

**VERDISKAPINGSPROGRAMMET
FOR
MATPRODUKSJON**

*ET PROGRAM FOR
INNOVASJON OG MANGFOLD
PÅ MATOMRÅDET*

En næringspolitisk nyorientering....

03.01.2001

Forord

Ved Stortingets behandling av landbruksmeldinga mente Næringskomiteen at det bør settes i verk et verdiskapingsprogram for matproduksjon jfr Innst.S.nr.167 (1999-2000). Landbruksdepartementet fulgte opp komiteens innstilling ved jordbruksoppgjøret jfr St.prp.nr.82 (1999-2000) og Innst. S.nr 219 (1999-2000) hvor det ble satt av 100 mill kr til programmet for år 2001. Satsingen skal gå over 10 år, og startes opp 01.01.2001. Hovedformålet for programmet er høyere verdiskaping gjennom å stimulere til produksjon av mat med særpreg og av høy kvalitet med utgangspunkt i markedsmuligheter og forbrukerbehov.

Departementet oppnevnte på denne bakgrunnen en styringsgruppe som fikk i oppdrag å legge fram forslag til innhold, finansiering og gjennomføring av verdiskapingsprogrammet for matproduksjon. Det ble også oppnevnt en referansegruppe til støtte for styringsgruppen og sekretariatet i SND.

Styringsgruppen legger med denne rapporten fram et forslag til verdiskapingsprogram for matproduksjon. Dokumentet er utarbeidet som et grunnlag for beslutning om iverksetting. Det bør derfor lages mer egnet informasjonsmateriale om innhold og muligheter for næringsaktørene i forbindelse med oppstarten av programmet.

Rapporten er utstyrt med flere vedlegg som gir informasjon om aktuelle innspill og faglige bidrag til verdiskapingsprogrammet. Vedleggene står imidlertid ikke for styringsgruppens regning.

Oslo, 3. januar 2001

Innhold

0. Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon - sammendrag	4
Hovedmål og strategier	4
Virkemidler	4
Merkeordning med beskyttelse av navn og særpreg	6
Andre rammebetingelser	6
Informasjons- og kommunikasjonsteknologi	6
Konkurransestrategiene	6
Reindriften	6
Styring og oppfølging av verdiskapingsprogrammet	7
1. Hva er Verdiskapingsprogrammet?	8
2. Målsettinger	8
3. Hvorfor et verdiskapingsprogram for matproduksjon?	9
4. Flaskehalsen for innovasjon på matområdet	9
5. Aktuelle verdiskapingsstrategier innenfor verdiskapingsprogrammet	9
6. Verdiskapingsprogrammets strategier	11
7. Verdiskapingsprogrammets innhold	12
Handlingsområde nr. 1: Nyskaping og bedriftsutvikling	13
Handlingsområde nr. 2: Distribusjon og markedskanaler	13
Handlingsområde nr. 3: Kompetanse	14
Handlingsområde nr. 4: Mobilisering og nettverk	15
Handlingsområde nr. 5: Merkeordninger for beskyttelse av produktnavn og særpreg	16
Handlingsområde nr. 6: Andre offentlige rammebetingelser	16
Prioriteringer mellom handlingsområder	16
8. Verdiskapingsprogrammet og øvrig virkemiddelsystem	16
9. Informasjons- og kommunikasjonsteknologiens bidrag til Verdiskapingsprogrammet	17
10. Verdiskapingsprogrammet og konkurransestrategiene	17
11. Verdiskapingsprogrammet og geiteholdet	18
12. Verdiskapingsprogrammet og reindriften	19
13. Verdiskapingsprogrammet og økologiske produkter	20
14. Sjøbasert og landbasert nyskaping innenfor Verdiskapingsprogrammet	20
15. Arbeidsformer innenfor Verdiskapingsprogrammet	21
16. FMLAs rolle i gjennomføringen av verdiskapingsprogrammet for matproduksjon	21
17. Krav til prosjekter innenfor verdiskapingsprogrammet	21
18. Styring og oppfølging av verdiskapingsprogrammet	22
Forslag fra flertallet	22
Forslag fra mindretallet	25
Vedlegg	28

0. Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon - sammendrag

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon er et program for *innovasjon og mangfold på matområdet*.

Med *innovasjon og mangfold* menes i denne sammenhengen:

- utvikling av spesialiserte matvarer av høy kvalitet basert på:
 - norske mattradisjoner og lokale/regionale matspesialiteter og hvor inspirasjon også kan være hentet fra andre land, eller
 - andre forbrukertrender i matvaremarkedet som helsefremmende mat, mat som er lett å tilberede, mat/råvarer som er produsert med utgangspunkt i særlige etiske/miljømessige/kvalitetsmessige krav og lignende
- fornyelse av produksjons-, leverings- og distribusjonsmetodene
- fornyelse eller utvidelse av markedene for de aktuelle matvarene

Hovedmål og strategier

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon skal ha en tidshorisont på 10 år. Det legges opp til en inndeling av programperioden i faser. Fase 1 omfatter oppstarten i 2001 og 2002. Deretter bør det foretas en gjennomgang av prioriteringer og rammer som grunnlag for fase 2 som gjelder årene 2003 til og med 2005. Ved avslutning av fase to bør det gjennomføres en full evaluering av programmet som grunnlag for prioriteringene i den siste femårsperioden.

Hovedformålet med programmet er å bidra til *høyere verdiskaping* både innenfor primærproduksjon og foredling. For fase 1 foreslås følgende hovedstrategi:

Verdiskapingsprogrammet skal legge til rette for primærprodusenter og næringsmiddelbedrifter som utvikler spesialiserte matvarer av høy kvalitet for salg i markeder med høy betalingsvillighet og som bidrar til økt verdiskaping for primærprodusentene

Forut for fase 2 bør det vurderes nærmere hvilken rolle verdiskapingsprogrammet bør ha i tilknytning til volum- og non-food-segmentene.

Programmet vil ta utgangspunkt i forbrukerbehovene i det norske markedet, men det vil også bli lagt vekt på å bidra til eksport av aktuelle produkter.

I det foreliggende programutkastet er det lagt hovedvekt på landbaserte nyskappingsaktiviteter. Når en eventuell tilleggsfinansiering fra fiskesiden foreligger, må programmet tilpasses slik at fiskerinæringens behov blir bedre dekket.

Virkemidler

Det er bevilget 100 mill. kr over jordbruksavtalen i 2001, og det er signalisert en ramme for den første femårsperioden på minimum 500 mill. kr. Konkurransestrategiene for norsk mat inngår som en del av verdiskapingsprogrammet med en bevilgning på 50 mill. kr i 2001. Fordelingen av midler mellom konkurransestrategiene og de øvrige delene av verdiskapingsprogrammet vil for de senere årene kunne endres i jordbruksavtalen.

For fase 1 foreslås følgende prioriteringer innenfor rammen av de frie midlene (50 mill. kr. for 2001):

Nyskaping og bedriftsutvikling

Det eksisterer allerede en rekke ordninger for finansiering av næringsutviklingsprosjekter. Verdiskapingsprogrammet skal utgjøre et supplement til disse ordningene. SNDs distriktskontorer og FMLA-systemet (Fylkesmennenes landbruksavdelinger) vil fortsatt være stedet hvor entreprenører og bedrifter normalt skal henvende seg med nyskappingsprosjekter på matområdet, og de ordinære BU-ordninger og andre eksisterende SND-virkemidler vil finansiere mesteparten av disse prosjektene. Innenfor verdiskapingsprogrammet foreslås følgende ordning som dagens virkemiddelapparat ikke fanger opp i tilstrekkelig grad:

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon skal støtte eksisterende og nyetablerte *sammenslutninger av primærprodusenter (produsentnettverk) og næringsmiddelbedrifter i et økonomisk eller organisatorisk samarbeid med primærprodusenter* som trenger risikokapital:

- for å utvikle matvarer av høy kvalitet rettet mot markeder med høy betalingsvillighet, eller
 - for å komme inn på nye markeder med slike matvarer
- og hvor prosjektet vil bidra til økt verdiskaping for primærprodusentene.

Distribusjon og markedskanaler

Distribusjon og markedskanaler for omsetning av produkter vil være en flaskehals for småskala matprodusenter. Det foreslås at det gis støtte til effektive *markedskanaler* (mellomledd) mellom småskala matprodusenter og matvarebutikker, storhusholdninger eller restaurantmarkedet. Matvarene må være rettet mot markeder med høy betalingsvillighet og prosjektene må bidra til økt verdiskaping for matprodusentene.

Kompetanse

Kompetanse er en nøkkelfaktor for nyskaping på alle områder, også matområdet. Det foreslås en *kompetansesatsing rettet mot primærprodusenter og mindre næringsmiddelbedrifter*. Det vil være behov for en nærmere gjennomgang av kompetansebehovene for de ulike målgruppene. Viktige temaer kan være offentlige regelverk, nye organisasjonsmodeller, bedriftsledelse, produktutvikling, forretningsutvikling og marked. E-læring bør utprøves. Dette vil gi muligheter for kommunikasjon med andre med samme kompetansebehov og bidra til utvikling av nettverk mellom småskala matprodusenter. Innsatsen bør koordineres med andre aktører som finansierer og organiserer kompetanseutvikling, og en bør aktivt utnytte de positive synergier som ligger i samhandling med SNDs øvrige kompetanseprogrammer som AgroFRAM og BIT.

Det foreslås videre at det gis støtte til utvikling av *regionale kompetansesentre for småskala matproduksjon*. Det er ikke aktuelt å bygge opp helt nye miljøer. Sentrene må være koblet til eksisterende miljøer som videregående skoler, regionale høyskoler, kokkemiljøer eller FOU-miljøer. Hensikten med slike regionale kompetansesentre vil være å ha et førstelinje-apparat for matfaglig rådgivning og sensorisk kvalitetssikring ofte knyttet til et prøvekjøkken. Det vil være naturlig med en ansvarsdeling mellom ulike kompetansemiljøer. Det bør gjennomføres en kartlegging og legges opp til en arbeidsdeling innenfor et nettverk før støtteordningen etableres. Eventuell støtte fra verdiskapingsprogrammet bør være på prosjektbasis.

Det foreslås også en *besøksordning* hvor målgruppen er bedrifter under 20 ansatte inkludert småskala matproduksjon på gårdsbruk. Hver bedrift får tilbud om gratis konsulenttid i egen bedrift tilsvarende to dagsverk. Dette innebærer en dags besøk i bedriften og nødvendig etterarbeid.

Endelig foreslås det en *fadderordning* for primærprodusenter som holder på å starte opp ny virksomhet. Fadderne vil være vellykkede etablerere som får en godtgjøring for arbeidet.

Mobilisering og nettverk

Moderne innovasjonsteori legger stor vekt på nettverk og samarbeid som forutsetninger for nyskappingsaktiviteter. Mobilisering på lokalsamfunnsnivå blir også viktig. Det foreslås en støtteordning for etablering av *nettverksorganisasjoner for primærprodusenter*. Ordningen skal fungere som en starthjelp i en tidlig fase for produsenter som ønsker å samarbeide om utvikling og markedsføring av kvalitetsmatvarer rettet mot markeder med høy betalingsvillighet. Dette kan være nettverksorganisasjoner knyttet til utvikling av produkter innenfor merkeordningene for opprinnelse og tradisjon, leveranse til utvalgte kunder (restauranter, matvarekjeder, storhusholdning) og lignende. Innenfor rammen av denne ordningen bør det vurderes om det skal gis støtte til en egen nettverksorganisasjon for geiteholdet.

Merkeordning med beskyttelse av navn og særpreg

Landbruksdepartementet har besluttet å etablere en norsk lovbasert *merkeordning* som skal beskytte geografisk navn, særpreg og kvalitet for produkter på matområdet. Dette vil være en sentral del av en strategi for økt verdiskaping på matområdet.

Andre rammebetingelser

Det foreslås at det gjennomføres et eget prosjekt med videre kartlegging av flaskehals for nyskaping knyttet til utformingen og praktiseringen av offentlige regelverk på matområdet med sikte på å finne aktuelle løsninger.

Informasjons- og kommunikasjonsteknologi

Informasjons- og kommunikasjonsteknologien vil kunne spille en betydelig rolle i arbeidet for å øke verdiskapingen på matområdet. Et stort potensiale for bruk av IKT i norsk matvareproduksjon vil kunne ligge innen markedsføring og distribusjon. Utviklingen av et elektronisk basert kompetansesenter vil kunne være en avgjørende arena både for kompetanseutvikling hos produsentene og for erfaringsutveksling mellom verdiskapingsprogrammets enkeltprosjekter. Videre bør den nye internetteknologiens fortrinn utnyttes ved utvikling og gjennomføring av prosjekter og tiltak innenfor alle handlingsområdene i programmet.

Konkurransestrategiene

Det foreslås at det gjennomføres en evaluering av konkurransestrategiene med sikte på at eventuelle endringer kan gjennomføres fra og med 2002.

Når det gjelder den løpende tilpasningen og utviklingen innenfor konkurransestrategiene, bør det innenfor de ulike delprogrammene så langt det er mulig tas hensyn til de prioriteringene som blir gjort innenfor verdiskapingsprogrammet. Utvikling av matvarer med høy kvalitet og med særpreg bør stå sentralt. Konsulent- og nettverksprogrammet bør i tillegg utvides til å omfatte fiskeribransjen.

Reindriften

Styringsgruppen har arbeidet med utgangspunkt i at det skal etableres et eget verdiskapingsprogram for reindriften finansiert over reindrifftsavtalen hvor hovedmålet vil være å bidra til økt lokal slakting og foredling samt finne nye markeder for omsetning av reinkjøtt. Dette spørsmålet vil bli drøftet nærmere i reindrifftsforhandlingene.

Styring og oppfølging av verdiskapingsprogrammet

Det foreslås at det etableres et eget styre for verdiskapingsprogrammet som skal utvikle og konkretisere programmets strategier samt foreta overordnede prioriteringer. Et flertall i styringsgruppen foreslår at styret skal ha myndigheten til å bevilge fra programmets rammer. Et mindretall går inn for at SNDs hovedstyre skal ha denne myndigheten.

1. Hva er Verdiskapingsprogrammet?

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon er et program for innovasjon og mangfold på matområdet.

Med *innovasjon og mangfold* menes i denne sammenhengen:

- utvikling av spesialiserte matvarer av høy kvalitet basert på:
 - norske mattradisjoner og lokale/regionale matspesialiteter og hvor inspirasjon også kan være hentet fra andre land, eller
 - andre forbrukertrender i matvaremarkedet som helsefremmende mat, mat som er lett å tilberede, mat/råvarer som er produsert med utgangspunkt i særlige etiske/miljømessige/kvalitetsmessige krav og lignende.
- fornyelse av produksjons-, leverings- og distribusjonsmetodene
- fornyelse eller utvidelse av markedene for de aktuelle matvarene

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon skal ta utgangspunkt i forbrukerbehov og de mulighetene som markedet gir. Programmet skal bidra til nyutvikling og videreutvikling av mat med særpreg og av høy kvalitet for betalingsvillige markeder først og fremst i Norge, men også internasjonalt.

Et hovedsiktemål innenfor programmet er å stimulere til nyskappingsaktiviteter som direkte eller indirekte vil bidra til økt verdiskaping på de enkelte gårdsbruk. Virkemidlene vil i all hovedsak bli rettet mot primærprodusenter og næringsmiddelbedrifter som satser på utvikling og markedsføring av matvarer med spesiell kvalitet og høy potensiell verdi.

Verdiskapingsprogrammet skal være målrettet og handlingsorientert. Det betyr at programmet vil legge hovedvekten på finansiering av konkrete nyskappingsprosjekter og kompetansetiltak som er relevante for næringsaktørene. Programmet skal bidra til konkrete nyskappingsprosesser i hele matvarekjeden.

Forskning og god kopling mellom næringslivet og kunnskapsmiljøer er helt sentralt for innovasjon og økonomisk utvikling. Med den handlingsorienterte profilen som er valgt for verdiskapingsprogrammet, vil det være nødvendig med et nært samarbeid med Norges forskningsråd som har hovedansvaret for finansiering av forskningsaktivitetene på dette området.

Verdiskapingsprogrammet skal også legge vekt på å utvikle synergier mellom sjøbaserte og landbaserte nyskappingsaktiviteter samt utnytte gjensidig kompetanse. Det foreliggende programutkastet har imidlertid en hovedvekt på landbasert næringsutvikling. Når en eventuell tilleggsfinansiering fra fiskesiden foreligger, skal programmet tilpasses slik at fiskerinæringens behov blir bedre dekket.

2. Målsettinger

Hovedformålet med programmet er høyere verdiskaping gjennom å stimulere til økt utnyttelse av markedsmulighetene både innenfor primærproduksjon og foredling. Viktige delmål er å:

- øke produksjon, omsetning og forbruk av spesialiserte matvarer
- øke kvalitet, mangfold og valgmuligheter i matvaretilbudet

- øke omsetning av norske råvarer
- øke verdiskaping i primærproduksjonen gjennom økt utnyttelse av markedsmuligheter

3. Hvorfor et verdiskapingsprogram for matproduksjon?

Det er flere utviklingstrekk som til sammen utgjør bakgrunnen for verdiskapingsprogrammet:

- Det er en økende interesse blant forbrukerne for et mangfold av spesialiserte kvalitetsmatvarer knyttet til produksjonsmåte, geografisk opprinnelse og særpreg basert på tradisjon og opplevelse.
- Redusert lønnsomhet i jordbruket gjør det nødvendig å utvikle nye strategier og markedssatsinger som kan gi mange bruk, også kombinasjonsbruk, nye utviklingsmuligheter for at jordbruket skal kunne oppfylle sine distriktpolitiske mål.
- Det norske matvaremarkedet er mindre preget av mangfold enn det som er tilfelle internasjonalt. Norsk matvareproduksjon og dagligvarehandel er i større grad enn andre europeiske land fokusert på standardvarer og et smalt sortiment der priskonkurransen er stor.
- Konkurransen fra utlandet på det norske markedet er økende, særlig når det gjelder bearbeidede landbruksvarer (De såkalte RÅK-varene har et lavere importvern enn jordbruksråvarene).
- Den norske fiskeindustrien har et stort vekstpotensiale globalt. Det er betydelige muligheter knyttet til bearbeiding og videreforedling av fiskeråvarene.
- Tilbudet av fiskeprodukter på hjemmemarkedet kan bedres og gjøres mer tilgjengelig for forbrukerne.

4. Flaskehalsen for innovasjon på matområdet

I forbindelse med utviklingen av verdiskapingsprogrammet har det kommet en rekke innspill om flaskehalsen for nyskaping. Det dreier seg bl.a. om manglende holdninger og kultur for nyskaping, svakt utbygde nettverk, mangel på kompetanse knyttet til produktutvikling, forretningsutvikling og marked, manglende markedskanaler, manglende produktbeskyttelse for opprinnelse og tradisjon, uklar arbeidsfordeling mellom myndigheter og problemer ved utforming og praktisering av offentlige regelverk på næringsmiddelområdet. Det er utarbeidet et eget notat om dette som følger som vedlegg 3.

Det å redusere eller fjerne flaskehalsen for innovasjon er hovedgrunnet for utformingen av virkemidlene innenfor verdiskapingsprogrammet. Det har imidlertid ikke vært mulig innenfor tidsfristen å foreta en grundig gjennomgang av alle flaskehalsene. Det foreslås derfor at det gjennomføres et eget prosjekt med videre kartlegging og fjerning av flaskehalsen bl.a. knyttet til utforming og praktisering av offentlige regelverk. Det bør være en aktiv dialog og kommunikasjon med etablerere og andre som driver med nyskappingsaktiviteter i dette arbeidet.

5. Aktuelle verdiskapingsstrategier innenfor verdiskapingsprogrammet

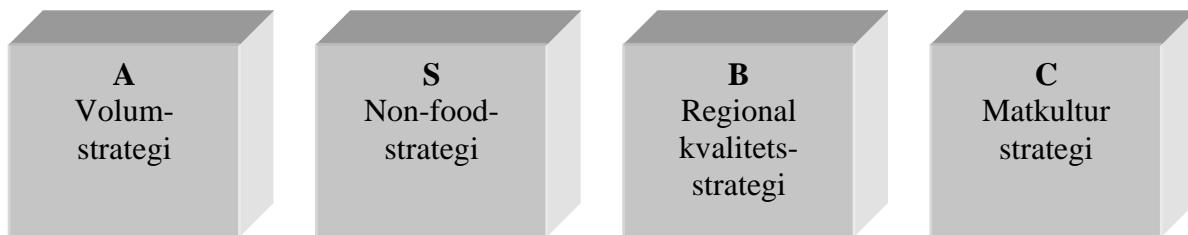
Den økonomiske utviklingen ser i større grad enn før ut til å kreve et mangfold av varer innenfor et bredt kvalitativt spekter. Tradisjonelle bedriftsstrategier som representerer forsøk på samtidige kombinasjoner av det å være kostnadseffektiv med det å produsere et bredt

spekter av ulike produkter og kvaliteter for et relativt lite marked, vil imidlertid kunne falle mellom to stoler i en mer åpen internasjonal økonomi. Matvareindustrien kan bli nødt til å foreta strategiske valg mellom kostnadslederstrategier og spesialiseringsstrategier i ulike deler av sin virksomhet. Ulike forretningsområder vil kunne bli organisert i henhold til hver sin strategi, men gjerne slik at aktivitetene trekker på hverandre der det er effektivt.

Nisjeprodusenter organisert i nettverk kan i mange sammenhenger være konkurransedyktige i forhold til stordriftsbaserte hierarkier i markeder med stor betalingsvillighet for det enkelte produktet. For å bidra til et økende mangfold vil det være hensiktsmessig at jordbruksorganisasjonene legger til rette for at innenlandske produsenter kan bli entreprenører på markedssiden og bidra til en konkurranse på produktvariasjon og –kvalitet; ikke på pris.

Når det gjelder kvalitativ spesialisering innenfor matvareproduksjonen kan det være flere modeller. Én kan være å videreutvikle/vitalisere lokale/regionale tradisjonsprodukter til merkevarer som kan ha et nasjonalt eller internasjonalt marked med høy betalingsvillighet. Her vil merkeordninger for beskyttelse av opprinnelse og tradisjon være viktig. En annen modell kan være utvikling av norsk matkultur innenfor en lokal eller regional ramme, for eksempel som element i et stedlig reiselivsprodukt.

Med dette som utgangspunkt kan det beskrives fire ulike verdiskapingsstrategier på matområdet¹.



Volumstrategien (A) omfatter tradisjonelle produkter som hvitost, smør, skinke, kjøttdeig, konsummilk osv, og representerer den langt største delen av dagens matproduksjonssystem hvor hovedvekten legges på å dekke det nasjonale markedet. Denne strategien kan også omfatte matvarer innenfor forbrukertrender som helsefremmende mat, mat som er lett å tilberede, spise i farten-mat, snacks osv. og hvor markedet kan være større enn det norske. Utfordringene innenfor volumstrategien er å sørge for en kontinuerlig produktutvikling samtidig med en kostnadseffektivisering. Industrien er opptatt av å videreutvikle kompetansen i næringen og bli en del av et mer kunnskapsbasert næringsliv.

Non-food strategien (teknologiske spin-offs) (S) kan omfatte innsatsfaktorer til ”innovative matprodukter”, bakteriekulturer, teknologiprodukter, fôrprodukter, bio-med produkter, kosttilskudd, husdyravl osv. Integrasjon mellom sjømat- og landbrukssektoren kan også være et område med betydelig potensiale for eksempel når det gjelder fôr og fôringredienser til oppdrettsfisk. Aktivitetene innenfor non-food strategien vil kunne utløses både gjennom gründerforetak og gjennom større industrielle satsinger. Videre vil det ofte være stort behov for risikokapital og en betydelig FOU-innsats. Produktene innenfor denne strategien vil stort sett være rettet mot et internasjonalt marked.

¹) Det vises for øvrig til vedlegg nr. 4 med kopi av en prosjektbeskrivelsen "Norsk jordbruksvaresektor. Strategi og forretningsutvikling mot år 2010." Handelshøyskolen BI.

Med regionale kvalitetsprodukter (B) tenker en på merkevarer basert på geografisk opprinnelse, historisk framstillingsmåte og/eller andre kvalitetsgarantier, som markedsføres i et nasjonalt eller internasjonalt marked. Det kreves altså et visst volum og en forretningsorganisasjon bak det enkelte produktet. I enkelte andre land er det bygget sterke internasjonale merkevarer med slike utgangspunkt, for eksempel parmaskinke, parmesanost, kylling fra Bresse, dyre viner og cognac. De aktuelle aktørene på dette markedet vil først og fremst være foredlingsbedrifter, men grupper av primærprodusenter vil også kunne spille en viktig rolle her.

Matkulturstrategien (C) retter seg mot det å utvikle særpregete, mangfoldige og velorganiserte nettverksøkonomier innenfor historisk-geografiske regioner, som f.eks. "Sogn", "Røros-regionen" og "Helgeland". Omsetningen er typiske regional, koblet til turisme, kulturliv og annen lokal tjenesteproduksjon, eller den skjer via internett og småskala logistikk. Her spiller primærprodusenten "som oppfinner og entreprenør" en viktig rolle sammen med bedrifter og institusjoner i ulike lokale næringer. Felles for den regionale kvalitetsstrategien og matkulturstrategien er at produktene er vanskelige å kopiere i store volumer og at de er koblet til bestemte "verdiøkende tjenester eller opplevelser". Dette øker sannsynligheten for at en produsent over tid vil kunne opprettholde en høy pris for det enkelte produktet.

Ulike matprodukter vil over tid kunne forflytte seg fra en strategi til en annen. Typisk vil de beste produktene innenfor C-strategien være kandidater for B-strategiens større volumer og bredere markedsnedslag. Virksomheter basert på ulike strategier vil typisk også interagere med hverandre, f.eks. ved at dyr med spesielle kvaliteter slaktes i et storskala slakteri for deretter å fraktes til et foredlingsanlegg knyttet til B-strategien eller C-strategien. Noen aktører vil kunne være viktige innenfor flere av strategiene – for eksempel gjennom ulike datterselskap. Et hovedpoeng er imidlertid at forretningsstrategiene bør rendyrkes i forhold til en forståelse av hva det er som representerer hovedpotensialet for verdiøkning i det enkelte tilfellet. Er det reduserte enhetskostnader? Er det unike kvalitetsegenskaper? Er det unike lokale matopplevelser og lokal tjenesteproduksjon? Eller er det utviklingen av ny teknologi, nye typer innsatsfaktorer, bioteknologi o.l. som kan omsettes i et internasjonalt bedriftsvaremarked?

En effektiv utvikling av hver av strategiene fordrer at de holdes konseptuelt atskilt, og at de utvikles næringspolitisk, organisatorisk og reguleringsmessig med utgangspunkt i hver sine spesifikke fokus og behov.

6. Verdiskapingsprogrammets strategier

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon skal ha en tidshorisont på 10 år. Det betyr at innholdet i programmet over tid må endres med utgangspunkt i erfaringene som vinnes og nye mål som settes. Verdiskapingsprogrammet må være et *lærende program* hvor det arbeides systematisk med å videreutvikle programmet i løpet av programperioden. Det legges derfor opp til en inndeling av programperioden i faser. Fase 1 omfatter oppstarten i 2001 og 2002. Deretter bør det foretas en gjennomgang av prioriteringer og rammer som grunnlag for fase 2 som gjelder årene 2003 til og med 2005. Ved avslutning av fase 2 bør det gjennomføres en full evaluering av programmet som grunnlag for prioriteringene i den siste femårsperioden.

Hovedmålet for verdiskapingsprogrammet er å bidra til høyere verdiskaping både innenfor primærproduksjon og foredling. Som det framgår av avsnitt 5, kan det tenkes ulike strategier

for økt verdiskaping på matområdet. Styringsgruppen har etter en samlet vurdering kommet til at en i startfasen av verdiskapingsprogrammet bør konsentrere innsatsen, og for fase 1 foreslås følgende hovedstrategi:

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon skal legge til rette for primærprodusenter og næringsmiddelbedrifter som utvikler spesialiserte matvarer av høy kvalitet for salg i markeder med høy betalingsvillighet og som bidrar til økt verdiskaping for primærprodusentene

Dette innebærer en prioritering av området kvalitativ spesialisering i startfasen av programmet (jf. verdiskapingsstrategi B og C i forrige avsnitt). Forut for fase 2 bør det vurderes nærmere hvilken rolle verdiskapingsprogrammet bør ha i tilknytning til volum- og non-food-segmentene.

Med utgangspunkt i innovasjonsteori og i arbeidet med kartlegging av flaskehalsar foreslås følgende delstrategier:

Verdiskapingsprogrammet skal:

- *utvikle og finansiere nyskappingsprosjekter som tar utgangspunkt i markedsmuligheter og forbrukerbehov*
- *bidra til utviklingen av markedskanaler*
- *fremme kompetanseutvikling*
- *bidra til mobilisering og utvikling av brede nettverk*
- *bidra til etablering av merkeordninger med beskyttelse av produktnavn og særpreg*
- *bidra til videreutvikling av offentlige regelverk for småskala matproduksjon*

7. Verdiskapingsprogrammets innhold

Det er bevilget 100 mill. kr til verdiskapingsprogrammet over jordbruksavtalen i 2001, og det er signalisert en ramme for den første femårsperioden på minimum 500 mill. kr. Konkurransestrategiene for norsk mat inngår som en del av verdiskapingsprogrammet med en bevilgning på 50 mill. kr i 2001. Det betyr at det er 50 mill. kr frie midler til disposisjon for programmet i 2001. Fordelingen av midler mellom konkurransestrategiene og de øvrige delene av verdiskapingsprogrammet vil for de senere årene kunne endres i jordbruksavtalen.

Det er valgt 6 handlingsområder med utgangspunkt i de foreslåtte strategiene for programmet:

1. Nyskaping og bedriftsutvikling
2. Distribusjon og markedskanaler
3. Kompetanse
4. Mobilisering og nettverk
5. Merkeordninger for beskyttelse av produktnavn og særpreg
6. Andre offentlige rammebetingelser

I det følgende vil en beskrive hovedutfordringer knyttet til de ulike handlingsområdene samt foreslå konkrete prioriteringer innenfor rammen av de frie midlene for fase 1 (2001 og 2002). Det vises også til referansegruppens innspill til styringsgruppen, se vedlegg 2.

Når det gjelder konkurransestrategiene og hvordan de kan samspille med verdiskapingsprogrammet, er dette omtalt i et eget avsnitt.

Noen av de foreslåtte tiltakene/prosjektene er relativt konkrete, mens andre har det ikke vært mulig å utvikle så langt som ønskelig med den tidsrammen som har vært satt. Enkelte tiltak/prosjekter må dermed konkretiseres og kvalitetssikres i gjennomføringsfasen. Noen tiltak/prosjekter vil også være av en slik karakter at det kun skal være rammer og strukturer som foreligger. Disse vil kunne bli utviklet i samarbeid med aktørene i markedet. Det bør legges stor vekt på å utvikle prosjekter som private investorer finner interessante.

Handlingsområdene nedenfor omfatter ikke spesifikke tiltak knyttet til økologisk landbruk eller geiteholdet. Mange av behovene for disse produktgruppene kan ivaretas innenfor de generelle tiltakene/prosjektene som foreslås. Spesielle problemstillinger knyttet til økologiske produkter og geiteholdet er omtalt i egne avsnitt.

For reindrift arbeides det med et verdiskapingsprogram som er omtalt i eget avsnitt.

Handlingsområde nr. 1: Nyskaping og bedriftsutvikling

Det eksisterer en rekke finansieringsordninger som kan benyttes for utvikling av mat med særpreg og av høy kvalitet. Finansiering av slike næringsutviklingsprosjekter i regi av enkeltbedrifter/enkeltprodusenter skjer gjennom bygdeutviklingsmidlene og andre eksisterende SND-ordninger. Spørsmålet om høyere prioritering av matområdet innenfor BU-ordningene bør imidlertid vurderes.

Når det gjelder finansieringsmulighetene for ulike former for produsentnettverk, samarbeidsprosjekter mellom primærprodusenter og næringsmiddelbedrifter/omsetningsledd og samarbeidsprosjekter mellom landbaserte og sjøbaserte næringsmiddelbedrifter som trenger risikokapital til utvikling av matvarer med særpreg og høy kvalitet, er dette ikke fullt ut tilfredsstillende i dagens system. Denne typen av nettverk vil bl.a. kunne spille en sentral rolle i arbeidet med å utvikle matvarer som kan falle inn under den nye merkeordningen for geografisk opprinnelse og tradisjon. Internasjonalt kan det vises til flere suksesshistorier for nettverksbaserte nisjeprodusenter. Det bør derfor være en sentral oppgave for verdiskapingsprogrammet å bidra til utviklingen av kommersielle nettverk og andre nye organisasjonsmodeller.

Forslag for fase 1:

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon skal støtte eksisterende og nyetablerte *sammenslutninger av primærprodusenter (produsentnettverk) og næringsmiddelbedrifter i et økonomisk eller organisatorisk samarbeid med primærprodusenter* som trenger risikokapital:

- for å utvikle matvarer av høy kvalitet rettet mot markeder med høy betalingsvillighet, eller
 - for å komme inn på nye markeder med slike matvarer
- og hvor prosjektet vil bidra til økt verdiskaping for primærprodusentene.

Handlingsområde nr. 2: Distribusjon og markedskanaler

Distribusjon og kanaler for omsetning av produkter vil være en av flaskehalsene for småskala matprodusenter. Det henger sammen med at det er få etablerte kanaler for å få kvalitetsprodukter/nisjeprodukter ut i markedet. Samtidig er produsentene små, de ligger ofte spredt og er i liten grad organisert. Det er derfor behov for å bidra til en bedre organisering på produsentsiden og å stimulere til etablering av ulike former for markedskanaler for disse småprodusentene. Aktuelle kanaler for omsetning kan være gårdsutsalg, butikker,

spesialbutikker, matbasarer, restauranter, storhusholdning og lignende. Utnyttelse av internett som markedsførings- og salgskanal vil også være interessant. Det bør vurderes å bygge videre på det arbeidet Norsk Gardsmat har gjort med å etablere nye distribusjons- og markedskanaler.

Særlig viktig blir det å utvikle et godt samarbeidsforhold med matvarekjedene. Skal målene for verdiskapingsprogrammet nås, vil det være avgjørende at en stor andel av produktene får en distribusjon gjennom dagligvarehandelen og bli presentert for et stort publikum

De fleste produktene som får en eller annen finansiering fra verdiskapingsprogrammet, vil sannsynligvis rette seg mot det norske markedet. Det bør imidlertid arbeides for at enkelte produkter kan bli lansert internasjonalt. Her vil Eksportprogrammet innenfor Konkurransestrategiene for norsk mat stå sentralt.

Forslag for fase 1:

Det foreslås at det gis støtte til effektive *markedskanaler* (mellomledd) mellom småskala matprodusenter og matvarebutikker, storhusholdninger eller restaurantmarkedet. Matvarene må være rettet mot markeder med høy betalingsvillighet og prosjektene må bidra til økt verdiskaping for matprodusentene.

Handlingsområde nr. 3: Kompetanse

Kompetanse er en nøkkelfaktor for nyskaping på alle områder, herunder matområdet. For verdiskapingsprogrammet er det viktig å forankre kompetansearbeidet i brukernes behov og å finne fram til modeller som kan bidra til en effektiv kompetanseheving særlig for småskala matprodusenter. Bruk av internettbasert teknologi bør inngå i utvikling av læringsarenaer. Dette vil gi muligheter for kommunikasjon med andre med sammenfallende kompetansebehov og bidra til utvikling av nettverk mellom småskala matprodusenter. Det bør legges opp til et nært samarbeid med næringsorganisasjoner og berørte offentlige myndigheter i dette arbeidet. Det bør også trekkes aktivt på de erfaringer og arbeidsmodeller SND har benyttet i sin kompetansesatsing innenfor ulike bransjer og verdikjeder for eksempel gjennom programmene AgroFRAM og BIT.

Som en del av kompetansetiltakene rettet mot småskala matprodusenter ser det videre ut til å være et behov for et førstelinje-apparat for rådgivning. Mange etablerere føler behov for et rådgivningsmiljø som det er lettere å identifisere seg med, og som sitter nærmere brukerne enn kompetanseinstitusjonene på nasjonalt plan.

Forslag for fase 1:

Det foreslås en *kompetanseutviklingsatsing for primærprodusenter og mindre næringsmiddelbedrifter*. Det vil være behov for en nærmere gjennomgang av kompetansebehovene for de ulike målgruppene. Viktige temaer kan være offentlige regelverk, nye organisasjonsmodeller, bedriftsledelse, produktutvikling, forretningsutvikling og marked. E-læring bør utprøves. Dette vil gi muligheter for kommunikasjon med andre med samme kompetansebehov og bidra til utvikling av nettverk mellom småskala matprodusenter. Innenfor rammen av satsingen bør også hospiteringsordninger mellom landbaserte og sjøbaserte foredlingsbedrifter utprøves. Innsatsen bør koordineres med andre aktører som finansierer og organiserer kompetanseutvikling.

Det foreslås videre at det gis støtte til utvikling av *regionale kompetansesentre for småskala matproduksjon*. Det er ikke aktuelt å bygge opp helt nye miljøer. Sentrene må være koblet til eksisterende miljøer som videregående skoler, regionale høyskoler, kokkemiljøer eller FOU-miljøer. Hensikten med slike regionale kompetansesentre vil være å ha et førstelinje-apparat for matfaglig rådgivning og sensorisk kvalitetssikring ofte knyttet til et prøvekjøkken. Det vil være naturlig ned en ansvarsfordeling mellom ulike kompetansemiljøer. Det bør gjennomføres en kartlegging og legges opp til en arbeidsdeling innenfor et nettverk før støtteordningen iverksettes. Eventuell støtte fra verdiskapingsprogrammet bør være på prosjektbasis.

Det foreslås en *besøksordning* hvor målgruppen er bedrifter under 20 ansatte inkludert småskala matproduksjon på gårdsbruk. Hver bedrift får tilbud om gratis konsulenttid i egen bedrift tilsvarende to dagsverk. Dette innebærer en dags besøk i bedriften og nødvendig etterarbeid.

Det foreslås en *fadderordning* for primærprodusenter som holder på å starte opp ny virksomhet. Fadderne vil være vellykkede etablerere som får en godtgjøring for arbeidet.

Handlingsområde nr. 4: Mobilisering og nettverk

For at produksjonen av spesialiserte matvarer skal øke, må det skapes en interesse og en oppmerksomhet om mulighetene for dette blant primærprodusentene. Dette kan ikke skje uten et sterkt lokalt engasjement. Det er derfor nødvendig å satse på holdningsendringer, informasjon og mobilisering på lokalsamfunnsnivå.

Moderne innovasjonsteori legger for øvrig vekt på nettverk og samarbeid som forutsetninger for nyskappingsaktiviteter. Dette gjelder både mellom kunder/bedrifter, innenfor en næring/bransje og mellom bedrifter og kunnskapsleverandører. Kunnskap, informasjon og ferdigheter varierer, og det er umulig for enkeltbedrifter/personer å ha full oversikt over det som er relevant. Nettverkene blir arenaer for kunnskapsoverføring og er helt grunnleggende for mange innovasjonsprosesser. Innenfor verdiskapingsprogrammet er det særlig behov for å styrke nettverket blant småskala matprodusenter og mellom disse og handelsleddene. Videre bør nettverket mellom sjøbaserte og landbaserte næringsmiddelbedrifter bygges ut.

For å bidra til mobilisering og økt aktivitet innenfor nyskaping kan det også være behov for noen som ivaretar interessene til småskala matprodusenter. Slik det er nå, har disse ingen sterke interesseorganisasjoner til å tale deres sak når de møter ulike hindre.

Forslag for fase 1:

Det foreslås en støtteordning for etablering av *nettverksorganisasjoner for primærprodusenter*. Ordningen skal fungere som en starthjelp i en tidlig fase for produsenter som ønsker å samarbeide om utvikling og markedsføring av kvalitetsmatvarer rettet mot markeder med høy betalingsvillighet. Dette kan være nettverksorganisasjoner knyttet til utvikling av produkter innenfor merkeordningene for opprinnelse og tradisjon, leveranse til utvalgte kunder (restauranter, matvarekjeder, storhusholdning) og lignende. Utvikling av standardkonsepter for organisering av slike nettverkene vil kunne være aktuelt. Innenfor rammen av denne ordningen bør det vurderes om det skal gis støtte til en egen nettverksorganisasjon for geiteholdet, jfr. avsnitt 11.

Det foreslås videre at det arrangeres en årlig konferanse om innovasjon og mangfold på matvareområdet. Formålet vil være å informere om innhold og resultater innenfor verdiskapingsprogrammet, sette fokus på aktuelle problemstillinger for eksempel i tilknytning flaskehalser for næringsutvikling og å etablere en møteplass for matgründere, investormiljøer og det offentlige hjelpeapparatet.

Handlingsområde nr. 5: Merkeordninger for beskyttelse av produktnavn og særpreg

Internasjonalt er det flere eksempler på at kvalitetsprodukter fra ulike regioner har utviklet seg til å bli framstående merkevarer med et bredt nedslagsfelt – parmaskinke, parmesan, cognac m.m. Felles for disse produktene er en regional opprinnelse og en produksjonsmåte som skiller dem fra andre lignende produkter. Et viktig grunnlag for suksessen for disse regionale produktene har vært merkeordninger med lovbeskyttelse av produktnavn knyttet til opprinnelse og tradisjon. Landbruksdepartementet har varslet at det nå skal etableres en slik merkeordning her i landet. Dette vil være en sentral del av en strategi for økt verdiskaping på matområdet, og ordningen bør inngå i verdiskapingsprogrammet. Foreløpig er det i tråd med signaler fra Landbruksdepartementet ikke avsatt midler til merkeordningen. En håper imidlertid at finansieringen blir avklart relativt raskt. I tilknytning til etableringen av ordningen bør det avsettes midler til veiledning av potensielle merkebrukere og til merkeprofilering.

Handlingsområde nr. 6: Andre offentlige rammebetingelser

I forbindelse med utviklingen av verdiskapingsprogrammet er det kartlagt mulige flaskehalser for nyskaping på matområdet, jf vedlegg 3. Det synes å være et behov for å gjennomgå rammebetingelsene for nyskaping som henger sammen med utformingen og praktiseringen av offentlige regelverk. Det foreslås at det gjennomføres et eget prosjekt på dette området med sikte på å finne aktuelle løsninger. Blant annet har det blitt reist spørsmål om regelverket på næringsmiddelområdet er godt nok tilpasset behovene knyttet til småskala matproduksjon og hjemmeslakting. Det er derfor ønskelig at SNT fortsetter arbeidet med å videreutvikle evt. forenkle dette regelverket samtidig som forbrukerens behov for trygge matvarer blir ivaretatt.

Prioriteringer mellom handlingsområder

Styringsgruppen viser til mandatet hvor det heter at programmet skal være målrettet og handlingsorientert. Det medfører at det tidlig i arbeidet med verdiskapingsprogrammet er viktig å få fram gode eksempler som viser potensialet for spesialiserte kvalitetsprodukter. På denne bakgrunn bør handlingsområdet "Nyskaping og bedriftsutvikling" prioriteres høyt i første fase av programmet. Samtidig er det viktig å bidra til mobilisering og kompetanseøkning slik at grunnlaget for framtidige nyskappingsprosjekter styrkes. Dette medfører at handlingsområdene "Kompetanse" og "Mobilisering og nettverk" også bør prioriteres i fase 1.

8. Verdiskapingsprogrammet og øvrig virkemiddelsystem

Verdiskapingsprogrammet bør dra veksler på og samvirke med det eksisterende virkemiddelsystemet knyttet til nyskaping og bedriftsutvikling. Under gjennomføringen av programmet bør det etableres et godt samarbeid med de ulike delene av støtteapparatet for nyskaping i næringslivet. Det gjelder særlig FMLA-systemet (Fylkesmennenes

landbruksavdelinger) og den kommunale landbruksforvaltningen som spiller en viktig rolle i mobiliserings- og utviklingsarbeidet på landbruksområdet. I tillegg bør det også samarbeides med Statens veiledningskontor for oppfinnere (SVO), SIVA, forskningsparkene, såkornfondene og VINN. Videre bør verdiskapingsprogrammet utnytte kunnskaper som framkommer gjennom forskningsaktivitetene Norges forskningsråd finansierer. Dette kan bl.a. ivaretas gjennom en gjennomføring av prosjektet MAT2001 hvor formålet er å øke forskningsinnsatsen i næringsmiddelbedrifter. Forskning gir faglig spisskompetanse og er et viktig grunnlag for mange innovasjonsprosesser.

Det legges for øvrig til grunn at virkemidlene innenfor Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon skal bygge på og utfylle de ordinære virkemidlene innenfor SND-systemet, herunder bygdeutviklingsmidlene. Veileder- og støtteapparatet på lokalt/regionalt nivå vil fortsatt være stedet hvor entreprenører og bedrifter normalt skal henvende seg med nyskappingsprosjekter på matområdet. Videre vil fylkesvise bygdeutviklingsmidler og øvrige SND-virkemidler finansiere mesteparten av prosjektene på dette området. Det bør imidlertid vurderes å prioritere nyskappingsprosjekter knyttet til kvalitetsmatvarer høyere innenfor de fylkesvise bygdeutviklingsmidlene. Videreutvikling av eksisterende matprosjekter bør også prioriteres.

Verdiskapingsprogrammet vil utgjøre en utfyllende innsats særlig knyttet til finansiering av nettverksprosjekter og kompetansetiltak

9. Informasjons- og kommunikasjonsteknologiens bidrag til Verdiskapingsprogrammet

Som en del av mandatet heter det at verdiskapingsprogrammet skal ta opp informasjons- og kommunikasjonsteknologiens anvendelse i tilknytning til nyskaping i mat – og landbruksnæringen. På oppdrag fra programmet har Norsk Investorforum laget et notat som drøfter disse spørsmålene (vedlegg nr 7).

Informasjons- og kommunikasjonsteknologien vil kunne spille en betydelig rolle i arbeidet for å øke verdiskapingen på matområdet. Norge ligger svært langt framme internasjonalt som brukere av IKT og dette kan gjøres til et konkurransefortrinn for norsk matproduksjon. Et kjennetegn ved matproduksjonsmiljøet er at det består av mange små produsenter. IKT kan benyttes til å styrke kontakten mellom sluttbruker og produsent gjennom bl a å skape nye og effektive kanaler for informasjon, markedsføring og omsetning av produkter og tjenester (elektronisk handel).

Utviklingen av et elektronisk basert kompetansesenter vil kunne være en avgjørende arena både for kompetanseutvikling hos produsentene og for erfaringsutveksling mellom verdiskapingsprogrammets enkeltprosjekter, og slik bidra til å gjøre verdiskapingsprogrammet for norsk matproduksjon til et lærende program. En samordning av ressursene vil være viktig, og IKT-satsingen bør settes inn i en helhetlig strategi for næringsutvikling, hvor de enkelte bransjer og regioner samarbeider, både faglig og organisatorisk.

10. Verdiskapingsprogrammet og konkurransestrategiene

Konkurransestrategiene for norsk mat inngår som en del av verdiskapingsprogrammet med en ramme på ca 50 mill. kr av totalt 100 mill. kr for hele programmet i 2001. Strategiene er

nærmere omtalt i vedlegg 8. Det er forutsatt i mandatet at det skal gjøres en særskilt vurdering av om og hvordan konkurransestrategiene kan samspille med verdiskapingsprogrammet. Stiftelsen Godt Norsk, Norges Eksportråd og Matforsk bidratt med innspill på dette området, se vedlegg nr. 9.

Med bakgrunn i den korte tidsfristen for arbeidet med utviklingen av verdiskapingsprogrammet har det ikke vært mulig å foreta en tilfredsstillende vurdering av konkurransestrategiene. Det foreslås derfor at det gjennomføres en evaluering av delprogrammene Merkeordningen Godt Norsk, Konsulent- og nettverksprogrammet og Eksportprogrammet med sikte på at eventuelle endringer kan gjennomføres fra 2002. Disse programmene ble sist evaluert i 1996/97. Den gang konsentrerte en seg om måloppnåelse og erfaringer som kunne gi grunnlag for videre arbeid og prioriteringer. Det ble ikke foretatt vurderinger av resultater i forhold til ressursbruk. Dette bør imidlertid få en sentral plass i en eventuell evaluering av konkurransestrategiene fram mot 2002.

Når det gjelder den løpende tilpasningen og utviklingen innenfor konkurransestrategiene, bør det innenfor de ulike delprogrammene så langt det er mulig tas hensyn til de prioriteringene som blir gjort innenfor verdiskapingsprogrammet. Utvikling av matvarer med høy kvalitet og med særpreg bør stå sentralt. Konsulent- og nettverksprogrammet bør i tillegg utvides til å omfatte fiskeribransjen.

11. Verdiskapingsprogrammet og geiteholdet

I St.prp.nr. 82 (1999-2000) Om Jordbruksoppgjøret 2000 forutsettes det at omfang og innretning av arbeidet med utvikling i geiteholdet skal inngå som en del av verdiskapingsprogrammet fra 2001. I den forbindelse har en bransjegruppe for geit kommet med et innspill i form av et forslag til en strategiplan for norsk geitehold, se vedlegg 10.

Som overordnet strategi for arbeidet med utvikling av geiteholdet foreslås det:

å skape ei utvikling i geitenæringa som er med å styrke betalingsviljen for verdiane næringa skaper. Det vil vi gjere gjennom å bidra til utvikling og frambod av produkt som kommuniserer ein meirverdi og slik utløyser auka kjøpe- og betalingsvilje i marknaden, og ved å styrke og synleggjere samanhengen mellom måten geiteholdet vert utøvd på og produksjon av fellesgode som andre næringar og samfunnet som heilskap verdset.

Som virkemidler foreslås bl.a.:

- etablering av et "Nettverk for nyskaping og koordinering i geiteholdet"
- finansieringsordninger for lokal foredling m.m.
- brukerrettet kompetanseutvikling bl.a. knyttet til produktutvikling, markedsføring og organisering av produksjon/salg
- endring av regelverket for småskala matproduksjon og kvoteordningen for geitemelk
- tiltak for å bedre dyrehelsen

Styringsgruppen mener forslaget til strategiplan er et nyttig innspill til arbeidet med utvikling av geiteholdet. Flere av de foreslåtte tiltakene vil kunne bli fulgt opp innenfor eksisterende BU-ordninger og innenfor rammen av verdiskapingsprogrammet. Det gjelder for eksempel forslagene om etablering av nettverk, finansieringsordninger og kompetansetiltak. Innspillene om forenkling av regelverket for småskala matproduksjon bør følges opp i samarbeid med SNT. Spørsmålet om endringer i kvotesystemet er imidlertid en sak for

jordbruksavtalepartene. Tilsvarende må utfordringene knyttet til dyrehelsen i geiteholdet finne sin løsning utenfor rammen for verdiskapingsprogrammet.

Når det gjelder plasseringen innenfor verdiskapingsprogrammet har en kommet til at det ikke vil være hensiktsmessig å etablere egne ordninger for geiteholdet. Så langt det er mulig bør prosjektene bli finansiert innenfor de mer generelle ordningene som foreslås. Det bør imidlertid arbeides aktivt med sikte på å få fram gode nyskappingsprosjekter innenfor geitenæringen.

Avslutningsvis vil en også be avtalepartene i jordbruksforhandlingene vurdere om målprissystemet i jordbruksavtalen vil kunne innebære en hindring for arbeidet med å utvikle og profilere geitemelkproduktene som eksklusive nisjeprodukter i regi av Tine Norske Meierier. Hvis utvikling av nye geitemelkprodukter som selges til en høyere pris, innebærer at prisene på andre produkter må reduseres for å unngå at gjennomsnittsprisen på geitemelk blir høyere enn målprisen, så vil målprissystemet i prinsippet kunne gjøre det lite interessant for Norske Meierier å satse på en slik profilering av geitemelkprodukter. Hvis en velger å definere geitemelk og geitemelkprodukter som nisjeprodukter, bør det derfor vurderes om det er behov for endringer i målprissystemet.

12. Verdiskapingsprogrammet og reindriften

Statistikken for reindriften viser et kraftig fall i verdiskapningen etter at Reindriftsavtalen ble opprettet i 1976. Prisen på reinkjøtt sank fra rundt 67 kroner per kilo i 1976 til under det halve i 1990. Siden da har prisen ligget på mellom 35 og 40 kroner per kilo (Alle priser i faste 1990-kroner).

For å kunne nyte godt av diverse støtteordninger, må reinsamene levere sine dyr til en lite antall 'listeførte slakterier'. De kan derfor ikke nyte godt av de priser som eventuelle andre omsetningskanaler vil kunne gi. Privat salg av reinkjøtt skal kunne gi priser over 70 kr/kg. Det kan virke som om Reindriftsavtalen fungerer som et innkjøpsmonopol med kunstig lave priser. Der kan således være lite insentiver til å produsere varer av toppkvalitet.

Styringsgruppen har arbeidet med utgangspunkt i at det skal etableres et eget verdiskapingsprogram for reindrift hvor hovedmålet er å bidra til økt lokal slaktning og foredling samt å finne nye markeder for omsetning av reinkjøtt. Dette spørsmålet har imidlertid blitt brakt inn som et tema i reindriftsforhandlingene, og det er derfor ikke naturlig at styringsgruppen tar stilling til om det skal etableres et eget reindriftsprogram eller om reindriften skal inngå som en del av verdiskapingsprogrammet for matproduksjon

Kjernepunktet i et eventuelt verdiskapingsprogram for reindrift vil være en direkte kobling av den enkelte reindrifteier, gjennom norsk kokkekultur og profesjonell markedsføring og distribusjon, til det kjøpekraftige markedet som finnes i Norge. Siktemålet vil være å øke prisen på det som i utgangspunktet er et eksklusivt produkt med svært begrenset produksjon. Et eventuelt program bør finansieres gjennom en egen bevilgning over reindriftsavtalen. For øvrig bør det legges opp til en samkjøring med verdiskapingsprogrammet for matproduksjon med fellesprosjekter på aktuelle områder.

Det vises til vedlegg nr. 12 som gir en oversikt over aktuelle elementer i et mulig verdiskapingsprogram for reindrift.

13. Verdiskapingsprogrammet og økologiske produkter

I St.prp.nr. 82 (1999-2000) Om Jordbruksoppkjøret 2000 forutsettes det at spørsmålet om markedssatsningen for økologiske produkter bør legges til verdiskapingsprogrammet for 2002 skal vurderes.

I utgangspunktet har det økologiske landbruket i Norge vokst fram på bakgrunn av en strategi med ”føre var”, hvor produksjon i større grad drives på naturens premisser og hvor hovedfokus har vært på ren mat og miljø. Det har i mindre grad blitt fokusert på økologisk landbruk som en verdiskapingsstrategi. Dette har imidlertid endret seg de siste årene, og i St.meld.nr. 19 er økte inntektsmuligheter for næringa tatt med som en av hovedbegrunnelsene for den målsettingen som Stortinget har satt om 10 % økologisk landbruk i Norge innen 2010.

Økologiske varer har en merke- og kontrollordning med Debio's Ø-merke, som dekker næringskjeden fra produsent helt frem til forbruker og hvor produksjonskravene klart skiller varene fra andre matvarer. Produktene representerer en valgmulighet hvor forbrukeren kan si noe med sitt valg og møter flere tunge utviklingstrender i de vestlige matmarkedene som fokus på sporbarhet, råvarekvalitet, helse, miljø og etikk.

Økologisk landbruk og økologiske varer bør derfor inngå i verdiskapingsprogrammet på lik linje med kvalitetsprodukter fra det tradisjonelle landbruket. Det er vurderes som unødvendig å etablere egne ordninger for finansiering av nyskappingsaktiviteter knyttet til denne varegruppen. Det bør imidlertid arbeides for å få fram gode økologiske prosjekter.

Utfordringene for økologi-miljøet i Norge har i de senere årene bl.a. vært å utvikle gode og effektive markedskanaler for å bringe disse produktene fram til forbrukeren. Det gjenstår fremdeles en betydelig innsats på dette området. Det er utarbeidet et egen markedsstrategi for økologiske produkter som på visse områder faller sammen med målsettingene innenfor verdiskapingsprogrammet. Det bør finnes hensiktsmessige avgrensninger slik at dobbeltarbeid unngås. I denne sammenhengen bør det vurderes å legge deler av markedsstrategien for økologisk landbruk inn i verdiskapingsprogrammet fra 2002.

14. Sjøbasert og landbasert nyskaping innenfor Verdiskapingsprogrammet

Det er enighet i styringsgruppen om at både landbasert og sjøbasert nyskaping bør inngå i verdiskapingsprogrammet for matproduksjon. Gruppen er også enig i at det foreliggende forslaget må videreutvikles som grunnlag for å få etablert et felles program. Styringsgruppens medlemmer vil arbeide for at programmet får en finansiering både fra landbruks- og fiskesiden. Som det tidligere er påpekt, må programmet tilpasses i forhold til utfordringene fiskesiden når en eventuell utvidelse av finansieringen er avklart.

Fiskeri- og havbruksbasert næringsmiddelindustri blir da en sentral målgruppe. Det vil være avgjørende at programmet kan bidra til videreutvikling av fiskeprodukter for hjemmemarkedet. Bedre tilgjengelighet i dagligvarehandelen av fisk og fiskeprodukter vil være en målsetting. Synergier mellom landbruk og fisk kan oppnås gjennom at fiskerinæringen har noe å lære når det gjelder industriell produkt- og markedsutvikling. Landbruksnæringen kan på den annen side dra nytte av fiskerinæringens eksportkompetanse. Synergier kan også oppnås i forhold til matkultur og turisme hvor eksempelvis klippfisk, lutefisk, skreimølje og diverse varianter av tradisjonsfisk (boknafisk, gammelsaltet sei etc.)

samt produkter av laks og ørret kan inngå i slike konsepter sammen med landbruksbaserte produkter.

I forbindelse med utviklingen av verdiskapingsprogrammet er det utarbeidet et eget notat om samspillmuligheter og samhandlingsmodeller mellom fisk og landbruk knyttet til nyskaping på matområdet, se vedlegg 5. Hovedutfordringen for å skape samspill og synergi mellom landbasert og sjøbasert matproduksjon er å utvikle arenaer og modeller for samhandling, nettverk og samarbeid. Dette kan gjøres gjennom å stimulere til samarbeid mellom bedrifter og næringsaktører, utvikle felles møteplasser, samarbeide om kompetansetiltak og FOU-prosjekter.

15. Arbeidsformer innenfor Verdiskapingsprogrammet

Innenfor verdiskapingsprogrammet bør det legges opp til proaktive arbeidsformer. Prosjekter innenfor handlingsområdene kompetanse og nettverk bør for eksempel utvikles i samarbeid med målgruppene. Der det er hensiktsmessig bør det legges opp til å invitere ulike miljøer til å spille inn forslag slik at det oppstår en sunn konkurranse blant aktørene. Når det gjelder de konkrete nyskappingsprosjektene legges det opp til det som i SND-sammenheng gjerne omtales som de 4 F'er:

Finne – Foredle – Finansiere – Følge opp

Finne relevante utviklingsprosjekter i markedet, initiere tiltak og påvirke prosesser for næringsutvikling

Foredle prosjekter ved å trekke på kompetanse i SND-organisasjonen og hos samarbeidspartnere

Finansiere lønnsomme og nyskapende prosjekter

Følge opp bedrifter og prosjekter og bidra til å kvalitetssikre prosessen og avdekke nye prosjekter

16. FMLAs rolle i gjennomføringen av verdiskapingsprogrammet for matproduksjon

Innenfor verdiskapingsprogrammet bør det legges opp til et nært samarbeid mellom FMLA og SND. FMLA vil spille en rolle og ha et ansvar i tilknytning til det å Finne, Foredle og Følge opp prosjekter. Særlig vil det innenfor handlingsområdene "Kompetanse" og "Mobilisering og nettverk" være viktig at FMLA deltar aktivt og fortrinnsvis i samarbeid med kommunal landbruksforvaltning. Det er en forutsetning at FMLA finansierer sin virksomhet over ordinære bevilgninger.

17. Krav til prosjekter innenfor verdiskapingsprogrammet

Det vil være et mål at verdiskapingsprogrammet utløser betydelig innsats utover det som stilles til disposisjon av offentlige midler. Det forutsettes at de ulike leddene i verdikjeden bidrar til finansieringen. Dette innebærer følgende:

- Aktørene som deltar med prosjekter må bidra med egne ressurser. Med bakgrunn i at programmet er finansiert over jordbruksavtalen, vil kravene om egenandeler være høyere for næringsmiddelbedrifter og omsetningsledd enn for primærprodusenter.
- Programmets finansieringsandel vil måtte variere etter prosjektenes formål og karakter. Jo høyere nytteverdi for enkeltaktører jo lavere finansieringsandel. Statsstøtte-regelverkets bestemmelser (EØS-reglene) legges til grunn.

Når det gjelder valg mellom aktuelle nyskappingsprosjekter innenfor finansieringsordningen som er foreslått under handlingsområde nr. 1, Nyskaping og bedriftsutvikling, foreslås at følgende faktorer vektlegges:

1. Potensiale for verdiskaping
2. Produktenes særpreg og kvalitet
3. Markedsmuligheter
4. Potensiale som merkevare
5. Tiltak/prosjekter innenfor økologisk landbruk og geiteholdet

18. Styring og oppfølging av verdiskapingsprogrammet

Forslag fra flertallet

Styringsgruppens flertall, lederen og representantene fra Forbrukerrådet, Fylkesmannens landbruksavdeling i Sør-Trøndelag, Norges Bondelag, Norges Fiskarlag, Norges forskningsråd, Norgesgruppen, Norske Meierier, Norske Reindriftssamers Landsforbund, Norsk Investorforum og Statens næringsmiddeltilsyn, foreslår følgende modell for styring og oppfølging av verdiskapingsprogrammet for matproduksjon:

Innledning

I sin vurdering av styringsmodell for programmet har styringsgruppens flertall lagt vekt på at oppdragsgiver gjennom mandatet spesielt har understreket viktigheten av å:

- sikre eierskap til og forankring av programmet i alle ledd og hos de ulike aktører
- ivareta og utvikle dialog og kommunikasjon med aktuelle aktører og interessenter i verdikjeden

Verdiskapingsprogrammet skal dessuten være målrettet og handlingsorientert. Organiseringen av programmet må gjenspeile dette.

Styrings- og oppfølgingsmodellen må også sikre at programmets midler forvaltes på en effektiv og kompetent måte og slik at programmets intensjoner blir fulgt opp.

Organisasjonsmodell

Ansvar for gjennomføring av programmet tillegges SND og et styre for verdiskapingsprogrammet med 7 medlemmer. Avtalepartene skal være representert. Gruppen skal utvikle og konkretisere programmets strategier, foreta overordnede prioriteringer, bevilge midler til større prosjekter fra programmets rammer samt gi bevilgningsfullmakter til sekretariatet.

En legger til grunn at de som deltar i styret for verdiskapingsprogrammet bidrar finansielt eller på annen måte til gjennomføringen av programmet.

Landbruksdepartementet er oppdragsgiver for programmet og gir i sine årlige tildelingsbrev til SND/styret retningslinjer for bruken av midlene.

SND etablerer et programsekretariat som har operatøransvaret og forestår den daglige virksomheten i programmet.

Styringsstrukturen kan tas opp til vurdering dersom de finansieringsmessige forutsetninger endres.

Hovedbegrunnelsene for denne modellen kan oppsummeres slik:

- Programmet finansieres over jordbruksavtalen, og det er naturlig at avtalepartene deltar aktivt i styringen av programmet
- Gjennom styret tilfører jordbruksorganisasjonene programmet viktig kompetanse og en aktiv dialog med aktørene i verdikjeden.
- Programmet kan gjøre nytte av det apparatet og den kompetansen som er etablert i SND. SND har etablert kontorer i alle fylker og har et hovedkontor som ivaretar nasjonale utviklingsoppgaver og støttefunksjoner.
- Programmet kan med denne modellen fungere i et nært samspill med SNDs øvrige innsats i forhold til verdikjeden. Videre kan programmet trekke på de organiserte samarbeidsrelasjonene som SND har etablert i forhold til andre virkemiddelaktører og kompetansemiljøer.

Nærmere om roller og oppgaver for de enkelte aktørene

Landbruksdepartementet

Landbruksdepartementet er oppdragsgiver for programmet. Det foretas årlige bevilgninger til programmet over jordbruksavtalen. Departementet gir i sine årlige tildelingsbrev til SND retningslinjer for bruken av midlene.

Landbruksdepartementet oppnevner styret for programmet og utformer mandat for styrets arbeid.

Styret

Styrets ansvarsområde og oppgaver er å:

- utvikle og konkretisere programmets strategier
- foreta overordnede prioriteringer m.h.t. innsatsområder, målgrupper eller andre forhold
- påse at programmets aktiviteter er i samsvar med mål og strategier
- gi administrative bevilgningsfullmakter til sekretariatet samt å bevilge midler til prosjekter med en økonomisk ramme som går ut over de bevilgningsfullmaktene
- revidere handlingsplanen
- bidra til aktiv kommunikasjon med næringa med sikte på initiativ og engasjement

Styret bør også legge til rette for at praktiske erfaringer med programmet hos målgruppene blir vurdert i forbindelse med den løpende utviklingen av programmet.

Styret utarbeider en årlig rapport om gjennomførte aktiviteter i programmet og hvordan programmet bør utvikles videre. Rapporten sendes Landbruksdepartementet og avtalepartene

som grunnlag for jordbruksforhandlingene , departementets budsjetteringsprosess og retningslinjer til SND

Medlemmene må ha kompetanse, nettverk og posisjoner som gjør at gruppen kan framstå som en ressurs med høy legitimitet og autoritet. Styrets sammensetning må reflektere at verdiskapingsprogrammet er et program for innovasjon og mangfold.

SND

SND skal ha det operative ansvaret for programmet. Det etableres et *programsekretariat* som forestår den daglige virksomheten i programmet. Programsekretariatet bevilger midler innenfor fullmaktene gitt av styret.

Programsekretariatet plasseres ved SNDs hovedkontor og skal utnytte relevant kompetanse i øvrige deler av SND.

Når det gjelder klagebehandling kan tilsvarende modell som for BU-sakene nyttes.

Det bør vurderes hvordan den administrative gjennomføringen av programmet skal finansieres.

FMLA

FMLA har en arbeidsdeling med SND når det gjelder bruk av BU-midler og nærings- og bygdeutvikling generelt. Denne arbeidsdelingen må ligge til grunn for samarbeid og arbeidsdeling også når det gjelder gjennomføring av verdiskapingsprogrammet. FMLA skal ha et ansvar regionalt for:

- holdningsskapende arbeid
- mobilisering og nettverk
- oppbygging av kunnskap og kompetanse rettet mot primærleddet i verdikjeden

Det er nødvendig med et samarbeid med kommunal landbruksforvaltning.

FMLA må ha et nært samarbeid med SND regionalt, både med hensyn på kompetanse og bruk av andre virkemidler som kan støtte opp under verdiskapingsprogrammet.

Forholdet til andre virkemiddelaktører

Det er avgjørende at programmets engasjementer er godt samordnet med øvrige utviklingstiltak finansiert gjennom offentlige virkemidler. Programmet må derfor utvikle en nær dialog og et nødvendig samarbeid med de respektive aktørene. Denne kontakten må sørge for at initiativ og prosjekter blir samordnet slik at uheldige overlappinger unngås og at muligheter for fruktbare synergier utnyttes. Det må også vurderes om det i enkelte prosjekter kan være grunnlag for samfinansiering.

Kontakten med virkemiddelaktørene vil naturlig måtte ivaretas av SND. Det vil være viktig å koordinere innsatsen og trekke i fellesskap med aktører som f.eks Norges forskningsråd fylkeskommunene, Fylkesmennenes landbruksavdelinger (FMLA), Interreg. programmer, kommunale næringsfond og andre aktuelle aktører.

Forslag fra mindretallet

Styringsgruppens mindretall, representantene fra Fiskeridepartementet, Fiskeri- og Havbruksnæringenes Landsforening, Kjøttbransjens Landsforening, Landbruksdepartementet, Norsk Nærings- og Nytelsesarbeiderforbund og Statens nærings- og distriktsutviklingsfond, foreslår følgende modell for styring og oppfølging av verdiskapingsprogrammet for matproduksjon:

Innledning

I sin vurdering av styringsmodell for programmet har styringsgruppens mindretall lagt vekt på at oppdragsgiver gjennom mandatet spesielt har understreket viktigheten av å:

- sikre eierskap til og forankring av programmet i alle ledd og hos de ulike aktører
- ivareta og utvikle dialog og kommunikasjon med aktuelle aktører og interessenter i verdikjeden

Verdiskapingsprogrammet skal dessuten være målrettet og handlingsorientert. Organiseringen av programmet må gjenspeile dette.

Styrings- og oppfølgingsmodellen må også sikre at programmets midler forvaltes på en effektiv og kompetent måte og slik at programmets intensjoner blir fulgt opp.

Organisasjonsmodell

Ansvar for gjennomføring av programmet tillegges SND og et styre for verdiskapingsprogrammet med 7 medlemmer. Avtalepartene skal være representert. Styret skal utvikle og konkretisere programmets strategier, foreta overordnede prioriteringer og uttale seg om prinsipielle saker og større prosjektsøknader.

Landbruksdepartementet er oppdragsgiver for programmet og gir i sine årlige tildelingsbrev til SND retningslinjer for bruken av midlene.

SND etablerer et programsekretariat som har operatøransvaret og forestår den daglige virksomheten i programmet.

Styringsstrukturen kan tas opp til vurdering dersom de finansieringsmessige forutsetninger endres. Ved en eventuell deltakelse i finansieringen fra fiskesiden må sammensetningen av styret tilpasses dette.

Det forutsettes at det blir ført en god dialog, og at det er et samsvar mellom styrets uttalelser i prinsipielle saker og større prosjektsøknader og SND sin gjennomføring av programmet.

Hovedbegrunnelsene for denne modellen kan oppsummeres slik:

- Programmet finansieres over jordbruksavtalen, og det er naturlig at avtalepartene deltar aktivt i styringen av programmet
- Gjennom styret tilfører jordbruksorganisasjonene programmet viktig kompetanse og en aktiv dialog med aktørene i verdikjeden.
- Programmet kan gjøre nytte av det apparatet og den kompetansen som er etablert i SND. SND har etablert kontorer i alle fylker og har et hovedkontor som ivaretar nasjonale utviklingsoppgaver og støttefunksjoner.

- Programmet kan med denne modellen fungere i et nært samspill med SNDs øvrige innsats i forhold til verdikjeden. Videre kan programmet trekke på de organiserte samarbeidsrelasjonene som SND har etablert i forhold til andre virkemiddelaktører og kompetansemiljøer.

Nærmere om roller og oppgaver for de enkelte aktørene

Landbruksdepartementet

Landbruksdepartementet er oppdragsgiver for programmet. Det foretas årlige bevilgninger til programmet over jordbruksavtalen. Departementet gir i sine årlige tildelingsbrev til SND retningslinjer for bruken av midlene.

Landbruksdepartementet oppnevner styret for programmet og utformer mandat for styrets arbeid.

Styret

Styrets ansvarsområde og oppgaver er å:

- *utvikle og konkretisere programmets strategier*
- *foreta overordnede prioriteringer m.h.t. innsatsområder, målgrupper eller andre forhold*
- *påse at programmets aktiviteter er i samsvar med mål og strategier*
- *uttale seg om prinsipielle saker og større prosjektsøknader (for eksempel saker over 1,0 mill. kr)*
- *revidere handlingsplanen*
- *bidra til aktiv kommunikasjon med næringa med sikte på initiativ og engasjement*

Styret bør også legge til rette for at praktiske erfaringer med programmet hos målgruppene blir vurdert i forbindelse med den løpende utviklingen av programmet.

Styret utarbeider en årlig rapport om gjennomførte aktiviteter i programmet og hvordan programmet bør utvikles videre. Rapporten sendes Landbruksdepartementet og avtalepartene som grunnlag for jordbruksforhandlingene, departementets budsjetteringsprosess og retningslinjer til SND

Medlemmene må ha kompetanse, nettverk og posisjoner som gjør at gruppen kan framstå som en ressurs med høy legitimitet og autoritet. Styrets sammensetning må reflektere at verdiskapingsprogrammet er et program for innovasjon og mangfold.

SND

SND skal ha det operative ansvaret for programmet. Det etableres et *programsekretariat* som forestår den daglige virksomheten i programmet. SNDs ordinære beslutningsorganer bevilger fra programmets rammer. Større prosjektsøknader (for eksempel over 1,0 mill.kr) og prinsipielle saker skal behandles i SNDs hovedstyre. For øvrige saker delegeres bevilgningsfullmaktene til administrasjonen ved hovedkontoret. Styret for verdiskapingsprogrammet skal holdes løpende informert om tildelingene fra programmet. Programsekretariatet plasseres ved SNDs hovedkontor og skal utnytte relevant kompetanse i øvrige deler av SND. For prosjekter som er aktuelle for finansiering over verdiskapingsprogrammet, vil det normalt bli etablert et kundeteam med deltakelse fra berørte distriktskontor.

Søkere til midler innenfor verdiskapingsprogrammet skal ha adgang til å klage. Klagesaker behandles av klagenemnda til SND.

Det bør vurderes hvordan den administrative gjennomføringen av programmet skal finansieres.

FMLA

FMLA har en arbeidsdeling med SND når det gjelder bruk av BU-midler og nærings- og bygdeutvikling generelt. Denne arbeidsdelingen må ligge til grunn for samarbeid og arbeidsdeling også når det gjelder gjennomføring av verdiskapingsprogrammet. FMLA skal ha et ansvar regionalt for:

- holdningsskapende arbeid
- mobilisering og nettverk
- oppbygging av kunnskap og kompetanse rettet mot primærleddet i verdikjeden

Det er nødvendig med et samarbeid med kommunal landbruksforvaltning.

FMLA må ha et nært samarbeid med SND regionalt, både med hensyn på kompetanse og bruk av andre virkemidler som kan støtte opp under verdiskapingsprogrammet.

Forholdet til andre virkemiddelaktører

Det er avgjørende at programmets engasjementer er godt samordnet med øvrige utviklingstiltak finansiert gjennom offentlige virkemidler. Programmet må derfor utvikle en nær dialog og et nødvendig samarbeid med de respektive aktørene. Denne kontakten må sørge for at initiativ og prosjekter blir samordnet slik at uheldige overlappinger unngås og at muligheter for fruktbare synergier utnyttes. Det må også vurderes om det i enkelte prosjekter kan være grunnlag for samfinansiering.

Kontakten med virkemiddelaktørene vil naturlig måtte ivaretas av SND. Det vil være viktig å koordinere innsatsen og trekke i fellesskap med aktører som f.eks Norges forskningsråd fylkeskommunene, Fylkesmennes landbruksavdelinger (FMLA), Interreg. programmer, kommunale næringsfond og andre aktuelle aktører.

Vedlegg

1. Sammensetning av styringsgruppe, referansegruppe, organisering og mandat
2. Oppsummering fra referansegruppen
3. Flaskehals for innovasjon på matområdet, Knut Børve, SND.
4. Norsk jordbruksvaresektor. Strategi og foretningsutvikling mot år 2010. Senter for samvirkeforskning. BI.
5. Samspillmuligheter fisk og landbruk, Roar Tobro, SND.
6. Kompetansetiltak innenfor verdiskapingsprogrammet, Ingunn Sørnes, SND
7. IKT som virkemiddel for økt verdiskapning for norsk matproduksjon, Norsk Investorforum
8. Konkurransestrategiene for norsk mat, Elin Hjortland, SND
9. Konkurransestrategiene - innspill fra Stiftelsen Godt Norsk, Norges Eksportråd og Matforsk
10. Strategiplan for norsk geitehold, Bransjegruppen for geteholdet.
11. Verdiskapingsprogram for reindrift, Erik Reinert, Norsk Investorforum
12. Økologisk landbruk og Verdiskapingsprogrammet, Anders Vatn, Økoprodusentene Midt-Norge
13. Kompetansesenter for norsk matkultur – måltidets hus i Norge, Fagforum for Mat og Drikke