt i nasjonalparken. Tiltaket kan medverke til auka attraksjonskraft og verdiskaping. Regjeringa vil også vurdere justeringar i ferdselsforesegnene i verneforskriftene og leggje vekt på arbeidet med forvaltingsplanar som fremjer moglegheit for berekraftig verksemd i samband med verneområda.

Fleire næringsutøvarar opplever mangel på næringsperspektiv i forskrifter og forvaltingsplanar. Dette hemmar moglegheita for berekraftig verksemd i samband med verneområda. Det bør vere mogleg å leggje til rette for varsame inngrep som kan utløyse næringsverksemd. Slike tiltak vil også leggje til rette for friluftsliv i våre verna område og gje folk gode opplevingar og auka forståing for vernet. Regjeringa viser til at det er eit tydeleg skilje mellom verneområde og ikkje-verneområde.

Meir fleksible rammer for jakt vil gje fleire moglegheiter for auka næringsutvikling. Regjeringa vil ha større merksemd på verdiskaping i samband med komande revisjon av jakttingsforskrifta og mellom anna vurdere forlenging jakttid på elg og utvida jakttid på andre artar, irekna å betre moglegheitene for konfliktdepande tiltak. Det er

ein føresetnad at ei utvida jakttid ikkje fører til at andre brukarar av utmarka opplever dette som ei fortrenging, og at utvidinga er i tråd med biologiske føresetnader.

Ein positiv sideeffekt av utvida jakttid på elg er at ein kan regulere beitetrykket betre gjennom vinteren. Det blir også enklare å oppnå ei rettferdig fordeling av ulempe og nytte av elgstamma i skadeutsette skogområde, samt å lette koplingar mellom jakt og tilknytt verdiskaping. I tillegg vil det vere større sannsyn for å felle heile kvota, slik at forvaltninga i større grad kan lukkast i si måloppnåing.

For artane grågås og kortnebbgås vil ei meir dynamisk jakttid kunne dempe skadegjersla ved beiting, i tillegg til å danne grunnlag for sal av jaktopplevingar. I hovudsak vil dette gjelde jakt om våren, før gjæsene tek til med hekkinga.

3.3 Inn på tunet – garden som arena for velferdstenester

Regjeringa vil

- følgje opp tiltaksområda i handlingsplanen for Inn på tunet (2013–2017).
- bruke erfaringane frå Inn på tunet-løftet til å forbetre tenestene slik at dei blir meir attraktive og konkurransedyktige.
- medverke til å synleggjere Inn på tunet for aktuelle tenestesektorar.
- medverke til god koordinering og samarbeid mellom dei ansvarlege styresmakter på dei ulike tenesteområda.
- medverke til dokumentasjon av effektar og samfunnsnytte av Inn på tunet-tilboda.

3.3.1 Utviklingstrekk, marknadsvurderingar og potensial

Landbruket har tradisjon og potensial for å tilby gode velferdstenester. Inn på tunet (IPT) er tilrettelagde og kvalitetssikra velferdstenester på gardsbruk. Tenestene skal gje meistring, utvikling og trivsel. Aktivitetane i tenestetilbodet er knytte til garden, livet og arbeidet der. Garden er ein unik og allsidig arena for stimulerande opplevingar gjennom kontakt med dyr, landbruk, natur og friluftsliv.

Regjeringa vil at helse- og omsorgstenester skal ytast så nært brukarane som mogleg. Brukarane sine behov må vere utgangspunkt for utforminga av tenestene. Dei kommunale tenestene dekkjer i dag heile livsløpet og har tenestemottakarar i alle aldersgrupper med behov for eit mangfald av løysingar på butilbod, tenestetilbod



Figur 3.16 Skjerven gård

Foto: Bente Wallander/Matmerk

og faglege tilnærmingar. Samhandlingsreforma har forsterka dette mangfaldet og gir kommunane nye oppgåver og nye moglegheiter.

Dei enkelte sektormyndigheitene er ansvarlege for regelverk og kvalitetssikring på sine tenestemråde, medan landbrukssektoren skal medverke til utvikling og kvalitetssikring av garden som arena. Det er frå 2012 etablert ei nasjonal godkjenningsordning, knytt til garden som arena for tenestane for IPT-tilbod, og frå 1. januar 2014 er det krav om å vere godkjend for å nytte nemninga Inn på tunet. Det er pr. februar 2015 i underkant av 370 gardar som er godkjende og rundt 100 som er under godkjenning. Godkjenningsordninga skal bidra til å styrkje tilliten og omdømet til garden som arena for tenestene.

NILF (2015)¹⁰ har i ei spørjeundersøking kartlagt aktiviteten hos IPT bedrifter som enten er godkjende eller under godkjenning hos Matmerk. Til saman blei det motteke 187 svar, som utgjør ca. 34 pst. av det totale talet IPT bedrifter som er registrert hos Matmerk.

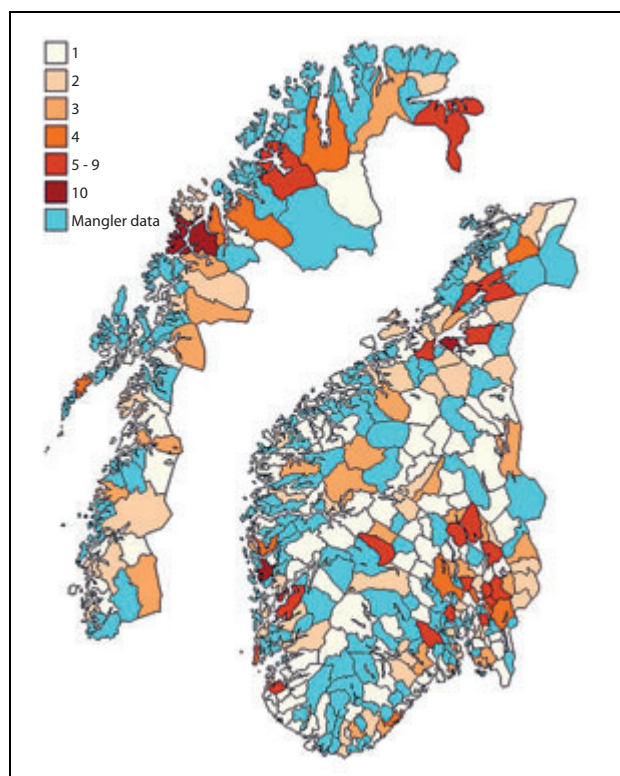
¹⁰ Knutsen, H. og Milford, A.B (2015). *Inn på tunet*. Resultater fra en spørreundersøkelse. NILF-notat 2015-7.

Figur 3.18 viser tal på IPT-bedrifter, godkjende og under godkjenning fordelt på kommunar. Dei blå felta markerer kommunar som ikkje har IPT-tilbod registrerte hos Matmerk. Akershus og Hordaland er dei to fylka med flest IPT-bedrifter, med høvesvis 51 og 49 bedrifter.

Ifølgje undersøkinga (NILF, 2015) har dei fleste IPT-bedriftene tilbod innanfor tilrettelagt undervisning for barne- og ungdomsskule (42 pst.), ulike avlastingstilbod til barn og unge (35 pst.), dagtilbod for personar med psykisk lidning (30 pst.) og Grønt arbeid i regi av NAV (28 pst.).



Figur 3.17 Inn på tunet-logoen



Figur 3.18 IPT-bedrifter fordelt på kommunar

Kjelde: NILF 2015

Dagtilbod for personar med demens er eit tilbød hos 22 pst. av bedriftene.

Ynskje om å utnytte garden sine ressursar er den viktigaste faktoren for å starte opp med IPT-tilbød. Ynskje om å nytte eigen og/eller sambuars kompetanse og dekkje samfunnet sine behov for IPT-tenester er også viktige motivasjonsfaktorar.

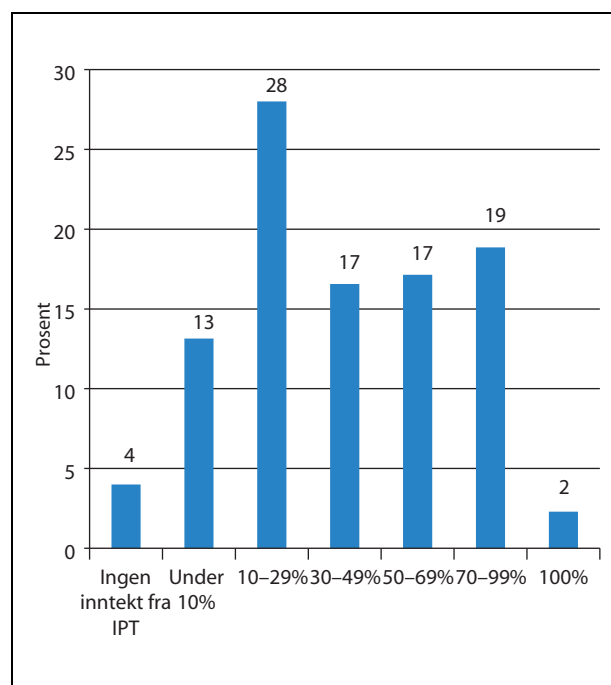
Frå undersøkinga går det fram at 36 pst. av bedriftene har IPT som hovudinntektskjelde. Omsetnaden seier fyrst og fremst noko om aktiviteten i bedriftene. Det er stor spreing i omsetnad per år frå IPT-aktivitetane, men dei fleste ligg på eit nivå på mellom 50 000 kroner og 400 000 kroner. 10 pst. av bedriftene har ein omsetnad på over 1 mill. kroner.

Tradisjonell gardsdrift er framleis viktig for dei fleste bedriftene og 62 pst. får mindre enn halvparten av dei samla inntektene frå garden frå IPT-aktivitetane, jf. fig. 3.19. Det er jamvel ein ikkje ubetydeleg del på 21 pst. som får meir enn 70 pst. av gardsinntektene frå IPT.

Ein relativt stor del av bedriftene (41 pst.) ventar ein auke i IPT-aktiviteten dei næraste 2-3 åra, noko som kan tyde på optimisme og framtidstru hos IPT-bedriftene.

Kommunane er den største kjøparen av IPT-tenester. Tenesta blir i all hovudsak kjøpt av dei enkelte kommunane sine fagetatar. I tillegg er arbeids- og velferdforvaltinga (NAV) kjøparar av IPT-tenestar på kommunalt nivå. Ei undersøking (NILF 2013)¹¹ viser at om lag 60 pst. av kommunane har eitt eller fleire IPT-tilbød. Manglande kjennskap til, eller ynskje om å prøve ut nye former for tilbød og tenester, kan vere årsak til at ein del kommunar ikkje har IPT-tilbød. I undersøkinga til NILF kom det også fram at oppstart av IPT-tilbød i kommunane hittil i stor grad har vore avhengig av enkeltpersonar i kommunane, kombinert med påtrykk frå tilbødssida. Det er difor mykje som tyder på at ei betre forankring av IPT-tilbød i kommunane vil vere viktig for utvikling av området framover. Landbruket har også ei utfordring knytt til å gjere seg synleg som ein god og konkurransedyktig tenesteleverandør. I tillegg til kvalitetssikra tilbød, er det viktig med god dokumentasjon rundt økonomien i tilboda på kort og lang sikt. God kommunikasjon mellom landbruket og tenestesektoren, og god kompetanse hos tilbydar er sentralt.

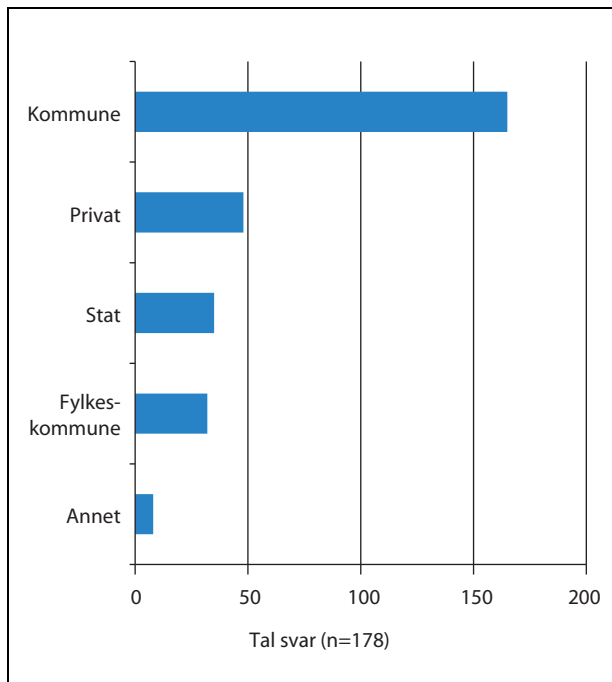
I NILF si undersøking frå 2015 oppgjer heile 93 pst. av bedriftene at dei har kommunen som



Figur 3.19 Inntekter frå IPT i prosent av samla inntekter frå garden, intervall

Kjelde: NILF 2015

¹¹ Prestvik, A., Nebell, I. og Pettersen, I. (2013) *Aktør og markedsanalyse av Inn på tunet*. NILF-rapport 2013-4.



Figur 3.20 Kjøpargrupper for IPT-tenester

Kjelde: NILF 2015

kjøpar, jf figur 3.20. Kontraktar på mellom tre månader og eitt år er det vanlegaste, 57 pst. oppgjer at dei har denne typen kontraktar.

Handlingsplan for Inn på tunet blei lagt fram i 2013. Regjeringa legg denne handlingsplanen til grunn for sitt vidare arbeid på området. Det er naudsynt med god tverrsektoriell forankring av innsatsen rundt IPT på regionalt og kommunalt nivå. I fleire fylke er det etablert godt samarbeid mellom landbruksavdelinga, helse-, sosial, og omsorgsavdelinga og utdanningsavdelinga hos fylkesmannen. Nesten alle fylke har utarbeidd eller er i gang med fylkesvise handlingsplanar for IPT i den regionale partnerskapen. Resultata frå utvikling og utprøving av tilbod i nær 77 kommunar gjennom Inn på tunet-løftet, skal evaluerast i 2015 og vil gje ny kunnskap om kommunane sine erfaringar med tenestene. Målet med Inn på tunet løftet var å få til utviklingsprosjekt som var godt forankra og eigd av kommunane sjølve.

Regjeringa sin handlingsplan peikar på at IPT-tilboda i dag er retta mot eit breitt spekter av sektorar. Eit målretta arbeid for å vidareutvikle området er særskilt krevjande om ein skal leggje vekt på alle område og sektorar parallelt. I handlingsplanperioden (2013–2017) skal det difor særskilt arbeidast med IPT-tilbod innanfor tre hovudområde: aktivitetstilbod til personar med demens, pedagogiske tilbod i grunnskule og vak-

Boks 3.14 Inn på tunet – tilbod til barn og unge

Martha Bjørvik Angedal har sidan 2009 hatt tilbod til ungdom med særskilde utfordringar heime på garden i Førde kommune. Ho har i tillegg til utdanning som sosionom praksis frå omsorg, psykiatri og barnevern. På garden er det butilbod, og avlastings-, skule- og fritidstilbod. Det er oppretta avtaler med barnevernstenesta, NAV, psykiatritenesta og kommunane i Sogn og Fjordane. Bedrifta har utvikla seg raskt, og Angedal har delteke på Innovasjon Norge sine tilbod til unge gründerar, Alkymisten, og nytta seg av Innovasjon Norge sine ordningar med etablerarstipend og investeringstilskot til å byggje opp tilbod og utvikle garden. I 2012 var omsetnaden på kr 2,7 mill. kroner og det var 12 tilsette. Garden er godkjend etter Matmerk si godkjeningsordning. Angedal fekk Bygdeutviklingsprisen for Sogn og Fjordane i 2013.



Figur 3.21 Hesteriding som del av eit IPT-tilbod

Foto: Matmerk

Boks 3.15 Inn på tunet – tilbud i regi av NAV

Grønt arbeid er arbeidsmarknadstiltak på gardsbruk i regi av NAV for personar med psykiske helseproblem eller rusproblem. Det blir tilrettelagt for arbeidstrening gjennom allsidige og praktiske arbeidsoppgåver, fysisk aktivitet og sosialt fellesskap. Gardbrukaren er arbeidsleiar eller praksislærer og stiller garden til disposisjon for aktivitetar. Tilboda spenner vidt, frå stell og tilsyn med dyr, til arbeid på åker, i hage og i skog, bruk og vedlikehald av maskiner, produksjon av ved, landskapspleie, matlagning, handverk og friluftsliv.

Utover tradisjonell gardsdrift kan garden også vere utgangspunkt for anna næringsverksemd, som gardsbutikk/kafé og vidareforedling av naturprodukt. Dette mangfaldet kan gi allsidig arbeidstrening i eit stimulerande miljø. Arbeidssituasjonen kan tilpassast den enkelte brukaren sine ynskjer, behov og funksjonsevne.

Boks 3.16 Inn på tunet – tilbud til personar med demens

Skjerven gård i Maridalen har gjennom fleire år hatt Inn på tunet-tilbod til unge og eldre. Dei vann Oslo sin bygdeutviklingspris for 2014, og har vore pionerer for tilbod til heimebuande personar, fortrinnsvis for yngre, med demens. Tilbodet er populært for brukarane og ikkje minst for dei pårørande. I møtet mellom det urbane og landbruket byggjer bedrifta relasjonar som gir positive ringverknader for det norske landbruket.

Gardbrukarane har hatt fokus på kvalitet og kompetanse, og har knytt seg til godkjenningsordninga for Inn på tunet. Skjerven gård har samarbeidd tett med Kirkens bymisjon. Det er Oslo kommune som kjøper tenester frå garden.

senopplæring, samt arbeidsretta tilbod innanfor psykisk helse og rusomsorg. Dette er område der kommunane sjølv, med utgangspunkt i dei behova dei har, meiner det framover kan vere størst potensial for å auke IPT-tilbodet.

IPT har tilbod om tenester innanfor fleire sektorar og det er eit breitt sett med politiske og juridiske rammer og føringar som ligg til grunn for utviklinga av området. Eit sentralt tiltak i handlingsplanen er å utvikle tydelege konsept og rettleiande materiell og informasjon særskilt innanfor dei tre prioriterte hovudområda. Konsept og informasjonen skal vere eit verktøy for kommunikasjon og fagleg rettleiing tilpassa både kjøpar, tilbydar og brukar. Arbeidet er godt i gang, og det er eit nært samarbeid mellom Matmerk og kompetansmiljø og direktorat innanfor dei ulike involverte sektorane.

Regjeringa vil styrkje satsinga på tilbodet til personar med demens, og vil leggje til rette for fleire dag- og aktivitetstilbod for denne gruppa. Våren 2015 vedtok Stortinget å fastsetje ei plikt for kommunane til å tilby eit dagaktivitetstilbod til heimebuande personar med demens, gjeldande frå 1. januar 2020. Regjeringa vil følgje opp dette på eigna vis. Det er meir enn 70 000 personar som har demens i Noreg i dag, og mange av desse bur heime og har behov for tilrettelagde

dag- og aktivitetstenester. Aktivitetstilboda gir meining, meistring og gode opplevingar for den enkelte og avlastning for pårørande, i tillegg til at tilboda kan medverke til å hindre eller utsetje institusjonsinnlegging. I dag kan om lag 80 IPT-gardsbruk gje aktivitetstilbod til personar med demens, og ein ser ei aukande interesse hos kommunane. Det er rekna eit behov for 9 200 dagaktivitetsplassar for heimebuande personar med demens. I 2012 blei det oppretta ei tilskotsordning for dagtilbod til heimebuande personar med demens. Tilskotet dekkjer om lag 30 pst. av kostnadane for etablering og drift av ein dagaktivitetsplass. Kommunar kan søkje om tilskot. Regjeringa har lagt til rette for om lag 1000 nye plassar i 2015. Nasjonalt kompetansesenter for aldring og helse har følgd utviklinga av IPT-tilbod dei siste 10 åra. I undersøkingar er betre søvn, mindre vandring og lågare bruk av anti-depressiva nokre av effektane som er observert hos brukarar av Inn på tunet-tilbod. Brukarane sine interesser og fysiske og mentale ressursar blei også meir synlege gjennom mangfald av aktivitetar på garden. Det er difor mykje som tilseier at det burde vere eit særskilt behov og rom for fleire IPT-tilbod innanfor dette området i dei næraste åra.

Som kjøparar må kommunane følgje eiga sektorlovgjeving, samt regelverk for offentleg anskaffing og regelverk for innkjøp av private tenester. Kommunane må også ta omsyn til budsjett og

Boks 3.17 Inn på Tunet Trøndelag SA

Inn på Tunet Trøndelag SA (IPTT) er eit samvirke eigd av 45 gardbrukarar i Trøndelagsfylka, med felles administrasjon og styre. IPPT i Nord Trøndelag er eitt av svært få samvirkeorganiserte IPT-konsept i Noreg. Samvirket hadde i 2013 ein omsetnad på 4,2 mill. kroner, ein fordobling frå 2011. Talet på leverandørar har auka med 18 pst. frå 2011–2013. Alle leverandørar av tenestene skal vere godkjende etter Matmerk si godkjenningsordning.

IPTT har gjennomført fleire utviklingsprosjekt med vekt på profesjonalisering og auka marknadstilgang. Målet er å auke IPTTs konkurransekraft i ein marknad med auka behov og etterspurnad.

IPTT ynskjer å vere offensive og konkurransedyktige på innhald, kvalitet og pris. Dei tilpassar og utviklar difor stadig tilboda på gardane i takt med brukarane og marknaden sine behov.

- Samvirkebedrifta er eit mellomledd mellom kunde og tilbydar. Samvirkets administrasjon marknadsfører og formidlar tenestene, utarbeider avtaler og legg rammevilkåra rundt tilboda.

Dei utviklar avtalar, arbeider med rammevilkår og medverkar til at tenestetilbod er godt kvalitetssikra. Samvirkemodellen medverkar og til leveransetryggleik. Gjennom samvirke har kjøparar tilgang på fleire tilbydarar og vikarordningar ved sjukdom eller ferie.

føringar og regelverk frå sentrale styresmakter. Utvikling og innovasjon av nye tilbod er ressurskrevjande. Utviklinga av IPT-tenester, inngåing av kontraktar og oppretting av rutinar for oppfølging og kvalitetssikring av tilboda, må vere ein prosess mellom tilbydar og kjøpar. Det er er mykje som tyder på at eit betre og meir formalisert samarbeid mellom fleire IPT-tilbydarar, gjennom samvirke eller andre organisasjonsformar, kan vere eit

viktig tiltak på området. Eit formelt samarbeid om marknadsføring, kvalitetsutvikling og kompetansebygging kan medverke til profesjonalisering av næringa og gjere IPT som tenestekonsept tydeleg for både kjøparar og brukarar. Per 2013 fanst det regionale IPT-nettverk i 11 fylke. Det er likevel få av nettverka som per i dag har etablert eit formalisert og profesjonelt samarbeid slik det er beskrive over.

Boks 3.18 Norske hesterasar med roleg gemytt

Eit roleg gemytt er kjenneteikn på alle dei norske hesterasane. Dette er ein eigenskap som gjer dei særskilt eigna til samspel og aktivitetar med menneske, som mellom anna terapi- og handikapriding. Dei norske hesterasane blir difor nytta av mange IPT-gardar. For dei fleste er riding ein sport og ei treningsform med mosjon, frisk luft, gode naturopplevingar, livsglede og godt sosialt samvær med dyr og menneske. Personar med store handikap og nedsett funksjonsevne kan ha stort utbytte av hesteriding. Stall Stene i Hildre i Haram kommune er ein av IPT-gardane som nyttar norsk fjording i sitt tilbod. I tillegg til å ri og å bruke hesten som treningsarena er omgang med hestane, og andre dyr, gjennom føring og stell på garden, også ein viktig del av aktivitetstilbodet.



Figur 3.22 Jente og nordlandshest

Foto: Fylkesmannen i Nordland

3.3.2 Bruk av dyr i Inn på tunet-tenester

For mange IPT-tilbydarar er dyr på garden ein viktig del av tenestetilbodet. Mange ulike dyr kan bli brukt for å forbetre livskvaliteten for folk og for miljøet ein ferdast i. Nokre dyr blir også nytta direkte i terapismanhengar. Internasjonal forskning gir støtte til teoriar om at menneske får fysiske og psykiske fordelar av å vere saman med dyr.

Hest har særskilde eigenskapar som gjer den eigna i helsefremjande arbeid. Hesten kan mellom anna nyttast til terapitiltak for fysisk og psykisk handikappa personar, i arbeidstrening og som læringsarena for barn og unge, til bruk i fritidsaktivitetar, i ridesport for personar med nedsett funksjonsevne, og som veg til vidare utdanning.

I dag er bruk av hest i helsereelatert arbeid hovudsakleg knytt til den tradisjonelle terapiridinga, men mange miljø ser moglegheiter for ytterlegare bruk. Gaustad sjukehus i Oslo er ei drivande kraft når det gjeld bruk av hest i rehabilitering av rusavhengige, og dokumentasjon av effekten med bruk av hest i rusomsorg er ein viktig del av dette arbeidet. Bruk av hest i arbeid med mental helse er også i fokus. Det blir kravd vitenskapleg dokumentasjon av effekten for bruk av hest på desse områda for at aktivitet med hest skal få støtte frå Helfo. Stiftinga *Hest og Helse* arbeider for å samle slik dokumentasjon om verknader av kontakt med hest for pasientane, samt riding på andre område enn det som i dag er godkjend av eller får støtte frå Helfo. I tillegg til KSL-standarden for Inn på tunet-tenester har Norsk Hestesenter utarbeidd ein bransjestandard for hest saman med Matmerk. KSL-standarden oppfyller behovet for kvalitetssikring og trygge tilbod med hest og tek vare på miljø og tryggleik for både tilsette, kundar og hestar. I tillegg jobbar *Hest og Helse* for å etablere ein standard som skal kvalitetssikre det helsemessige nivået der hest blir brukt i terapiriding, og for anna helsereelatert bruk.

3.4 Energiproduksjon – bioenergi

Regjeringa vil

- vidareføre satsinga på bioenergi mellom anna gjennom Bioenergiprogrammet, for å stimulere interessa for varmesalsanlegg, og auke bruken av biomasse som energiråstoff.

3.4.1 Utvikling, marknadsvurderingar og potensial

Å auke bruken av bioenergi er eitt av grepa som må takast for å oppnå lågutsleppssamfunnet. Samstundes er bioenergiproduksjon lokal næringsutvikling og kan vere ein viktig varestrøm frå skogsdrifta. Av den grunn oppretta Landbruks- og matdepartementet i 2003 eit eige bioenergiprogram for å stimulere til etablering av småskala bioenergianlegg. Bioenergiprogrammet som blir administrert av Innovasjon Norge, har medverka til etablering av 1430 gardsanlegg og 162 varmesalsanlegg ved utgangen av 2014. Samla produksjonskapasitet for desse anlegga er 307 GWh. Det er gjennomført to evalueringar av respektive varmesalsanlegg i 2012 og gardsanlegg i 2013. Varmesalsanlegga viser positive driftsresultat (etter investeringsstøtte) og reduserte klimagassutslepp. For gardsanlegga viser undersøkinga at eigarane samla sett er nøgde med investeringa. Dei to viktigaste motivasjonsfaktorane for å investere i biovarmeanlegg på garden, er ynskje om lågare energikostnad og auka komfort for folk og/eller dyr.

Bioenergiprogrammet, og varmeprogramma til Enova er samordna slik at Innovasjon Norge finansierer småskala varmeanlegg, mens Enova finansierer større anlegg. Til trass for skilnad i storleiken på anlegga, utløyser Bioenergiprogrammet like mykje energi per støttekrone som Enova sine ordningar. Ut frå erfaringane ein har fått i perioden programmet har vore i drift, er det framleis ein stor marknad for meir utbygging av bioenergi. Av klimaforliket går det fram at regjeringa skal innføre eit forbod mot fyring med fossil olje i hushald og til grunnlast i andre bygg innan 2020. Her er ein potensiell marknad for varmeanlegg for produksjon og sal av biovarme til mellom anna kommunale bygg som skular, sjukeheim, barnehagar og idrettsanlegg.

I tillegg til utbygging av anlegg for å skape inntekt frå sal av biovarme, blir det satsa på utvikling av gardsbaserte varmeanlegg og biogassanlegg for å sikre reduksjon av klimagassutslipp frå jordbruket. Overgang til bioenergi gjer landbruket meir miljøvenleg og medverkar til å nå regjeringa sine mål i klima- og energipolitikken. Gjennom utbygginga av varmesalsanlegga er landbruket blitt ein viktig leverandør av biovarme til andre samfunnssektorar – og det er fyrst og fremst kommunane som er kundar. Marginane i produksjonen av biovarme er små, særleg ved låge el-prisar. Støtta via Innovasjon Norge eller Enova ligg rundt 8 øre/kWh. Til



Figur 3.23 Nord-Troms bioenergianlegg AS på Storslett

Foto: Øyvind Halvorsen/ Innovasjon Norge

samanlikning får annan ny fornybar energi ei støtte på 13–20 øre/kWh gjennom el-sertifisering. Det er ei utfordring for bioenergi å konkurrere under gjeldande rammevilkår. Regjeringa vil difor gjere ei vurdering av konkurranse-situasjonen for bioenergi samanlikna med annan fornybar energi. Mange produsentar av småskala biovarme greier likevel å tene pengar. Effektundersøkinga for varmesalsanlegg frå 2012, som har fått støtte over Bioenergi-programmet, nemnd ovanfor, viser at ved full drift er gjennomsnittleg forteneste 14 øre/kWh produsert varme.

Det er vanskeleg å anslå talet på gardsbruk der det kan vere aktuelt å konvertere til bioenergi. Til no er det bygd over 1400 gardsanlegg, og totalt er det i overkant av 47 000 bustader med tilknytt næringsverksemd på norske gardsbruk. Det er ikkje registrert kor mange av desse som har vannboren varme, men talet tilseier uansett at potensialet er stort. Erfaring frå eksisterande anlegg viser at det er mogleg å spare 15–20 øre/kWh ved overgang frå oppvarming ved elektrisitet til biovarme. Ved overgang frå fyringsolje eller gass, er vinsten enda høgare. Dette tilseier at energiomlegging til biovarme gjer gardsbruka meir robuste. I tillegg kjem effekten i form av betre trivsel og komfort for dyra som gir positive utslag på produksjonen.

Boks 3.19 Miljøvenleg energiløysing med ringverknader i lokalsamfunnet

Etablering av småskala varmeanlegg gir også ringverknader for lokalsamfunnet. I tillegg kjem verdien av lokalt skogråstoff som ofte ikkje har annan alternativ bruk. Pengestrømmen knytt til energi snur frå «import» av energi – til produksjon og forbruk i eige lokalsamfunn – men også i nokre tilfelle til «eksport» av energi. Energiproduksjon blir dermed ei ny kjelde for å generere inntekt lokalt. Lom Biovarme AS har rekna på lokal verdiskaping knytt til etableringa av ein varmesentral i Lom sentrum i 2015. Den skal på årsbasis levere 2,4 mill. kWh til fleire kommunale bygg, som helseheim, ungdomsskule, bibliotek, fleirbrukshus med vidaregåande skule, to private bustader og til Ottadalen mølle. Prosjektet vil generere ein omsetnad rundt 4,5 mill. kroner i byggjefasen til ulike firma i Vågå, Lom og Skjåk og for seinare år ein årleg omsetnad på 700 000 kroner. I tillegg vil dei fire bøndene som eig og driftar anlegget, opparbeide verdifull kunnskap om vannboren varme.

3.5 Produksjon av juletre

Regjeringa vil

- auke fleksibiliteten i bruk av landbruksareala til juletreproduksjon og syte for meir føreseielege vilkår for produsentane.
- vurdere å forenkle sakshandsaminga for bruk av utanlandske treslag til produksjon av juletre.

Produksjon av juletre er ei viktig inntektskjelde for dei som har slik produksjon, og gir også gode arbeidsplassar sjølv om produksjonsareala er relativt små. Samtidig kan juletre dyrkast på meir marginale landbruksareal. Erfaringane viser at slik produksjon er godt eigna i kyst- og fjordstrøk.

Arbeidsinnsatsen i juletrenæringa i Noreg ligg på om lag 400 årsverk. På den norske marknaden reknar ein at det er behov for rundt 1,9 mill. tre med ein estimert marknadsvardi på 675 mill. kroner (2009). I løpet av få år har eksporten av norske juletre auka kraftig, og importen er kraftig redusert. Det blei i 2010 sett ut i under-



Figur 3.24 Fjordtre. Fjelledelgran med marknadsfortrinn som eit særeige juletreprodukt frå Noreg

Foto: Landbruks- og matdepartementet

kant av 1,5 mill. plantar av ulike treslag på om lag 14 000 dekar. Næringa har eit mål om ei nær tiddobling av dette, og eit årleg planteomfang på 8 til 10 mill. plantar. For å få til ei slik utvikling har næringa foreslått tiltak som mellom anna auka satsing på etterspurde treslag, styrkt frøforsyning av eigna proveniensar, målretta innsats mot klimatisk gunstige produksjonsregionar, auka rådgjeving mot produsentar og kvalitetssikring gjennom sertifisering. Den norske produksjonen av juletre er i vekst. I 2014 blei det for fyrste gong innført ein felles merkevare for norskprodusert fjelledelgran som eit framstøyt i konkurransen om eksportmarknaden.

Det er viktig for næringa å kunne planleggje drifta på lang sikt, og det er difor viktig at vilkåra for bruk av marginale landbruksareal til juletreproduksjon er like og føreseielege i dei ulike kommunane. Forslag til endra føresetnader kan til dømes vere at det ikkje blir gitt nokon tidsfrist for produksjonen, men at omdisponeringa varer så lenge det er ein aktiv juletreproduksjon på arealet.

Bruk av utanlandske treslag til juletreproduksjon krev tillating etter *Forskrift om utsetting av utenlandske treslag til skogbruksformål*. Juletrepro-

Boks 3.20 Bolstad Skog og gard i Setskog

Juletreproduksjonen på Bolstad skog og gard i Setskog (www.bolstadskog.no) dekkjer 40 dekar, alt på tidlegare dyrka areal. Det blir i hovudsak produsert fjelledelgran, men også vanleg gran. Årleg blir det omsett om lag 1000 tre, nær halvdelen frå eigen utsalsplass, resten engros. Tilplanting i dag på nær 3000 tre i året vil auke den salbare delen av produksjonen om 5–8 år til det dobbelte. Med utgangspunkt i dagens sal gir dette inntekter på 250–280 000 kroner med ein arbeidsinnsats på nær eit halvt årsverk.

duksjon gir lågare risiko for spreining enn andre typar produksjon sidan trea vanlegvis blir hogde før frøsetjing. Bakgrunnen for at denne produksjonen er omfatta av søknadsplikt er for å sikre kontroll med kvar produksjonen går føre seg og at det ikkje blir sett igjen tre etter hogst. Rettleiar til

Forskrift om utsetting av utenlandske treslag til skogbruksformål blir revidert og fastsett av Klima- og miljødepartementet i samråd med Landbruks- og matdepartementet. Det er eit mål å forenkle

sakshandsaminga for bruk av utanlandske treslag til produksjon av juletre. Det skal vurderast å gå frå søknadsplikt til meldeplikt. Det skal leggjast vekt på kontrollbehov.

4 Landbruksgründeren og verkemiddelapparatet

Regjeringa vil

- gå gjennom og relansere rettleiaren *Plan- og bygningslova og landbruk pluss* for betre tilrettelegging for landbruksbasert næringsutvikling.
- leggje til rette for betre integrering av landbruket i regional og lokal samfunnsplanlegging.
- vurdere om det er behov for å klargjere og styrkje kommunane si rolle knytt til lokal, nærings- og samfunnsutvikling basert på utgreiingar bestilt i samband med kommunereforma, jf. Meld. St. 14 (2014–2015).
- medverke til betre synleggjering av kompetanse- og rådgjevingstilbodet innanfor verkemiddelapparatet.
- vidareføre og vidareutvikle arbeidet med ein-skapleg tilsyn og rettleiing frå Mattilsynet ovanfor lokalmatprodusentar og serveringsstader.
- leggje større vekt på brukarretting gjennom forenkling og samarbeid på tvers av politikkområde og verkemiddelaktørar.

Vegen frå ein god ide til eit lønsamt forretningskonsept er lang og krevjande for dei fleste som vil starte med noko nytt. I denne prosessen kan rådgjeving, finansiering og anna hjelp frå det offentlege verkemiddelapparatet vere avgjerande for å kunne ta dei riktige vala i ein tidleg fase. For eksisterande bedrifter vil også verkemiddelapparatet kunne gi nødvendig rådgjeving og eventuelt finansiering i ei utviklings- og vekstfase. I tillegg



Figur 4.1 Kompetanseutvikling i trøndersk landbruk

Foto: Anne Grete Rostad

må den enkelte næringsutøvar ta omsyn til ei rekke lover, reglar og krav som det offentlege set til bedrifter, gjerne uavhengig av storleiken på bedrifta. Gjennom kommuneplanen blir det til dømes sett nokre rammer for lokalisering og satsing på det lokale næringslivet. Det er naudsynt med klare rammer og avgjerder kring bedrifter. Samtidig er det viktig at det er høg merksemd på forenkling og tilrettelegging av regelverk og offentlege tenester for å auke konkurransevna til næringslivet.

Landbruksgründeren og landbruksbedrifta kan få hjelp frå fleire offentlege aktørar i oppstarts- og utviklingsfasar. Det blir ofte vist til at det offentlege støtteapparatet er fragmentert og uoversiktleg, med til dels konkurrerande eller overlappande tilbod. Ansvar og oppdrag i kommunen kan vere lagt til både landbrukskontor, næringskonsulent og næringshage. På regionalt nivå har både fylkesmannen, Innovasjon Norge og fylkeskommunane ressursar til å følgje opp etablerarar. Det er viktig at det er ei klar arbeidsdeling mellom desse aktørane og at verkemiddelapparatet rundt den enkelte næringsutøvar er så enkelt og så tilgjengeleg som råd. Totalt sett har alle dei offentlege aktørane eit ansvar for å tilvise næringsutøvarane til dei riktige miljøa for god rettleiing og hjelp. Rolla som mobilisator av nettverkssamarbeid er også ein viktig del av verkemiddelapparatet.

I det vidare vil vi difor synleggjere dei offentlege aktørane på næringsutviklingsområdet, og peike på korleis aktørane bør jobbe saman for å leggje best mogleg til rette for vekst og utvikling innanfor dei landbruksbaserte næringane.

4.1 Landbruket i planlegginga

Planlegging etter plan- og bygningslova er eit viktig verktøy for kommunane i lokal nærings- og samfunnsutvikling, der politikarane skal konkretisere måla og visjonane for utviklinga i kommunen. Arbeidet med samfunnsdelen av kommuneplanen blir nytta til igangsetjing av prosessar for mobilisering, arenaskaping og iverksetjing av konkrete

utviklingstiltak i kommunen eller regionen. Utvikling av næringsverksemd i koplinga mellom landbruk og andre næringar, og utnytting av landbruket sine ressursar og moglegheiter inngår i dette. Landskapsparkane i Hordaland er eit døme på ein modell for lokal nærings- og samfunnsutvikling som er forankra i kommunale planar. Gjennom mobilisering lokalt, er det etablert eit grunnlag for samarbeid og nettverksbygging mellom gardbrukarar, bygdefolk, næringsliv og offentlege aktørar. Merkevarebygging ved kopling mellom landskap og identitet med tydeleg profil på næringsutvikling, blir brukt for å auke verdiskapinga i dei aktuelle bygdene.

Innovasjon og næringsutvikling skjer på tvers av administrative grenser og sektorar. Dette krev god og heilskapleg planlegging i den enkelte kommune og på tvers av kommunale og fylkeskommunale grenser. Gjennom å kombinere næringslivet og det offentlege sine ynskje om å leggje til rette eigna areal med ei berekraftig forvaltning av natur- og kulturgrunnlaget, vil ein oppnå eit godt grunnlag for lokalisering av verksemdar og mogleg tilflytting av både arbeidskraft og næringsverksemd.

4.1.1 Plan- og bygningslova og tilrettelegging for næringsutvikling

Regjeringa ynskjer å leggje til rette for auka verdiskaping og lønsam utnytting av dei samla ressursane på garden. Både bygningane på garden og utmarka er døme på ressursar som kan nyttast i mykje større grad som grunnlag for å utvikle ny næring. Det oppstår gjerne behov for å føre opp bygningar, anlegg, eller å ta i bruk eksisterande bygningar på nye måtar når ein vil utvikle ny næring. Plan- og bygningslova gir moglegheiter for å leggje til rette for eit mangfald av aktivitetar knytt til landbruket. Gjennom aktiv kommuneplanlegging der ulike offentlege styresmakter, organisasjonar og landbruksnæring samarbeider, kan ein skape eit godt grunnlag for offensiv satsing.

Bedrifter knytt til landbruket er ofte små med avgrensa ressursar til å følgje opp administrative oppgåver. Det er difor viktig at kommunane er medvitne på å vere i forkant gjennom å leggje til rette for nye næringar i kommuneplanlegginga. Dersom dette omsynet er innarbeidd i kommuneplanen, er det enklare for næringsutøveren å få realisert sine planar. Kommunane bør oppmodast om å nytte både samfunnsdelen og arealdelen i kommuneplanen meir aktivt for å fremje næringsutvikling knytt til landbruk.

Presset på landbruksområda er ofte stort i by- og tettstadsnære område. Her er det behov for andre verkemidlar enn i område med fråflytting. Plan- og bygningslova gir moglegheit for å differensiere verkemidla.

Når det skal satsast på nye næringar i landbruket, kan det i mange tilfelle vere aktuelt å ta i bruk eksisterande bygningsmasse til nye formål. Dette kan vere positivt ut frå ressurs- og samfunnsmessige vurderingar. Slike bruksendringar skal vere i samsvar med føremålet i gjeldande arealplan. Ei bruksendring knytt til landbruk kan til dømes vere at eit av mange hus på bruket blir gjort om til galleri, at ein del av ei bygning blir gjort om til lager eller at setra blir leigd ut nokre veker i året til turistar.

Plan- og bygningslova opnar for at det kan setjast av nærare utpeika område for spreidd næringsverksemd i landbruksområda i kommuneplanen. Kommunane kan til dømes utarbeide føresegner om spreidd utbygging av næringsverksemd i landbruksområda, slik at det ikkje blir naudsynt med dispensasjon eller reguleringsplan. Det kan vere vanskeleg å sjå føre seg slike satsingar på det tidspunktet kommuneplanen blir utarbeidd, og slike føresegner kan nyttast i større grad for å leggje til rette for alternative næringar på ein fleksibel måte. Det er også til dømes mogleg å utarbeide retningsliner for dispensasjon for område med få arealkonfliktar.

Til gjengjeld vil sakshandsaminga knytt til enkeltsaker bli vesentleg enklare. Mange av dei problema som oppstår ved gjennomføring av tiltak knytt til nye næringar i landbruket, kan skuldast at det ikkje har vore ei avklaring i plan på førehand.

Det er behov for å informere og oppmode kommunane til i større grad å nytte dei moglegheitene som ligg i plan- og bygningslova til å leggje til rette for næringsutvikling i landbruket. I 2005 blei rettleiaren *Plan- og bygningsloven og landbruk pluss* utarbeidd for å bidra til god tilrettelegging for landbruksbasert næringsutvikling i kommunane. Rettleiaren blei vidareført då ny planlov blei vedteke i 2009, og er omtalt i forarbeida til plan- og bygningslova.

Det er stor interesse for rettleiing om plan- og bygningslova knytt til utvikling av nye næringar i landbruket. Ny planlov blei vedteken etter at rettleiaren *Plan- og bygningsloven og landbruk pluss* blei utarbeidd. Landbruks- og matdepartementet vil i nært samarbeid med Kommunal- og moderniseringsdepartementet og Klima- og miljødepartementet gå igjennom denne rettleiaren, med sikte på oppdatering og synleggjering av dei mogleg-

Boks 4.1 Parsellhagar, kolonihagar og andelsjordbruk som utgangspunkt for næringsutvikling

Å vere parselldyrkar betyr at ein leiger eller låner eit stykke jord på eit større areal som ein deler med andre parsellistar. Kvar enkelt parsell- dyrkar har eit privat ansvar innanfor rammene av eit fellesskap. Tradisjonen med parsellhagar er fyrst og fremst knytt til byane. Parsellhagane har mykje til felles med kolonihagane sidan det blir dyrka både blomster, frukt, bær og grøn- saker begge stader. Dei skil seg likevel frå kolo- nihagekulturen m.a. ved at det ikkje er hus på parsellane. Parsellhagane er mykje mindre regu- lerte enn ein kolonihage, og kan vere ein mog- leghet som ei tilleggsnæring på eigedomar nær byar eller større tettstader.

Ein kolonihage er ei samling parsellar på kommunal eller privat grunn, i byar eller bynære strok. Desse parsellane har hytte eller mindre hus og meir eller mindre infrastruktur

som vegar eller stiar, vatn – og strømforsyning. I Noreg finst det 2000 parsellar fordelt på 44 kolo- nihagar. Dei aller fleste av desse er i Oslo. I dag er det fleire års ventetid for å få kjøpt ein parsell med hytte på. For å leggje ut eit jordbruksom- råde til kolonihage med hus eller hytter, kan det vere naudsynt med ei omregulering etter plan- og bygningslova.

Andelsjordbruk er ei form for direkte omset- nad og dialog mellom gardbrukar og forbruka- rar. Forbrukarar kjøper delar av garden sin pro- duksjon og tek imot varer frå garden utan mel- lomledd. Interesse blant forbrukarar om å bli eigarar av delar er aukande. Dei bynære andels- gardane har i dag ventelister for å bli eigarar av ein lott. Sidan 2006 har det blitt etablert 21 andelsbruk og fleire er under etablering.

heitene kommunane har i planlova for offensiv planlegging og næringsutvikling. I samband med denne gjennomgangen vil departementet lage ei særskilt utgreiing om i kva grad ein kan leggje til rette for tilleggsnæringar av typen parsellhagar, kolonihagar og andelsjordbruk. Slike tiltak kan i varierende grad møte hinder i plan- og bygnings- lov, servituttløvgjevinga, jordlova og konsesjons- lova. Slike tiltak kan vere god næringsutvikling for bønder som har eigna areal, samtidig som folk utan tilgang til dyrkingsareal kan produsere grøn- saker og frukt til eige forbruk.

4.2 Kommunen

Kommunen er fyrstelinje for det lokale næringsli- vet og er såleis i mange tilfelle den fyrste offent- lege instansen som gründeren møter. Kommunen sin innsats på dette området varierer frå kom- mune til kommune. Fyrstelinja kan bestå av rådgi- ving, finansieringstenester, formidling av kontakt til verkemiddelapparatet elles (hovudsakleg Inno- vasjon Noreg), samt mobilisering av ressursar for auka verdiskaping lokalt.

Det er berre innanfor landbruksområdet at kommunane har ei pålagt oppgåve innanfor næringsutvikling som fyrsteinstans for hand- saming av søknader om midlane til investering og

bedriftsutvikling i landbruket. Kommunen tek imot søknader og uttalar seg om saker som blir slutthandsama av Innovasjon Norge.

Det er særskilde utfordringar knytt til kommu- nane sin kapasitet på landbruksområdet generelt, og innanfor kommunen sitt arbeid knytt til næringsutvikling spesielt. For den enkelte næringsutøvar er det krevjande at det kommunale rettleiingsapparatet varierer frå kommune til kom- mune.

Den pågåande kommunereforma har som sik- temål å medverke til større og meir robuste kom- munar. Som eit element i arbeidet med kommune- reforma, har regjeringa sett behov for meir forskingsbasert kunnskap for å vurdere om det er teneleg for samfunns- og næringsutvikling nasjo- nalt og regionalt at kommunane får ei større rolle her. Kommunal- og moderniseringsdeparten- tet, i samarbeid med Nærings- og fiskerideparten- tet og Landbruks- og matdepartementet, har difor bestilt ei utgreiing for å få kartlagt roller, til- tak og verkemiddel i kommunane sitt arbeid med lokal nærings- og samfunnsutvikling. Utgreiinga vil utgjere eit grunnlag for å vurdere om det er behov for å klargjere og styrkje kommunane si rolle på dette området. Utgreiinga skal ferdigstil- last innan 15. august 2015.

I tillegg til rolla som fyrstelinje har kommu- nane ei viktig rolle i å mobilisere til næringsutvik-

Boks 4.2 Tiltak for eit samla offentleg støtteapparat

Fleire fylke har etablert samarbeidstiltak mellom aktørane i det offentlege støtteapparatet for næringsutvikling for å kunne møte nyetablerarane på ein meir samla og einskapleg måte. I Møre og Romsdal har forvaltinga samla seg om konseptet Hoppid.no, med aktørane Møre og Romsdal fylkeskommune, Innovasjon Norge Møre og Romsdal og fylkesmannens landbruksavdeling. Hoppid.no er eit varemerke, presentert på www.hoppid.no. Hoppid.no har avtalar med kvar enkelt kommune (35 av 36 kommunar har per dato avtale). Hoppid tilbyr nettverk, opplæring og sertifisering av bedriftsrådgjevarar (obligatorisk) og ferdige kurs- og kompetansepakkar som kan brukast lokalt.

I Hordaland har det offentlege verkemiddelapparatet gått saman om å etablere nettportalen kom-an.no. Nettstaden er retta mot gründerar og samfunnsutviklarar, og er eit samarbeid mellom fylkeskommunen, Innovasjon Norge og Fylkesmannen i Hordaland. Målse-

tjinga med portalen er å skape ein god informasjonskanal for all aktivitet i fylket. Intensjonen er å gi kommunane og rettleiingsapparatet eit ansikt ut til målgruppa og slik få til god og effektiv rådgjeving.

I Vestfold har fleire offentlege etatar gått saman og etablert Start i Vestfold (www.startivestfold.no). Målet er å betre samordninga av offentleg sektor sitt tenestetilbod til nyetablerarar og småbedrifter i vekst.

Det er oppretta kommunale startkoordinatarar som skal vere den fyrste kontaktpersonen til gründeren i kommunane. I samarbeid med kommersielle hjelpearar skal offentleg sektor tilby ei rettleiing som gir etablerarane større moglegheit for å vekse og overleve. Det blir arrangert gratis etablerarkveldar der også kontaktpersonar frå andre offentlege etatar og private aktørar med kompetanse innan mellom anna jus, selskapsformer, rekneskap, økonomi, marknadsføring og sal møter opp.

ling lokalt, både innanfor landbruket og andre næringar. Interesseorganisasjonen til kommunane (KS) har i samarbeid med Landbruks- og matdepartementet sett i gang prosjektet *Landbruk som ein aktiv del av lokal samfunnsplanlegging*. Som ein del av dette arbeidet er det utvikla eit verktøy som kommunane kan bruke, både for å få overblikk over kva ressursar som finst innan landbruket lokalt og korleis desse ressursane kan nyttast til lokal nærings- og samfunnsutvikling.

4.3 Fylkesmannen

Fylkesmannen har ansvar for oppfølging av nasjonal landbruks- og matpolitikk regionalt og lokalt, og har både utviklings- og forvaltingsoppgåver. Fylkesmannen skal leggje til rette for næringsutvikling, styrkt innovasjonsevne og verdiskaping i alle delar av landbruksnæringa. Arbeidet skjer i samarbeid med andre regionale og lokale aktørar. Fylkesmannen medverkar både til utvikling av tradisjonelle landbruksproduksjonar, og til utvikling av andre landbruksbaserte næringar. Døme på dette er produksjon av lokal mat, utvikling av Inn på tunet-tilbod, landbruksbasert reiseliv og auka bruk av tre i byggenæringa. Fylkesmannen skal

medverke til å skape eit godt samspel mellom landbruket og andre sektorar.

Fylkesmannen leiar arbeidet med å utvikle regionale bygdeutviklingsprogram. Dei regionale bygdeutviklingsprogramma (RBU) skal omfatte regionale planar og verkemiddel for å fremje både landbruksbasert næringsutvikling og miljø- og klimaarbeid i sektoren. RBU inneheld følgjande tre hovudelement; 1. Regionalt næringsprogram (RNP) 2. Regionalt miljøprogram (RMP) 3. Regionalt skog- og klimaprogram (RSK). For å sikre auka målretting og betre regionale tilpassingar av innsatsen, skjer arbeidet i samarbeid med regionalt partnerskap der fylkesmannen, fylkeskommunen, Innovasjon Norge og næringsorganisasjonane er viktige aktørar. Innanfor RNP er samarbeid om fylkesplanar, næringsplanar, Inn på tunet-tiltak, reiselivsplanar, utvikling av matproduksjonen og bioenergi sentrale element.

Fylkesmannen forvaltar midlane til utgreiings- og tilretteleggingstiltak. Midlane blir brukt i ein tidleg fase for utvikling av landbruksbaserte næringar, som regel i forkant av dei bedriftsretta midlane, som Innovasjon Norge forvaltar.

Fylkesmannen har også ei pådrivarrolle knytt til Utviklingsprogrammet – landbruks- og rein-

driftsbasert vekst og verdiskaping, særskilt knytt til økonomiske verkemiddel innan områda kompetanse, omdømmebygging og nettverk.

4.4 Fylkeskommunen

Fylkeskommunane er regional utviklingsaktør, gjennom mellom anna ansvaret for å leggje til rette for næringsutvikling og regional planlegging etter plan- og bygningslova. Dette gjer det mogleg for fylkeskommunane å ivareta ansvaret for ei heilskapleg regional utvikling, og å kunne sjå innsatsen til ulike sektorar i samanheng på tvers av ulike forvaltingsnivå. Fylkeskommunane sitt engasjement innanfor landbruksbasert næringsutvikling må sjåast i samband med denne rolla og rolla som oppdragsgjevar til Innovasjon Norge. I samband med dette er det viktig at landbruket blir sett på som ein del av det lokale næringslivet elles i fylka, og inngår i den samla samfunnsplanlegginga. For å medverke til gode koplingar mellom landbruk og anna regionalt utviklingsarbeid og regionale planstrategiar, er fylkeskommunane aktive deltakarar i arbeidet med dei regionale bygdeutviklingsprogramma. Fylkeskommunane har også ei viktig rolle som utdanningspolitisk aktør, m.a. som ansvarlege for den vidaregåande opplæringa i fylka. Fylkeskommunane forvaltar eigne midlar som skal styrkje innsatsen innanfor rekruttering og kompetanseheving i landbruket.

4.5 Innovasjon Norge

For mange gründerar og bedriftsutviklarar er Innovasjon Norge ein tidleg bidragsytar for å få realisert forretningsideane. Innovasjon Norge har både økonomiske verkemiddel i form av lån og tilskotsordningar, og ikkje minst verdifull kompetanse på næringsutvikling og ein rekkje rådgjevingstenester. Innovasjon Norge skal vere tett på det lokale næringslivet, og har difor kontor i dei fleste fylke. I tillegg har selskapet kontor i 29 land over heile verda, og sikrar dermed at norsk næringsliv blir profilert i utlandet, og at norske bedrifter kan hente heim kunnskap frå utlandet.

Innovasjon Norge forvaltar alle bedriftsretta verkemiddel på landbruks- og matområdet som skal støtte opp om landbruksbasert næringsutvikling generelt, og spesielt innanfor områda mat, reiseliv, bioenergi og innsats mot den trebearbeidande industrien. Innovasjon Norge sine delmål om vekstkriftige bedrifter, fleire gode gründerar og innovative næringsmiljø ligg til grunn for

måloppnåing på ordningane, i tillegg til dei sektorpolitiske måla. Regjeringa arbeider med ein gjennomgang av Innovasjon Norge, både når det gjeld Innovasjon Norge sine verkeområde og organiseringa av selskapet, jf. Prop. 89 L (2014–2015) *Endringer i lov om Innovasjon Norge*.

Det gir ein stor meirverdi for landbruket å ha verkemidla til landbruksbasert næringsutvikling samla hos Innovasjon Norge. Dette gir landbrukssektoren tilgang til det same rådgjevingssapparatet og kompetansen som anna næringsliv, samt kopling mot Innovasjon Norge sine samarbeidspartnarar (SIVA, Forskningsrådet m.m.). Ein rapport utarbeidd av Innovasjon Norge i 2012 såg på meirverdien for landbruket av å tilhøyre eit samla verkemiddelapparat. Rapporten synte at bedrifter innanfor landbrukssektoren ikkje berre nytta seg av dei særskilde ordningane over Landbruks- og matdepartementet sitt budsjett, men at dei også nytta seg godt av ein rekkje generelle finansierings- rådgjeving- og kompetansetenester.

Evalueringa av Innovasjon Norge frå 2010 viste til at Innovasjon Norge har ein breiare verkemiddelpordefølje enn i samanliknbare land. I motsetnad til andre land er arbeids- og ansvarsdeling i det norske verkemiddelapparatet fordelt på få og forholdsvis store aktørar med ei klar ansvarsdeling mellom seg (Pöyry 2010). Sjølv om dette gir ein meir kompleks organisasjonsstruktur gir dette færre aktørar å halde seg til for den enkelte næringsutøvar. Innovasjon Norge har stor kjennskap til næringslivet og behova til landbruksbedriftene. Selskapet si rolle som næringspolitisk rådgjevar for departementet er difor viktig.

4.6 Mattilsynet

Produksjon av trygg mat er ein føresetnad også for lokalmat. Det er verksemdene sjølve som har ansvaret for å sikre god mattryggleik i produksjonen av mat og drikke. Mattilsynet har ansvar for å handheve regelverket. Mattilsynet har difor ei sentral rolle i å rettleie og føre tilsyn med alle verksemdar som driv med produksjon av mat og drikke. Mattilsynet er på plass i heile landet. Rettleiing og utøvande tilsyn i direkte kontakt med dei som skal etterleve regelverket, er kjerneverksemda til Mattilsynet. God kunnskap om lokale tilhøve er viktig for brukarvennleg rettleiing og for å sikre eit effektivt, målretta og godt synlig tilsyn. Mattilsynet skal lytte til omgivnadene, vere tilgjengelege og tydelege.

Produksjon, omsetnad og servering av lokalmat og lokale drikkevarer har særskilde utfordrin-

gar. I gardsbaserte verksemder er det til dømes kort avstand mellom reine og ureine område, noko som lettare kan føre til forureining. Med få tilsette kan det vere utfordrande å oppretthalde eit tydeleg skilje mellom arbeidsoppgåver i reine og ureine soner. Det kan også vere svært krevjande ressursmessig å halde seg oppdatert om aktuelt regelverk til ei kvar tid. Mattilsynet har med støtte frå Innovasjon Norge utarbeidd informasjonsmaterieill retta mot lokalmatprodusentar.

Rettleiingsmaterialet omhandlar krav som produsentane av lokalmat må følgje slik at krava til hygiene, kvalitet og forbrukaromsyn blir ivareteke gjennom heile produksjonskjeda. Materialet skal gjere det lettare for lokalmatprodusentane å orientere seg om reglar og krav som er sett for å sikre produksjon av trygg mat og drikke og naudsynt matinformasjon til forbrukarane. I tillegg til å auke kunnskapen hos produsentane er dette eit godt bidrag for å styrkje verdiskapinga på matområdet og leggje til rette for lik praksis i Mattilsynet si rettleiing.

Regelverket på matområdet er i all hovudsak harmonisert innanfor EØS-området. Det gjeld for alle produsentar, uavhengig av storleik. Regelverket om næringsmiddelhygiene har i stor grad målretta reglar der produsentane kan velje ulike løysingar for å nå målet om trygg mat. Det krevst god kompetanse hos produsentane for å kunne nytte den fleksibiliteten dei målretta reglane gir. Mattilsynet legg til rette for at lokale produsentar kan nytte den fleksibiliteten som er i regelverket, slik at utviklinga av lokal matproduksjon kan skje utan unødige byrder. Mattilsynet skal gjennomgåande praktisere lik handsaming av verksemder når dei driv tilsyn og rettleiing. Ulik praktisering av regelverket frå Mattilsynet si side kan gi uheldige følger for konkurransetilhøva mellom ulike matprodusentar. Det skal ikkje skje ulik praktisering av regelverket frå styresmaktene si side med mindre dette er grunngjeve med godt fagleg skjønn. Mattilsynet skal utøve fagleg skjønn i møte med verksemder som kan ha valt ulike måtar for å oppfylle målretta krav i regelverket. Det *kan* difor vere saklege grunnar til at to produsentar av same type produkt får ulik konklusjon frå Mattilsynet. Verksemdene skal sjølv kunne gjere greie for at dei måtane eller metodane dei har valt, er tilstrekkelege for å oppfylle krava. *Dersom* det ligg fagleg skjønn til grunn for at to tilsynelatande like tilfelle får ulikt resultat frå Mattilsynet si side, skal Mattilsynet grunngje dette på ein tydeleg måte til verksemda. I nokre tilfelle kan det til dømes handle om ulik kvalitet på råvarer, ulike tekniske løysin-

Boks 4.3 Rettleiing for lokalmatprodusentar

Mattilsynet har med støtte frå Innovasjon Norge i 2014 utarbeidd eige informasjonsmaterieill for lokalmatprodusentar. Faktaark og informasjon er lett tilgjengeleg på Mattilsynet si nettside (<http://www.mattilsynet.no/Lokalmat/>). Her finn ein oversikt over krav i regelverket som gir føringar for trygg matproduksjon. Målet med rettleiingsmaterialet er å styrkje kunnskapen om aktuelt regelverk og å gjere produsentane i stand til å gjere gode vurderingar av mogleg risiko i alle ledd i sin eigen produksjon.



Figur 4.2 Rettleiingsmaterieill frå Mattilsynet

gar og ulik kompetanse som gjer at det blir vurdert som utilfredsstillande i det eine tilfellet, og greit i det andre.

Regjeringa har lagt til rette for ei større omorganisering av Mattilsynet, som blei sett i verk 1. februar 2015. Med den nye organiseringa blir det færre forvaltingsnivå, færre administrative einingar og færre leiarar. Det blir frigjort ressursar frå administrative oppgåver til utøvande tilsyn og rettleiing i bedriftene. Den nye organiseringa legg til rette for meir tverrfagleg samarbeid og heilkjedetenking i arbeidet inn mot næringsaktørar. Dette legg også til rette for meir dialog og direkte kontakt med verksemdene.

Mattilsynet arbeider med konkrete tiltak ut frå ein fleirårig handlingsplan for utvikling av eit meir einskapleg tilsyn (plan frå 2012). Planen har særskilt merksemd på korleis inspektøren gjennom-

fører rettleiing og tilsyn, særskilt i utøvinga av det faglege skjønnnet og bruken av verkemiddel.

Mattilsynet si oppgåve som rettleiar om regelverket er stadig under vidareutvikling i god dialog med verksemdar og næring. Mattilsynet vil framover auke innsatsen for å informere betre om regelverket og gjere det meir tilgjengeleg. Å kommunisere og dele kunnskap med verksemdar, bransjeorganisasjonar og kompetansenettverk er viktig på lokalmatområdet.

4.7 Mobilisering, forenkling, brukarretting

Det er viktig at verkemiddelapparatet som skal hjelpe i næringsutviklingsarbeidet er så ein-skapleg som mogleg. Dei enkelte offentlege aktørane som jobbar med landbruksbasert næringsutvikling skal kvar for seg og samla sett medverke til at dei politiske måla blir nådd. Det offentlege verkemiddelapparatet kan medverke i mobiliseringsarbeidet for å få opp fleire gode gründerar på ulike måtar. Kunnskap om tilgjengelege verkemiddel, rådgjevings- og kompetansenester for næringsutøvarar er viktig slik at verkemiddelapparatet ikkje står fram som for uoversiktleg for den enkelte næringsutøvar. Også næringa sine

eigne organisasjonar må jobbe med mobilisering og synleggjering av det offentlege tilbodet som finst for gründerar og vekstbedrifter.

Regjeringa er oppteken av forenkling og brukarretting. Forenklingar i regelverk og rapporteringskrav er nokre område det er viktig å ha merksemd om. I samband med regjeringa sitt moderniseringsarbeid har organisasjonen Virke konkretisert ei rekkje forslag til forbetringar som mellom anna vedkjem småskala reiselivsbedrifter. Her blir det peika på forbetringspotensial både når det gjeld Altinn-rapportering, tilhøvet til NAV, tilsynspraksis hos Mattilsynet og praksis hos den kommunale skjenkekontrollen. Regelverksbyrda blir opplevd som stor. Som del av regjeringa sitt forenklingsprosjekt EDAG er det frå 1.1.2015 innført ei ny felles ordning for rapportering frå arbeidsgjevar om tilsetjing- og inntektstilhøve til skatteetaten, Arbeids- og velferdsetaten (NAV) og Statistisk sentralbyrå. Målet er å forenkle innrapporteringa ved at arbeidsgjevar ikkje skal måtte levere dei same opplysningane fleire gonger. Det er naudsynt å følgje opp EDAG og brukarerfarin-gane til små og mellomstore landbruksbaserte bedrifter gjennom tett dialog med næringa generelt. Det er til dømes viktig at verkemiddelapparatet medverkar til god rettleiing og legg til rette for god tilsynskultur.

5 Innsatsområde for landbruksbasert næringsutvikling i EU

Med sine 28 medlemsland er EU den viktigaste handelspartnaren for Noreg både når det gjeld landbruksvarer og dei fleste andre varer. Landbruket i EU har gått gjennom nærast kontinuerlege reformer frå midten av 1990-talet og fram til i dag. 1.1.2015 blei den førebels siste reforma i landbrukspolitikken i EU sett i verk etter at den blei vedteke i desember 2013 og førebudd i løpet av 2014. Det er særskilt interessant å sjå nærare på korleis EU-land arbeider med landbruksbasert næringsutvikling. Det er nyttig å samanlikne seg med EU-land både av omsyn til den tette koplinga Noreg har med EU knytt til handel og av omsyn til erfaringsutveksling.

Kvart medlemsland i EU har si særskilde utforming av landbrukspolitikken og prioriteringar knytt til landbruksbasert næringsutvikling.

Europa har gjennomgått, og er framleis inne i, ei svært vanskeleg tid for økonomisk vekst og sysselsetting. Arbeidsløysa i EU er meir enn 10 pst. i snitt. Dette talet skjuler ei omfattande ungdomsarbeidsløysa og store regionale skilnader. Dette er utviklingstrekk som gjer at det i mange tilfeller er krevjande å gjere samanlikningar.

Ei av hovudprioriteringane for Europakommisjonen er vekst, arbeidsplassar og innovasjon. Arbeidet med landbruksbasert næringsutvikling i EU er nært knytt til strukturfonda og partnarskapsavtaler som medlemslanda forhandlar med Europakommisjonen. Vidare er både næringsutvikling og miljøtiltak ein del av dei programma medlemsland lagar, og begge områda er delfinansiert ved det europeiske jordbruksfondet for bygdeutvikling. Omtalen under er difor tematisk noko breiare enn berre omtale av landbruksbasert næringsutvikling.

5.1 Landbruket i EU

Landbruket i EU omfattar om lag 12 millionar gardsbruk og ca. 25 millionar menneske er involvert i den primære landbruksproduksjonen. Der som ein inkluderar vidareforedling, aukar talet på sysselsette til 46 millionar menneske og talet på verksemder til over 15 millionar. Verdiskapinga i

matkjeda er utrekna til 800 milliardar EUR og omsetnaden nådde i 2013 ein verdi på 4 trillionar EUR¹. Verdikjedene for mat og fiber er største sysselsettar i EU.

Dei mindre bruka i EU er i hovudsak i dei sørlege og austlege områda i Europa. I land som Storbritannia, Danmark, Tyskland og Frankrike er bruka større. Samanlikna med andre større aktørar internasjonalt er landbruket i EU eit «småskalalandbruk». Gjennomsnittsbruket i EU har ein storleik på litt over 14 ha. Dette er eit familiebruk med ein eigar som i snitt er over 55 år². Meir enn 60 pst. av bruka i EU er mindre enn 5 ha. Det er likevel slik at gardsbruk over 100 ha forvaltar om lag halvparten av det nytta jordbruksarealet i EU. Det er også dei større bruka som har ein auke i jordbruksarealet som blir nytta til produksjon³.

I 2013 passerte EU USA som verdas leiande eksportør av landbruksvarer (120 mrd. EUR i 2013). EU er også verdas største importør av landbruksvarer (102 mrd. EUR i 2013⁴).

EU har gjennomført omfattande kostnadsreduksjonar i landbruksproduksjonen. Dei fleste viktige produkta i landbruket i EU vert i dag omsette til prisar nær verdsmarknadspris. Landbruket i EU har gjennom dette styrkt si konkurransevne og stilling i internasjonal handel med landbruksvarer. Samstundes som kostnadane i produksjonen er redusert, har det skjedd få endringar i grensevernet som også EU har etablert for å skjerme sitt eige landbruk. Skjerminga av landbruket i EU er difor sterk.

I 2014 vedtok EU å styrkje marknadsføring av landbruksvarer frå EU i tredjeland monaleg. I 2015 vert det nytta 60 mill EUR til føremålet. Planen er å auke dette til 200 mill. EUR i 2020. Verk-

¹ *High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain*. Report. 15 October 2014.

² European Commission (2013). *Rural Development, Analytical Highlights 2013*.

³ Agriculture, Forestry and Fisheries Statistics 2014. Eurostat.

⁴ European Commission (2013). *Monitoring Agri-trade Policy. Agricultural trade in 2013. EU gains in commodity exports*.

semder i medlemslanda kan søkje delfinansiering av fellesskapet sine midlar til slike prosjekt innanfor eit eige regelverk for føremålet.

5.2 Verkemiddel for landbruksbasert næringsutvikling i EU

Hovudkomponentane i den økonomiske verkemiddelbruken for utviklinga av landbruket i EU er direkte støtte – produksjonsuavhengig støtte pr bruk, støtte til bygdeutvikling og integrering av landbruket i satsinga på forskning og innovasjon. Innanfor desse kategoriane eksisterer det mange valmoglegheiter for medlemslanda til å etablere kombinasjonar av verkemiddel som dei meiner er mest tenelege for å nå sine landbrukspolitiske mål. EU sin felles landbrukspolitikk har med åra blitt meir fleksibel og gir medlemslanda auka rom for nasjonale val i gjennomføringa av reforma innanfor felles rammer og regelverk.

Direkte støtte og marknadsordninga, ofte omtalt som pilar 1 i EUs landbrukspolitikk, skal etter reforma i felles landbrukspolitikk for EU frå 2013, sjåast meir i samband med pilar 2 bygdeutvikling. Medlemslanda har høve til å overføre midlar mellom desse to pilarane (inntil 15 pst.). Dette aukar fleksibiliteten i landbrukspolitikken i EU ytterlegare.

Basis for næringsutviklinga i landbruket i EU er landbruket si konkurransevne og marknadstilgang for landbruksvarer. Dette er forsterka i den siste reforma. Produksjonsavgrensingar vil gradvis bli fjerna.

5.2.1 Prioritering av landbruksbasert næringsutvikling i EU

Bygdeutvikling, den andre pilaren i EUs felles landbrukspolitikk, har vore ein del av den felles landbrukspolitikken i EU i fleire tiår, men blei særskilt utvikla frå midt på 1990-talet og i reforma frå 2003. Bygdeutvikling har i perioden etter vore det viktigaste instrumentet for å stimulere til landbruksbasert næringsutvikling i EU. Ulikt direkte støtte og marknadsordninga (pilar 1), skal bygdeutvikling delfinansierast av medlemslanda i EU. Felles finansiering av bygdeutviklingstiltak i EU kjem frå «European Agricultural Fund for Rural Development EAFRD», vidare kalla det europeiske jordbruksfond for bygdeutvikling. For budsjettperioden 2014 til 2020 er det løyvd 84,9 mrd. EUR (i 2011 prisar) til fondet. I tillegg skal medlemslanda delfinansiere tiltak på området. Samla sett er bygdeutvikling, irekna landbruksbasert

næringsutvikling, eit høgt prioritert område innanfor EUs landbrukspolitikk

Landbruksbasert næringsutvikling inngår i fleirårige nasjonale program for bygdeutvikling i medlemslanda (RDPs). Medlemslanda må i programma byggje sine planar for bygdeutvikling på minst fire av dei seks hovudprioriteringane:

1. Stimulere til kunnskapsoverføring og innovasjon i jordbruk, skogbruk og i distrikta.
2. Styrkje overlevingsevna til gardsbruk og konkurransevna for jordbruk gjennom innovasjon i jordbruket og berekraftig forvaltning av skog.
3. Promotere organiseringa i matkjeda, irekna marknadsføring av landbruksprodukt, dyrevelferd og risikohandtering i landbruket.
4. Restaurere, verne og byggje opp økosystem i jordbruk og skogbruk.
5. Promotere ressurseffektivitet og støtte arbeidet for ein lågkarbonøkonomi i jordbruket, mat og skogsektoren.
6. Promotere sosial involvering, innsats mot fattigdom og økonomisk utvikling i distrikta.

Medlemslanda skal i sine planar for bygdeutvikling identifisere meir detaljerte satsingar relatert til spesifikke område. Det vert fastsett målbare tal for desse områda og medlemslanda fastset etter det kor mykje ressursar som skal allokertast til dei enkelte områda. Medlemslanda sine planar for bygdeutvikling skal godkjennast av Europakommisjonen.

Dei meir detaljerte innsatsområda medlemslanda kan velje mellom er på dei fleste områda samanliknbare med innsatsområda i den norske landbrukspolitikken for å fremje landbruksbasert næringsutvikling. Stimulering til kunnskapsoverføring og innovasjon, styrking av konkurransevne, arbeid med marknadsføring av landbruksprodukt og samfunns- og næringsutvikling lokalt og regionalt er også sentralt for den norske tilnærminga.

5.3 Partnerskapsavtaler

Struktur- og investeringsfonda i EU omfattar det europeiske jordbruksfondet for bygdeutvikling, det europeiske fondet for regional utvikling, det europeiske sosialfondet og det europeiske hav- og fiskerifondet. Medlemslanda i EU inngår partnerskapsavtaler (partnership agreement) med Kommisjonen om bruken av midlane, som er ein del av struktur- og investeringsfonda i EU. Partnerskapsavtala er ein strategi for korleis midlane

frå desse fonda skal brukast i medlemslandet. Avtalene er inndelt i 11 tematiske område:

1. Forsking, teknisk utvikling og innovasjon.
2. Betre tilgang til IKT.
3. Betre konkurransekraft for små og mellomstore bedrifter.
4. Støtte overgangen til eit lågutsleppssamfunn.
5. Fremje tilpassing til klimaendringar.
6. Beskytte miljø og betre ressurseffektivitet.
7. Berekraftig transport og fjerne flaskehalsar i infrastruktur for transport.
8. Berekraftig sysselsetting og betre yrkesmobilitet.
9. Sosial inkludering og innsats mot fattigdom.
10. Investeringar i utdanning, yrkesopplæring og livslang læring.
11. Betre den institusjonelle kapasiteten og auke effektiviteten i offentleg forvaltning.

Partnerskapsavtalene er ei kopling mellom struktur- og investeringsfonda og dei overordna målsettingane i strategien for vekst og utvikling i EU, EU 2020. Partnerskapsavtalene byggjer også på nasjonale strategiar og erfaringane frå programperioden 2007–2013.

I tillegg til midlane frå strukturfonda vert tiltaka finansiert med nasjonale midlar.

5.3.1 Innsatsområde i partnerskapsavtala til Sverige og Austerrike

Sverige har i si partnerskapsavtale for perioden fram til 2020 lagt vekt på tre overordna prioriteringar:

- Fremje konkurransekraft, kunnskap og innovasjon.
- Forsterke berekraft og effektiv bruk av ressursar for ei berekraftig utvikling.
- Å auke sysselsetting og lette tilgangen til arbeidsmarknaden.

Finansieringa frå EU for struktur- og investeringsprogramma i Sverige er vel 3,6 mrd. EUR for perioden 2014 – 2020. I tillegg blir nasjonale midlar nytta. Det europeiske jordbruksfondet for bygdeutvikling (Bygdeutviklingsprogrammet) er det største enkeltprogrammet av struktur- og investeringsprogramma i Sverige og finansieringa frå fellesskapet utgjer 1,76 mrd. EUR for dette fondet for perioden fram til 2020.

Bygdeutviklingsprogrammet gir støtte til kunnskapsbygging og samarbeid mellom verksemder med mål om å betre konkurransevna. Fondet kan også støtte såkalla operative grupper

som er lokalt samarbeid om innovasjon, utvikling og testing av nye løysingar.

Rekrutteringa til landbruket er ei utfordring i Sverige som i resten av EU. Ordningar for støtte til unge bønder er difor også tilgjengelege under bygdeutviklingsprogrammet.

Støtte til utvikling og forbetring av tilgang og hastigheit på breiband er også mogleg innanfor arbeidet med bygdeutvikling. Dette er eit av dei fyrste nye prosjekta som blei starta under bygdeutvikling i Sverige i denne programperioden. Vidare er satsingar på lokale ressursar og tradisjonar ein del av bygdeutviklingsprogrammet.

Ein stor del av verkemidla innan bygdeutvikling er reine miljøtiltak. Tiltak for å sikre våtmarker og dammar, minska utslepp av næringsstoff og ein rekkje tiltak for å bevare biologisk mangfald er å finne i dette programmet. Auka bruk av biogass og andre fornybare energikjelder, samt tiltak for energieffektivisering, skal medverke til reduserte klimagassutslepp frå landbruket.

Bygdeutviklingsprogrammet i Sverige har også ein rekkje ordningar for auka turisme, styrking av kulturaktivitetar, tiltak for friluftsliv og andre tiltak som kan medverke til å gjere distrikta attraktive.

Sverige sitt program for bygdeutvikling i perioden 2014 – 2020 er ikkje endeleg godkjend av Europakommisjonen. Det har likevel starta opp arbeid på nokre område. Frå andre halvår 2014 var det mogleg å søkje om støtte til utvikling av breiband og støtte til investeringar i jordbruket. Ordningar for kompetanseutvikling og rådgjeving blir tilgjengeleg frå fyrste halvår 2015. I andre halvår 2015 blir det starta fleire andre tiltak:

- Miljøinvesteringar og utvikling av natur- og kulturmiljø.
- Starttilskot samt støtte til investeringar i jordbruk, hagebruk og reindriftsverksemd.
- Støtte til investeringar for rekreasjon, turisme og jobbskaping i distrikta.
- Støtte til biogassanlegg og andre investeringar for betre miljø og reduserte klimagassutslepp.
- Støtte til innovasjonsgrupper.
- Støtte til lokal utvikling (LEADER).
- Støtte utvikling av lokale serviceverksemder og landhandel, idretts- og fritidsanlegg.

Regjeringa i Sverige har i budsjettproposisjonen for 2015 tilrådd at det blir oppretta eit parlamentarisk utval for å gå gjennom distriktpolitikken og arbeidet med bygdeutvikling. Utvalet skal foreslå mål og strategiar for politikkområdet og analysere og peike på dei mest aktuelle tiltaka for å nå måla.

Austerrike har også inngått ei partnerskapsavtale for perioden 2014 – 2010. Austerrike prioriterer særskilt følgjande fire tematiske områder:

- Ivareta miljø og betre ressurseffektivitet (26 pst. av strukturfonda nyttast til dette føremålet).
- Fremje tilpassinga til klimaendringar, redusere risiko og forvaltning.
- Betre konkurransekraft for små og mellomstore bedrifter og for landbruket.
- Sosial inkludering og innsats mot fattigdom.

Austerrike har prioritert bygdeutvikling og samla mykje av innsatsen på dette området. Austerrike vil få 4,9 mrd. EUR frå strukturfonda i perioden fram til 2020. Av dette er heile 3,9 mrd. EUR frå det europeiske fondet for bygdeutvikling. I tillegg kjem betydeleg nasjonal finansiering.

Hovudprioriteringa for midlane til bygdeutvikling i Austerrike er strukturendringar i landbruket, tiltak for auka rekruttering, tiltak for å støtte innovasjon for små og mellomstore verksemder og støtte til produsentorganisasjonar i heile kjeda.

Austerrike nyttar vesentlege delar av midlane til tiltak for auka ressurseffektivitet, støtte til fornybare energikjelder og tilpassingar til klimaendringar. Miljøtiltak elles er retta mot dei meir sårbare områda i Alpane. Austerrike legg også opp til styrking av kompetansehevande tiltak som utdanning, yrkesopplæring og livslang læring.

5.4 Horisont 2020 – forskning og innovasjon for å utnytte regionane sine fortrinn

Hovudsatsinga for forskning og innovasjon i EU er rammeprogrammet Horisont 2020. Programmet har eit budsjett på om lag 80 mrd. EUR i perioden 2014 – 2020 i tillegg til den private finansieringa som føresetnad for gjennomføringa av forskings- og innovasjonsprogrammet. Også innanfor dette programmet er den landbruksbaserte næringsutviklinga eit viktig satsingsområde.

I EU er 70 pst. av landarealet nytta til skog- eller jordbruksproduksjon, og med den tydinga verdikjeda for mat og fiber har i EU, er det naturleg at sektorane inngår som ein integrert del av satsinga på forskning og innovasjon gjennom Horisont 2020. Noreg deltek aktivt i alle delar av Horisont 2020 på bakgrunn av EØS-avtala.

Den største tematiske satsinga i Horisont 2020 er knytt til store samfunnsutfordringar og eit av programområda i denne satsinga omhandlar jord- og skogbruk.

I tillegg til tradisjonelle forskingsområde knytt til jord- og skogbruk er også moglegheitene i bioøkonomien eit tema, der framtidig vekst og verdiskaping i større grad baserar seg på berekraftig utnytting av biomasse. Næringsutvikling og etablering av nye arbeidsplassar i distrikta har ein sentral plass i programområdet, gjennom vekt på auka utnytting av natur, sosiale, kulturelle og økonomiske ressursar.

For å få meir ut av offentleg støtte til forskning og utvikling har EU etablert ein sokalla Smart Specialisation Plattform, som skal hjelpe regionar i å utvikle eigne strategiar på områder der næringslivet har gode føresetnader for å bli konkurransedyktige. Strategien blir nytta av regionar og land i EU, og blir i aukande grad tatt i bruk av norske fylkeskommunar som eit ledd i utforminga av fylka sin næringspolitikk. Det blir tatt utgangspunkt i eksisterande styrker i ein region sitt næringsliv. På bakgrunn av regionale føresetnader blir det sett i verk prosessar, enten for styrking av eksisterande næringsliv, utvikling av ny aktivitet på basis av det etablerte, eller heilt ny næringsaktivitet på basis av nye idear.

Europakommisjonen har også etablert såkalla European Innovation Partnership (EIP) for sentrale område. Eitt slikt område er landbruket. EIP er eit initiativ for å styrke vilkåra for innovasjon, kopling mellom forskning, innovasjon og næringsutvikling og for å medverke til meir effektiv introduksjon av kunnskapsbaserte løysingar som kan auke verdiskapinga. EIP blir basert mykje på eksisterande verkemidlar, men legg vekt på effektivisering og betre koordinering av og mellom desse.

Europakommisjonen har mellom anna lansert eit europeisk innovasjonspartnerskap for landbruk; «European Innovation Partnership for Agriculture Productivity and Sustainability (EIP-AGRI)». Innovasjonspartnerskapen har merksend på auka produktivitet og berekraft i landbruket. Det fører saman ulike innovasjonsaktørar, og skal mellom anna byggje bru mellom forskning og praksis. EIP-AGRI har utvikla ein strategisk gjennomføringsplan. Den strategiske planen legg fram tilrådingar som m.a. vil bli sett i verk gjennom Horisont 2020 og bygdeutvikling. Planen tek også for seg gjennomføringa i medlemslanda. Kommisjonen har følgt opp med ei melding om planen.

Ei ekstern evaluering av Kommisjonen si satsing på desse innovasjonspartnerskapa viser at dei har styrkt koplinga mellom forskning og innovasjon, men tilrår også endringar som skal gje meir radikal innovasjon.

6 Vidareutvikling av kunnskapsgrunnlaget

Som vist i kapittel 1 finst det i dag ikkje eit godt nok faktagrunnlag for dei næringane som er omtalt i denne meldinga. Betre talmateriale og kunnskap om omsetnad, sysselsetting, omfang og verdiskapingseffektar må vere eit prioritert område. Dette er viktig for å vite korleis innsatsen på området skal innrettast. Dokumentasjon av utvikling, effektar og resultat av ressursbruken er også viktig for å kunne legitimere bruk av offentlege midlar til desse områda.

6.1 Kjelder til informasjon om næringane

NILF har gjort ei vurdering av kva datakjelder og statistikk der er mulig å nytte for å kartlegge tydinga og omfanget av næringane¹. I dag er dei tre viktigaste kjeldene til datamateriale om desse næringane driftsgranskingane i jord- og skogbruk som vert utført av NILF, landbruksteljingane som blir utført av SSB og trendundersøkinga til Norsk senter for bygdeforskning.

Driftsgranskingane blir gjennomført kvart år og dekkjer den yrkesmessige delen av jordbruksbedriftene. Utvalet er avgrensa til jordbruksbedrifter med ein standardomsetnad over 150 000 kroner. I 2013 tilsvara dette 30 800 gardsbruk, og utvalet i driftsgranskingane inkluderer rekneskapsmateriale frå 888 gardsbruk. Desse næringane er godt dokumentert i utvalet kva gjeld type næring, omfang og økonomi. Sidan bruka i utvalet er rekruttert ut frå tradisjonell jordbruksproduksjon er det usikkert om utvalet er representativt.

SSB samlar inn store mengder data om norske jordbruksbedrifter gjennom både dei årlege utvalsteljingane og fullteljingane kvart tiande år. Fleire av teljingane har med spørsmål om tilleggsnæring, og resultatane kan samanliknast med andre land i EØS-området.

Trendundersøkinga til Norsk senter for bygdeforskning er ei spørjeundersøking blant norske

gardsbruk som blir gjennomført annan kvart år. SSB nyttar både registerdata og spørjeskjema for å gjennomføre undersøkinga. Denne undersøkinga har også data som er relevante for desse næringane. Utvalet blir trekt frå produksjonstilskotsregisteret til Landbruksdirektoratet.

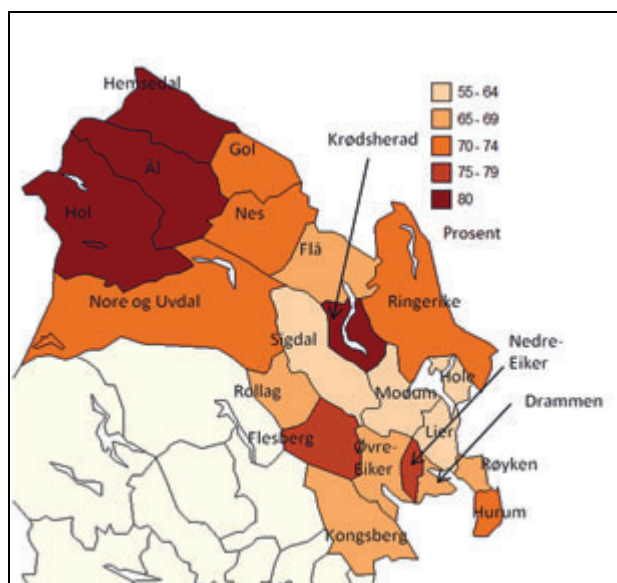
Driftsgranskingane kan gi eit breitt kunnskapsgrunnlag basert på rekneskapstal på dei gardsbruka som er med i undersøkinga. Utfordringa er at utvalet er lite og at utvalet er avgrensa til å gjelde dei med ein omsetnad over 150 000 kroner og som har ein tradisjonell jordbruksproduksjon i tillegg til anna næring. Sidan utvalet i utgangspunktet er smalt, er grunnlaget for å bryte ned data på enkelt næringer avgrensa. I landbruksteljingane finst det tal for bruk som driv andre landbruksbaserte næringer og type næring, men det er ikkje spurt om omsetnad. Det vil difor vere viktig å få spørsmål knytt til omsetnad for denne type næringer inn i ei av utvalsteljingane.

NILF har også gjennomført utrekingar av verdiskaping i landbruk og landbruksbasert industri, mellom anna for Buskerud jf. figur 6.1, der utrekingar av verdiskaping frå landbruksbaserte næringer utanom tradisjonelt landbruk er inkludert. Verdiskapingsanalyse for Buskerud viste at verdiskapinga frå det NILF omtalar som tilleggsnæringer, rekna som bruttoprodukt, var 178 mill. kroner i 2013. Størst verdiskaping kom frå utmarksnæringer med 77 mill. kroner.

For å få meir inngående kunnskap om enkelt næringer kan det vere nyttig å gjennomføre caseundersøkingar. I samband med arbeidet med denne stortingsmeldinga har NILF levert ein kartlegging av Inn på tunet tenestene i Noreg². Kartlegginga er i hovudsak basert på ei spørjeundersøking til alle Inn på tunet-bedrifter som enten er godkjende eller under godkjenning hos Matmerk. Departementet meiner dette er ein god modell for å få kunnskap om enkelt næringer, og vil følge dette opp vidare på andre næringsområde.

¹ Knutsen m.fl (2014): *Bygdenæringer i Norge. Hvordan kan vi få bedre kunnskap om den næringsaktiviteten som foregår på norske gardsbruk?*, NILF-notat 2015–6.

² Knutsen, H. og Milford, A.B. (2015). *Inn på tunet. Resultater fra en spørreundersøkelse*. NILF-notat 2015–7.



Figur 6.1 Kart over delen gardbrukarar i Buskerud som har tilleggsnæring, 2010

Kjelde: NILF og SSB Statistikkbanken

6.2 Kunnskap om korleis verkemidla verkar

Dei bedriftsretta verkemidla over departementet sitt budsjett er forvalta av Innovasjon Norge. God måling av effektar og resultat av den offentlege innsatsen til dette området er viktig styringsinformasjon for vidare utvikling av verkemiddelbruket, samt viktig for legitimiteten til ordninga og for bruken av statlege ressursar. I 2013 innførte Innovasjon Norge nytt mål- og resultatstyringsystem for alle verkemidla selskapet forvaltar. Med dette målingssystemet blir måloppnåing knytt til selskapet sine tre delmål om fleire gode gründerar, fleire vekstkraftige bedrifter og fleire innovative næringsmiljø konkretisert gjennom styringsindikatorar på to ulike nivå; resultatindikatorar og effektindikatorar. Styringsindikatorane skal leggje til rette for ein overordna dialog om

selskapet si måloppnåing. Sidan dei aller fleste av landbrukskundane er enkeltpersonføretak eller personkunder, er det ikkje tilgjengeleg rekneskapsstal på same måten som for AS. Dette gjer det utfordrande å få gode effektmålingar for landbruket sine verkemidler.

Det blir jobba med å få betre talmateriale også for landbrukskundane i Innovasjon Norge. Næringa har sjølv teke initiativ til å få betre flyt av rekneskapsdata mellom bonden, leverandørar, verkemiddelapparatet og landbrukssamvirka, og dette kan betre datagrunnlaget framover. Det må utviklast nye og betre målingar av lønnsemd og produktivitet i landbruket etterkvart som datagrunnlaget betrar seg.

Det er elles viktig at sentrale aktørar innan næringa arbeider for å ha god dokumentasjon på sine fagfelt om resultat og effektar av innsatsen som vert lagt ned. Både næringa sjølve og det offentlege verkemiddelapparatet nasjonalt og regionalt bør ha merksemd på dette.

6.3 Samanlikning med andre land

Med utgangspunkt i drøftinga i kapittel 5 er det interessant å sjå nærare på korleis satsinga innanfor landbruksbasert næringsutvikling har tatt form i andre europeiske land, og kva for tiltak, arbeidsmåtar eller anna som Noreg kan ta lærdom av.

Departementet vil ta initiativ til ei utgreiing om den norske innsatsen knytt til næringsutviklingsarbeidet samanlikna med andre europeiske land. Det er naturleg å sjå nærare på land som ligg nære oss, geografisk og kulturelt. Utgreiinga kan også sjå på problemstillinga med manglande kunnskapsgrunnlag om næringane sitt omfang, økonomi, sysselsetting, verdiskapingseffektar, og sjå på korleis dei måler desse elementa i andre utvalde land.

7 Økonomiske og administrative konsekvensar

7.1 Økonomiske konsekvensar

Tiltak i stortingsmeldinga som har økonomiske konsekvensar blir dekkja innanfor departementet si til einkvar tid gjeldande budsjetttrammer. Meldinga blir fylgt opp gjennom dei årlege jordbruks- og budsjettproposisjonane.

7.2 Administrative konsekvensar

Det er ikkje venta større administrative konsekvensar av forslaga til tiltak i meldinga. Tiltaka i meldinga vil ikkje gje systemendringar eller føre

til vesentlege administrative tiltak. Nokre av forslaga til tiltak, til dømes knytt til forenkling av regelverk, kan gje forenklingar for den enkelte næringsutøvar og for forvaltinga.

Landbruks- og matdepartementet

t i l r å r :

Tilråding frå Landbruks- og matdepartementet 5. juni 2015 om Garden som ressurs – marknaden som mål. Vekst og gründerskap innan landbruksbaserte næringer blir send Stortinget.

Tinging av publikasjonar

Offentlege institusjonar:

Tryggings- og serviceorganisasjonen til departementa

Internett: www.publikasjoner.dep.no

E-post: publikasjonsbestilling@dss.dep.no

Telefon: 22 24 00 00

Privat sektor:

Internett: www.fagbokforlaget.no/offpub

E-post: offpub@fagbokforlaget.no

Telefon: 55 38 66 00

Publikasjonane er også tilgjengelege på

www.regjeringen.no

Omslagsbilder:

1. Småbruk i Hardanger – Foto: Landbruks- og matdepartementet

2. Saghaug Gård – Foto: Torbjørn Tandberg

3. Sidet trønderfe – Foto: Kari Stensgaard

4. Mat fra Toten – Foto: Siv Nærø/Innovasjon Norge

Trykk: 07 Oslo AS – 06/2015

