|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | |  | | | |
| Stortingets næringskomité  Stortinget  0026 OSLO | |  | | | |
|  | | | |
| Vår saksbehandler | Vår dato | | Vår referanse |  | | |
| Kari Marte Sjøvik | 05.11.2015 | | 15/00140-3 | | | |
| +47 41 43 06 87 | Deres dato | | Deres referanse |  | | |
|  |  | |  | | | |
| Meld. St. 31 (2014-2015) Garden som ressurs - marknaden som mål | | | | |

Norges Bondelag har gitt innspill til Landbruks- og matdepartementet som grunnlag for utarbeidelsen av *Meld.St.31 Garden som ressurs- marknaden som mål*. Nedenfor omtale vi forhold som vi mener er viktig at næringskomiteen merker seg når de skal behandle meldingen.

Bønder og grunneiere har alltid vært opptatt av å kunne utnytte gårdens ressurser, både i innmark og utmark, på en rasjonell, effektiv og bærekraftig måte Det er positivt at regjeringen vil videreutvikle satsingen på entreprenørskap og næringsutvikling i landbruket, og meldingen gir en god beskrivelse av utviklingstrekk, gjeldende virkemidler og vekstpotensialet innenfor ulike produksjoner. Næringa forvalter de fornybare naturressursene med både velkjente og uante muligheter, og vil være en viktig aktør i det grønne skiftet og utviklingen av vekstkraftige næringer.

At den tradisjonelle jordbruks- og skogbruksproduksjonen er grunnlaget for tilleggsnæringene er tydelig vektlagt i *Meld.St.31 Garden som ressurs – marknaden som mål.* Gode og fortutsigbare rammevilkår for den tradisjonelle produksjonen av mat, fiber og bioenergi er avgjørende for at næringsdrivende kan videreutvikle sin virksomhet innenfor ulike tilleggsnæringer. I meldinga er koblingen eksemplifisert med produsenter av lokal ost. Med mjølkeproduksjon som basis må en kunne levere den delen av produksjonen en ikke foredler selv til meieri på vanlig måte, og samtidig bruke TINE som distributør av osten til markedet. Samvirkebaserte markedsordninger er derfor viktige for produsenter som vil satser på videreforedling og utsalg av lokalmat og matspesialiteter.

Også for de som utvikler tilleggsnæringer er gode inntektsmuligheter en avgjørende faktor. Kapital- og arbeidsinnsats må kunne forrentes. Som eksempel vil Regjeringens forslag om gevinstbeskatning ved generasjonsskiftene i landbruket svekker næringas soliditet og investeringsevne. Dette er negativt for evnen til vekst og gründerskap i de landbruksbaserte næringene.

Norges Bondelag ser det som positivt at meldingen stadfester at en langsiktig landbrukspolitikk som bidrar til å opprettholde landbruk over hele landet med ulik bruksstruktur, er avgjørende for utvikling av nye næringer i landbruket. Det signaliseres at regjeringen at den vil satse på og videreutvikle mange av de virkemidlene en alt har for gründere i landbruket.

Norges Bondelag vil også påpeke viktigheten av å få kartlagt kunnskapsgrunnlaget på verdiskapinga i den landbruksbaserte næringsutviklingen, og ikke bare på enkeltbruk, men ringvirkningene i lokalsamfunnet.

Norges Bondelag vil peke noen forhold som er viktig for å lykkes som gründer i landbruket.

* Tilgang til kapital og investeringsstøtte. Investeringsstrategiene må være tilpassa både de som har til mål å skape arbeidsplasser for familien og de som har ambisjoner om vekst utover det. Målet for mange som satser på næringsutvikling på garden er å skape sysselsetting og inntekt for familien, slik at en ikke er avhengig av arbeid utenom bruket. Norsk landbruk er et familielandbruk og det må ligge til grunn for utforminga av virkemidlene også innafor utvikling av nye næringer.
* Kompetanse og markedsadgang. For å lykkes med næringsutvikling er det viktig med kompetanse både på produktet som skal produserer og ikke minst mot markedet som skal nås. Det er viktig med fokus også på alternative salgskanaler som Bonden marked som er et viktig for å nå ut i markedet. I denne sammenheng vil vi også få påpeke viktigheten av de ulike fagspesifikke organisasjonene som gjør en viktig jobb for næringsutøverne i landbruket.

**Kompetanse**

* Samarbeidsmodeller for tilbyderorganisering og nettverk. Det er viktig med faglig samarbeid og organisering av grunneiere og produsenter, og nettverk for samarbeid om kompetanse, kunnskapsdeling og markedsadgang.
* Generering og formidling av kunnskap. Gjerne gjennom kompetansenav og andre nettverk. Dette er etablert for lokalmatprodusenter. Tilsvarende bør utvikles for IPT-produsenter.
* Mobilisering/rekruttering: her har faglagene og andre organisasjoner en sentral rolle og mulighet. Det er god erfaring fra IPT og lokalmat med midler til informasjons- og mobiliseringsmøter, jfr også høringsinnspillet fra Bondens marked.
* Mentorordninger: tilpassede løsninger basert på eksisterende rådgivningsstrukturer i landbruket, herunder Norsk Landbruksrådgivning.
* Tilpasset regelverk/skjønnsmessig utøvelse. I større grad ”tenk smått først”.
* Det er nødvendig å forenkle og samordne forvaltningen av vilt- og fiskeressursene. Dette er også påpekt av prosjektet *Forenkling av utmarksforvaltningen* i regi av Kommunal- og moderniseringsdepartementet.
* Det er utfordring knyttet til sektoransvar i ”ikke-næringsdepartement” (KMD, KLD, FIN, SD). Det er helheten i politikken som legger rammene for lønnsom utvikling av tilleggsnæringene. Landbruks- og matdepartementet må ha et særskilt koordinerende ansvar.

**Kapital**

* Investerings og bedriftsutviklingsmidlene i jordbruket ((IBU-midlene). Det regionale partnerskapet bidrar til fokus på næringsutvikling tilpasset regionale forhold og behov.
* Vi foreslår å heve omsetningsgrensen for hva som kan inngå i jordbruksinntekten som biinntekter (annen næringsvirksomhet), fra dagens kr 30.000 (har stått uendret i svært mange år) og knytte denne til folketrygdens grunnbeløp (G), da denne reguleres årlig – eksempelvis til 2 G (tilsvarer for 2014 kr 174.656)
* Økt lønnsomhet forutsetter markedskunnskap hos næringsaktørene om betalingsvillighet og markedsføringsprinsipper
* Momsfritak ved omsetning av jakt-/ fiskekort for andre enn private aktører er konkurransevridende. Her må vi få lik praksis for privat og offentlige tilbydere.

**Markedsadgang**

* Forpliktende og forretningsmessig samarbeid mellom næringsaktører for å kunne tilby et godt nok tilbud til kjøperen, og konkurrere for å vinne fram i anbudsrunder. Samvirkebaserte virksomheter som Rørosmat og IPT-Trøndelag er gode eksempler
* Hensiktsmessig skilting som gjør det enkelt for potensielle kunder å finne fram. I dag er det svært ulik praksis hos veivesenet mht mulighet for skilting.
* God infrastruktur med tilstrekkelig kapasitet til å kunne utvikle ny næringsaktivitet og sikre markedsadgang. Det er fortsatt områder som mangler tilstrekkelig telefoni- og bredbåndsløsninger.
* Prissetting – kompetanse til å ta riktig pris, verdsette eget produkt/leveranser.
* Potensialet for næringsutvikling i utmark og verneområder er stort.
* For at bygdebaserte reiselivsbedrifter skal kunne utvikle reiselivsprodukter med basis i jakt og fiske, må det ligge en god grunneierorganisering og moderne forvaltning i bunn. For organisering og tilrettelegging er velfungerende utmarks- og elveeierlag viktig.
* Det er stort potensial for videreutvikling av laksefisketurismen, jfr høringsinnspillet fra Norske Lakseelver.

## Spesielt for IPT – Inn på tunet

* Merkevarebygging: IPT er et landbruksbasert tjenestetilbud med egen godkjenningsordning som forvaltes av Matmerk. Matmerk koordinerer markedsføringen av IPT og har ansvar for utvikling av nettsidene på [www.matmerk.no](http://www.matmerk.no)
* Markedsarbeid: styrke kunnskap og kjennskap til IPT som modell for velferdstjenester blant aktuelle kjøpergrupper: kommune – skole og velferdsetat, helsevesenet, Nav-arbeidstrening, eldreomsorg, rus/psykiatri, kriminalomsorg, innvandring/integrasjon.
* Stimulere og koordinere forskning som belyser effektene av gården som arena for velferdstjenester, og dyreassistert terapi.

Med vennlig hilsen

*Elektronisk godkjent, uten underskrift*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Arild Bustnes | | Kari Marte Sjøv | |
|  | |  | |