Departementets forside
Dokumentets forside
Forkortelser
1 Matproduksjon for framtiden
2 Utviklingstrekk og...
3 Trygg mat og god dyrevelferd
4 Konkurransedyktige...
5 Matmangfold og næringsutvikling
6 Konkurransedyktige...
7 Reindriftsnæringen
► 8 Et løft for bygdenæringer
8.1 Konkurransedyktige...
8.2 Status og utviklingstrekk
8.3 Fra ressurs til næring...
8.4 Likestilling
8.5 Videreutvikling av...
8.6 Juridiske rammevilkår
8.7 Natur og kulturarven...
8.8 Potensialet for vekst
8.8.1 Mat med lokal identitet
8.8.2 Småskala alkoholproduksjon
8.8.3 Ferskvannsoppdrett
► 8.8.4 Grønt reiseliv
8.8.5 Kunst og kultur
8.8.6 Inn på tunet
8.8.7 Energiproduksjon
8.8.8 Hestehold
8.8.9 Bygdeservice
8.8.10 Bruk av ledige...
9 Miljø og arealressurser...
10 Eiendoms- og bosettingspolitikk
11 Rekruttering, kunnskap...
12 Forenkling og forvaltning
Tilråding

Meld. St. 9 (2011–2012)

Landbruks- og matpolitikken

Bla i dokumentet: < 8.8.3 Ferskvannsoppdrett | 8.8.5 Kunst og kultur > | Dokumentets forside

8.8.4 Grønt reiseliv

Grønt reiseliv er landbrukets bidrag til Regjeringens reiselivspolitikk. Grønt reiseliv tilbyr natur- og kulturopplevelser med basis i landbrukets ressurser.

Reiselivet er en viktig bygdenæring og bidrar til å opprettholde levedyktige lokalsamfunn. En rapport fra Bygdeforskning fra 2008 slår fast at det distriktsbaserte reiselivet omsatte for minst 35 mrd. kroner i 2005. Dette utgjorde 37 pst. av den totale reiselivsomsetningen på landsbasis, som var på 91 mrd. kroner. Av totalt 160 000 ansatte var 60 000 sysselsatt innen distriktsbasert reiseliv. Gårdsturisme omsatte for ca. 1 mrd. kroner fordelt på 2 500 årsverk, mens gårdsmatprodusenter omsatte for 370 mill. kroner fordelt på 1 000 årsverk i 2008.

Markedsundersøkelser viser at interessen for opplevelses- og aktivitetsturisme er økende i europeiske markeder. Tre ganger (i 2004, 2006 og 2009) har tidsskriftet *National Geographic Traveller* kåret norske fjorder til verdens beste reisemål. Ren natur og høy miljøprofil var en viktig del av begrunnelsen. Dette har stor markedsverdi, men stiller samtidig høye krav til en bærekraftig forvaltning av natur- og miljøverdier.

Turister som kommer til Norge ønsker opplevelsesprodukter som spenner over flere aktivitetsområder. Reiselivsprodukter må tilpasses ulike målgrupper og markeder, og krever samhandling mellom næringsaktører og flere sektorer, nivåer og på tvers av både administrative og geografiske grenser.

Utviklingsprogram for Grønt reiseliv ble etablert i 2007 for å styrke produktutvikling, markedsføring og kompetanse innenfor næringen. Lokalmatprogrammet, som ble etablert ved starten av 2011, følger opp tidligere satsinger på profilering av mat og reiseliv. Utviklingsprogrammet for innlandsfiske er også en del av det grønne reiselivet. For å lykkes med satsingen er det nødvendig med god regional og lokal forankring. Grønt reiseliv er derfor et sentralt tema i landbrukets regionale næringsstrategier.

Naturgitte ressurser som vakker natur er ikke alene avgjørende for å skape et godt reiselivsprodukt. Det er nødvendig med en helhetlig tilnærming og mobilisering av lokale og regionale krefter. Landskapsparkene i Hordaland, Valdres natur- og kulturpark og Nærøyfjorden Verdsarvpark er gode eksempler på hvordan lokal mobilisering og nettverksarbeid har bidratt til økt verdiskaping og livskraftige lokalsamfunn. Disse har vært foregangsregioner i utviklingsarbeidet med lokale og regionale natur- og kulturparker etter modell fra andre europeiske land. Prosjektene har som mål å legge til rette for en langsiktig og bærekraftig merkevarebygging basert på områdenes natur- og kulturverdier. Aktiv medvirkning og involvering av lokalbefolkningen står sentralt i satsingene.

I dag er organisering og samarbeid en betydelig utfordring innad i næringen. Reiselivsbedrifter må i større grad jobbe sammen i nettverk for å øke innovasjonsgrad og inntekstgrunnlaget. Næringen må videre evne å etablere tettere samarbeid mellom de tradisjonelle, store reiselivsaktørene og de mindre aktørene på en slik måte at man får laget totale produktpakker tilpasset markedets ønsker. Utfordringer som knytter seg til finansiering av fellesgoder og infrastrukturtiltak er vanskelig for den enkelte produsent å ta ansvar for alene. Innovasjon Norge har derfor igangsatt et pilotprosjekt for å se på ulike varianter av frivillig fellesgodefinansiering. Prosjektet skal ferdigstilles innen utgangen av 2012.

Økt profesjonalitet hos tilbydere på områder som forretningsutvikling, produktpakking, vertskapsrollen, distribusjon og salg er avgjørende for å lykkes innenfor det grønne reiselivet. Rekruttering og utdanning av ungdom til næringen er spesielt viktig. Organisasjonen Ungt Entreprenørskap er en samarbeidsaktør for utviklingen av aktiviteter og undervising i entreprenørskap på ulike nivåer i utdanningssystemet.

Innovasjon vil i stor grad skje i skjæringspunktet mellom ulike sektorer og næringer. For å fremme samarbeid på tvers av næringer og økt økonomisk vekst, vil det fortsatt legges til rette for felles arenaer og møteplasser for mat, destinasjonsutvikling, kultur og tjenesteyting. Reiselivsnæringens eget arbeid med kvalitetssikringssystemer og miljømerkeordninger for produkter og tjenester er sentralt.

Lokal matproduksjon og matkultur er sentrale faktorer for utviklingen på området, og legger sammen med natur- og kulturbaserte opplevelser grunnlaget for produktpakkene som skal tilbys. Det er et stort potensial for økt verdiskaping i koplingen mellom reiselivsopplevelser og matopplevelser. I den forbindelse er det nødvendig med økt samarbeid mellom opplevelsesaktører og mataktører. For en nærmere omtale av innsatsen på matområdet vises det til kapittel 5.

Landbruks- og matdepartementet vil forsterke samarbeidet med Nærings- og handelsdepartementet om en samordnet reiselivspolitikk. Nærings- og handelsdepartementet arbeider med en ny reiselivsstrategi som også vil omhandle Landbruks- og matdepartementets satsing på reiseliv.

8.8.4.1 Jaktturisme

Salg av jakt er en viktig del av det landbruksbaserte reiselivet. Norges Skogeierforbund har estimert at salget i 2009 utgjorde 44 mill. kroner for småvilt, 214 mill. kroner for storvilt og 840 mill. kroner i tilleggstjenester. En overveiende del av jakta som omsettes her i landet er lite tilrettelagt og skjer i form av kortsalg med lav tilretteleggingsgrad. Nyere undersøkelse viser at jegerne bruker betydelig mer penger på sin hobby nå enn for 10 år siden. Dette, sammen med økt etterspørsel, gir et godt grunnlag for videre satsing på salg av jakt som næring for mange grunneiere. Norges Skogeierforbund anslår at salg av jakt på småvilt, storvilt og tilleggstjenester kan økes fra 1,1 mrd. kroner i 2009 til 1,8 mrd. kroner i 2020 (2009 kr). Det største potensialet for økning i omsetning knytter seg til storviltjakt og økt tilrettelegging, primært hos private rettighetshavere.

For å få en positiv utvikling er det behov for økt samarbeid mellom grunneiere om arealutnyttelse og et mer systematisk arbeid for utvikling av tilrettelagte jaktprodukter der overnatting, guiding og servering inngår.

Figur 8.5
Kilde: Foto: Kjell-Erik Moseid/Samfoto

8.8.4.2 Fisketurisme

Norges Skogeierforbund har estimert at det i 2009 ble omsatt innlandsfiske og tilleggstjenester for til sammen 1,36 mrd. kroner. Det samlede potensialet for salg av innlandsfiske og tilleggstjenester ble anslått til å være 2,1 mrd. kroner innen 2020 (2009 kr). Særlig er arter som ørret, gjedde, harr og røye etterspurt. Innlandsfiske har i liten grad vært tilrettelagt gjennom pakker som inkluderer fiske, overnatting, servering, guiding etc. Dette er nå i endring, og trenden er at stadig flere etterspør tilrettelagte fiskeopplevelser.

Nye produkter kan utvikles både til spesialister og generalister fra inn- og utland. Fiske kan også inngå som en del av destinasjonsutviklingen i større turist- og hytteområder, der nærmarkedet er det viktigste. I slike områder vil gode fiskemuligheter først og fremst gi verdiskaping gjennom økt samlet besøk, økt salg/utleie av hytter og høyere pris på fritidseiendommer. Det norske og skandinaviske markedet er desidert viktigst, men det finnes vekstmuligheter også i land som Tyskland, Danmark, Storbritannia, Russland og Nederland.

Det vil bli lagt til rette for videreutvikling av bærekraftig fisketurisme i innlandet. Satsingen må gjøres slik at skadevirkninger på miljøet unngås. Det er også viktig at aktører som satser på fisketurisme arbeider aktivt for å forebygge spredning av ikke hjemmehørende organismer, parasitter og sykdommer til nye områder.

Norsk institutt for naturforskning regner med at antall laksefiskere i 2009 var ca. 110 000, hvorav ca. tre av fire var nordmenn. Andre viktige markeder for salg av laksefiske er Danmark, Finland og Sverige. Næringen genererer trolig et sted mellom 2 500 og 2 900 årsverk. Det er ca. 10 000 landbrukseiendommer med fiskerett i laksevassdrag, og ca. 1 000 reiselivsbedrifter tilbyr tilrettelagt laksefiske. Norges Skogeierforbund har estimert at næringen på landsbasis bidro til en lokal omsetning på 1,13 mrd. kroner i 2009. Av dette utgjør kjøp av fiskerett kroner 380 mill. kroner og tilleggstjenester 750 mill. kroner. I samme studie anslås det at samlet omsetning av laksefisketurisme har et potensial for vekst til nærmere 2 mrd. kroner innen 2020. Det er viktig at videre satsing på næringen innrettes på en måte som sikrer allmennheten fortsatt god tilgang til laksefiske her i landet. Det er også nødvendig at aktører som satser på fisketurisme arbeider aktivt for å forebygge spredning av parasitter (bl.a. *Gyrodactylus salaris*) og sykdommer til nye områder. Desinfeksjon av båter og fiskeutstyr bør innføres der det er aktuelt.

Bla i dokumentet: < 8.8.3 Ferskvannsoppdrett | 8.8.5 Kunst og kultur > | Dokumentets forside