



Kultur- og kirke-departementet  
Postboks 8030 Dep.

0030 OSLO

23.04.09

## PILEGRIMSMOTIVET – ET NASJONALT UTVIKLINGSPROSJEKT.

Norsk Bygdeturisme og Gardsmat er glad for at vi har blitt gitt anledning til å komme med en høringsuttalelse til "På livets vei." Pilegrimsmotivet – et nasjonalt utviklingsprosjekt.

Norsk Bygdeturisme og Gardsmat (NBG) er bransje- og markedsorganisasjonen for tilbydere og produsenter innen bygdeturisme og gardsmat. Vi organiserer bedrifter som driver med overnatting, servering, gjestegårder, kurs- og konferanse, matproduksjon, opplevelser basert på natur på land og til vanns, kunst, kultur og stedenes egenart og historie. Vi har en sentraladministrasjon som holder til i Landbrukets Hus i Oslo og er organisert med 12 regionlag fordelt over hele landet.

NBG tror at Pilegrimssatsingen vil kunne ha en stor betydning for reiselivet i Norge. Men de nye tiltak som tenkes iverksatt er det viktig at blir satt i sammenheng med allerede etablerte og tilrettelagte reiselivsbedrifter. For å kunne ta i mot et økende antall pilegrimer og dekke deres behov for overnatting, servering og opplevelse av stedenes egenart og kultur, er det viktig at den nødvendige infrastruktur er tilrettelagt og fungerer godt.

Mange av NBG sine medlemsbedrifter ligger strategisk plassert i forhold til å kunne ivareta dette behov. Noen av disse historiske gårdene har også i tidligere tider spilt en viktig rolle og vært vertskap for pilegrimer gjennom årene. Den som er gjest på en bygdeturismebedrift opplever å komme tett på vertskapet. Mange av disse stedene legger vekt på å gi gjesten en unik historie kombinert med mat med forankring i gården eller bygda.

Vi ser det som veldig viktig at det i arbeidet med et nasjonalt utviklingsprosjekt legges nødvendig vekt på de bedriftene som allerede har et potensiale for utvikling innen dette feltet. Mange av bedriftene tilbyr i dag overnatting og matservering, strategisk plassert langs en pilegrimsled. Det bør arbeides for at disse får nødvendig kjennskap og kunnskap om prosjektet slik at de hvis de ønsker det, kan utvikle seg i retning av å kunne fylle pilegrimenes behov. Denne nasjonale satsingen bør også kunne stimulere til at flere ønsker å starte næring innen det bygdebaserte reiselivet og ser koblingen til de pilegrimsaktiviteter som eksisterer og/eller som vil komme.

Det er viktig at ressurser som settes inn i dette prosjektet brukes til å styrke reiselivsaktørene, både innen det tradisjonelle reiselivet og det bygdebaserte reiselivet. Dette må skje på en slik måte at allerede eksisterende infrastruktur prioriteres. Det er også av vesentlig betydning at de



det prioriteres å satse midler på, driver næring og har en mulighet til å livnære seg av det som bygges opp. En annen prioritering vil være svært uheldig og kanskje også bidra til en konkurransevridding som blir utfordrende å forholde seg til for den som er avhengig av inntekt fra bedriften. Det må ikke legges opp til en satsing som gjør at det som skal tilbys til pilegrimer, skal være "så billig som mulig" eller "gratis". Da får vi en situasjon som vil svekke reiselivet snarere enn å styrke det.

Norsk Bygdeturisme og Gardsmat ser også at den satsingen som gjøres gjennom en nasjonal pilegrimssatsing er i tråd med Regjeringens reiselivsstrategi, Verdifulle Opplevelser, en strategi som legger vekt på en bærekraftig utvikling av reiselivet i Norge. Dette er et godt utgangspunkt for å ivareta en helhetlig utvikling.

Norsk Bygdeturisme og Gardsmat er glad for det initiativ som her er tatt for en nasjonal satsing på pilegrimsledene i landet vårt. Vi tror at gjort på den rette måten vil dette initiativet bidra til en styrking av det bygdebaserte reiselivet. På livets vei, pilegrimsmotivet – et nasjonalt utviklingsprosjekt, vil hvis man lykkes med å sette nødvendige næringsaktører i sammenheng og samspill, kunne bli en virkelig stor, god og helhetlig opplevelse for de pilegrimene som tar disse turene.

Vi ønsker lykke til og ser frem til å følge det videre arbeidet på vegne av vår næring.

Med vennlig hilsen

Tove Raastad Breien  
Styreleder  
Norsk Bygdeturisme og Gardsmat  
[tove@nbg-nett.no](mailto:tove@nbg-nett.no)  
91136866



## Norsk Bygdeturisme og Gardsmat blir HANEN

- tradisjonsrik organisasjon med nytt, stolt navn

Medlemsorganisasjonen for små og store produsenter av gardsmat, innlandsfisk og drivere av ulike former for bygdeturisme samler seg om nytt navn - og ny logo. Målet er å være en klar og tydelig aktør mot forbrukere i inn- og utland - og mot medlemmer i hele landet.

### Valget er HANEN

Landsmøtet på Vegårshei kom tidligere i år fram til navneendringen. Ønsket til organisasjonen er å favne flest mulig av gardsmatprodusentene og driverne av bygdeturisme i hele Norge - og at disse samles rundt det stolte symbolet og de verdier som kan knyttes til HANEN. Behovet for et enkelt og tydelig navn, er en del av strategien med å styrke den utadrettede kommunikasjonen organisasjonen har.

Internt symboliserer HANEN alle de kvalitetskrav, verdier og bevissthet medlemmene stiller til sin egen virksomhet.

- Vi har kommet til erkjennelsen at både egne medlemmer, forretningsforbindelser, proffkunder og allmennheten trenger å forbinde oss med et enkelt og tydelig navn, sier generalsekretær Sunni Grøndahl Aamodt.

Organisasjonen har både ambisjoner om å styrke det eksisterende verdigrunnet, tilegne seg nye medlemmer og være synlig med sitt budskap til næringsaktører

og samarbeidspartnere. Fusjonen med Norsk Innlandsfiskelag nå nylig er et godt eksempel på spennende ting som skjer, sier Grøndahl Aamodt.

### HANEN er der

Målet med HANEN er å styrke posisjonen til medlemmene i møtet med markedet og samarbeidspartnere i næringslivet. Organisasjonen vil - med det nye navnet og den nye logoen - få et uttrykk som i hele Europa blir forbundet med bygdeturisme og lokalprodusert mat av høy kvalitet. Alle vil kunne se hanen som skiltmerking på norske veier, storkunder og publikum finner i tillegg all informasjon de trenger på de nye nettsidene som kommer - [www.hanen.no](http://www.hanen.no) - og HANEN vil selvfølgelig være representert på reiselivsmesser og matmesser i Norge og i Europa.

### Stolt som HANEN

Innholdet i all kommunikasjon fra HANEN springer ut fra verdiene samlende, solid og troverdig. Både gardsmaten og bygdeturismen er et resultat av det beste kulturlandskapet vårt byr på. Enten det dreier seg om gardsmat som bygger på håndverk, tradisjoner og lokale råvarer, eller gjestfrihet og opplevelser innen bygdeturisme, HANEN er et symbol på kvalitet og stolthet. HANEN er kommet for å bli.

Med vennlig hilsen

Sunni Grøndahl Aamodt, Generalsekretær i HANEN

FØR:

NÅ:

