

# Regionalt næringsprogram 2019-2022

## Oslo og Viken

### Innhold

1. Hva er Regionalt næringsprogram?.....	2
1.1. Økonomiske virkemidler .....	2
2. Matproduksjon .....	3
2.1. Volumproduksjon .....	5
2.2. Mat og drikke med lokal identitet.....	6
2.3. Økologisk landbruk.....	7
3. Bygdenæringer .....	8
3.1. Inn på tunet (IPT).....	9
3.2. Landbruksbasert reiseliv.....	10
4. Skog, trebruk og fornybar energi .....	11
5. Andre satsingsområder .....	13
5.1. Fjellandbruket.....	13
5.2. Urbant og bynært landbruk.....	14
5.3. Nyskaping og rekruttering.....	15

## 1. Hva er Regionalt næringsprogram?

Regionalt næringsprogram (RNP) skal følge opp nasjonal politikk for næringsutvikling i landbruket og bidra til at regionene jobber for å nå nasjonale mål. RNP er en del av Regionalt bygdeutviklingsprogram. Fylkesmannen lager RNP på oppdrag fra Landbruks- og matdepartementet. Programmet skal lages i samarbeid med det regionale partnerskapet for landbruket. Partnerskapet består av: Fylkesmannen, Fylkeskommunen, Innovasjon Norge, faglagene i landbruket og kommunal sektor.

RNP skal gi strategisk retning for det regionale arbeidet med næringsutvikling i landbruket, og synliggjøre landbrukets muligheter og bidrag til det samlede næringsutviklingsarbeidet i Oslo og Viken. Programmet skal løfte frem potensialer for utvikling innenfor både tradisjonelt landbruk og andre landbruksbaserte næringer. Det skal videre konkretisere hvordan vi skal utnytte, utvikle og realisere fortrinnene i Oslo og Viken.

*RNP skal følge opp signaler og retningslinjer gitt i:*

- FNs bærekraftsmål
- Meld. St. 31 (2014-2015) Garden som ressurs - marknaden som mål
- Meld. St. 11 (2016-2017) Endring og utvikling. En fremtidsrettet jordbruksproduksjon
- Meld. St. 6 (2016-2017) Verdier i vekst – Konkurransedyktig skog- og trenæring
- Opplevingar for ein kvar smak- strategi for reiseliv basert på landbruket og reindrifta sine ressursar
- Nasjonal strategi for økologisk jordbruk 2018-2030
- Regjeringens bioøkonomistrategi - Kjente ressurser - uante muligheter
- SKOG 22 – Nasjonal strategi for skog- og trenæringen

### 1.1. Økonomiske virkemidler

*Tilskuddsmidler som kan bidra til å nå målene i RNP:*

- Utrednings- og tilretteleggingsmidler i landbruket (Fylkesmannen)
- Investerings- og bedriftsutviklingsmidlene i landbruket (Innovasjon Norge)
- Midler til rekruttering og kompetanse i landbruket (Fylkeskommunen)

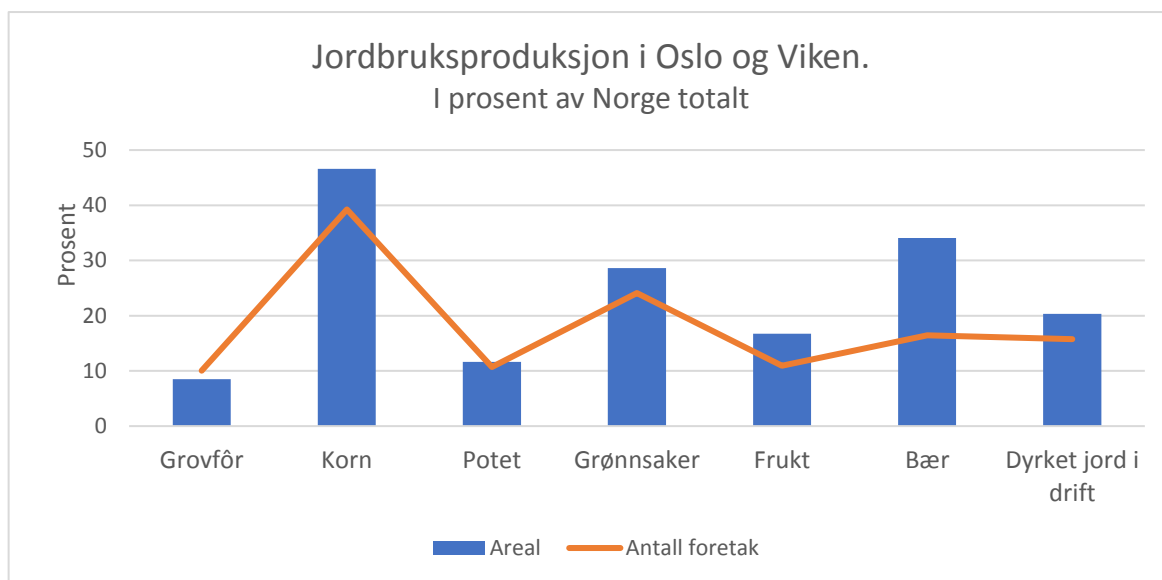
Tilskuddsmidlenes hovedformål er å legge til rette for langsiktig og lønnsom verdiskaping, samt bidra til sysselsetting, bosetting og et variert landbruk i alle deler av landet med utgangspunkt i landbrukets ressurser generelt og landbrukseiendommen spesielt.

*Ved tildeling av tilskuddsmidler vil ett eller flere av følgende kriterier bli vektlagt:*

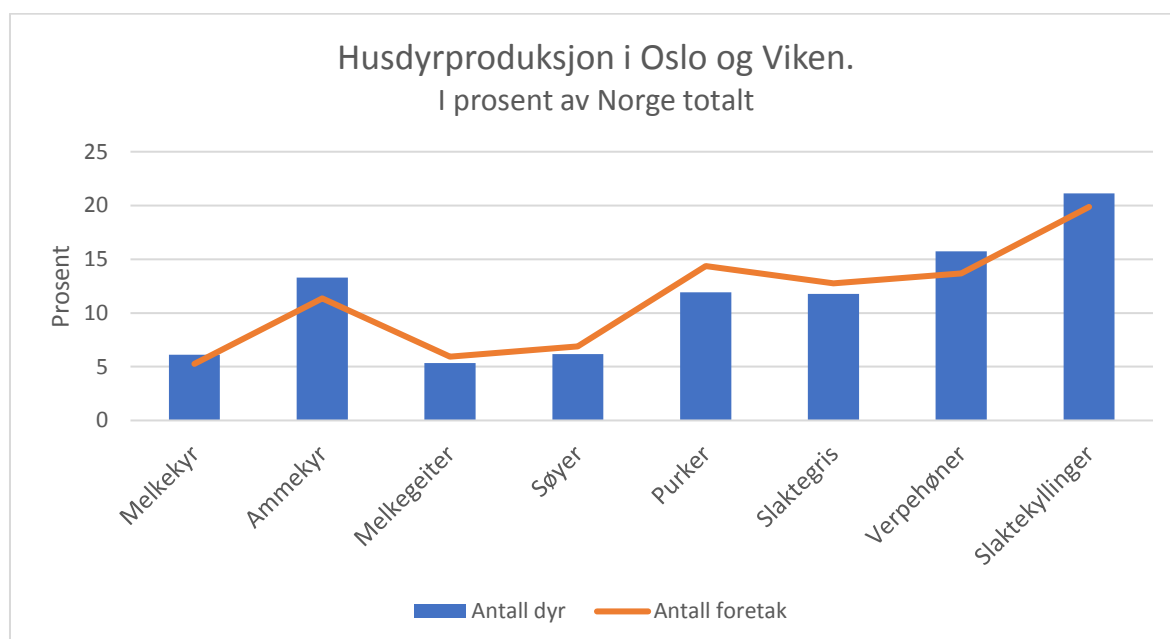
- Markedsorientering - utnytte markedspotensial og utviklingsmuligheter
- Lønnsomhet - skape lønnsomhet, både i et bedriftsøkonomisk- og i et samfunnsøkonomisk perspektiv.
- Nyskaping - innovasjon og teknologiutvikling
- Rekruttering - bidra til at unge etablerer seg i landbruket
- Miljø og klima - bærekraftig bruk og forvaltning av verdier knyttet til naturmiljø, kulturmiljø og klimaeffekt
- Samfunnsnytte - positive ringvirkninger for matsikkerhet, folkehelse, bevaring av kulturlandskap, biologisk mangfold mv.
- Bosetting - benytte lokale ressurser for å opprettholde produksjon i områder med negativ befolkningsvekst

## 2. Matproduksjon

Jordbruk og tilhørende foredlingsindustri er viktig for Norge, og Oslo og Viken er en av de sterke jordbruksregionene. Regionen har 20 % av landets dyrkede areal, og noe av landets beste matjord. Særlig står regionen sterkt innen korndyrking, grønnsaksproduksjon, frukt og bær. Som figuren under viser ligger hele 46,6 % av landets kornareal ligger i Oslo og Viken, og over 50 % av kornet (målt i kg) produseres her. Regionen har 34,1 % landets bærareal og 28,6 % av landets grønnsaksareal.



I Oslo og Viken står fjørfe- og svinproduksjonen sterkest i sørøst, og regionen produserer 21,1 % av landets slaktekyllinger og 11,8 % av landets slaktegris. Grovfôrbasert husdyrproduksjon dominerer i nordvest, og regionen har 6,1 % av landets melkekyr og 13,3 % av landets ammekyr. Figuren under viser fordelingen av regionens husdyrproduksjon og antall foretak i prosent av landet totalt.



Med en så betydelig matproduksjon blir verdien av matjorda stor, både for bonden i bedriftsøkonomisk sammenheng, og for regionens befolkning i et samfunnsøkonomisk perspektiv. Matjord er en begrenset ressurs. Kun 3 % av Norges areal kan dyrkes, og matjorda er ikke lett å erstatte. Matjorda sikrer at vi kan produsere mat og sørge for mattrygghet i vårt eget land. I tillegg til å bidra til å mette egen befolkning, og som sikkerhet i en krisesituasjon, er jordbruket i Oslo og Viken med på å skape arbeidsplasser.

Regionen har 16,3 % av landets sysselsatte innenfor jordbruk og 23,6 % av landets sysselsatte innen næringsmiddelindustrien. Den står for en andel på 18 % av det nasjonale bruttoproduktet fra jord- og skogbruk. Næringsmiddelindustrien i Oslo og Viken bidrar med 29 % til næringsmiddelindustrien totalt.

*Antall bedrifter og sysselsatte i jordbruk, nærings- og nytelsesmidler i Oslo og Viken, 2018 (Kilde: SSB, tabell 07091 og tabell 08536).*

	Antall bedrifter			Antall sysselsatte		
	Oslo og Viken	Norge	Oslo og Viken i % av Norge	Oslo og Viken	Norge	Oslo og Viken i % av Norge
Jordbruk og tjenester tilknyttet jordbruk, jakt og viltstell	5175	35528	14,6 %	8098	49648	16,3
Produksjon av nærings- og nytelsesmidler	10875	44268	24,6 %	704	2989	23,6

*Bruttoprodukt 2016, fylkesfordelt nasjonalregnskap, etter næring (Kilde: SSB, tabell 09390).*

Bruttoprodukt i basisverdi Løpende priser (mill. kr)			
	Totalt for alle næringer	Jordbruk og skogbruk	Nærings-, drikkevare- og tobakksindustri
Oslo og Viken	971 565	3 802	12 521
Norge	2 758 499	21 327	43 829
Oslo og Viken i % av Norge	35 %	18 %	29 %

## 2.1. Volumproduksjon

Volumproduksjonen er den største og viktigste delen av norsk landbruk, og det er denne produksjonen som legger grunnlaget for all annen landbruksbasert næringsutvikling. Det er et nasjonalt mål å øke norsk matproduksjon, og det er volumproduksjonen som i all hovedsak vil bidra til å nå dette målet. Jordbrukets viktigste oppgave er å produsere mat. I Norge skal det produseres nok og trygg mat basert på god plante- og dyrehelse.

De norske forbrukernes behov og preferanser er i endring, og det må også landbruket forholde seg til. Forbrukerne er opptatt av pris når de kjøper mat, men også av kvalitet, utvalg og tilgjengelighet. Norske forbrukere har stor tillit til norsk mat, og generelt til maten de kjøper i butikkene. At norsk matproduksjon har sterkt fokus på mattrygghet er et konkurransefortrinn for de norske produsentene. De senere årene har også den norske forbruker fått en tydelig større bevissthet rundt matens opprinnelse. Norske råvarer og norsk matkultur har blitt mye viktigere for oss når vi velger hva vi skal spise.

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Agronomi	Økt matproduksjon og reduserte negative miljøeffekter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetansehevende tiltak for alle produksjoner</li> <li>• Øke og anvende kunnskapen om «levende matjord», kretsløpsjordbruk, grøfting og vekstskifte</li> </ul>
Kornproduksjon	Økt produksjon av korn og proteinvekster	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Øke tørke- og lagerkapasiteten</li> <li>• Motivere til kornproduksjon på egnede arealer</li> </ul>
Grønnsaker, poteter, frukt og bær	Økt produksjon tilpasset mulighetene i markedet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skape nye omsetningskanaler</li> <li>• Øke andelen norskproduserte varer, både til friskkonsum og industri</li> <li>• Øke verdiskaping på varer som ikke tilfredstiller kravene i norsk standard</li> <li>• Stimulere til videreføring av produksjonen ved generasjonsskifte</li> </ul>
Husdyrproduksjon	Markedstilpasset produksjon	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til å opprettholde/styrke produsentmiljøer</li> <li>• Øke utnyttelsen av beiteressursene, særlig utmarksbeite</li> <li>• Utvikle nye modeller for samarbeid som stimulerer god agronomi med vekstskifte (korn/gras)</li> <li>• Øke andelen norske proteinråvarer i kraftfôr</li> </ul>
Honning	Økt produksjon tilpasset mulighetene i markedet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Øke antallet yrkesbirøktere</li> <li>• Utnytte muligheten for eksport av norsk honning</li> </ul>

## 2.2. Mat og drikke med lokal identitet

Mat og drikke med lokal identitet, eller lokalmat og -drikke, defineres som «Mat- og drikkeprodukter med en lokal identitet, særegen opprinnelse eller spesielle kvaliteter knyttet til produksjonsmetode, tradisjon eller produkthistorie». Lokal matproduksjon er en del av vår kulturarv og en viktig tradisjonsbærer.

Lokalmat og -drikke med dets historie kan bygge oppunder lokale og regionale fortrinn. Produksjon av lokalmat har blitt en viktig vekstnæring i landbruket, og gir økt verdiskaping i de mat- og reiselivsregionene som jobber bevisst med dette. Dagens omsetning av lokalmat og drikke i Norge er på nærmere 5 milliarder kroner. Det nasjonale målet er at det skal omsettes lokalmat og -drikke for 10 milliarder innen 2025.

Nasjonalt har markedet for lokalmat og -drikke økt kraftig de siste årene, og med bakgrunn i det er det grunn til å tro at det fortsatt er et klart vekstpotensial. Det er nå et politisk mål å utvikle Norge til en matnasjon innen 2030. Visjonen for Matnasjonen Norge er at mat er en kilde til måltids glede og stolthet i befolkningen, og at Norge er internasjonalt kjent for sin spennende matkultur og sine mat- og drikkeopplevelser. For å få til dette må aktører i hele verdikjeden fra jord til bord samarbeide, og alle salgskanaler for markedsføring og salg må benyttes. Kvalitet og gode matopplevelser kan knyttes til mat innenfor merkeordningene for spesialitetens og geografisk beskyttede betegnelser.

God rekruttering er viktig for å nå målet om en dobling av omsetningen. Både flere primærprodusenter og foredlere må rekrutteres inn i denne næringen, i tillegg er det helt avgjørende med god markedsføring av det som produseres.

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Produksjon av lokalmat og -drikke	Økt produksjon og produktutvikling	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilisere nye produsenter</li> <li>• Øke produksjonen hos eksisterende bedrifter</li> <li>• Styrke og utvikle gode produsentmiljøer</li> <li>• Øke profesjonaliteten hos produsentene gjennom kompetanseheving</li> <li>• Motivere til samarbeid og møteplasser</li> </ul>
Distribusjon og omsetning	Økt omsetning av lokalmat og -drikke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skape flere og bedre omsetnings- og distribusjonskanaler</li> <li>• Synliggjøre lokalmatprodusentene</li> <li>• Motivere til økt innkjøp fra offentlig sektor</li> <li>• Motivere til økt innkjøp fra HoReCa</li> </ul>
Konkurranseskraftige mat- og reiselivsregioner	Osloregionen og Fjell-Norge skal være kjent som to attraktive og sterke matregioner i Norge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til utvikling og profilering av matspesialiteter</li> <li>• Stimulere til bruk av mat med lokal identitet som en del av regionens reiselivsprodukter</li> </ul>

### 2.3. Økologisk landbruk

Økologisk matproduksjon skal først og fremst bidra til at etterspørselen etter økologisk mat kan dekkes av norsk produksjon så langt det er mulig. Dette vil bidra til økt matmangfold, samt mulighet for næringsutvikling og verdiskaping tilknyttet de gårdene som driver økologisk produksjon. Begrepet «økologisk» er beskyttet gjennom forskrift om økologisk produksjon og merking av økologiske landbruksprodukter. Regelverket er en del av EØS-avtalen. Målsetningene for økologisk produksjon i Norge er nærmere beskrevet i Nasjonal strategi for økologisk jordbruk.

Oslo og Viken har et velutviklet og allsidig, økologisk landbruk, med størst antall primærprodusenter (448) sammenliknet med de andre fylkene. Regionen har 21 % av landbruksforetakene som driver økologisk i Norge (2017). Tallene nedenfor viser at regionen har en betydelig andel av økologisk matproduksjon i Norge, spesielt verpehøns, grønnsaker og korn.

Regionen har en variert, økologisk matproduksjon og har bl.a.:

- 56 % av landets verpehøns
- 34 % av landets ammekyr
- 24 % av landets melkekyr
- 14 % av landets sauer og lam
- 33 % av landets bikuber
- 46 % av landets grønnsaksproduksjon, inkl. erter/bønner og veksthus-kulturer
- 50 % av landets kornproduksjon

Med umiddelbar nærhet til landets største marked, har økologiske produsenter i regionen et stort potensial til å dekke en økende etterspørsel etter økologiske produkter. Det økologiske arealet utgjør 5,7 % av totalt jordbruksareal i regionen. Det ligger et stort potensial i å øke andelen økologisk jordbruksareal og utnytte markedsnærheten

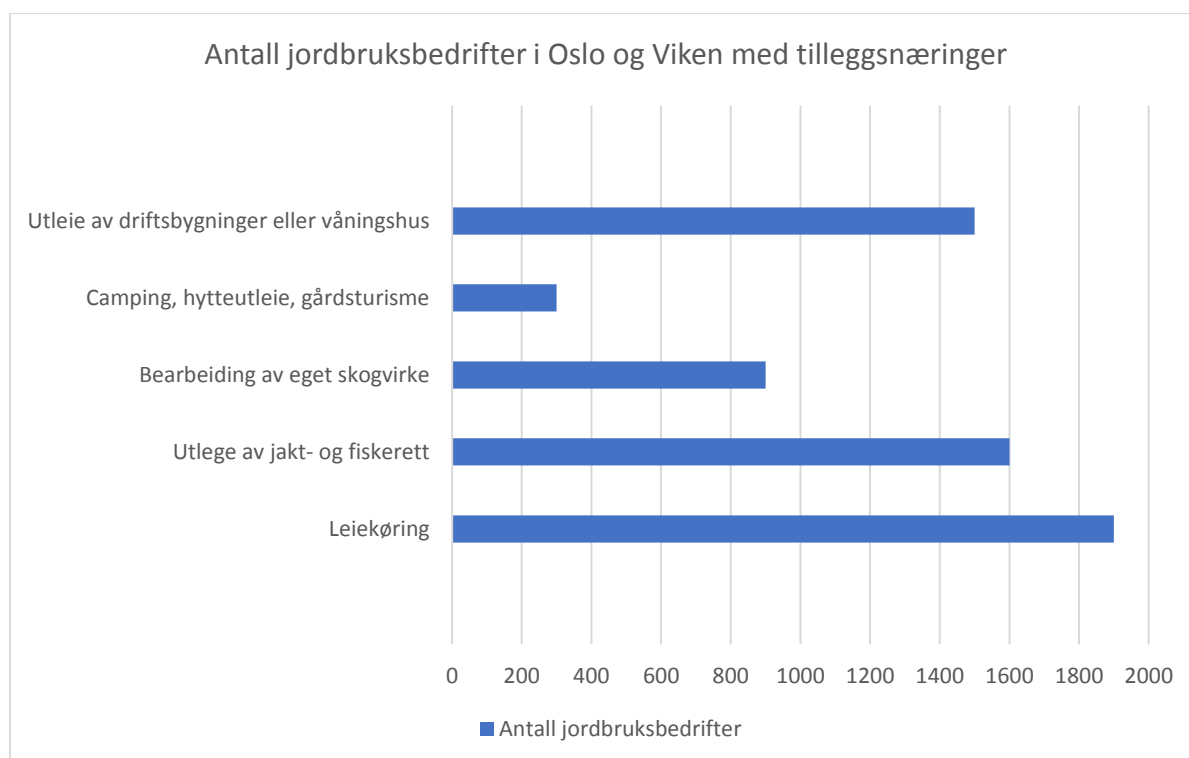
Satsingsområde	Mål	Strategi
Økologisk produksjon	Dekke etterspørselen etter økologisk mat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivere til produksjon av de varene som det er etterspørsel etter i markedet</li> <li>• Motivere til omlegging</li> <li>• Bidra til at de som har lagt om fortsetter å produsere økologisk, spesielt ved generasjonsskifte</li> <li>• Bidra til å opprettholde/styrke økologiske produsentmiljøer</li> <li>• Øke bønders kompetanse og profesjonalitet</li> <li>• Øke andelen økologisk produsert lokalmat og -drikke</li> <li>• Bidra til produktutvikling basert på norske, økologiske råvarer</li> <li>• Fremme arbeidet med kretsløp av organisk materiale – fra jord til bord til jord</li> </ul>
Forbruk av økologisk mat	Øke forbruket av økologisk mat i storhusholdning	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til økt andel økologisk mat i storhusholdninger</li> </ul>

### 3. Bygdenæringer

Bygdenæringer er tilleggsnæringer i landbruket som baserer seg på gårdens ressurser. Gjennom å utnytte landbrukets ressurser, som for eksempel kulturlandskap, bygninger, kulturminner og kulturmiljøer, bidrar bygdenæringene til næringsutvikling, vekst og verdiskaping i landbruket.

Det finnes mange forskjellige typer tilleggsnæringer blant bøndene i Oslo og Viken, både de som benytter jordbruksressurser og de som benytter skog- og utmarksressurser. Hvor stor andel av bøndene som driver tilleggsnæring er ikke kartlagt tilstrekkelig, men tilleggsnæringer er et nasjonalt og regionalt satsingsområde og det er en tydelig vekst i flere av disse næringene.

I tillegg til de nasjonale satsingsområdene (lokalmat, Inn på tunet, reiseliv etc.) driver en stor andel av de som har tilleggsnæring med leiekjøring og utleie av driftsbygninger eller våningshus, men også bearbeiding av eget skogvirke og utleie av jakt- og fiskerett.



*Definisjoner fra SSB:*

*Tilleggsnæring i jordbruket: «Aktivitet som utnytter jordbruksbedriftens arealer, bygninger, maskiner og/eller landbruksråvarer. Aktiviteten skal gi inntekt eller sysselsetting for brukeren og/eller brukerens familiemedlemmer.»*

*Tilleggsnæring i skogbruket: «Næringsvirksomhet der en utnytter landbrukseiendommens arealer og ressurser i skog og annen utmark til annet enn skogbruk.»*



### 3.1. Inn på tunet (IPT)

Inn på tunet er tilrettelagte og kvalitetssikrede velferdstjenester på gårdsbruk. Tjenestene skal gi mestring, utvikling og trivsel. Aktiviteten i tjenestetilbudet er knyttet opp til gården, livet og arbeidet der.

De viktigste tjenesteområdene for IPT er oppvekst og opplæring, arbeidstrening og rehabilitering og helse og omsorg. IPT-gårder kan også tilby tjenester innen integrering, kriminalomsorg og forebygging. Det er i hovedsak kommuner og NAV som kjøper tjenestene.

Det finnes en godkjenningsordning for IPT-gårder, hvor man godkjenner både gården og aktivitetene. Per september 2017 var 80 gårder i Oslo og Viken godkjente Inn på tunet-gårder.

Landbruket kan via IPT være en ressurs for kommunene og storsamfunnet innen arbeidet på helse-, omsorgs-, utdannings-, arbeids- og sosialområdet. IPT er blant annet nevnt som et relevant tilbud i «Demensplan 2020» og i «Mestre hele livet. Regjeringens strategi for god psykisk helse 2017-2022». Arbeids- og velferdsdirektoratet har i 2018 revidert veilederen for «Grønt arbeid» som er et arbeidstilbud på gård i regi av NAV for mennesker med psykiske og/eller rusrelaterte helseproblemer.

Gården som base for velferdstjenester er egnet av mange grunner:

- Meningsfulle og ekte aktiviteter
- Svært mange mulige aktiviteter som kan skreddersys den enkeltes behov, mestringsnivå og dagsform
- Fokus på "det friske" hos deltagerne, vanlig medarbeider på lik linje med gårdbrukeren
- Fysisk aktivitet og riktig kosthold
- Sosialt fellesskap i et trygt og oversiktlig miljø, mye å snakke om flytter fokus vekk fra egen situasjon
- Dyr og natur - vitenskapelig bevist at det er godt for psykisk helse

Forskning viser at deltagelse i IPT-tiltak kan ha helsefremmende effekt og gi redusert ensomhetsfølelse, økt motivasjon og mestring, sosial støtte og økt sosial kontakt, økt fysisk aktivitet og redusert stress.

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Markedsføring og omdømme	Flere IPT-gårder med langsiktige avtale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til at aktuelle kjøpergrupper, inkl. studenter, kjenner IPT som konsept og som en god velferdstjeneste</li> </ul>
Kvalitet i IPT-tilbud	Flere kvalitetsriktige, lønnsomme og varige IPT-tilbud	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til samarbeid, møteplasser og bedriftsnettverk for tilbydere</li> <li>• Kompetanseheving for tilbydere</li> <li>• Bidra til at alle som vil tilby IPT-tjenester er godkjente</li> </ul>

### 3.2. Landbruksbasert reiseliv

Landbruksbasert reiseliv er basert på gårdens ressurser og på norsk natur og kultur. Opplevelsene kan være knyttet til reindrift, utmark, jakt og fiske, friluftsliv, kulturlandskapet og kulturarven. Når gårdens ressurser tas i bruk bygges opplevelser og aktivitet opp rundt drifta på gården, bygningene, menneskene, kulturlandskapet etc. Landbruket har betydelige ressurser i reiselivssammenheng og kan i enda større grad enn i dag være innholdsleverandører for reiselivet. Det er et nasjonalt mål at Norge skal bli en internasjonalt anerkjent matnasjon som tilbyr turistene det de vil ha på en profesjonell og konkurransedyktig måte.

Total verdiskaping fra landbruksbasert turisme i Oslo og Viken ble i 2014 estimert til 34,5 millioner kroner og sysselsettingen til 135,5 årsverk (kilde: NIBIO Rapport nr. 152, 2016; Landbruksbasert reiseliv i Norge). Per i dag er det fjellregionen i Buskerud som står for størstedelen av verdiskapingen og sysselsettingen innen landbruksbasert reiseliv i regionen, men det er potensial for utvikling også i andre deler av Oslo og Viken.

Reiselivsnæringen er en næring i sterk vekst globalt. Befolkningsvekst, bedre økonomi og mer fritid fører til økt reisevirksomhet. Markedet vokser for både internasjonale og kortere feriereiser. For å øke verdiskapingen i norsk reiseliv er det pekt på at nettverk og klynger er viktig, særlig for de små aktørene. Samarbeid kan bidra til større variasjon i produkttilbudet, og det landbruksbaserte reiselivet kan med fordel også samarbeide med det tradisjonelle reiselivet (jf LMD's strategi; «Opplevingar for ein kvar smak»).

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Attraktive reisemål	Økt verdiskaping	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivere og mobilisere til utvikling av natur- og kulturopplevelser knyttet til landbrukets ressurser</li> <li>• Kompetanseheving for tilbydere</li> <li>• Støtte opp om bedriftsnettverk</li> </ul>
Lokalmat	Økt verdiskaping ved å kombinere reiseliv med lokalmat og -drikke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til at lokalmat og -drikke benyttes av HoReCa og opplevelsesbedrifter</li> </ul>
Utvalgte kulturlandskap	Økt verdiskaping i utvalgte kulturlandskap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Støtte tiltak i utvalgte kulturlandskap</li> <li>• Motivere og mobilisere til nyskaping</li> </ul>

## 4. Skog, trebruk og fornybar energi

Norge har betydelige skogressurser, og skog og annet trebevokst areal utgjør rundt 43 prosent av landarealet. Oslo og Viken har 13,8 prosent av den produktive skogen i Norge, og sto i perioden 2014 - 2017 for om lag 25 prosent av norsk tømmeravvirkning regnet både i volum og førstehåndsverdi (Kilde: Landbruksdirektoratet).

Skogen som produseres i Norge skal så langt som mulig foredles i Norge. Det er byggevarer og treforedlingsprodukter basert på trefiber og cellulose som bidrar til størsteparten av verdiskapingen i næringen. Selv om det har vært en betydelig nedgang i etterspørsel av trykkekopier, ser behovet for andre papirkvaliteter ut til å øke. I tillegg til videre utvikling av tradisjonell tremekanisk- og treforedlingsindustri, vil nye former for bioraffinering og industriell bruk av biomasse være viktige utviklingsområder framover. Med det nye klimamålet om minst 40 prosent reduksjon av klimagassutslippene i 2030, kan vi forvente økt etterspørsel etter skogsråstoff ved overgang til nye energiløsninger.

*Produktiv skog i Norge. (Kilde: NIBIO/Landsskogtakseringen)*

Fylke	Areal, dekar	Årlig tilvekst (m <sup>3</sup> )
Østfold	2 433 080	1 217 283
Oslo og Akershus	3 355 386	1 673 035
Buskerud	6 000 098	1 991 455
Sum Oslo og Viken	11 788 564	4 881 773
Hele landet	85 687 020	24 544 784
Oslo og Vikens andel	14%	20 %

*Tømmersalg, tusen kubikkmeter. (Kilde: SSB)*

	2014	2015	2016	2017
Buskerud	965	997	1 023	1 077
Oslo/Akershus	706	753	788	757
Østfold	703	752	714	740
Sum Oslo og Viken	2 374	2 502	2 525	2 574
Hele landet	<b>9 808</b>	<b>10 113</b>	<b>10 304</b>	<b>10 491</b>
Oslo og Vikens andel	24 %	25 %	25 %	25 %

*Førstehåndsverdi av solgt tømmer, millioner kroner. (Kilde: SSB)*

	2014	2015	2016	2017
Buskerud	339	345	340	376
Oslo/Akershus	267	273	276	278
Østfold	272	278	253	283
Sum Oslo og Viken	878	896	869	937
Hele landet	3 414	3 427	3 388	3 714
Oslo og Vikens andel	26 %	26 %	26 %	25 %

Hovedmålene i skogpolitikken er økt verdiskaping, bærekraftig skogbruk og konkurransedyktige skog- og trebaserte verdikjeder. Effektiv transport fra skog til industri er vesentlig for konkurranseevnen. Gjennom økt bruk av tre som råstoff til industri, i trebyggeri og som energibærer vil skogen bidra til reduksjoner i klimagassutslippene og til økt verdiskaping (kilde: Meld. St. 6 (2016-2017) Verdier i vekst - Konkurransedyktig skog- og trenæring). Skogbruket).

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Skogproduksjon	Økt skogproduksjon	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Styrke regionale nettverk</li> <li>• Bidra til aktivitetsfremmende tiltak</li> </ul>
Infrastruktur	Effektiv tømmertransport	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til mest mulig rasjonell transport på vei, bane og sjø</li> </ul>
Trebyggeri	Økt bruk av tre i bygg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til å formidle kunnskap om tre som byggemateriale</li> </ul>
Energiproduksjon basert på gårdens ressurser	Økt bruk av bioenergi på gårdsbruk og i offentlige bygg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legge til rette for overgang fra svart til grønt karbon som energikilde</li> </ul>
Produktutvikling basert på tre	Økt verdiskaping	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilisere og støtte opp om gründerskap</li> </ul>

## 5. Andre satsingsområder

### 5.1. Fjellandbruket

I Sør-Norge er fjellområder definert som områder som ligger minst 700 meter over havet. Som fjellkommuner regnes kommuner der minst 50 % av arealet kan defineres som fjellområder. I Oslo og Viken er Hol, Ål, Hemsedal, Gol, Nes, Flå, Rollag og Nore og Uvdal å regne som fjellkommuner. De sliter ofte i konkurransen om effektivitet da driftsenhetene er små, bratte og dårlig arrondert. Fortrinnet vil være at de kan produsere mat med særpreg og har stort potensial innen landbruksbasert reiseliv. Opprettholdelse av bosetningen vil være en forutsetning for å sikre en god utvikling i regionens fjellkommuner.

Fjellbygdene har tradisjonelt sett den største prosentvise andelen av befolkningen sysselsatt innen både landbruk og turisme. De har også mest stølsdrift, utmarksbeite og vernede arealer. Stølsdrift er en god tradisjonsbærer som bidrar til å benytte ressursene i området på en hensiktsmessig måte samtidig som det er en attraktiv arena for turisme.

Det er viktig at det legges til rette for god og bærekraftig utvikling innenfor landbruket i fjellkommunene. Tilleggsnæringer står for en stor del av verdiskapningen. I enkelte kommuner driver så mange som 80% av brukene med tilleggsnæringer.

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Verdiskaping og aktivitet	Flere produkter og tjenester	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidra til samarbeid i fjellregionen</li> <li>• Markedsføre produkter fra fjellandbruket</li> <li>• Mobilisere til å utvikle fjellmatprodukter</li> <li>• Koble fjellmatprodukter med reiseliv</li> <li>• Bidra til bærekraftig hytteutvikling med mest mulig bruk av lokale ressurser</li> <li>• Bidra til økt verdiskaping basert på jakt- og fiskeressurser</li> <li>• Ta vare på og utvikle det grovfórbaserte husdyrholdet, med fokus på bruk av lokale ressurser og utmarksbeite</li> </ul>
Setring	Ta vare på setrene og seterkulturen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tilrettelegge for at setre og seterkulturen brukes som utgangspunkt for aktivitet og verdiskaping</li> </ul>
Bosetting	Opprettholde levende fjellbygder med aktivt landbruk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilisere for å styrke bosettingen</li> </ul>

## 5.2. Urbant og bynært landbruk

Urbant landbruk omfatter tradisjonelt landbruk i urbane strøk og urbane dyrkingsaktiviteter. Urbant landbruk er todelt, og består av tradisjonell gårdsdrift i urbane områder som leverer varer og tjenester direkte til byens eller tettstedets befolkning. Den andre delen er dyrkingsaktiviteter uten direkte næringsøkonomisk betydning, som ofte har et sosialt formål i tillegg til lokal matproduksjon.

Urbant landbruk kan bidra til kunnskapsutveksling mellom landbruket og bybefolkningen, utvikling av gode møteplasser mellom bonde og forbruker i byen, utvikling og styrking av nettverk mellom bønder og forbrukere, og kan gi landbruket flere muligheter som tjenesteleverandør til urbane strøk.

I Oslo og Viken finnes mange urbane landbruksaktiviteter i byer og tettsteder. Disse utgjør et stort potensial for gårdbrukerne, spesielt innen grønnsaks-, frukt-, og bærproduksjon. Urbant landbruk er også viktig for en miljøvennlig byutvikling, byens kulturlandskap og grønne lunger, og for utdanning, helse og sosialsektor.

Det bynære landbruket omfatter alle gårder i randsonene av tettbygde strøk og har en unik nærhet til et stort marked i Oslo og Viken, - spesielt innen grønnsaks-, frukt-, og bærproduksjon og innen tjenesteytelse, som f.eks. Inn på tunet og landbruksbasert reiseliv. Gårdbrukerne skjøtter et viktig kulturlandskap med beitedyr, åkerdrift og skog, som ofte er turområder for befolkningen. Presset på dyrket mark er stort, og aktive gårder med mat- og tjenesteproduksjon bidrar til å verne om matjorda i en region med landets beste matjordressurser.

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Landbrukets omdømme og jordvern	Økt kunnskap om matproduksjon  Redusert nedbygging gjennom økt forståelse for verdien av matjord	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunnskapsformidling og brobygging mellom landbruket og befolkningen</li> <li>• Utvikle andelslandbruk</li> <li>• Støtte opp om urban dyrking</li> </ul>

### 5.3. Nyskaping og rekruttering

Alle næringer er avhengige av nyskaping og rekruttering for å utvikles videre. I landbruket trenger vi både nyetablerere og vekstbedrifter som kan skape flere arbeidsplasser og øke verdiskapingen. Nasjonalt er det et ønske å styrke innovasjon og nyetableringer i alle deler av landet.

De fleste landbruksbaserte bedrifter som vil utvikle noe nytt har basis i tradisjonell landbruksdrift. Bondens motivasjon er ofte å bruke gårdens ressurser for å øke sin inntekt i stedet for å ta lønnet arbeid utenfor gården. Det kan være krevende å omstille seg fra å være råvareleverandør til å videreforedle varer og tjenester. Spesielt kan det være utfordrende å ha nok markedskompetanse, sette priser og verdsette eget arbeid.

Det er viktig at næringspolitikken rundt landbruksgründeren er tilpasset både de med store vekstambisjoner og de som ønsker å sysselsette familien på egen gård. I Oslo og Viken finnes allerede flere gode veiledningstilbud til etablerere. Det er viktig å opprettholde og videreutvikle disse.

Oslo og Viken har flere videregående skoler som tilbyr naturbruksutdanning. Rekrutteringen til de videregående skolene har vært god de senere årene, og det er viktig at denne trenden fortsetter. Norges miljø- og biovitenskaplige universitet (NMBU) ligger også i vår region. Dette gir unike muligheter både for høyere utdanning innen landbruksfaget og for tilgjengeligheten på relevant forskning.

Satsingsområde	Målsetning	Strategi
Nyskaping og bedriftsutvikling	Flere levedyktige nyetableringer og vekst for eksisterende landbruksbedrifter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sikre god etablereropplæring</li> <li>• Mobilisere og tilrettelegge for nyskaping og gründerskap</li> <li>• Bidra til kompetansehevende tiltak knyttet til videreutvikling av landbruksnæringa</li> </ul>
Ungdom og rekruttering	Flere unge skal drive gårdsbruk i Oslo og Viken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stimulere til økt rekruttering til landbruksutdanningene</li> <li>• Kompetansehevende tiltak for unge som vil videreføre og -utvikle foretakene i landbruket</li> </ul>