



DET KONGELIGE
LANDBRUKS- OG MATDEPARTEMENT

Statsråden

Stortinget
Ekspedisjonskontoret
Karl Johans gate 22
0026 OSLO

Deres ref
200791904

Vår ref
200701338-/KSG

Dato
29.06.2007

**Svar på skriftlig spørsmål nr 1303 fra stortingsrepresentant Hans Frode
Kielland Asmyhr - spesialprodukter i landbruket**

Spørsmål: "På grunn av den store omstillingen i landbruket med en stor reduksjon i antall bønder hvert år er det behov for å se på hvordan man skal utvikle landbruket videre. Mange bønder har blitt flinke på å utvikle nisje og spesialprodukter som kan gi god inntjening. Kan Statsråden redegjøre for hva han så langt i sin Statsrådsperiode har gjort for å fokusere på økt verdiskaping innen nisje og spesialprodukter i landbruket?"

Svar: Jeg har lagt fram en ny nasjonal strategi for næringsutvikling innen og i tilknytning til landbruket. Strategien har fått navnet "Ta landet i bruk!" og er å finne på Landbruks- og matdepartementet sine hjemmesider. Denne strategien skal legges til grunn for næringsutviklingsarbeid i hele landet og gir derfor en tydelig retning på hvordan jeg mener det må arbeides for å ta i bruk alle landbrukets menneskelige og materielle ressurser for å øke verdiskaping og sysselsetting.

Det er også lagt vekt på at utviklingsarbeidet skal være markedsorientert slik at det er mulighet for å ta ut gode priser for produktene og tjenestene. Strategien er fulgt opp med økte bevilgninger over jordbruksavtalene.

For å stimulere til næringsutvikling generelt har jeg i de to siste jordbruksoppgjørene bidratt til å sikre en betydelig økning i de fylkesvise bygdeutviklingsmidlene.

Når det gjelder mat spesielt, legger strategien "Ta landet i bruk!" følgende tre hovedstrategier til grunn for å nå målsettingen om økt verdiskaping basert på råvarer fra det norske landbruket:

- 1) Bidra til oppgradering og fornyelse av driftsapparat for å oppnå kostnadsreduksjoner i volumorientert primærproduksjon.
- 2) Bidra til nyskaping, utvikling av norsk matkultur, kompetanseutvikling og FoU.
- 3) Utvikling av merkeordninger, økt markedsadgang og gode distribusjonsløsninger

Mer detaljer om de tre hovedstrategiene kan leses i strategien.

I min statsrådsperiode har det blitt et betydelig antall produkter som har fått status som Beskyttet Betegnelse. Dette er en utmerkelse som gis til gode produkter som på bakgrunn av sin særegenhet får en spesiell beskyttelse. At så mange produkter har fått betegnelsen i løpet av 2006 og 2007 er et konkret bevis på at satsingen på spesialprodukter har båret frukter.

I strategien "Ta landet i bruk!" har jeg i tillegg til mat, trukket fram andre nasjonale satsingsområder. Økologisk matproduksjon og forbruk, trevirke, bioenergi, reiseliv og opplevelsesproduksjon, inn på tunet og annen grønn vare- og tjenesteproduksjon er alle områder der det ligger et betydelig potensial for utvikling av lønnsom næringsvirksomhet.

Målsettingen for økologisk matproduksjon og matforbruk er at 15 prosent av matproduksjonen og matforbruket skal være økologisk i 2015. Denne målsettingen er ambisiøs, og strategien gir tydelige signaler i forhold til hvordan målsettingen kan nås. Det er spesielt viktig at en målsetting om økologisk forbruk i størst mulig grad kan fylles med norsk produksjon.

Målsettingen når det gjelder trevirke er økt bruk av tre og økt lønnsomhet i hele verdiskjeden. Her spiller utvikling av nisse- og spesialprodukter en betydelig rolle.

Når det gjelder bioenergi, er målsettingen økt sysselsetting og økte inntekter for landbruket, og i tilknyttede virksomheter. Bioenergi er et område der jeg ser betydelige muligheter for å realisere inntekter til landbruket. Jeg er svært engasjert i området og gjør en betydelig innsats for å bidra til at en stor andel av verdiskapingen tilfaller bøndene som i utgangspunktet sitter på ressursene.

For reiseliv og opplevelsesproduksjon er følgende målsetting formulert: Økt verdiskaping og bedriftsøkonomisk lønnsomhet basert på mat, kultur, natur og aktivitetsbaserte opplevelser. Det bygdebaserte reiselivet representerer en stadig økende andel av det de reisende er ute etter. At norske fjorder blir kåret til verdens mest attraktive reisemål er et tydelig bevis på at verdiskapingspotensialet er stort, og jeg legger ekstra stor vekt på å presentere norsk matkultur som et viktig innslag i reiselivsproduktet Norge.

Inn på tunet er en voksende næring der landbruket tilbyr tjenester både i helse-, omsorgs- og utdanningssammenheng. Målet for dette satsingsområdet er økt lønnsomhet gjennom langsiktige avtaler og gode kvalitetssikrede tjenester. Dette er et innsatsområde der landbrukets ressurser bør utnyttes for å tilby gode, spesialtilpassede tilbud til utvalgte målgrupper. En viktig utfordring er å kvalitetssikre tjenestene for å sikre gode og langsiktige avtaler. Jeg har i min statsrådsperiode bidratt til å få dette arbeidet videreutviklet, og forholdene ligger nå godt til rette for å skape gode løsninger både for brukere og tilbydere av denne typen tjenester.

Avslutningsvis vil jeg gjøre det klart at det ikke er bare innenfor de ovenfor nevnte områdene at jeg legger forholdene til rette for nisje- og spesialprodukter. Jeg ønsker all verdiskaping basert på landbrukets samlede ressurser velkommen, og mener at jeg gjennom både signaler først og fremst gitt gjennom den nye nasjonale strategien for næringsutvikling, og gjennom økonomiske virkemidler som blir stilt til disposisjon, legger godt til rette for dette.

Med hilsen


Terje Riis-Johansen