



RÅDSMEDLEMMENE OG RÅDMANNSFORUM

INNKALLING TIL MØTE I HARDANGERRÅDET

Dato: Fredag 16.12.2022

Klokka 10.00-15.00 MRK tida !

Stad: Hardanger produksjonsskule, Hjeltnes, Ulvik

Møteplan 2022 for Hardangerrådet, godkjent 20.01.2022 gjeld som møteinnkalling.

Agenda:

10.00 - 11.30 Sakshandsaming

11.30 - 12.15 Lunsj

12.15 - 13.00 Orientering

13.00 - 15.00 Sakshandsaming

Orientering:

Interkommunal plan for sjøareal i Nordhordland - Bakgrunn og status

v/ Bent Gunnar Næss, Regionrådet for Nordhordland

Ny rute for siderbåten i Hardanger frå sommaren 2023

v/ John Vonli, Adm. dir. The Fjords

Saker til handsaming:

HR-sak 35/22 Meldingar

HR-sak 36/22 Avtale mellom Hardangerrådet og HMM Helsehjelp Ukraina

HR-sak 37/22 Tilbakeføring av midlar tildelt gjennom kraftlinjefondet.

HR-sak 38/22 Overføring av restmidlar i kraftlinjefondet til Hardanger ungdomsråd

HR-sak 39/22 Avslutning av prosjekt Kraftlinjefondet. Overføring av restmidlar til nytt prosjektrekneskap i Hardangerrådet

HR-sak 40/22 Søknad om støtte til prosjekt "Nasjonalt frukt- og sidersenter på Lofthus"

HR-sak 41/22 Hardanger Tingrett - Uttale
Utkast til uttale vert ettersendt.

HR-sak 42/22 Orienterings- og drøftingssaker innmeldte ved starten av møte

Forfall må meldast Hardangerrådet v/Trude Rinaldo tlf 53 67 14 50
Varamedlemmene møter etter særskild innkalling.

Kinsarvik 9.12.2022

Roald Aga Haug/s
rådsordførar

Jostein Eitrheim
dagleg leiar



Møtedato 16.12.2022	Saksansvarleg Jostein Eitrheim
---------------------	--------------------------------

**HR-sak 36/22 Samarbeidsavtale mellom Hardangerrådet og
HMM Helsehjelp Ukraina**

Saksvedlegg:

Vedlegg 1: Avtale mellom Hardangerrådet og HMM Helsehjelp Ukraina v/ Haukeland universitetssjukehus, Avdeling for internasjonalt samarbeid

Saksutgreiing:

Hardangerrådet gjorde i sitt møte 23.06.2022 vedtak om å undersøka moglegheiter for å inngå samarbeid med andre aktørar med mål om godt planlagte og effektive hjelpetiltak for det krigsramma folket i Ukraina.

Rådsvaraordførar og dagleg leiar fekk i oppdrag å undersøka kva moglege samarbeidspartnarar som finst og kven ein tilrår å inngå samarbeid med. Etter dialog og drøftingar har ein valt å tilrå samarbeid med Haukeland universitetssjukehus, avd. for internasjonalt samarbeid og deira pågåande prosjekt HMM Helsehjelp Ukraina.

Vedlagte utkast til samarbeidsavtale vil vera førande for korleis hjelpetiltak mot Ukraina skal kanaliseras. Pengegåver vert overførte til eigen konto hos Haukeland universitetssjukehus. Medisinsk utstyr, køyretøy m.m. vert frakta til lager i Bergen og teke vidare til Ukraina av HMM Helsehjelp Ukraina.

Haukeland universitetssjukehus vil jamnleg rapportera til Hardangerrådet vedr. volum på bidrag frå Hardanger, økonomien i hjelpeprosjektet og konkret bruk av gåver som medisinsk utstyr, køyretøy m.m.

Framlegg til vedtak:

Hardangerrådet seier ja til framlagde samarbeidsavtale som ramme for Hardangerkommunane sine hjelpetiltak mot Ukraina.



SAMARBEIDSAVTALE

mellom

Hardangerrådet (HR) og Haukeland universitetssjukehus (HUS)
vedr. Haukeland-Müller-Mowinckel (HMM) Helsehjelp Ukraina
MRK ! Viser til informasjon om prosjektet vedlagt til denne samarbeidsavtale.

1. Omfang

Hardangerrådet v/medlemskommunane Eidfjord, Kvam, Ullensvang og Ulvik samlar sine tiltak og innsamling av midlar for hjelp til Ukraina gjennom deltaking i det etablerte prosjektet HMM Helsehjelp Ukraina. Deltakinga legg til grunn at midlar/gåver til Ukraina innsamla gjennom aktivitetar og innsamlingar/løyvingar frå kommunane og private aktørar i Hardanger vert kanalisert gjennom HMM Helsehjelp Ukraina.

2. Avtaleperiode

Samarbeidsavtalen gjeld for eitt år om gongen og vert automatisk forlengja om den ikkje er sagt opp av ein av partane. Gjensidig oppseiingstid er 1 mnd.

3. Organisering for overføring av innsamla pengegåver og materiell

Kvar kommune utnemner ein ansvarleg kontaktperson for kontakten mot HUS, Avdeling for internasjonalt samarbeid. Overføring av pengegåver eller materiell vert organisert ved kontakt med HUS, Avdeling for internasjonalt samarbeid. Gjevarorganisasjon/kommune er ansvarleg for levering av materiell til HMM sitt lager i Bergen.

4. Rapportering

HUS vil rapportera framdrift og resultat i prosjektet. Rapportering til HR skal skje gjennom digital deltaking i regionrådsmøter. HR overfører økonomiske bidrag til bankkonto øymerka prosjektet hos HUS, Avdeling for internasjonalt samarbeid. HUS, Avdeling for internasjonalt samarbeid er ansvarleg for rekneskapen i prosjektet. Skriftleg rapportering vedr. resultatoppnåing og rekneskap skal gjerast minimum 2 gonger pr. år.

Bergen/Kinsarvik 16.12.2022

Haukeland universitetssjukehus
Avdeling for internasjonalt samarbeid

Hardangerrådet iks

Jon Wigum Dahl
Avdelingsdirektør

Jostein Eitrheim
Dagleg leiar



Møtedato 16.12.2022	Saksansvarleg Jostein Eitrheim
---------------------	--------------------------------

HR-sak 37/22 Tilbakeføring av midlar tildelt gjennom kraftlinjefondet.

Saksvedlegg:

Vedlegg 1: Opprinneleg tilsagn Røldal pilgrimsenter

Vedlegg 2: Handlingsreglar for avbøtande kraftlinjemidlar i Hardangerrådet.

Saksutgreiing:

Avbøtande kraftlinjemidlar vart tilgjengelege for Hardangerrådet i 2011 som følge av at 18 mill av dei 100 mill dei berørte Hardangerkommunane mottok som kompensasjon vedr. "monstermastene" i Hardanger.

Pilgrimsenter i Røldal vart tildelt kr 200.000 i støtte til realisering av eit pilgrimssenter. Løyvinga vart dekkja frå posten "Hardangerrådsprosjekt" i Kraftlinjefondet

I søknaden vart det gjeve signal om at ei realisering av eit pilgrimssenter kunne skje i 2016/17.

Det no gått 9 år sidan Hardangerrådet vedtok denne løyvinga.

Pr. 07.12.2022 er det ingen fokus og ingen framdrift vedr. desse planane og realisering av prosjektet. Administrasjonen vil difor tilrå at dei løyvde midlane, kr 200.000 vert tilbakeførte til kraftlinjefondet og med det kunne nyttast til andre aktuelle føremål/prosjekt av regional verdi.

Framlegg til vedtak:

Hardangerrådet tilbakefører til kraftlinjefondet kr 200.000 som vart løyvd 10.10.2013 til realisering av pilgrimssenter i Røldal.



Hardangerrådet



Hardanger

e) Røldal
Pilgrimsenter

Til
Odda Kommune
v/Ordføreren

Melding om vedtak gjort i Hardangerrådet 10.10.13

Særutskrift:

HR-sak 41/13 Søknad om støtte Pilgrimsenteret i Røldal

John Opdal gjekk frå som ugild i denne saka.

Solfrid Borge føreslo:

«Hardangerrådet iks løyver 200.000 kr frå Kraftlinefondet, Hardangerrådet sin del, til realisering av Pilegrimsenteret i Røldal.»

Vedtak

1. Hardangerrådet iks er svært positiv til at Odda kommune saman med alle andre gode krefter får realisert eit Nasjonalt Pilegrimssenter i Røldal og gjev med dette vedlagde støtteuttale til prosjektet.
2. Hardangerrådet iks løyver 200.000 kr frå Kraftlinefondet, Hardangerrådet sin del, til realisering av Pilegrimsenteret i Røldal.

Kinsarvik 16.10.2013

Fruktbar helsing Hardangerrådet
Trude L. Rinaldo
Konsulent



Hardangerrådet



Hardanger

Handlingsreglar for Avbøtande Kraftlinemidlar i Hardangerrådet.

Vedtekne i Hardangerrådet 08.12.2011

I Premissar:

- a. Dette er frie midlar som Hardangerrådet bestemmer over utan at beslutningane skal forankrast i eigarkommunane/-herada.
- b. Grunnforståinga er å bruka desse midlane til det som er best for Hardanger samla.
- c. Kvar kraftlinekommune/-herad har fått eigne midlar til avbøtande tiltak, og Hardangerrådet sine midlar skal haldast utanfor kommunane sine vurderingar.
- d. Ein skal skilje mellom bruk av avkastinga og av kapitalstamma.
- e. Midlane skal brukast til eigne tiltak og ikkje til driftsstøttetiltak.
- f. Midlane bør brukast til utløysing av andre midlar.

II Fordeling:

- a. Hardanger 2014 inntil 1 mill kr.
- b. Fossepunkta inntil 8 mill kr.
- c. Andre reiselivsrelaterte tiltak inntil 4 mill kr.
- d. Regionalt ungdomsarbeid inntil 1 mill kr.
- e. Hardangerrådsprosjekt inntil 4 mill kr.
- f. Avkastninga vert tillagt kapitalstamme utan bestemte føremål.

III Handsaming:

Midlane vert ikkje lyste ut som støttemidlar. Regionrådet bestemmer til ei kvar tid bruken av midlane.



Møtedato 16.12.2022	Saksansvarleg Jostein Eitrheim
---------------------	--------------------------------

**HR-sak 38/22 Overføring av restmidlar i kraftlinjefondet til
Hardanger ungdomsråd**

Saksvedlegg:

Vedlegg 1: Note 9 frå årsrekneskap 2021

Vedlegg 2: Handlingsreglar for avbøtande Kraftlinemidlar i Hardangerrådet

Saksutgreiing:

Hardanger og Voss Ungdomsråd er aktive, engasjerte og samlande. Det vart frå Kraftlinemidlane i 2011 avsett midlar til regionalt ungdomsarbeid. Her står det att kr. 250.000. Administrasjonen ber om at desse midlane vert overførte til Hardanger og Voss ungdomsråd.

Framlegg til vedtak:

Hardangerrådet overfører restmidlar kr 250.000 til Hardanger og Voss ungdomsråd. Midlane vert dekkja gjennom avsett løyving i Kraftlinjefondet, øyremerka ungdomsarbeid.

Note 9 frå årsrekneskap 2021

Note 9 - Avbøtande tiltak kraftliner

Hardangerrådet IKS fekk tildelt kr 18 106 837 til avbøtande tiltak i samband med kraftlinesaka. Det er laga egne retningslinjer for bruken av desse midlane.

Kraftlinefondet har pr 31.12.2021 totalt kr 864 388 som ikkje er utbetalt. Av beløpet er kr 200 000 disponert og kr 664 388 udisponert. Av udisponert beløp er kr 250 000 bundet opp til ungdomsarbeid i Hardanger.

Renteinntekter for 2021 er tillagt fondet.



Hardangerrådet



Hardanger

Handlingsreglar for Avbøtande Kraftlinemidlar i Hardangerrådet.

Vedtekne i Hardangerrådet 08.12.2011

I Premissar:

- a. Dette er frie midlar som Hardangerrådet bestemmer over utan at beslutningane skal forankrast i eigarkommunane/-herada.
- b. Grunnforståinga er å bruka desse midlane til det som er best for Hardanger samla.
- c. Kvar kraftlinekommune/-herad har fått egne midlar til avbøtande tiltak, og Hardangerrådet sine midlar skal haldast utanfor kommunane sine vurderingar.
- d. Ein skal skilje mellom bruk av avkastinga og av kapitalstamma.
- e. Midlane skal brukast til egne tiltak og ikkje til driftsstøttetiltak.
- f. Midlane bør brukast til utløysing av andre midlar.

II Fordeling:

- a. Hardanger 2014 inntil 1 mill kr.
- b. Fossepunkta inntil 8 mill kr.
- c. Andre reiselivsrelaterte tiltak inntil 4 mill kr.
- d. Regionalt ungdomsarbeid inntil 1 mill kr.
- e. Hardangerrådsprosjekt inntil 4 mill kr.
- f. Avkastninga vert tillagt kapitalstamme utan bestemte føremål.

III Handsaming:

Midlane vert ikkje lyste ut som støttemidlar. Regionrådet bestemmer til ei kvar tid bruken av midlane.



Møtedato 16.12.2022	Saksansvarleg Jostein Eitrheim
---------------------	--------------------------------

HR-sak **39/22 Avslutning av prosjekt Kraftlinjefondet.
Overføring av restmidlar til nytt prosjektrekneskap
i Hardangerrådet**

Saksvedlegg:

Vedlegg: Status restmidlar i Kraftlinjefondet

Saksutgreiing:

Midlane i Kraftlinjefondet (18 mill) vart frå opprettinga i 2011 plassert på eigen bankkonto i Hardangerrådet. Dei siste åra har det vore svært liten aktivitet vedr. løyvingar frå dette fondet. Siste løyving var Å halda desse midlane på eigen bankkonto kompliserer både rekneskap og revisjon. Administrasjonen tilrår derfor at restmidlane no vert overført til driftskonto for Hardangerrådet.

Disponering av restmidlane skal berre kunne gjerast gjennom vedtak i regionrådet.

Framlegg til vedtak:

Kraftlinjefondet vert avslutta som prosjekt med midlar plassert på eigen bankkonto. Restmidlar vert overført til Hardangerrådets driftskonto og løyvingar frå fondet skal berre gjerast gjennom vedtak i regionrådet.

Kraftlinjefondet	
Restmidlar	19 988
Renter/avkastning	644 400
Tildelt, ikkje utbetalt Pilgrimssenter Røldal	200 000
Sum saldo bankkonto	864 388
Disponibel saldo	664 388
Tilbakeført (med atterhald om vedtak 16.12.2022)	200 000
Overført til Hardanger og Voss ungdomsråd (med atterhald om vedtak 16.12.2022)	250 000
Disponibelt pr. 16.12.2022	614 388



Møtedato 16.12.2022	Saksansvarleg Jostein Eitrheim
---------------------	--------------------------------

HR-sak **40/22** **Søknad om støtte til prosjekt**
“Nasjonalt frukt- og sidersenter på Lofthus”

Saksvedlegg:

Vedlegg 1: Forprosjekt Nasjonalt Frukt- og Sidersenter

Vedlegg 2: Nasjonalt Frukt- og Sidersenter status

Saksutgreiing:

Eit nasjonalt frukt- og sidersenter (NFS) på Lofthus vil bidra til å styrka reiseliv, frukt- og sidernæring samt samfunnsutvikling for heile Hardangerregionen. Hardanger er den største fruktregionen i landet og har også det største forskingsmiljøet for frukt og sider etablert på Lofthus i form av NIBIO Ullensvang. Den nyleg leverte rapporten frå forprosjektet (ligg som vedlegg) konkluderer med at målet med å etablere eit NFS er å:

1. Ta initiativ til og samkøyra felles FoU-prosjekt som har stor innverknad på etterspurnaden og/eller produktiviteten innan frukt og sider-/mostnæringa.
2. Formidle lærdom, kompetanse og byggja infrastruktur som næringa treng.
3. Vere eit senter som har kontaktnett og oversikt over kompetanse og utviklingsressursar
4. Samarbeide og byggje relasjonar til kringliggjande næringar som gardsturisme, kulturarv/museum, og festivalar.

NFS skal bidra til at frukt- og sidernæringa oppnår måla som Grøntutvalet har sett:

1. Auke forbruket av frukt og grønt med 75 % innan 2035
2. Auke den norskproduserte delen av frukt og grønt med 50 %

Dette vil ein oppnå ved at NFS vert oppbygd og drive med fokus på hovudområda:

1. Forsking og utvikling
2. Næringsutvikling
3. Formidling av kunnskap og kompetanse

Vi viser ellers til vedlagte rapport og til gjennomgang gjeven til styringsgruppa i nettmøte 16. november.

Etter at forprosjektet er ferdig står prosjektet no framfor ein mellomfase som skal avklara og forankra ide og innhald samt organisera og sikra finansiering av pilotfasen. Pilotfasen skal testa ut ein “miniatyr” av eit framtidig nasjonalt senter.

Hovudinnhaldet i mellomfasen vil vera:

1. Forankre ideen om eit frukt- og sidersenter, gjerne nasjonalt, hjå produsentar, marknad-, forskings- og kulturarvmiljø.
2. Få ei djupare forståing for kva for drivarar og barrierar som eksisterer for etablering av eit nasjonalt senter

3. Få nyttige innspel og tilbakemeldingar på konkrete utfordring og/eller moglege innhald i og styring av eit slikt senter – frå interessentane og andre nasjonale sentre
4. Organisere og finansiere - Få på plass finansiering og avklare korleis ein best kan organisere og få med seg viktige institusjonar og ressurspersonar inn i Pilotfasen

Prosjektet ser mellomfasen som ei forlengjing av forprosjektet og ser det difor som naturleg at arbeidsgruppe og styringsgruppe frå forprosjektet vert uendra

Arbeidsgruppe:

- Gunnhild Jaastad, NIBIO (prosjektleder)
- Harald Blaaflat Mundal, fruktprodusent i Sogn
- Bernt Bucher-Johannessen, Hanen
- Randi Bårtvedt, Hardanger og Voss Museum
- Anna Gursli Langesæter, Siderklynga
- Harald Alvaull, Ullensvang Fruktlager
- Tom Rasmussen, TR Consulting (innleigd prosjektressurs)

Styringsgruppe:

NIBIO, Vestland Fylkeskommune, Siderklynga, Ullensvang Fruktlager, Hardangerrådet/Ullensvang kommune.

Budsjett og finansiering

Budsjett NFS Mellomfase

Hovudområde	Sum
Forankre forprosjekt	115 000
Presentere og forankre rapport hjå sentrale aktørar, arrangere felles møte og workshop	
Idégrunnlag	350 000
Intervjue aktørar og interessentar om idé og grunnlag, gjennomføre marknadsundersøking, lage rapport mm	
Lærdom andre sentre	85 000
Gjennomføre møter andre nasjonale sentre, avklare retningslinjer for nasjonale sentre osv.	
Etablere grunnlag for Pilotfasen	240 000
Kontakt/møter med moglege samarbeidspartnerar og bidragsytarar, skrive og presentere søknader, rekruttere ressursar til styrings- og arbeidsgrupper	
Prosjektleiing	210 000
Workshop og møter i arbeidsgruppe, statusrapportering, presentasjon og forankring styringsgruppe	
Prosjektkostnad mellomfase eks. mva	1 000 000
Prosjektkostnad mellomfase inkl. mva	1 250 000

Kostnadar er knytt til prosjektleiing, kjøp av tenester (marknadsundersøking), reise- møteverksemd osv.

Finansieringskjelde

	Sum	Kommentar
Eiga finansiering (NIBIO+HVM) ¹	200 000	Sentrale prosjektmidler i NIBIO
Vestland Fylkeskommune	450 000	Tilskot til auka verdiskaping i frukt, bær og grøntnæringa – frist 15.11.2022
Sparebankstiftinga Hardanger	400 000	
Hardangerrådet	150 000	Søknad medio oktober
Andre	50 000	
Sum finansiering av mellomfase	1 250 000	

Som det framgår av finansieringsplanen søker prosjektet om støtte på kr 150.000 frå Hardangerrådet. Prosjektet har allereie fått innvilga kr. 400.000 til arbeidet med Mellomfasen frå Sparebankstiftinga Hardanger. Søknaden til Vestland Fylkeskommune ventast avklart før jul.

Framlegg til vedtak:

Hardangerrådet løyver kr 150.000 i støtte til gjennomføring av aktivitetsplan for mellomfase i prosjekt etablering av Nasjonalt Frukt- og Sidersenter på Lofthus. Løyvinga føreset fullfinansiering av budsjetterte kostnader på kr 1.250.000 Løyvinga vert finansiert frå restmidlar Kraftlinjefondet.



Forprosjekt Nasjonalt Fukt- og Sidersenter - saman for målretta FoU, lærdom og auka etterspurnad etter norsk

Rasmussen T., Jaastad G., Mundal H.B., Bårtveit R. og Bucher-Johannessen B.
30. juni 2022

Forord

«An Apple a Day Keeps the Doctor Away» er eit omgrep i daglegtala, henta frå engelsk, som viser kor viktig frukt, og i dette tilfellet eple, er for folkehelsa. I Noreg og i store delar av Europa er dette omskriven til «5 om dagen» for å marknadsføre og posisjonere frukt og grønt som matkategori. Frukt har ikkje berre ein positiv innverknad på folkehelsa, den er og ei stor primærnæring og ein industri med stor verdiskaping som både er utsett for konkurranse og endringar i klimaet. Produksjon av frukt, most og sider gjev også store ringverknader for gardsturisme, kulturlandskap, kulturarv, busetjing og meir til, for ikkje å snakke om arbeidsplassar for både bønder og dei som levere varer og tenester til desse.

Det har ikkje nødvendigvis vore slik at «eplet fell ikkje langt frå stammen». Det har ikkje vore automatikk blant unge å ta over fruktgardane frå den eldre generasjon. No skjer det mykje positivt innan frukt- og sidernæringa. Det ser ut for å vere ein trend at fleire unge ønskjer å ta over fordi dei ser ei lønsam framtid i det å drive med sider- og fruktproduksjon og gjerne med gardsturisme i tillegg. For som Eirik Aga (32), odelsgut, fruktbonde og dagleg leiar i Store Naa Siderkompani i Hardanger uttaler i ei undersøking om notid og framtid;

“Dette er det eg har lyst til å satse på som gardbrukar. Utan moglegheita til å produsere sider slik eg ønskjer det og selje det til restaurant og spesielt frå gard, er det truleg at eg ikkje hadde vurdert å overta garden. Dette gir meg ei spennande utfordring i åra som kjem, og eg kan jobbe med noko eg brenn for.”

Det er positive haldningar og etterspurnad i marknaden for norskprodusert frukt og sider. Grøntutvalet sin rapport som kom i 2020 teiknar både eit optimistisk og ambisiøst bilete for heile grøntsektoren, med klare mål om ei auke i forbruket samstundes med ei auke i norskprodusert frukt og grønt. Dette vil ikkje gjere seg sjølv. Utvalet held fram at kjernepunktet er at veksten må skje gjennom utvikling av mangfald i tilbodet av frukt og grønt gjennom innovasjon retta mot produktivitet, men i endå større grad mot forbrukarane og etterspurnaden i marknaden. Det er med andre ord trong for ei sterkare kopling mellom produksjonsleddet og marknaden, mellom alle aktørane i verdikjeda, og mellom FoU-institusjonar. Denne koplinga er ikkje alltid til stades i dag. Her kan eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter vere ein katalysator.

Forprosjektet vart etablert hjå NIBIO Ullensvang etter oppmoding frå sentralleiinga i NIBIO. Prosjektet har vore leia av forskar Gunnhild Jaastad ved NIBIO Ullensvang. Ei tverrfagleg arbeidsgruppe, som har bestått av Harald Mundal, Harald Alvavoll, Randi Bårtveit, Bernt Bucher-Johanessen, Kjetil Widding, har bidrege i gjennomføring av forprosjektet. Prosjektet har leigd inn Tom Rasmussen (TR Consulting) i arbeidet med å vurdere modeller for organisering, kalkylar for økonomi samt å skrive og samanfatte arbeidet med eit nasjonalt senter i denne sluttrapporten om forprosjektet.

Øystese, 30. juni 2022

Tom Rasmussen

Innhold

Forord	2
Samandrag	5
Abstract and summary in english	6
1 Innleiing	7
1.1 Forprosjektets mandat og samansetjing av arbeidsgruppa	9
1.2 Forståing og avgrensing av forprosjektet	9
2 Marknaden for frukt og foredla produkt som grunnlag for eit kompetansesenter	10
2.1 Rammer for fruktnæringa	10
2.2 Konsumnæringa; marknads- og produksjonstilhøve	12
2.2.1 Forbrukaråtfærd i høve frukt og grønt	14
2.2.2 Preferansar for norsk frukt	15
2.3 Sidernæringa; marknads- og produksjonstilhøve	16
2.3.1 Utvikling i volum og etterspurnad	16
2.3.2 Kvalitet og internasjonal standard	18
2.3.3 Differensiering gjennom produkt- og marknadsutvikling	19
3 Verdikjeda og trongen for FoU	21
3.1 Overordna verdikjede	21
3.2 FoU innan frukt og sider	23
3.3 Gardsturisme, kulturarv og andre ringverknader	25
3.3.1 Storytelling og kulturarv	26
4 SWOT og kritiske suksess faktorar for næringa	27
4.1 SWOT	27
4.2 Kritiske suksessfaktorar for eit nasjonalt senter	29
5 Mål, visjonar og strategiar	30
5.1 Målbilete for eit nasjonalt frukt- og sidersenter	30
5.2 Visjon og verdiforslag	32
5.3 Målgruppe	32
5.4 Grunnleggjande verdi, rolle og funksjonar	33
5.5 Arbeidsområde for eit nasjonalt frukt- og sidersenter	34
5.5.1 15 aktuelle fagområde for eit nasjonalt senter	35
6 Organisering av eit nasjonalt senter	38
6.1 Funksjonar eit nasjonalt senter treng	39
6.2 Modellar for organisering	40
7 Finansiering – mogelege kjelder	42
8 Tilrådingar for vidare arbeid i eit hovudprosjekt	43
Litteraturliste	44

Figurliste

Figur 1-1 Anbefalingsområder - Grøntsektoren mot 2035.....	8
Figur 2-1 Dei to marknadene for fruktproduksjon	12
Figur 2-2 Produksjonsverdi i grøntsektoren 2015-2021.....	12
Figur 2-3 Norsk produksjon av frukt og bær 2012-2021	13
Figur 2-4 Utvikling i konsum av eple og norsk del av samla sal.....	14
Figur 2-5 Utvikling i forbrukarane sitt konsum av frukt og grønt (5-om-dagen).....	14
Figur 2-6 Kva er viktigaste produkteigenskap for ulik type frukt og grønt.....	15
Figur 2-7 Sal av sider hjå Vinmonopolet 2016-2021	17
Figur 2-8 Estimert totalbehov for presseple	17
Figur 2-9 Estimert etterspurnad etter norsk sider mot 2030	18
Figur 2-10 CiderWorld 2018-2022 – Medaljeoversikt.....	19
Figur 2-11 Utvikling i sidernæringa skildra med Ansoff si produkt-/marknadsmatrise	19
Figur 3-1 Verdikjeda i norsk frukt og siderproduksjon med utvalde aktørar	21
Figur 3-2 Døme på FoU-behov i verdikjeda ¹	23
Figur 3-3 Nasjonalt senter som katalysator for FoU mellom forskingsmiljø og brukarane.....	24
Figur 4-1 Tre kritiske suksessfaktor for eit nasjonalt senter	29
Figur 5-1 Avisoppslag 3. mai 2030.....	30
Figur 5-2 Stegvis utvikling av eit nasjonalt frukt- og sidersenter 2022-2032	31
Figur 5-3 Utkast til logo med pay-off.....	32
Figur 5-4 Modell for rolla til eit nasjonalt senter som bindeledd.....	33
Figur 6-1 Modell for organisering av eit nasjonalt senter for frukt- og siderproduksjon	39
Figur 6-2 Tre modeller for organisering av eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter.....	40
Figur 7-1 Mogelege kjelder til finansiering av eit Nasjonal Frukt- og Sidersenter	42

Tabelliste

Tabell 2-1 Omsetnad (engros) av dei viktigaste fruktsortane til konsum i tonn.....	13
Tabell 2-2 Vinmonopolet - utvikling av omsetning av svakvin (liter)	16
Tabell 6-1 Døme på organisasjonsforma til nokre nasjonale sentre.....	38

Samandrag

Grøntutvalet (2020) konkluderte med at fokus på forskning, samarbeid og marknad vil gjere det mogleg å nå målet om auka forbruk av frukt og grønt med 75 % og norskandelen med 50 % innan 2035.

Frukt og bær er den største enkeltnæringa innan grøntsektoren med ein produksjonsverdi på 5.745 mill. kroner i 2021. Sjølv om forbrukarane har eit positivt syn på norsk mat, er totalkonsumet av frukt redusert dei siste 10 åra.

Salet av norsk sider gjennom Vinmonopolet har auka med 819 % frå 2016 til 2021! Sidernæringa har som mål å produsere 2,9 mill. liter, med ein verdi på 700 mill. kroner innan 2030. Eit slikt ambisiøst mål krev auka eplevolum, investering i FoU og auka kompetanse hjå produsentane.

Det er mange aktørar i verdikjeda for frukt og vidareforedling frå jord til bord. Meir kunnskap er naudsynt i alle deler av verdikjeda for å til dømes kutte kostnader, auke produksjonen og drive produktutvikling. Eit nasjonalt senter kan vere ein katalysator for betre samspel mellom FoU og næringsaktørar.

Forprosjektet meiner at målet for eit nasjonal frukt- og sidersenter er å:

1. Ta initiativ til og samkøyre felles FoU-prosjekt som har stor innverknad på etterspurnaden og/eller produktiviteten innan frukt og sider-/mostnæringa.
2. Formidle lærdom, kompetanse og byggje infrastruktur som næringa treng
3. Vere eit senter som har kontaktnett og oversikt over kompetanse og utviklingsressursar
4. Samarbeide og byggje relasjonar til kringliggjande næringar som gardsturisme, kulturarv/museum, og festivalar.

Forprosjektet meiner at er naturleg å organisere ressursane i eit nasjonalt senter kring tre hovudområda; 1) Forsking og utvikling, 2) Næringsutvikling og 3) Formidling.

Eit nasjonalt frukt og sidersenter kan bidra til at måla sett av Grøntutvalet vert nådd.

Abstract and summary in english

‘Grøntutvalget’¹¹ (2020) concluded that a focus on research, collaboration and marketing will make it possible to reach the goal of increasing consumption of fruit and vegetables by 75% and the Norwegian share of the market by 50% by 2035.

Fruit and berries are the largest single industry within the green sector with a production value of NOK 5,745 million in 2021. Although consumers have a positive view of Norwegian food, the total consumption of fruit has decreased over the last 10 years.

The sale of Norwegian cider through Vinmonopolet increased by 819% from 2016 to 2021! The cider industry aims to produce 2.9 million litres, with a value of NOK 700 million by 2030. Such an ambitious goal requires an increase in apple production volume, investment in R&D and competence among the producers.

There are many actors in the value chain for fruit and further processing from farm to table. More knowledge is essential in all parts of the value chain in order to cut costs, increase production, improve quality and drive product development. A national center can be a catalyst for better interaction between R&D and industry players.

This preliminary project believes that the aim of a national center for fruit and cider is to:

1. Take the initiative and coordinate joint R&D projects that have a major impact on demand and/or productivity within the fruit and cider industry.
2. Disseminate learning, expertise and build infrastructure in this important area that the industry needs
3. Be a center that has a network of contacts and an overview of competence and development resources
4. Collaborate and build relationships with surrounding industries such as farm tourism, cultural heritage/museums, and festivals.

Furthermore, it is natural to organize the resources in a national center around three main areas: 1) Research and development, 2) Business development and 3) Dissemination.

A national fruit and cider center has the potential to become a catalyst within the fruit industry and hence contribute to achieving the goals set by the ‘Grøntutvalget’

¹¹ ‘Grøntutvalget’ was a governmental appointed advisory committee for innovation and growth in the green sector who delivered its report on 27 March 2020. The report entitled "The Green Sector towards 2035" with the subtitle "-together for increased competitiveness, increased demand and more Norwegian"

1 Innleiing

I samband med jordbruksoppgjeret i 2019, sette Regjeringa ned eit rådgjevande utval for innovasjon og vekst i Grøntsektoren. (Prop. 120 S (2018–2019) - regjeringen.no, 2019) Grøntutvalet med leiar Anita Krohn Traaseth i spissen, leverte sin rapport 27. mars 2020. Rapporten med tittelen «Grøntsektoren mot 2035» med undertittelen «-sammen for økt konkurransekraft, økt etterspørsel og mer norsk», formulerte fylgjande vekstambisjonar for sektoren (Rådgivende utvalg for innovasjon, vekst og økt norskandel i grøntsektoren, 2020):

1. Auke forbruket av frukt og grønt med 75 % innan 2035
2. Auke den norskproduserte delen av frukt og grønt med 50 %

Utvalet skriv vidare kva dei vurderer er sentrale faktorar for å nå desse måla:

«Utvalget har konkludert med at hverken en vekst i totalmarkedet eller en vekst i norskandel vil komme av seg selv. Kjernepunktet er at veksten i norskandelen må skapes gjennom etterspørselsdrevet innovasjon og mangfold i tilbudet, basert på innsikt i hva norske forbrukere ønsker nå og i framtiden.»

Vidare skriv utvalet i oppsummeringa:

«Grøntutvalget fastslår at en varig, bærekraftig økning i norskandelen må være etterspørselsdrevet. Utvalget anbefaler at tyngdepunktet i innsatsen flyttes fra produktivitet, til innovasjon og produktutvikling basert på norsk særpreget og kvalitet.»

Utvalet legg i dette vekt på ein må ta utgangspunkt i etterspurnaden og kva krav og forventingar kundar og sluttbrukarar har for å lukkast. Dette forprosjektet har forsøkt å fylgje denne oppmodinga og hatt det som fellesnemnar for dei vurderingar og framlegg me har gjort.

Grøntutvalet skisserer 6 prioriterte områder i si tilråding som er vist i figur 1-1 på neste side. Alle desse områda viser kvifor eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter er viktig å få etablert og har i tillegg innverknad på utforminga av eit slikt senter. Forprosjektet har arbeidd med alle desse områda, men særleg fokusert på å samordne strategisk satsing på forskning og innovasjon (pkt. 6). Alle områda som Grøntutvalet meinte er viktige og sentrale, vil eit nasjonalt senter kunne vere ein pådrivar og katalysator for å få gjennomført.

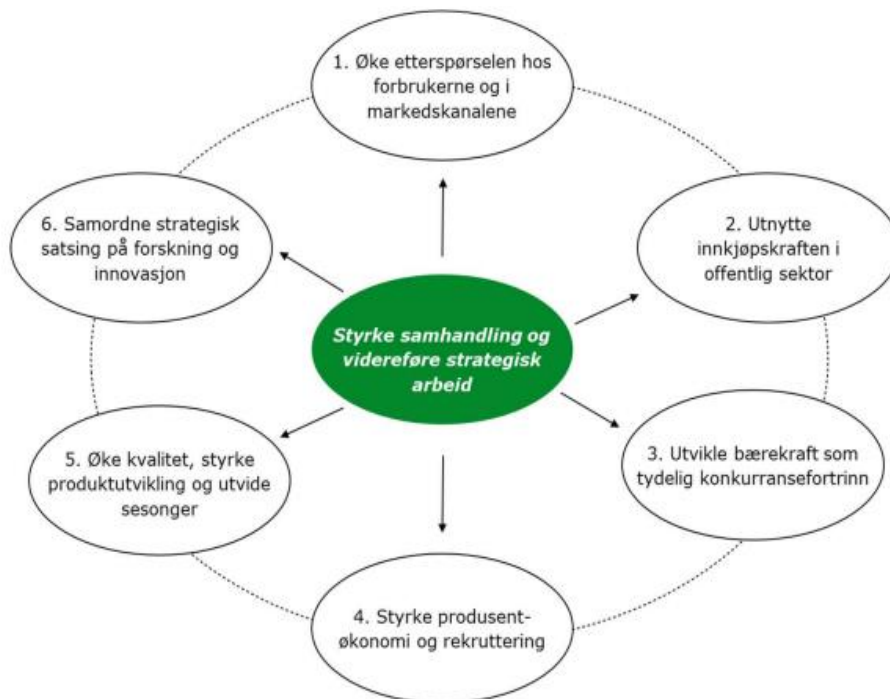
Det er som vi seinare skal vise, svært mange einingar som driv med FoU innan fruktnæringa. Desse er ikkje alltid like godt koordinert og prosjekt med same mål vert sett i gang hjå fleire institusjonar. Å utnytte den nasjonale kompetansen i felles prosjekt vil vere med på å auke kvalitet og resultat. Her kan eit nasjonalt senter spele ei viktig rolle i høve til betre koordinering.

Grøntutvalet framhevar kor viktig det er å få til ei betre samordning og å samle fruktnæringa kring kva for FoU-prosjekt det er mest trong for, og korleis aktørane i næringa i sterkare grad kan samhandle med FoU-miljøa for å bidra til både auka konsum av frukt og grønt samstundes med å auke norskdelen av det som konsumerast. Utvalet uttrykker dette med fylgjande utsegn:

«Dersom en samlet bransje tar strategiske valg for innretningen av forskning og innovasjon, og utfører en behovsanalyse, vil det trolig føre til en bedre utnyttelse av tilgjengelige ressurser og en raskere vei til målet om styrket innovasjon og vekst i bransjen»

Grøntrapporten omhandlar ikkje kva sider- og mostnæringa treng av FoU i høve både produktivitet og etterspurnad. Dette er ei relativ ung næring som er i vekst og som har treng meir FoU innan produktutvikling, lagring, prising, merkevarebygging osv.

Figur 1-1 Anbefalingsområder - Grøntsektoren mot 2035



Grøntutvalet kjem med tilråding til kva for FoU-område næringa må prioritera:

En sentral erkjennelse for utvalget er at for å virkeliggjøre ambisjonene, er det nødvendig å forskyve tyngdepunktet fra produktivetsforbedringer (investere i maskiner, plantemateriale med bedre ytelse osv.) til utvikling av norsk kvalitet og særpreg. Forskyvningen i tyngdepunkt ble konkretisert på denne måten: 70 prosent norsk kvalitet og særpreg, 30 prosent produktivitet.

En slik forskyvning og prioritering betyr vel og merke ikke at produktiviteten skal forsømmes. Å utvikle produktiviteten i norsk grøntbransje vil fortsatt være viktig. Produktiviteten må holde tritt med utviklingen i andre land. Kjernepunktet er at veksten i norskandelen må skapes gjennom etterspørselsdrevet innovasjon og mangfold i tilbudet, basert på innsikt i hva norske forbrukere ønsker seg og kan komme til å ønske seg.

Med andre ord, Grøntutvalet tilrår at næringa generelt og forskingsmiljøa spesielt må bli mykje meir oppteken av sluttkunden og konkurransekraft for norsk frukt i marknaden. Det er trong for ei meir marknadsdriven forskning og utvikling.

Regjeringen nedsatte selv Grøntutvalget, med tidligere Innovasjon Norge direktør Anita Krohn Traaseth som leder. Utvalget leverte en ypperlig rapport i mars i fjor med seks tydelig formulerte forslag til tiltak.

I etterkant av overlevering av Grøntrapporten vart Forum for Norsk Grønt etablert for å realisere måla i rapporten med tidlegare leiar i Nortura Arne Kristian Kolberg som leiar (Bondebladet, 2021). Forumet har medlemmer frå fleire aktørar i grøntsektoren som NIBIO, NHO, Gartnerhallen, bondelaga, og målet er identisk med det som Grøntutvalet formulerte kring auka forbruk av frukt og grønt og auka norskdelen. Forumet kunngjorde tidlegare i år at dei hadde fått daglegvarekjedene med på å forplikte seg til å nå desse måla og særleg auka i norskdelen (NRK, 2022). Alle dei tre store kjedene, Norgesgruppen, Rema 1000 og Coop er med på avtalen. For konsumnæringa av frukt og bær er dette sær gode nyhende.

1.1 Forprosjektets mandat og samansetjing av arbeidsgruppa

Forprosjektet Nasjonalt kompetansesenter for frukt og sider vart etablert hjå NIBIO Ullensvang etter oppmoding frå sentralleiinga i NIBIO. Forprosjektet har vore finansiert av NIBIO, Siderprodusentlaget, Siderklynga Hardanger, Vestland fylkeskommune og Ullensvang fruktlager. Ei arbeidsgruppe vart sett saman av fylgjande personar: Leiar Gunnhild Jaastad (NIBIO), Harald Blaaflat Mundal (fruktbonde og medlem i Gartnerhallen), Harald Alvavoll (Fruktbonde, siderprodusent og styreleiar i Ullensvang Fruktlager), Randi Bårtvedt (Hardanger og Voss Museum), Bernt Bucher-Johannessen (Hanen) og Kjetil Widding (Siderklynga i Hardanger) som mot slutten vart avløyst av ny leiar for klynga Anna Gursli Langesæter. Prosjektet har leigd inn Tom Rasmussen (TR Consulting) i arbeidet med å vurdere modeller for organisering og kalkylar for økonomi sett opp mot nasjonale mål i næringa samt å skrive og samanfatte arbeidet med eit nasjonalt senter i denne sluttrapporten om forprosjektet.

Forprosjektet Nasjonalt kompetansesenter for frukt og sider har som oppgåve å føre fram til eit hovudprosjekt med mål om auka volum av norskprodusert kvalitetsfrukt til konsum og vidareforedling ved å samla strategisk kompetanse, innovasjon og formidling i eit nasjonalt senter for frukt- og sidernæringa. Målet for forprosjektet er å:

1. Kartleggje produksjon, kompetansebehov og nettverk for å forankre prosjektet hjå aktuelle aktørar
2. Vurdere rollar, samarbeidsformer og innhald i eit nasjonalt frukt- og sidersenter
3. Utarbeide kalkylar for økonomi ved ulike modellar for eit senter
4. Vurdere modellar for organisering, etablering og strategi for eit nasjonalt senter.

Ein auke i nasjonal frukt- og siderkompetanse er basis for etablering av eit nasjonalt senter. Kompetanse må utviklast på dei områda der den i dag manglar og kunnskap må haldast ved like. Eple og sider fylgjer kvarandre - produksjonane er avhengig av kvarandre og kunnskap på det eine området er viktig for det andre. Det same gjeld anna frukt og vidareforedling

Forprosjektet har utarbeida fire delrapportar i AP 1; fruktmiljø (Harald Blaaflat Mundal), sidermiljø (Bernt Bucher-Johannessen), museum/formidlingsmiljø (Randi Bårtvedt) og FoU-miljø (Gunnhild Jaastad). Denne rapporten er basert på resultat av arbeidet med delmål 1 (AP 1) og delmål 2 (AP 2) og har ende opp med forslag til innhald, roller og samarbeidsformer i eit nasjonalt kompetansesenter for frukt og sider.

1.2 Forståing og avgrensing av forprosjektet

Grøntsektoren generelt og fruktnæringa spesielt er omfangsrrike næringar i breidde og djupne. Det er ikkje råd å gjere eit «djupdykk» i alle sider og faktorar som verkar inn på grunnlaget for eit nasjonalt frukt- og sidersenter eller kva tiltak som vil spela ei avgjerande rolle. Eit nasjonalt senter må vere godt forankra i alle dei miljø det skal tena og skape meirverdi for. Arbeidsgruppa si samansetning og nettverk har gitt naudsynt kunnskap og innsyn i korleis situasjonen i næringane er, og kva som vil være viktig å få utvikla og koordinert betre i eit nasjonalt senter. Eit hovudprosjekt må bruke tid på å grunnfesta og forankra eit slikt prosjekt, og må være spesifikke på innhald, organisasjonsform og finansiering av eit slikt senter.

2 Marknaden for frukt og foredla produkt som grunnlag for eit kompetansesenter

Frå å vere i ein situasjon der næringa ikkje klarte å produsere dei voluma konsummarknaden hadde behov for, er næringa no komen i ei situasjon der voluma er så store at det i enkelte deler av dei gode sesongane er vanskeleg å få selt unna voluma raskt nok og til ein god nok pris. Samstundes viser prognoser frå siderprodusentar at det kan verte mangel på pressfrukt. Grøntrapporten gjer det tydeleg at det er potensiale og ambisjonar om vidare vekst, både på konsumfrukt og sider. Det tyder på at veksten må planleggast og styrast betre enn tidlegare.

Frukt og grønt har avgrensa importvern, og oppgjerspris til produsent er prega av hard konkurranse med prisen på importprodukt og daglegvarekjedene sine ønske om lågast mogelege innkjøpskostnader. Samtidig aukar kostnadene i produksjonsleddet. Innsatsfaktorar som gjødsel, straum, drivstoff og emballasje går kraftig opp i lag med transportkostnader og timesatsane for innleigd arbeidskraft. Plantevernmiddel forsvinn frå den norske marknaden, noko som i enkelte år kan føre til opp mot 100 % skadd frukt. Resultatet er at produsentøkonomien vert pressa frå begge kantar. Ein føresetnad for framtidig auke i norsk produksjon av frukt og grønt, er at det er tilfredsstillande økonomi i alle ledd i verdikjeda. Utan tilfredsstillande økonomi i produsentleddet vil det ikkje vere nokon fruktproduksjon i framtida, og utan tilfredsstillande økonomi i resten av verdikjeda vil det ikkje vere gode nok incentiv til å prioritere sal av norsk frukt.

Marknaden for frukt har flata ut medan foredla produkt av frukt som sider og most aukar. Frukt og bær vert distribuert til forbrukarane gjennom grossist og gjort tilgjengeleg både i butikk og innan hotell-, restaurant- og cateringnæringa (Horeca). Det som ikkje vert klassifiserast som fin nok frukt har i alle år vore nytta til å produsera most og sider. Den «foredla» delen av næringa har opplevd ein eventyrleg volumutvikling i dei siste åra som har gitt større lønsemd og interesse. Mange av fruktgardane kombinerer dette med gardsturisme. Ein kan samanlikna med vingardar og turisme i Europa og andre stader i verda. Sider, og opplevingar knytt til denne, skaper ein heilt ny situasjon for den norske fruktnæringa, som og må få innverknad på det som gjerast av forskning og utvikling (FoU).

2.1 Rammer for fruktnæringa

Dei årlege jordbruksoppgjera er grunnleggjande for ikkje berre økonomien i jordbruket, men og for analysen og ståstaden for næringa og kva ein ønskjer å prioritera for verkemiddel. Fylgjande sitat frå årets jordbruksoppgjjer seier noko om vurderinga av tilhøvet i marknaden for frukt og bær (*Prop. 120 S (2021–2022) - regjeringen.no, 2022*):

Markedet for frukt og grønnsaker er preget av sterk konkurranse fra import, elleve av tolv produkter i grøntsektoren oppnådde likevel målpris i 2021. Unntaket var epler. Samlet sett er det fortsatt markedsmuligheter for økt planteproduksjon, særlig for frukt, bær og grønnsaker.

På den eine sida vedgår Regjeringa at eple ikkje oppnår målpris, eit uttrykk for at produsentane får ei for låg pris på eple, og på den anna side seier ein at det framleis er mogelegheiter i marknaden for auka planteproduksjon og i særleg grad frukt, bær og grønnsaker. Fruktnæringa er ei viktig del av heile Grøntsektoren der det er knyta ei rekkje rammer som verkar inn på volum, lønsemd, rekruttering osv.

Politiske og økonomiske rammer – Ei av dei viktigaste lovendringane som har skjedd med tanke på siderproduksjon var endringa i alkohollova som opna for sal av sider over 4,5 volumprosent alkohol frå eigen gard (*Prop. 116 L (2015–2016)*, 2016). Det finns ei rekkje direkte tilskotsordningar (arealtilskot, tilskot ved avlingsskade osv.) og meir indirekte tilskotsordningar (tilskot til FoU, Matmerk, NLR, osv.) knytt til fruktproduksjon og forankra i politiske prosessar. Systemet med målpris i samband med jordbruksoppgjæret sikrar ein viss tryggleik rundt prisnivå og dermed lønnsemd for fruktbonden. Generelt sett har lønnsenda i jordbruket vore pressa. Det finns ikkje direkte tall, men om ein ser på veksten i talet på sider-producentar så kan det sjå ut som at dei som har satsa på foredlinga av frukt aukar sin del av verdiskapinga og såleis set igjen med ei betre lønnsemd av fruktgarden. Andre økonomiske rammer er tilgang til arbeidskraft i sesongen, stabil til fallande totalmarknad for frukt, og importvern og konkurranse frå importert frukt. Krigen i Ukraina og dei internasjonale forsyningskjedene for mat, har på ny sett fokus på høgare sjølvforsyningsgrad.

Sosiologiske rammer – Helse, sunn mat, rein mat, vegetarmat og norsk mat er alle trendar som opnar for meir frukt og bær. I tillegg står norsk jordbruk og den norske bonden sterkt hjå folk flest. Ei undersøking gjort av Ruralis viser at tilliten til norske bønder er sterk og held seg høg (Sæthern, 2021). Ei anna trend er lokal og kortreist mat og at folk ser ut for å prioritere ferie og opplevingar i Noreg sjølv etter Korona-tida. Dette gjer moglegheiter for norske fruktgardar og gardsturisme i høve lokal mat og drikke. Det er med andre ord mange positive og få negative haldningar og trendar til norsk fruktproduksjon

Teknologiske rammer – Ny teknologi er i mange tilfelle kapitalintensiv og såleis ofte urealistisk for den einskilde fruktbonde eller siderproducent å investere i. Derfor er fellesprosjekt og tilskotsordningar naudsynnte. Eit døme på eit viktig felles prosjekt er prosjektet «Eple-handling», finansiert av Forskingsrådet og eit samarbeid mellom forskarar ved NIBIO og fruktpakkeria kring handtering av eple etter hausting og betra tilhøve for lagring av frukt gjennom ny lagringsteknologi som Smartfresh og ULO-lagring (Prosjektbanken, 2022). Eit anna viktig prosjekt er etableringa av eit sensorisk panel ved NIBIO Ullensvang der ein i samarbeid med Nofima skal etablere eit smakspanel for i fyrste omgang ulike siderprodukt. Andre viktige teknologiske rammer i framtida kan vere bruk av dronar, automatisering gjennom robotar osv.

Berekraftige rammer – Det ligg store fordeler kring det å utvikle berekraft som eit fortrinn i konkurransen med importert frukt. Å ta posisjon som det mest berekraftige alternativet kan være ei viktig satsing. Her er det mange element som må på plass som plantehelse, sortsmangfald, bruk av plantevernmiddele osv. Ei slik satsing vil krevje ei koordinert innsats frå heile frukt- og sidernæringa.

Legale rammer – Eit døme på viktige rammer er Plantevernforskriften. Den er tilpassa regelverk og forskrifter i EU, eit regelverk som vert strengare og strengare. Dette har til dømes resultert i at fruktproducentane ikkje har middel mot insektlarver frå neste år. I 2022 ville det truleg vorte nærare 100 % skade om ikkje kjemiske plantevernmiddele mot rognebærmøll var tilgjengeleg.

Momenta i den ovanståande såkalla PESTEL-analysen er ikkje uttømande, men er meint å gje eit innblikk i nokre viktige rammer som set sit preg på frukt- og sidernæringa. Det samla bilete for næringa er relativt positivt, spesielt når det gjeld etterspurnaden og forbrukarane sine positive haldningar til norsk frukt og grønt. Utfordringane er i stor grad knytt til konkurransevne, lønsnemnd, rekruttering og trongen for å investere i FoU, berekraft og ny teknologi. Eit nasjonalt senter kan spele ei viktig rolle og bidra til betre prioritering og koordinering mellom forskarmiljø og brukarane.

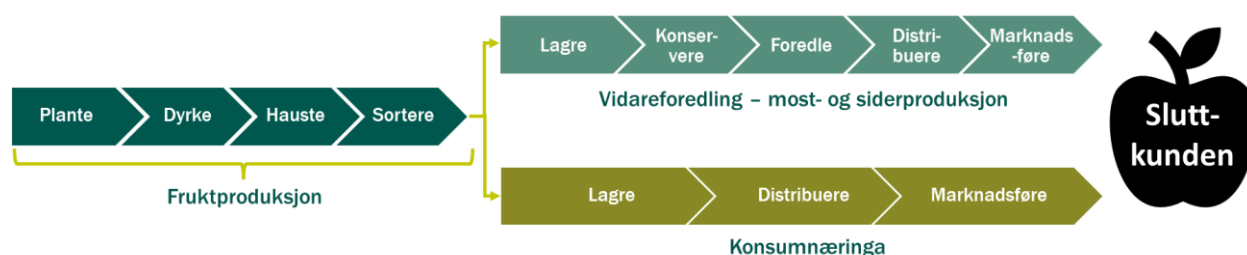
2.2 Konsumnæringa; marknads- og produksjonstilhøve

Frukt vert distribuert til to marknader som vist i figur 2-1:

1. Gjennom grossist til daglegvarebutikkar, hotell- og restaurantnæringa og verksemdar (offentlege og private)
2. Press- og foredlingsindustrien til most-/siderproduksjon

I tillegg kjem sal og distribusjon gjennom kanalar som til dømes Bondens Marknad, REKO-ringar, eigen fruktgard og -utsal med fleire. Det er frukta som bind dei to områda saman sjølv om dei kan ha ulik marknad og produksjon og såleis ulike utfordringar.

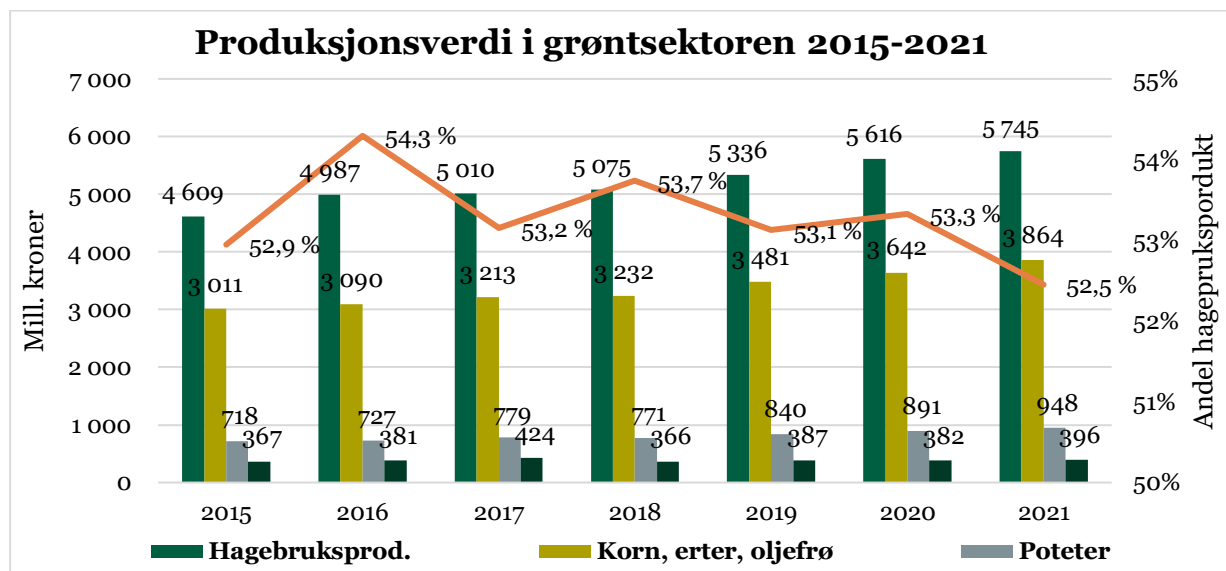
Figur 2-1 Dei to marknadene for fruktproduksjon



Vidareforedling av frukt til sider og most er basert på utsortert konsumfrukt som marknaden ikkje vil ha. Fordelinga innan eple mellom klasse 1 og presseple har normalt ei fordeling 60/40. Denne modellen fører til at det er tilnærma null svinn på frukt i Noreg fordi alle kvalitetsklassar vert nytta på best mogeleg vis. Utfordringa framover er knytt til eit aukande produksjonsvolum for most og sider som kan resultere i at trongen for eple vert større enn det som vert utsortert frukt, som igjen kan føre til at klasse 1 frukt vert nytta til slik produksjon. Kva som er mest lønsamt, vil være avgjerande for graden av ei slik utvikling.

Frukt vert definerast som ein av hagebruksprodukta i SSB sine tall. Figur 2-2 viser at dette er den største sektoren innanfor grøntsektoren med ein produksjonsverdi på 5,7 mrd i 2021.

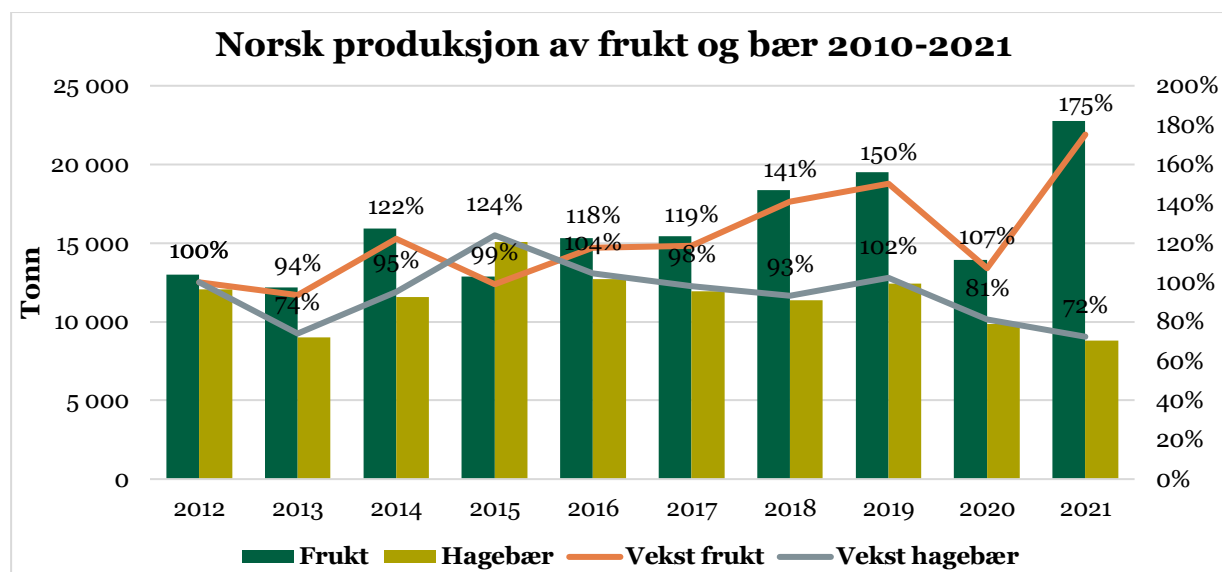
Figur 2-2 Produksjonsverdi i grøntsektoren 2015-2021



Den delen av Grøntsektoren som frukt og bær representere, viser nedgang. Frå 54,3 % i 2016 til 52,5 % i 2021 som att på til var eit kronår for norsk frukt. Det tyder på at veksten i produksjonsverdi er større for dei andre kategoriane. Det skuldast ikkje lågare produksjonsvolum, men det faktum at korn, poteter og spesielt grønsaker gjer det totalt sett betre både på pris

og volum. Figur 2-3 viser nettopp at volumutviklinga har vore positiv for norsk frukt, men fallande for hagebær i fylgje tal frå SSB.

Figur 2-3 Norsk produksjon av frukt og bær 2012-2021



Den samla delen av omsetnaden av frukt som er produsert i Noreg er framleis låg, men viser ein aukande tendens. Tabell 2-1 viser god utvikling for norskdelen i alle 4 kategoriar frukt og bær.

Tabell 2-1 Omsetnad (engros) av dei viktigaste fruktsortane til konsum i tonn

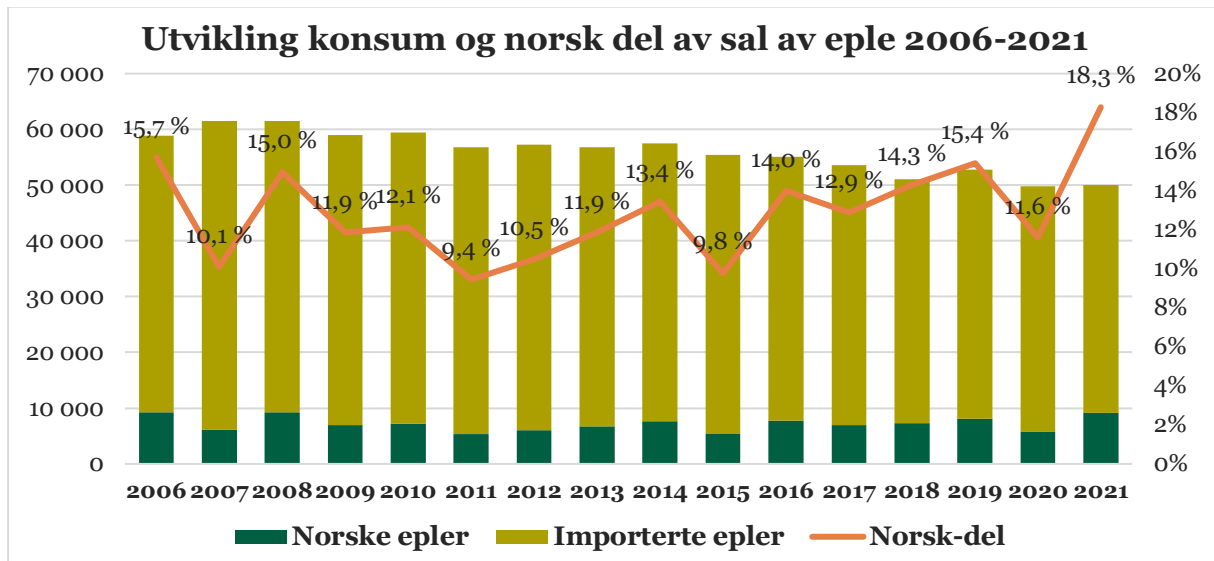
Fruktslag	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Eple										
Norsk omsetnad	6 000	6 740	7 698	5 422	7 717	6 909	7 301	8 144	5 768	9 141
Import	51 279	50 115	49 756	50 022	47 411	46 693	43 740	44 656	43 996	40 874
Norsk del	10,5 %	11,9 %	13,4 %	9,8 %	14,0 %	12,9 %	14,3 %	15,4 %	11,6 %	18,3 %
Pære										
Norsk omsetnad	170	141	248	109	147	159	454	325	379	451
Import	19 191	17 367	19 079	18 106	17 330	17 423	17 141	15 774	13 193	13 779
Norsk del	0,9 %	0,8 %	1,3 %	0,6 %	0,8 %	0,9 %	2,6 %	2,0 %	2,8 %	3,2 %
Plomme										
Norsk omsetnad	829	1 302	1 174	1 195	1 215	1 763	1 528	2 245	419	1 871
Import	4 237	3 959	4 027	4 289	4 024	3 809	3 184	2 638	2 131	2 418
Norsk del	16,4 %	24,7 %	22,6 %	21,8 %	23,2 %	31,6 %	32,4 %	46,0 %	16,4 %	43,6 %
Morell/Kirsebær										
Norsk omsetnad	354	405	488	583	384	405	447	433	498	644
Import	1 134	1 512	2 007	1 994	2 293	2 111	1 960	1 705	1 736	1 722
Norsk del	23,8 %	21,1 %	19,6 %	22,6 %	14,3 %	16,1 %	18,6 %	20,3 %	22,3 %	27,2 %

Kjelde: Landsbruksdirektoratet/SSB/DFG

Eple har klart størst omsetnad gjennom grossist samanlikna med dei andre. Figur 2-4 på neste side viser likevel at totalvolum for eple har ein nedgåande trend dei siste 15 åra. Frå ein topp i 2008 på 61.511 tonn eple og ned til 49.764 tonn i 2020 og 50.015 i 2021. Det er ein nedgang på nær 20 % (19,1 %). Det positive er at norskdelen av konsumet har auka dei siste åra. 2021 vart det beste året med ein norsk del på heile 18,3 %. Dette er særskild gledeleg og viktig og for signala frå pakkeria er at det no vert planta veldig mykje epletre no i alle fruktdistrikt som igjen vil resultere i

meir volum dei komande åra. Utfordringa er difor å utvikle etterspurnaden etter frukt i konsummarknaden samstundes med å auke norskdelen av den.

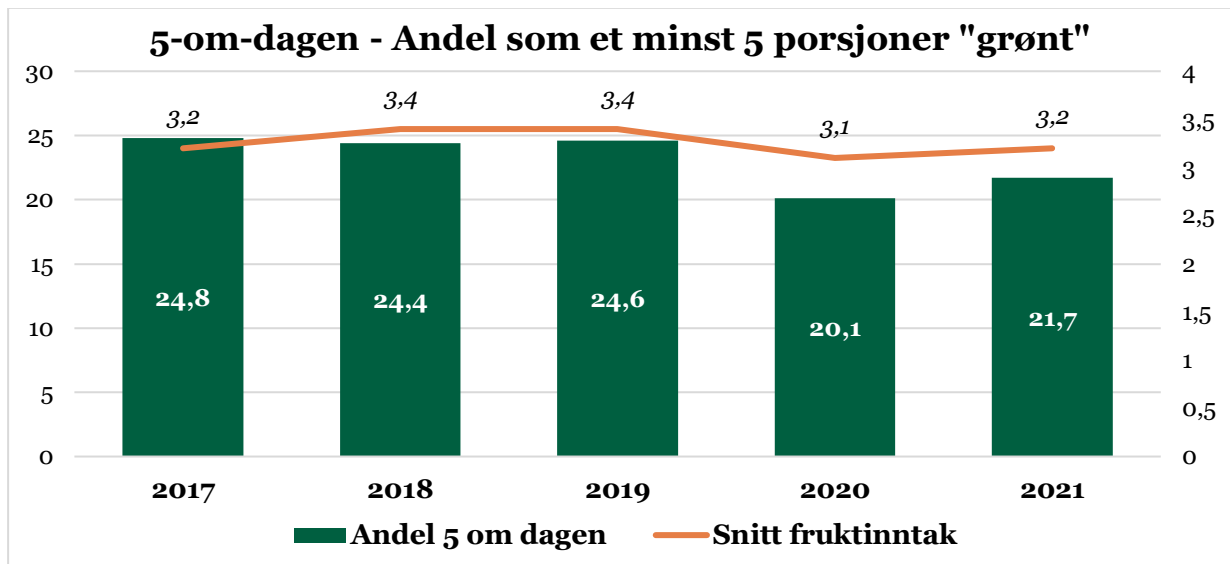
Figur 2-4 Utvikling i konsum av epler og norsk del av samla sal



2.2.1 Forbrukaråtferd i høve frukt og grønt

Forbruk av frukt og grønt har i Korona-tider avteke. Det er no teikn på at dette er i ferd med å snu i fylgje Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) sin frukt- og grøntstatistikk for 2021 (Kantar OFG, 2021a). Kantar gjennomfører på vegne av OFG, fleire undersøkingar om folk sine kjøp og preferanse for frukt og grønt. Mellom anna gjer dei årleg måling av forbruket av 5-om-dagen og samanliknar det norske forbruket med andre land i Europa. (Kantar OFG, 2021c)

Figur 2-5 Utvikling i forbrukarane sitt konsum av frukt og grønt (5-om-dagen)



Figur 2-5 viser at norske forbrukarar ligg på eit snitt på 3,2 frukt- og grønteiningar om dagen. Nedgangen i forbruket dei to siste åra kan vere eit resultat av endring i ete-varnar under Korona-tida.

Det norsk forbruket av frukt og grønt (5-om-dagen) er «midt-i-laget» i høve til konsum i andre land (Figur 2-5). På topp finn me Storbritannia der 43 % av forbrukarane et 5-om-dagen fylgt av Frankrike med 30 %. Forbrukarar i Noreg et meir enn tyskarar (20 %), hollendarar (17 %),

danskar (13 %) og svenskar (12 %). Finland ligg på 29 % og har hatt ei sterk framgang dei siste år og har no gått forbi Noreg. Det er målekriteriet '5 om dagen' Grøntutvalet peiker på som sentralt å auke i sin rapport.

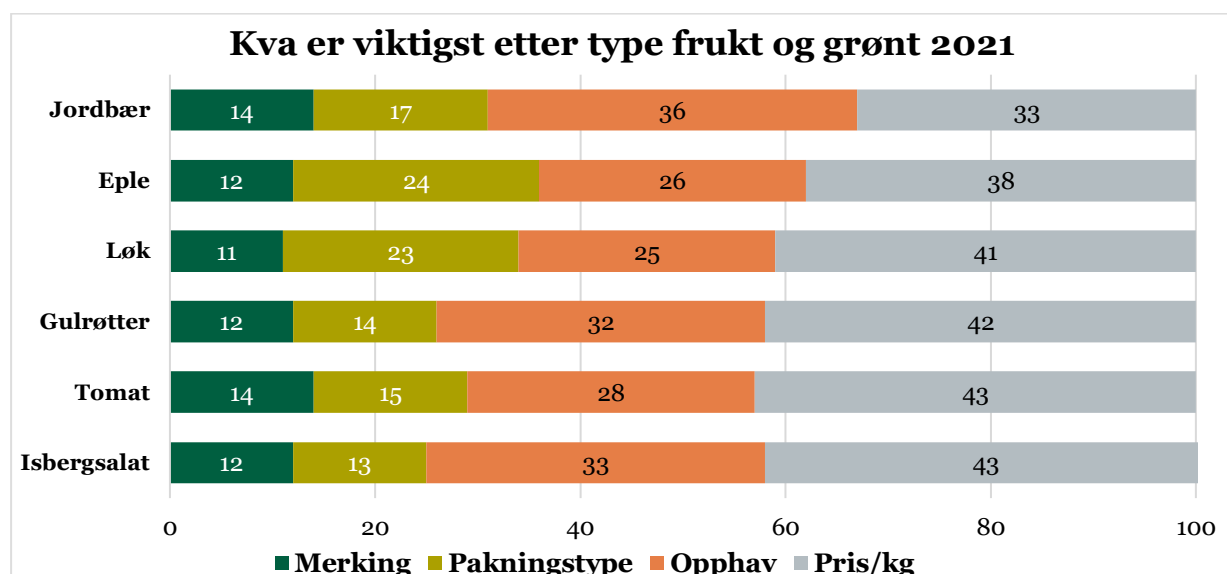
2.2.2 Preferansar for norsk frukt

Ipsos, eit anna selskap som driv med undersøkingar, har i fleire år målt folk sine matvanar gjennom den såkalla Spisefaktaundersøkinga på oppdrag for Stiftinga Norsk Mat (Ipsos, 2022). Undersøking for 2022 viser at den delen av forbrukarane som vel norsk mat i butikkane har auka med heile 5 prosentpoeng sidan 2019. 53 % seier no at dei legg vekt på mat produsert i Noreg. Det er 4 faktorar som er viktig for at folk skal kjøpe frukt og grønt i butikk; fersk mat, sunn mat, låg pris og at maten er produsert i Noreg. I undersøkinga i 2021 er det nettopp norskprodusert som viser størst vekst. Arbeidet som Stiftinga Norsk Mat gjer kring merket «Nyt Norge» i lag med Grøntprodusentenes Samarbeidsråd og OFG, ser ut til å gi resultat for som landbruksminister Sandra Borch og adm.dir. Nina Sundqvist i stiftinga uttalte nyleg (Bondebladet, 2022): «*Merkes kål tydelig med Nyt Norge vinner vi forbrukerne i butikkhylla*».

Det vert tydelegvis gjort mykje godt arbeid for å påverke forbrukarane, men det handlar ikkje berre om merking, plassering, kampanjar og anna marknadsføring. Vel så viktig er konkurransedyktig fruktsortar i konkurranse med utanlandske, kvalitet og at leveransen til butikkane er føreseieleg. Berre innan dette feltet er det mogeleg å gjere mykje forskning og utvikling i eit samarbeid mellom produsentar, pakkeri, sisteledd og forskingsmiljø. Det er særskild viktig for norske produsentar at forbrukarane føretrekk norsk frukt og grønt. Dette handlar om at ein både kan konkurrere med produsentar frå andre land, men og at det er mogeleg gjennom differensiering som til dømes «Nyt Norsk» å ta ein meirpris. Det seier seg sjølv at ein meirpris på 10-15 % eller meir har stor innverknad på lønsemda innan næringa.

Kva rolle spelar pris? I rapporten «Hvor viktig er norsk i forbrukers valg av frukt og grønt?» (Kantar OFG, 2021b) måler Kantar kor viktige dei ulike kriteria er for val av frukt. Denne er vist i figur 2-6. Pris er viktigaste faktor fylgt av opphav, type pakning og merking.

Figur 2-6 Kva er viktigaste produkteigenskap for ulik type frukt og grønt



Undersøkinga viser at norsk opphav er viktigast når det gjeld jordbær, salat og gulrøter, og lågast for løk, eple og tomat. Kantar kommenterer at denne avstanden ser ut til å auke over tid.

Forbrukarane sin preferanse for norsk kontra utanlandsk frukt er særst viktig for næringa. Importvernet gjev avgrensa skydd og då må norsk frukt i butikk stå på eigne bein og konkurrere med dei utanlandske sortane. Kanskje må norsk fruktnæring endre tankesettet sitt frå at frukt er volumproduksjon til at det i mykje større grad må vere prega av særpreg og lokalmat for at eple frå Telemark, Hardanger, Sogn og andre plassar kan stå seg sterkare i konkurranse med Pink Lady, Granny Smith, Golden Delicious med fleire. Her kan ein tenkje seg at innsats kring nye norske fruktsortar, betre kvalitet, pakning, meir føreseieleg volum, merkevarebygging osv. som områder som fruktnæringa kunne ha gjort mykje meir innanfor og fått til eit endå betre samarbeid kring. Eit nasjonalt senter kan fungere som ein pådrivar for at ikkje konsumdelen av næringa berre blir ein råvareleverandør prisgitt prioriteringane til grossistar og sisteledd.

2.3 Sidernæringa; marknads- og produksjonstilhøve

Det er om lag 50 aktive gardsprodusentar av sider laga av norske eple i fylgje interesseorganisasjonen HANEN, og talet er aukande. Største parten av desse kjem frå Hardanger (23). Det er venta ei auke i talet produsentar dei komande åra. I tillegg kjem det kommersielle produsentar i form av bybaserte sideri og større bryggeri som produserer sider som ein del av sine produkt. Det finst to typar tilverknadsløyve: Statleg og kommunalt løyve der fyrstnemnde gjer at produsenten kan distribuere sideren gjennom Vinmonopolet, daglegvarehandel og Horeca medan kommunalt løyve berre gjev løyve til å selje frå eigen fruktgard. I tillegg kjem produksjon av most og drikke frå andre fruktslag.

2.3.1 Utvikling i volum og etterspurnad

Norske siderprodusentar har klart å auke produksjon og sal av sider. Tabell 2.2 viser eit årleg sal gjennom Vinmonopolet på 373.242 liter sider i 2021. Det er ei auke på meir enn 300.000 liter sidan 2016 eller 418 % på 5 år! Korona har hatt verknad på etterspurnaden hjå Vinmonopolet dei to siste åra. Likevel har utviklinga og dermed plassen sider får tildelt i hyllene vore framgangsrik.

Tabell 2-2 Vinmonopolet - utvikling av omsetning av svakvin (liter)

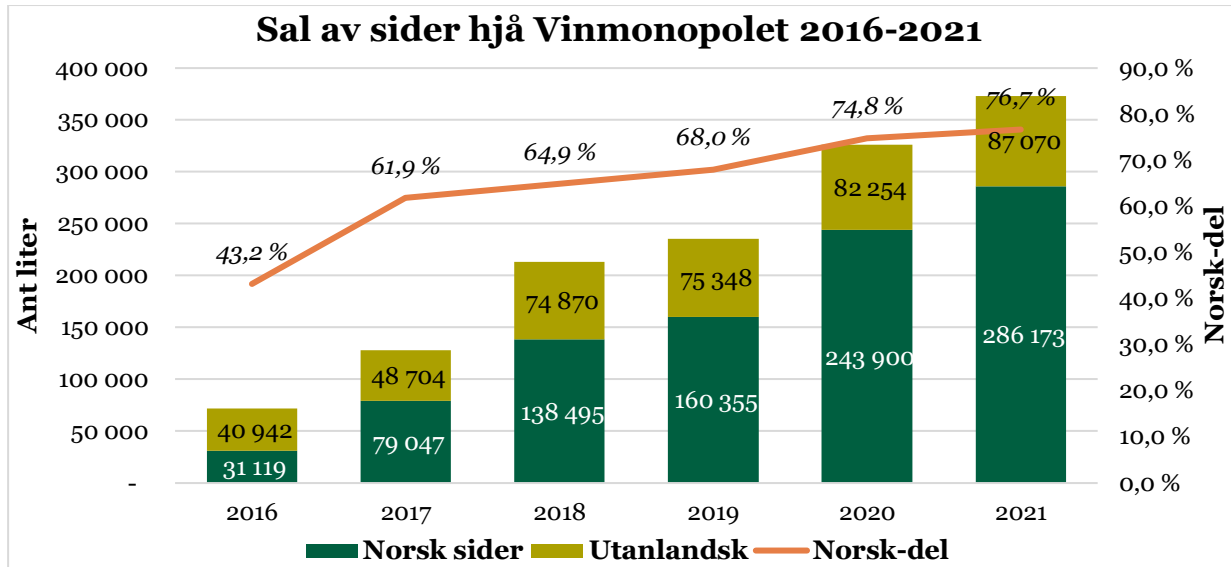
Vinkategori	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rødvin	40 572 505	39 780 207	38 684 022	38 580 980	54 114 791	53 254 190
Hvitvin	17 958 187	17 880 809	19 062 606	19 030 134	27 441 343	27 992 826
Musserende vin	4 797 271	4 846 146	5 211 539	5 494 954	7 019 125	7 958 999
Rosévin	2 104 035	2 214 887	2 792 987	2 754 762	4 750 880	5 350 290
Perlende vin	591 001	609 289	676 570	677 652	975 058	1 013 583
Aromatisert vin	249 425	229 591	285 208	321 168	543 965	671 742
Sider	72 062	127 751	213 364	235 703	326 154	373 242
Fruktvin	62 956	58 021	58 521	65 654	93 723	106 277
Totalsum	66 407 442	65 746 701	66 984 818	67 161 008	95 265 040	96 721 345
Vekst svakvin	100 %	99 %	101 %	101 %	143 %	146 %
Vekst sider	100 %	177 %	296 %	327 %	453 %	518 %

Kjelde: Vinmonopolet

Sider og fruktvin er små kategoriar, men kan vise til flott utvikling og er eit god alternativ til sortar som Champagne, Cava, Proseco og liknande. Berre det å kome opp i «rangordninga» og bli nemnd i same andedrag som desse meir kjende sortane, fortel mykje om den reisa sider har hatt som produktgruppe eller som den kjende vinspaltisten Ingvild Tennfjord skriv (Tennfjord, 2021):

Men vi har gull i Norge allerede. Og helt siden jeg skrev den forrige spalten, har det kjent som en unnlattessynd å ikke skrive om vår briljante råvare, nemlig – eple!

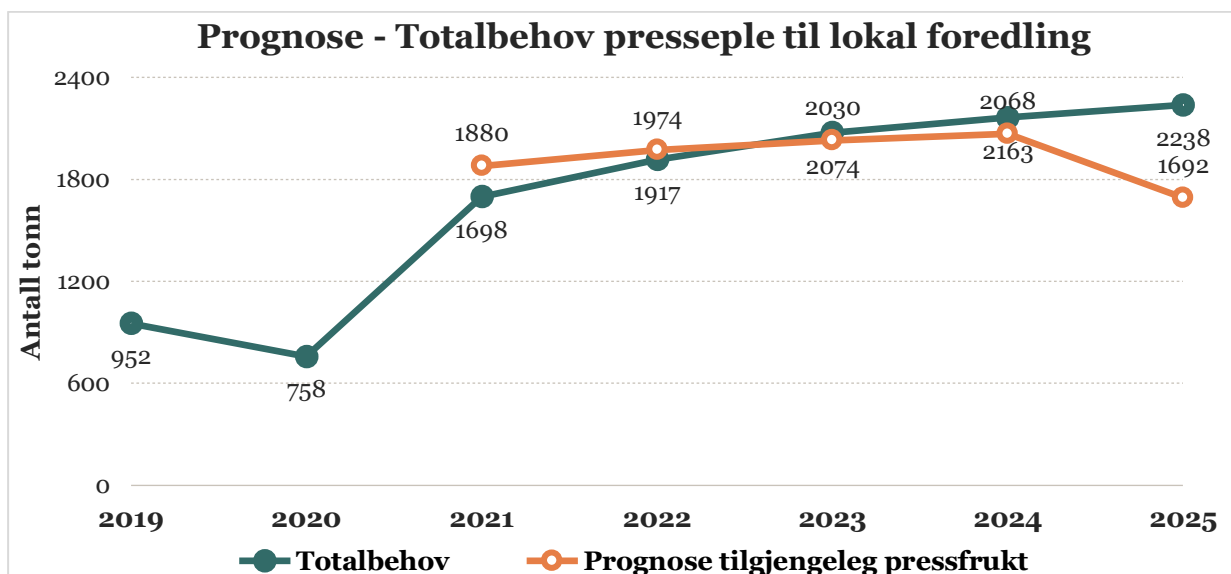
Figur 2-7 Sal av sider hjå Vinmonopolet 2016-2021



Kjelde: Vinmonopolet

Figur 2-7 viser korleis omsetnaden av sider hjå Vinmonopolet har auka dei siste åra. Norske siderprodusentar har både klart å auke totalvolumet og sin del av marknaden. Siderklynga i Hardanger rekna i 2021 på kor stor mengd med presseple siderprodusentane i Hardanger treng framover i og med at sider frå Hardanger forutset eple frå Hardanger. Figur 2-8 viser resultatane av innsamla data frå produsentane. Om veksten i etterspurnaden etter sider frå Hardanger held fram, så ser det ut for at det kan bli for lite presseple. Ja, faktisk kan situasjonen verte at ein må nytta frukt av klasse 1 til press for å støtte etterspurnaden.

Figur 2-8 Estimert totalbehov for presseple

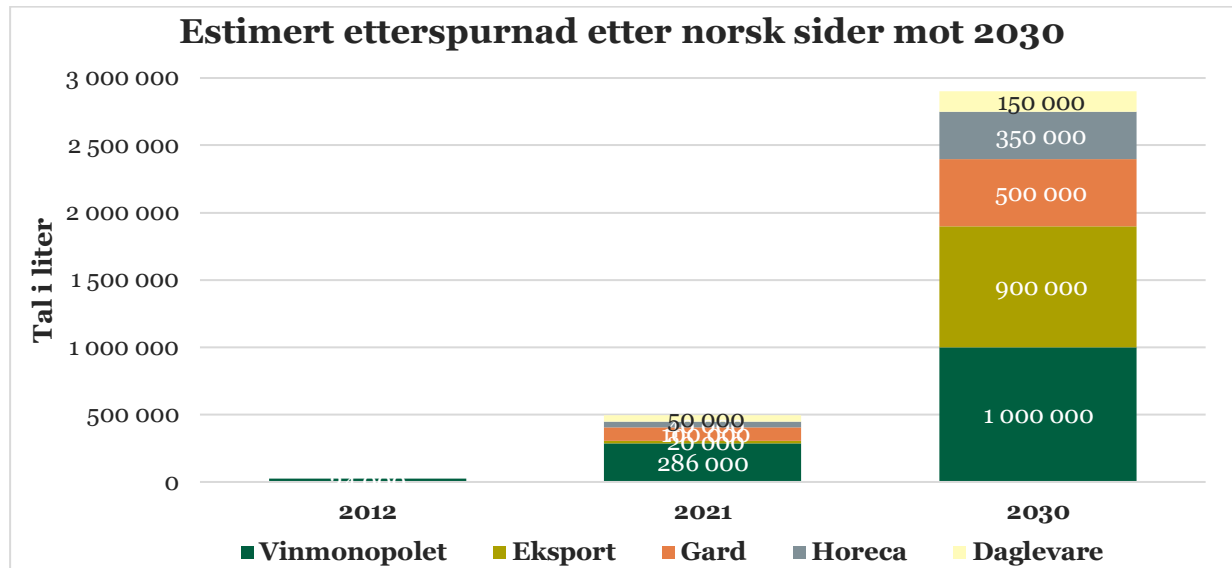


Kjelde: Siderklynga i Hardanger

Under Hardanger Internasjonale Siderfest 5.-8. mai 2022, presenterte Siderklynga i Hardanger og interesseorganisasjonen Hanen ein prognose på den framtidige siderproduksjon i Noreg (Figur 2-9). Dei rekna ein samla etterspurnad på 2,9 mill. liter i 2030 til ein marknadsverdi på 580 mill. kroner. Volumet for sider i 2021 er rekna til å være 496.000 liter. Dei ser med andre ord for seg ei

5-dobling i omsetnad dei neste 10 åra. Dette er ein av dei store diskusjonane innan næringa og inneber at det er særskilt viktig å få til eit samarbeid innan fleire område for at både norsk kvalitetsfrukt og norsk kvalitetssider skal lukkast. Her kan eit nasjonalt senter bidra til betre samspel og koordinering. Til dømes treng ein betre marknads- og produksjonsdata for å kunne utarbeide prognosar for hausting av eple kontra etterspurnad av eple til konsum, sider og most.

Figur 2-9 Estimert etterspurnad etter norsk sider mot 2030

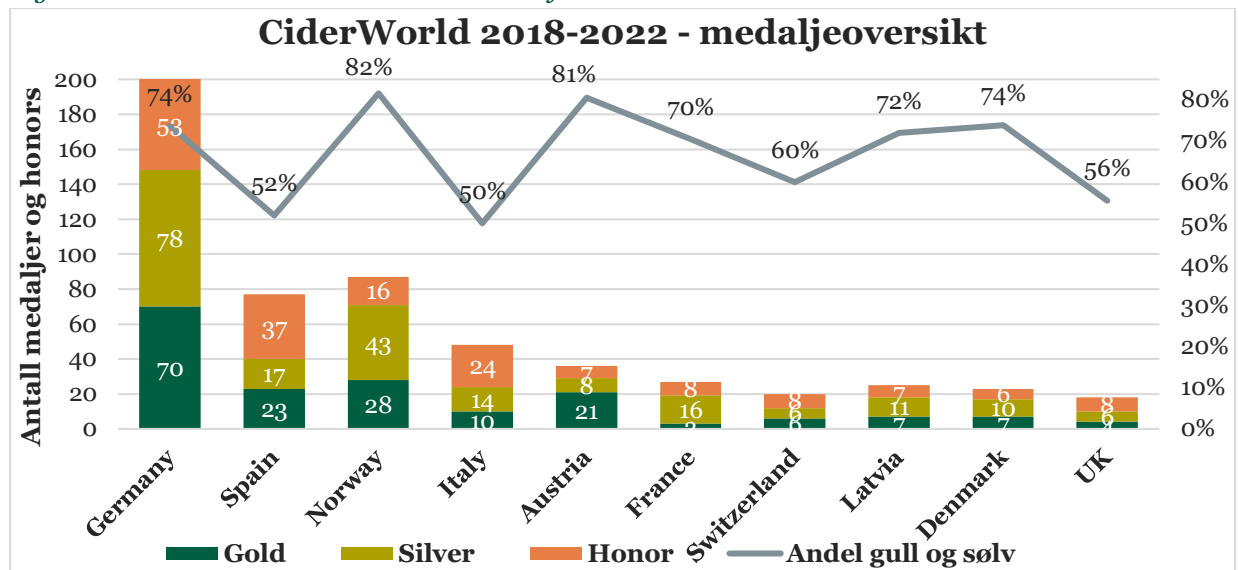


2.3.2 Kvalitet og internasjonal standard

Norsk sider kan skilte med premieringar under internasjonale siderkonkurransar og -festivalar som til dømes CiderWorld som finn stad i Frankfurt am Main i Tyskland. Det er grunn å merke seg at Noreg vart vald ut som årets «Ehrengast 2022» med eiga side som promoterer norsk eple og siderproduksjon der dei og viser til artikkelen «The Norwegian Cider Revolution» av Bernt Bucher-Johannessen i Hanen (CiderWorld, 2022).

Resultat frå konkurransar gjev ein peikepinn på smak og kvalitet. Om me tar resultatata frå alle dei 5 siste åra, så viser figur 2-10 at Noreg hevdar seg i heilt i Verdstoppen. Ja, faktisk heilt på topp om ein legg saman resultatata og måler «gull- og sølvprosent» der 82 % av sidrane som er meldt på i konkuransen frå Noreg oppnår anten gull- eller sølv-medalje! Vi slår Spania og Italia klart, vi er betre enn vertsnasjonen Tyskland og snik oss også føre Østerrike.

Figur 2-10 CiderWorld 2018-2022 – Medaljeoversikt



Kjelde: CiderWorld

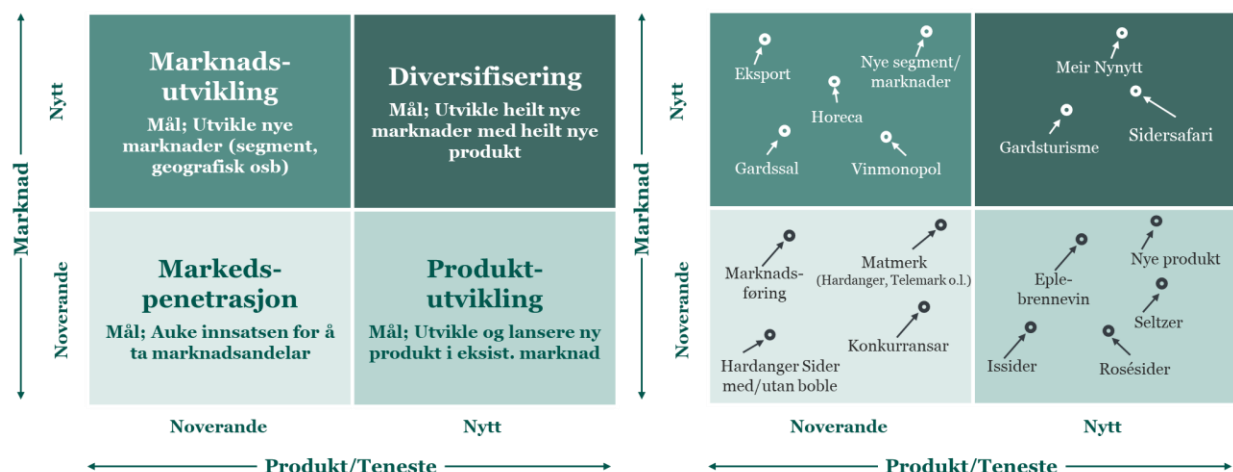
Det er ikkje berre i denne tevlinga at norske siderprodusentar haustar prisar. Ei slik verdsetjing av norsk sider fortel noko om kvaliteten og etter kvart renomméet som er opparbeida. Det kan nyttast aktivt i marknadsføringa av sider både i Noreg og i utlandet. Det siste opnar opp for potensialet som ligg i eksport av norsk sider til andre land.

2.3.3 Differensiering gjennom produkt- og marknadsutvikling

Sidernæringa har vore smarte, dyktige og vist vilje til å samarbeid og som dei seier «hjelp nabogarden» i å utvikle næringa og ikkje minst utvikla kvalitet og sortiment. Dei har sjølve vore med å utvikle marknads- og distribusjonsapparat. Dette er noko som konsumnæringa kanskje kunne tatt lærdom av. Denne kombinasjonen av kunnskap om frukt og siderproduksjon saman med korleis ein kan utvikle marknaden og etterspurnaden er ganske unik.

Figur 2-11 illustrerer arbeidet som produsentane har vore gjort kring produkt- og marknadsutvikling av sider sett inn i den kjende produkt-/marknadsmatrisa til Igor Ansoff (Ansoff, 1957). Modellen er mykje brukt for å utvikle og differensiere seg innan ein kategori, bransje eller segment. Ein har 4 alternative tilnærmingar ein kan satse på eller kombinera; 1) Marknadspenetrasjon 2) Produktutvikling 3) Marknadsutvikling og 4) Diversifisering

Figur 2-11 Utvikling i sidernæringa skildra med Ansoff si produkt-/marknadsmatrise



Marknadspenetrasjon – Det starta i Hardanger; Siderprodusentane kom i gang med Hardanger Sider med og utan boblar og med sider som ei geografisk beskytta merkevare. Dei har drive marknadsføring, deltatt i konkurransar og søkt om og fått kvalitetsstempel via Matmerk. Dette siste gjeld både for Hardanger og Telemark.

Produktutvikling – Produsentane har vore eksperimentelle og utvikla nye variantar som issider, rosésider, eplebrennevin, seltzer osv. og dermed auka omsetnaden innan underkategoriar

Marknadsutvikling – Siderprodusentlaget var aktiv pådrivar for å få igjennom endring i alkohollova som opna for sal av sider frå eigen fruktgard. I tillegg sikra Hardanger og etter kvart Telemark seg Beskytta Geografisk Nemning, fekk innpass i hyllene til Vinmonopol, i restaurantar og kan etter kvart også få til ein mogeleg eksport av sider.

Diversifisering – Kven hadde trudde for 10 års sidan at det var mogeleg å få til ei siderrute med ei båt som ser ut som Operaen i Oslo. Sidersafari heiter konseptet, og er saman med gardsturisme blitt ei god måte å trekkje til seg norske og utanlandske turistar og konsumentar til Hardanger.

I sum har dette ført til auka produksjon, større verdiskaping og ei meir konkurransedyktig næring

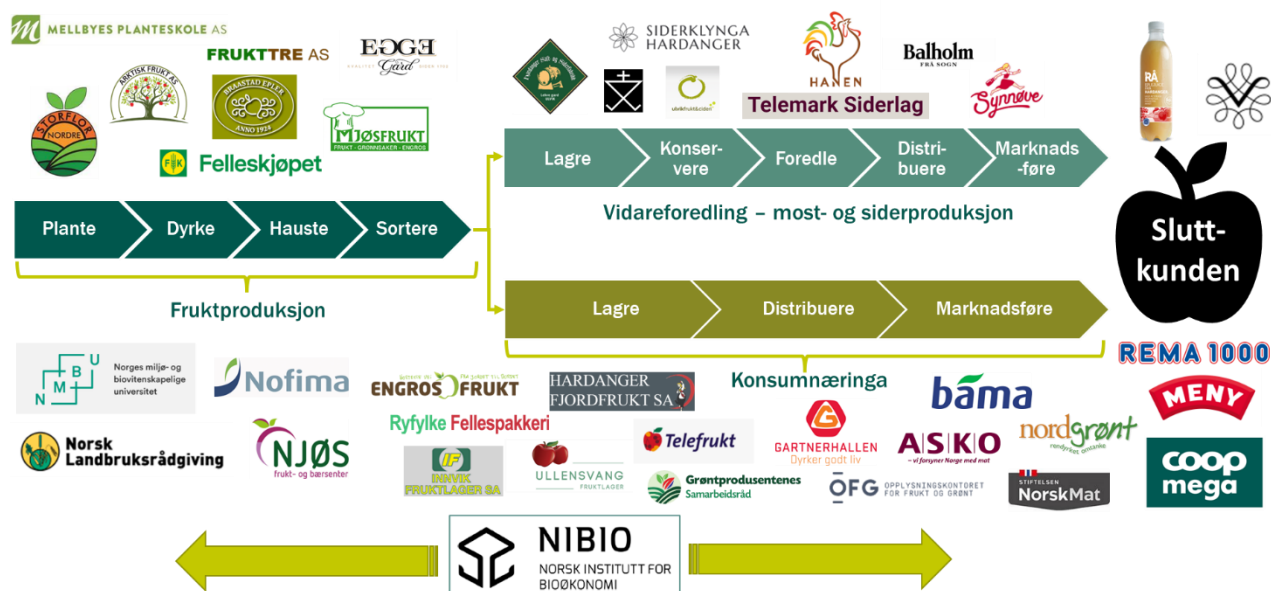
3 Verdikjeda og trongen for FoU

Det er særst viktig at prosjektet klarer å svare på «Ka e vitsen?» med eit nasjonalt senter. Eit nasjonalt senter må ta mål av seg til å bidra til større og meir effektiv verdiskaping i næringa. Arbeidsgruppa peiker på at gapa mellom idealet og no-situasjonen er størst innanfor siderdelen av næringa. Dette er den yngste og den mest veksande delen med eit stort potensiale i marknaden, også internasjonalt. Likevel er det slik at frukt er felles utgangspunkt for både konsum- og pressnæringa. Det ligg fleire aktuelle problemstillingar her som eit nasjonalt senter kan bidra til å koordinere.

3.1 Overordna verdikjede

Ein skil som tidlegare nemnt verdikjeda i to innan frukt; Konsum og foredla/næringsmiddelproduksjon. Felles er sjølve frukta, og derfor er det både fellesskap og ulikskap mellom verdikjedene. Figur 3-1 viser verdikjeda og nokre sentral aktørar med ulik roller.

Figur 3-1 Verdikjeda i norsk frukt og siderproduksjon med utvalde aktørar



Det er ikkje tvil om at det er særst mange aktørar i verdikjeda for frukt og vidareforedling. Det gjeld både med omsyn til hovudprosessen det vil sei dei som tar del i produksjon, distribusjon og sal av frukt og sider, men i vel så stor grad dei som tar del i støtteprosessane som forskning, innkjøp, teknologi og liknande. Hovudprosessen er kjenneteikna av:

- **Produsentane** – Høgt tal og nærast eit atomistisk produsentledd, tilknytt produsentorganisasjonar som Gartnerhallen, Norggrønt og Produsentforeningen 1909. Skalafordeler er i liten grad til stades, men godt samarbeid og eit godt tilrettelagt støtteapparat kan kompensere. Eit nasjonalt senter for frukt og sider kan til dømes bidra til å styrkje og utvikle dette samspelet.
- **Pakking/distribusjon** – Mange lokale pakkeri eigd av fruktbonder og tilknytt få grossistar som Bama og Coop. Særst fragmentert innan siderproduksjon. Fruktpakkeria er viktige aktørar og motorar for utvikling i fruktnæringa. Dei sel, pakkar og lagrar frukta til medlemmene. Mykje samarbeid og fagleg nettverk hjå fruktprodusentane spring ut frå pakkeria. Dei er også viktige formidlarar av kunnskap.

- **Sisteledd konsum** – Særs konsentrert i marknaden for konsumfrukt. Dei tre store daglegvarekjedene Norgesgruppen, Rema 1000 og Coop, står for lag 96 % av daglegvaremarknaden. I tillegg er dei relativt dominerande i grossistleddet gjennom eigarskap i Bama (eigd av Norgesgruppen, Rema 1000 m.fl.) og Nordgrønt som er Coop Norge sin produsentforeining. Dette gjev dei stor forhandlingsmakt som dei kan utøve gjennom prispress, tilgang til fruktdiskane, avgrense utval av sortar osv., men samstundes ei enorm marknadskraft når ein får til eit godt samarbeid om norsk frukt og most.
- **Sisteledd vidareforedling** - Bilete er liknande for mostproduksjon, men annleis for siderproduksjon. Inntil 2016 skjedde all distribusjon via Vinmonopolet og dels gjennom daglegvaremarknaden, men dette endra seg med endringa i alkoholova som opna for sal frå eige fruktgard. Det har ført til både større produksjon og omsetnad lokalt frå fruktgardane, men og gjennom meir hylleplass i Vinmonopolet som nemnt tidlegare.

Interesseorganisasjonar og samvirkeorganisasjonar er viktige nettverksbyggjarar som mellom anna Norsk Fruktpakkeri (interesseorganisasjon, leia av fruktlagerinspektør i GPS), Norsk Landbruksrådgjeving (nasjonalt kompetansenettverk) og Gartnerhallen, Norggrønt og Produsentforeiningen 1909. Mykje av samarbeidet innan fruktnæringa er initiert og gjennomført av dei ulike pakkeria. Her er det er snakk om utviklingsaktivitetar på vegne av medlemmer i større grad enn forskingsaktivitetar.

Kva så med støtteprosessane og i særleg grad det som skjer av FoU innan næringa?

- **Forskning og utvikling** – Det trengs mykje forskning og utvikling i denne verdikjeda. Det er både bruk for forskning knytt til produktivitet og til etterspurnad. I eine ytste grense er det til dømes viktig med forskning på skadedyr på avling, og i andre enden å forske på priselastisitet i omsetnaden av ulike siderprodukt. Mykje av forskinga er gjennomført av FoU-miljø knytt til universitet og ekspertmiljø (NMBU, NIBIO osv.), og finansiert av ulike statlege kjelder og næringa. Også andre aktørar som til dømes Norsk Landbruksrådgjeving får statleg støtte. Ei utfordring som Grøntutvalet peiker på er at forskinga dels er for lite konsentrert kring etterspurnad, men og for lite koordinert. Ein kan vel og hevda at interessentane, det vil sei aktørane som er en del av hovudprosessen, med fordel kunne i større grad ha vore involvert i både prioritering, gjennomføring og ikkje minst bruken av forskinga.

Vi trur at ei viktig side ved eit nasjonalt senter er å tenkje meir som profesjonelle teknologi- og innovasjonsselskap gjer ved å setje saman forskarar og forskingsmiljø med marknads- og brukarsida i verksemda for i lag å utvikle og tilpasse levedyktige produkt til kundane. Det handlar om å sette saman data, informasjon og ikkje minst folk med ulik kompetanse og omforma dette til konkurransekraftige produkt og prosesser hjå interessentane.

Det amerikanske teknologi-selskapet Apple nyttar utsegna «Willingness to Collaboratetively Debate» for måten dei utviklar nye og oppdaterer eksisterande produkt (Podolny & Hansen, 2020). På norsk blir dette «Vilje til samarbeidsdebatt». Apple set saman teknologar, marknadsfolk, designarar, kundar osv. for ei meir heilskapleg tilnærming til utviklingsarbeidet. Eit godt døme innan fruktnæringa på ein slik tilnærming er det såkalla «Eple-handling»-prosjektet i regi av NIBIO og pakkeria som er omtalt tidlegare. Her jobbar forskarar og interessentar i lag om å teste og utvikle betre handtering («handling») av frukt i tillegg til at dei involverer ei utvida krets av brukarar for at forskinga kan tilpassast og raskt kan komme frå kunnskap til nytte. Dei klarer med dette rett og slett å kommersialisere forskinga raskare og raka vegen til der nytten er størst.

3.2 FoU innan frukt og sider

Verdikjeda og figur 3-2 med døme på FoU-behov, gjev innblikk i eit utval av det som finns og kva som trengs av forskning og utvikling innan frukt- og sidernæringa.

Figur 3-2 Døme på FoU-behov i verdikjeda¹

FRUKT- PRODUKSJON	AVLING	PRODUKT	DISTRIBUSJ./ PAKKING	KANALAR	SAL OG MARKNAD
<ul style="list-style-type: none"> • Dyrkingssystem • Forming - Kva gjev plante-system og forming gjev best avling? • Gjødsling - Kva, kor og korleis tilføre gjødsel? • Plantevern skadedyr og sjukdommar - Kva planteverntiltak kan erstatte dei gamle? • Sortar og utprøving av nye sortar - kva sortmangfald treng vi til konsum og siderproduksjon 	<ul style="list-style-type: none"> • Hautetid – korleis optimalisere tidspunkt? • Post-harvest handtering – kva er «best-practice»? • Lagring og distribusjon – Kan nye formar for lagring kan lengje sesongen for norsk frukt? 	<ul style="list-style-type: none"> • Sortsvurdering/-eksperimentering • Produktkvalitet • Fermentering • Produktutvikling - Korleis kan ein utvikle nye frukt- og siderprodukt etter kvart som marknaden modnast? 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi - Kva ny teknologi kan ein nytta i pakkeria for å lagre og pakke frukt og sider? • Automatisering - Ulike robotløyningar for hausting og pakking • Produksjons- og distribusjonslina – Korleis koordinera best mogeleg med grossist- og sisteledd? 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribusjonskanalar og tilgang til marknaden - Kva er plus og minus med distribusjon til marknaden slik den er i dag? • Nye kanalar inklusiv eksport - Kva nye kanalar kan nyttast? 	<ul style="list-style-type: none"> • Posisjonering og merkevarebygging - Korleis kan ein posisjonera sider frå Noreg nasjonalt og internasjonalt? • Priselastisitet – finns det grunnlag for å bruke pris til å differensiere innan både konsumfrukt og sider? • Norskdæl av frukt – Kva skal til for å auke preferansen for norsk frukt i butikkane?

¹Sjå avsnitt 5.5.1 for meir utfyllande informasjon.

Det er naudsynt med forskning innan fleire fagfelt som biologi, kjemi og ønologi, men i vel så stor grad innan meir merkantile fag som merkevarebygging, priselastisitet, konkurransetilhøve osv. Det er ei jakt etter meir kunnskap og innsikt i alle deler av «produksjonen» for å kutte kostnader, auke produksjon, betre kvalitet, effektivisere produksjon, meir effektiv logistikk, produktutvikling, merkevarebygging, forbrukartrender etc. Bredda og djupne i FoU er stort, og det er grunn til å tru at dette kan både prioriterast og koordinerast betre enn i dag. Det er behov for å bli meir marknadsorientert i utviklingsarbeidet og involvere og bruke fleire kompetansemiljø og spesielt dei som har ekspertise på marknad, forbrukarar og distribusjon som NHH, Handelshøgskulen BI og liknande. Lista over FoU-aktørar i figur 3-3 under er ikkje uttømande, men dei viktigaste FoU-institusjonane som arbeider med frukt og sider er med i figuren under. Den viser at det er relative mange FoU-miljø og interessegrupper som opererer innan frukt- og sidernæringa. Figuren gjev eit klart bilete på at her er det eit stort behov og potensiale for koordinering. Eit nasjonalt frukt og sidersenter kan vere eit nav og ein katalysator som kan bidra til ein sterkare og betre samspel mellom forskingsmiljøa og dei som treng å nytte seg av forskinga det vil sei fruktbonder, produsentar, pakkeri, grossistar og sisteledd.

Figur 3-3 Nasjonalt senter som katalysator for FoU mellom forskingsmiljø og brukarane

Ka e vitsen?

- NFS må være ein katalysator mellom FoU og brukarane

FoU-forskingsmiljø og samarbeidspartnere:

- NIBIO - den viktigaste FoU-institusjonen innan frukt- og siderforsking nasjonalt. Har forskingsstasjonar over heile Noreg, og stasjonen NIBIO Ullensvang har det største FoU-miljøet innan frukt og sider. Mesteparten av forskinga på frukt og sider er anvendt og styrt av næringa (IPN), dei er praktisk retta og byggjer gjerne på tidlegare grunnforskning.
- NOFIMA AS - mat- og drikkevalitet inkl. smakspanel og fruktvalitet knytt til forpakning og lagring.
- GRAMINOR AS - nasjonalt ansvar for foredling innan frukt og bær.
- Njøs Frukt- og Bærsenter AS - innan frukt/bær, jordkvalitet og kompost, nye frukter/sortar for Noreg, økologisk frukt dyrking og omsetjing. Dessutan foredling og genetisk materiale hovudsakleg knytt opp mot Graminor.
- NORCE - nyetablert FoU-institutt som er resultat av samanslåing av fleire tidlegare forskingsinstitutt.
- Universitetet i Bergen - kompetanse innan systematikk, økologi og klima som kan koplast til fruktdyrking.
- NMBU – Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (Ås) - kompetanse på innhaldsstoff i frukt og sider, agroøkologi, plantevitenskap og tidlegare sortar, pomologi og dyrkingsteknikk.
- Universitetet i Sør-Øst (Bø i Telemark) - samarbeid med frukt næringa i regionen.
- Sintef/NTNU - forskingsmiljø innan teknologi mellom anna FoU på kjøleteknikk og fruktvalitet
- Vestlandforskning - forskar på miljø og økonomi.
- NINA arbeider med naturforvaltning og økologi
- Andre – td. NHH, Handelshøgskolen BI, SIFO etc



Kundar og interessegrupper:

1. Konsuminteressentar
 - Einskilde fruktbønder
 - Samanslutningar av fruktbønder
 - Norsk Landbruksrådgiving – Selskap som bidreg med rådgjeving mot fruktprodusentar
 - Grøntprodusentenes Samarbeidsråd – forening for produsentar av poteter, grønnsaker, frukt og bær.
 - Andre – Opplysningskontoret for frukt og grønt(OFG), Gartnerhallen, Bama, Nordgrønt, Synnøve Finden, daglegvarekjedar og liknande.
2. Pakkeri og distribusjon
 - Fruktlagre og -pakkerier – Telefrukt, Fjordfrukt med fleire
 - Transportørar
3. Sider- og mostprodusentar
 - Siderprodusentar
 - 1) Etablerte 2) Nystarta 3) Under etablering
 - Siderlag – Siderklynga i Hardanger, Telemark Siderlag, Sogn Siderlag
 - Andre – Vinmonopolet, butikkar
4. HORECA
 - Hanen - nettverk for verksemdar som driv med opplevingar knytt til bygdebasert reiseliv og landbruk
 - Restaurantnæringa
5. Publikum (ålmenta) – Born og vaksne, skular, hagelag etc

Kva for FoU-prosjekt vert prioritert i dette mylderet av føremål, forskingsmiljø og interessentar? I det store og heile er det basert på dei viktigaste utfordringar i næringa, men i stor grad også kor pågåande næringa og FoU-miljø er og dessutan kunnskapen til den enkelte forskar. Målet er forskinga skal føre til auka verdiskaping hjå kunden (næringa). Likevel er det grunn til å stille spørsmål om FoU-arbeidet er optimalt koordinert, og om det er mogeleg å få meir kunnskap og kommersiell nytte frå prosjekta. Med andre ord: kan forskinga bidrar til ei meir konkurransedyktig næring som har ambisjon om å auke produksjon og auke sin del av marknaden for frukt og sider?

Det er vanskeleg å lage ei fullstendig liste over samarbeid innan FoU. Det fylgjande er eit utval.

- Samarbeid mellom tidlegare NILF, Bioforsk og Skog og landskap er etter samanslåinga i 2015 vorte eit internt samarbeid i NIBIO.
- Innan fagområdet sider har det vore samarbeid mellom NIBIO, Nofima og NMBU. Nofima er med på å byggje opp eit smakspanel på NIBIO Ullensvang. Det er også samarbeid mellom NIBIO, Nofima og SINTEF i prosjekt som går på fruktvalitet, forpakning, lagring og kjøleteknologi.
- Sortar, genetikk, og dyrkingsteknikk har vore samarbeid mellom Njøs og NIBIO. Innan pollinering og insekt er det samarbeid mellom NIBIO, NINA, Njøs og UiO
- NLR er ein viktig samarbeidspartner for FoU-miljøet i NIBIO og truleg for andre FoU-miljø. Prioriteringa av prosjekt og problemstillingar, og gjennomføring av prosjekt er ofte eit samarbeid mellom NLR og NIBIO. Mange prosjekt er nasjonale og fordi NLR er plassert i alle fruktdistrikt er det mogeleg å få til.

Det skjer mykje positivt av samarbeid mellom dei ulike forskingsmiljøa, men det er mogeleg å få til endå meir tverrfagleg samarbeid om utfordringar som næringa har. Her kan eit nasjonalt senter være eit bindeledd også innanfor både forsikringsmiljøa og innan næringa sjølve.

Formidling av kunnskap er og ei viktig føresetnad for vekst og framgang. I dag skjer dette gjennom tidsskrift som Norsk frukt og bær, Gartnaryrket og Økologisk landbruk. Regionale og

nasjonale møte for frukt- og siderprodusentar er også viktige formidlingsarenaer for kunnskap. Formidling om FoU og frukt/sider til andre enn produsentane (forvalting, næringsliv og folk flest) skjer ofte i møte og konferansar. NLR er ein viktig formidlingsaktør av kunnskap overfor produsentmiljø, anten direkte frå enkeltforskar til enkeltmedlemmar i NLR, gjennom felles møte eller gjennom prosjektarbeid. Innan plantevern i frukt er det til dømes faste møte mellom NLR og NIBIO. Her kunne eit nasjonalt senter, i nært samarbeid med aktørane, tatt initiativ til korleis formidlinga kunne vore organisert og gjort tilgjengeleg for ulike målgrupper. Formidling kan og samordnast med det som skjer innan museumssektoren og innan undervisning til ålmenta og dermed sluttbrukaren.

3.3 Gardsturisme, kulturarv og andre ringverknader

Kva har frukt- og sidernæringa å sei for turisme, lokal busetnad og arbeidsplassar? HANEN er ein landsdekkande næringsorganisasjon for verksemder innan bygdeturisme, gardsmat og innlandsfiske med meir enn 500 medlemsbedrifter. I 2020 gjennomførte dei ei spørjeundersøking hjå alle norske siderprodusentar. Undersøkinga viste at 90% av produsentane meiner at gardssalet er viktig for det dei produserer av sider og drift av fruktgarden. Etter at det vart gitt løyve til sal av sider frå eigen gard, har det vore ei positiv utvikling i talet på fruktbønder som startar med eigen produksjon av sider. Ei av årsakene til dette er at gardssalet gjev tryggleik i startfasen. Lik andre gründerverksemder er startfasen ein sårbar periode og det tar tid mellom anna å etablere trygge og stabile salskanalar for produkta.

Seniorrådgjevar Heidi Knutsen i NIBIO som saman med to andre forfattarar laga rapporten «Landbruksbasert reiseliv i Norge» (Milford et al., 2017), uttaler fylgjande om gardsturisme i årsmeldinga for 2017 (NIBIO, 2017).

«Bønder som satser på reiseliv på gården investerer tid og pengar, men får samtidig mye igjen»

Det er kombinasjonen av inntekt frå eigen produksjon på garden saman med inntekt frå gardsturisme og lokal omsetnad av eige produkt, som gjer at fleire kan slutte i arbeid og leve av eiga fruktgard. Salet av sider støtter opp om etableringa og har på ingen måte redusert Vinmonopolet si rolle. Eirik Aga, odelsgut, fruktbonde og dagleg leiar i Store Naa Siderkompani i Hardanger uttaler fylgjande i den omtalte undersøkinga til HANEN;

“Dette er det eg har lyst til å satse på som gardbrukar. Utan moglegheita til å produsere sider slik eg ønskjer det og selje det til restaurant og spesielt frå gard, er det truleg at eg ikkje hadde vurdert å overta garden. Dette gir meg ei spennande utfordring i åra som kjem, og eg kan jobbe med noko eg brenn for.”

Gardsturisme generelt og sal av frukt og sider frå gard spesielt, er i tillegg med på å fremje norsk kulturarv, kulturhistorisk forteljing, merkevarebygging av norsk jordbruk og norske bønder, auka sysselsetjing i små lokalsamfunn og auka kunnskap om norsk matkultur til forbrukarane.

Under den Internasjonale Siderfestivalen i Hardanger i mai i år uttalte adm.dir. Elisabeth Hunter i Vinmonopolet at den norske sideren har treft godt i høve forbrukarane ønskje om lyse, lettare og kortreiste produkt (Hardanger Folkeblad, 2022). Det siste momentet er eit resultat av krigen i Ukraina og generelt sett meir urolege tider. Ho sa vidare at:

«Norske produsentar er flinke på merkevarebygging, der ein får fram både historia om garden, tradisjonar og anna som gir ein tilleggs effekt til kjøparane.»

3.3.1 Storytelling og kulturarv

Storytelling er særskild viktig i all merkevarebygging slik Hunter peiker på. Det gjer at vi kan fortelje historia om norsk frukt og sider i samtid og i fortid. Men, kven tek vare på kunnskapen og kulturarven om fruktdyrking og dokumenterer, forskar på og formidlar den materielle og immaterielle kulturarven? Kven tek systematisk vare på gjenstandar og kunnskap i tradisjonshandverk knytt til fruktdyrkingshistorie?

Det er fleire institusjonar som formidlar historia om frukt, men temaet er ikkje godt nok ivareteke ut frå den posisjonen frukt, grønt og helse har i samfunnet. Samarbeidet om formidling mellom framtid, dagens og historisk kunnskap manglar. Eit slikt samarbeid i eit nasjonalt frukt- og sidersenter vil kunne treffe alle brukarar frå kunnskapsprodusent til konsument. Norsk sider og fruktvin si historie er dårleg dokumentert. Ei næring i vekst med nasjonale og internasjonale ambisjonar treng eit dokumentasjons- og formidlingscenter. Den enkelte produsent vil tena på dette i møte med kundar og ikkje minst utanlandske gjester. Historieforteljing er ein sentral del av verdien til lokale mat- og drikkeprodukt.

Det er eit samarbeid mellom NIBIO og Universitetet på Ås om høgare utdanning innan mellom anna frukt. Samarbeidet med NMBU og med andre universitet og høgskular kan utvidast til også å omfatte frukthistorie, fruktdyrking og vidareforedling som siderproduksjon. Samarbeid kan samlast og initierast av eit nasjonalt frukt- og sidersenter. Ein formidlingsarena for frukt- og sider kan retta seg mot dei som vil ta utdanning innan desse yrka, og eit samarbeid med aktuelle utdanningsinstitusjonar i til dømes Ulvik (Hjeltnes) og Telemark er naturleg. I tillegg vil eit slikt senter ha ei viktig rolle å spele i høve merkevarebygging av norsk frukt og sider for konsumentar, reiseliv, framtidige fruktbonder og ålmenta generelt. Her vil samarbeid med museum som Hardanger og Voss Museum vere tenleg. Dei har gjenstandar i samlinga knytt til frukt- og siderhistorie. Her finst foto og arkivmateriale, samt forskingsrapport om frukt og frukthagar som leveveg og livsstil i Hardanger.

Vitensenter i Noreg som Vitenparken på Ås, er ein viktig samarbeidspart i formidling av frukt og grønt til barn og unge og ålmenta. Dette er eit godt grunnlag for å laga ulike formidlingsopplegg i samarbeid med museet, samt forskingsprosjekt i samarbeid med EU-finansierte prosjekt om frukt- og sider og i det nasjonale kunnskapsnettverket om kulturlandskap som nokre norske museum med stønad frå Kulturdepartementet deltek i.

4 SWOT og kritiske suksess faktorar for næringa

4.1 SWOT

SWOT skal være eit samandrag av utgreiinga av ståstaden med vekt på FoU si rolle innan frukt- og sidernæring i dag og framover.

Styrkar:

Kva?	Kvifor?
Forbrukarane har ønskje om norsk mat og meir frukt og grønt	Mattryggleik er viktig, og norske forbrukarar har stor tillit til norsk matproduksjon og legg vekt på helse og sunn mat.
Unik norsk smak, differensiert frå import	Norske frukt- og siderprodukt held høg kvalitet og er godt innarbeid som standard for korleis frukt og bær skal smake
Innovativt gründermiljø på sider	Imponerende nyskaping som har skjedd innan siderproduksjon i fleire dimensjonar. Ikkje minst har det vore utstrekt samarbeid og deling av kunnskap mellom produsentane.
Pakkeria som sentrale aktørar	Pakkeria har vist stor utviklingsvilje og vore pådrivarar for å utvikle både lagringsteknologi, pakking og distribusjon av frukt og bær.
Positiv stemning og godt nasjonalt samarbeid	Forbrukarane har høg tillit til og preferanse for norsk frukt og sider. Det er mykje vellete kring næringa, og høg grad av open og utvungen deling av kunnskap mellom forskingsmiljøa og til dels også mellom aktørane i verdikjeda.
Effektiv og kompetent landbruksrådgiving	Modellen med NLR si landbruksrådgjeving har vist seg å vere godt innretta mot den einskilde fruktprodusent. Ein tilsvarende modell er manglande og kunne kanskje ha vore nytta innan sidernæringa.

Svak sider:

Kva?	Kvifor?
Låg norsk del av fruktomsetnaden og konsentrert makt på kundesida konsum (grossistar, daglegvarekjeder)	Den sterke konsentrasjonen er i ein del samanhengar hemmande for utviklinga av norskdelen av fruktomsetnaden og dermed utviklinga av den norske fruktnæringa.
Etablert fruktmiljø med stort produksjonsfokus og truleg for lite marknadsfokus	Kanskje eit produkt av systemet for distribusjon og omsetnad der fruktbøndene produserer og grossistane/butikkane sel. Kunnskapen om forbrukaren vert ikkje godt nok delt blant aktørane i verdikjeda og er heller ikkje godt nok koordinert.
Mange små produsentar, spesielt på Vestlandet	Mange små produsentar fører til manglande stordriftsfordelar, varierende kvalitet og meir uføreseieleg produksjon.
Umodnad sidermiljø med mange små gründerar som kan møte «veksemerter»	Sidernæringa har hatt ein eventyrleg suksess og utvikla seg til å bli ei stor næring. Tilbodssida vil vekse gjennom fleire etableringar og marknaden for sider kan etter kvart sjå ei grad av metting.
Lite forskning innan most- og siderproduksjon	FoU har tradisjonelt vore innretta kring konsum-/primærproduksjon og i mindre grad kring den framveksande foredlingsnæringa.
Rekruttering til frukt- og sidernæringa har lenge vore svak	Fruktnæringa har i lengre tid slitt med rekrutteringa. Framleis skjer det ei forgubbing. Sidernæringa derimot ser ut til å rekruttere sær mange unge godt utdanna folk som ønskjer å satse på frukt- og siderproduksjon og gardsturisme.

Moglegheiter:

Kva?	Kvifor?
Vekse på norsk smak og kvalitet, både på konsum og sider: I sesong og ikkje minst med sesongutviding	Endre tilnærminga frå fokus på frukt som volumproduksjon til frukt som særprega produkt «made in Norway». Utvikle og differensiera norsk smak og kvalitet gjennom kvalitets- og produktutvikling i heile verdikjeda. Kombinera og samordne dette med å styrkje den norske merkevara for frukt gjennom å vidareutvikle Matmerk sine ordningar som «Nyt Norge» og Beskytta Geografisk Nemning som «Telemark» og «Hardanger»
FoU på smak, kvalitet, produkt og lagring	Det trengs meir FoU innan desse områda. «Eple-handling» er døme på rett måte å organisere slike utviklingsprosjekt. Sensorisk panel er eit anna døme på heilt avgjerande forskning til nytte innan sidernæringa. Få til ei 70/30-delning mellom marknad og produktivitet.
Bygge vidare på pakkeria som utviklingsaktørar	Prosjektet «Eplehandling» er eit godt døme på prosjekt som har høg nytteverdi der forskarar og pakkeri i lag utviklar ny lagringsteknologi.
Etablere sider som eit godt alternativ til konsum	Støtte opp om den sterke utviklinga innan siderproduksjon med FoU samstundes med å få til eit godt samarbeid med konsumprodusentane og fruktlagera. På den måten kan ein utvikle to livskraftige næringar i lag.
Betre kvalitet i produksjon gjennom betre tilgang til og formidling av kunnskap og kompetanse	Dette gjeld både for konsum og vidareforedling. NLR er ei særskild viktig og respektert organisasjon for kunnskap og rettleiing inn mot produsentleddet. Ei tilsvarande ordning er naudsynt også innan sider- og mostproduksjon.
Mekanisering og robotisering i fruktproduksjonen	Det har i liten grad vore teke i bruk nye robotteknologi. Her ligg det fleire interessante moglegheiter.

Truslar:

Kva?	Kvifor?
Importprodukt med kostnads- og kvalitetsfortrinn grunna meir storskala industri med store FoU-ressursar	Relativt svakt importvern gjer at konkurransen frå utanlandsk frukt vil halde fram og vere sterk. Auka satsing og betre koordinering av FoU-ressursar vil bidra til meir konkurransedyktig norsk frukt.
Daglegvarekjedene kan lett byta mellom norsk og utanlandsk frukt	Aktørar seinare i verdikjeda har andre mål enn auka volum av norsk frukt og sider. Få til meir føreseieleg og forpliktande samarbeid kring kvalitet, leveransar, FoU, merkevarebygging osv.
Integrasjon bakover i verdikjeda med meir fokus på grossisteigde sortar	Grossistane og kjedene kan ønskje å utvikle eigne fruktsortar for å auka eiga lønnsemd og styrkje konkurransen mot andre nasjonale aktørar. Dette vil mellom anna kunne vere i konflikt med eplesortane som most- og siderprodusentane treng i si produksjon.
Redusert produksjon pga små einingar og manglande generasjonsskifte	Småskala produsentar har ikkje tilgang til FoU og kompetanse kring effektiv og marknadstilpassa produksjon. Det kan både gå utover produktivitet, kvalitet og rett og slett motivasjonen til å satse.
Kjemiske plantevernmidde får ikkje fornya godkjenning og forsvinn	Lite truleg at nye syntetiske kjemiske midde får godkjenning. Auka risiko for hyppigare skade på avlingane og dermed større svingingar i produksjonen.

4.2 Kritiske suksessfaktorar for eit nasjonalt senter

Kritiske suksessfaktorar er definert som «forhold som må ligge til rette for at prosjektresultatet skal bli oppfatta som vellukka» (Rolstadås, 2018). Forprosjektet har utleia tre kritiske suksessfaktorar som vil være avgjerande for om eit nasjonalt frukt- og sidersenter skal være liv laga. Desse er:

1. Forsking og utvikling
2. Marknadsinnsikt
3. Formidling

Med liv laga meiner vi at eit slikt senter kan bidra til at frukt- og sidernæringa oppnår måla som Grøntutvalet har satt for Grøntsektoren framover:

1. Auke forbruket av frukt og grønt med 75 % innan 2035
2. Auke den norskproduserte delen av frukt og grønt med 50 %

Figur 4-1 illustrerer samanhengen der Grøntutvalet sin ambisjon står i midten kringsett av dei tre suksessfaktorane og med ei nærare skildring i kva vi ligg i kvar av dei.

Figur 4-1 Tre kritiske suksessfaktor for eit nasjonalt senter

1. Forsking og utvikling

Vere eit nav og ein pådrivar for meir, betre koordinert og etterspurnadsdriven FoU med bakgrunn i tilrådinga frå Grøntutvalet om; 70 % FoU kring norsk kvalitet og særpreg, og 30 % kring produktivitet i heile verdikjeda.

2. Marknadsinnsikt

Ha innsikt i utviklinga i marknaden og hja forbrukarane for frukt, most og sider. Arbeide for å same FoU-miljø, interessegrupper og brukarar til felles prosjekt med innverknad på produktivitet, kvalitet og etterspurnad.

3. Formidling

Arbeide for å auka formidling av kunnskap og kompetanse tilpassa dei ulike aktørane i verdikjeda. I tillegg formidle kunnskap til ålmenta om næringa si historie, notid og framtid til ålmenta.



I dette ligg det føringar for at eit nasjonalt senter til dømes skal:

- Styrke arbeidet med å utvikle differensiert smak på norsk frukt og norsk sider.
- Arbeide med kvalitet i alle ledd i verdikjeda for å sikre høgare kvalitet og betre produsentøkonomi, også på mindre bruk, gjennom formidling av kompetanse
- Bidra til å bygge opp ein siderbransje som kan vere ein reell råvarekonkurrent til dagens konsumgrossistar, og dermed virke inn på marknadsmakta frå grossist- og butikkleddet
- Samarbeide med pakkeria for å vere næringa sin FoU-aktør, då produsentane og pakkeria ikkje har ressursar til eigne FoU-avdelingar
- Arbeide for å styrke delinga av kunnskap og kompetanse i næringa.

5 Mål, visjonar og strategiar

5.1 Målbilete for eit nasjonalt frukt- og sidersenter

Delprosjektet har vore særst opptatt av kva målet eller rettare sagt kva eit nasjonalt kompetansesenter skal vere godt for, på bergensk «Ka e vitsen?». Arbeidsgruppa har nytta eit framtidig målbilete for å vere tydeleg på kva senteret skal vere og kva steg på vegen som var avgjerande for at senteret klarte å realisere ambisjonen om å skape eit nasjonal frukt- og sidersenter. Vi nytta eit oppslag i avisa Nationen i 2030 til diskusjon rundt målbilete og ambisjonane for eit nasjonalt senter.

Figur 5-1 Avisoppslag 3. mai 2030



Framsida på delrapporten viser eit avisoppslag i avisa Nationen 3. mai 2030 med overskrifta «Eplekjekk åpning av Fruktkassen» med referanse til at to ministrar legg ned grunnsteinen for det nye visningsssenteret på Lofthus i Hardanger. Det er og to andre oppslag i avisa som referer til Nasjonalt Frukt- og Sidersenter.

1. «An apple a day...» – med underteksten; «Frukt- og sidentæringa har hatt ein eventyrlig vekst i dei siste åra. No valfarter fruktmiljø frå heile Europa til Noreg og til det nye Nasjonale Frukt- og sidersenter på Lofthus og vil vite meir»
2. «Leiar» - med underteksten; «Å forstå sitt eige beste og sitt eige potensiale er særst viktig for ei kvar næring. Dette er noko frukt- og sidentæringa har fatta og klart å skape gjennom suksessen Nasjonalt Frukt- og Sidersenter»

Situasjonen i mai i 2030 vart skildra slik i avisartikkelen;

Fredag, 3. mai 2030

Sjå for deg at vi skriv 2030. Eit nasjonalt senter for frukt- og sider er etablert på Lofthus i Hardanger tilknytt NIBIO. Det er straks klart for at både næringsministeren og landbruksministeren skal leggje ned grunnsteinen for det nye visningsssenteret med det klingande namnet «Fruktkassen».

Det nasjonale senteret har vore i drift i 5 år og har utvikla seg til å bli eit «centre of excellence» for FoU på frukt og sider i nasjonal og faktisk også i internasjonal samanheng. Senteret fungerer og opererer som eit nav og ein koordinator mellom FoU miljøa innan frukt og sider i heile landet. Spesielt viktig har samarbeid med andre nasjonale FoU-institutt, fleire universitet og dei tilslutta sentra i Gvarv og i Leikanger vore.

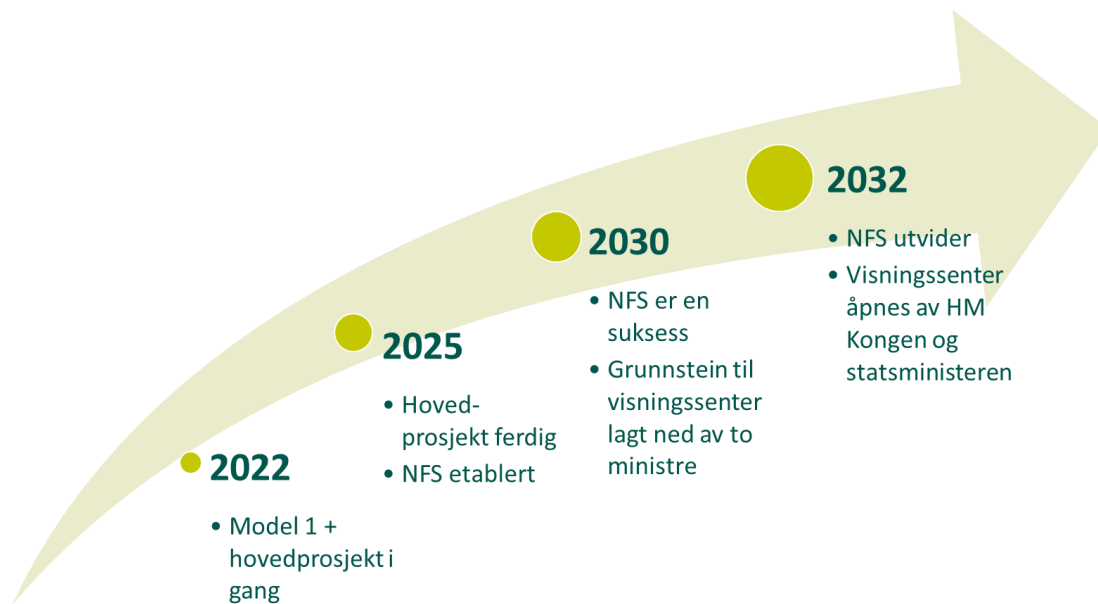
Det unike er at senteret sameiner biologi/ønologi med marknadsperspektivet og den kommersielle sida av næringa. Dette er noko som andre FoU-miljø misunner senteret og fleire ønskjer å kome til senteret for å høyre meir om denne tilnærminga.

No er det reist nok kapital frå ein kombinasjon av offentlege og private aktørar som gjer at eit fysisk senter vil opne i 2032 som ein manifestasjon på den kompetanse og den rolla det nasjonale frukt- og sidentæringa har fått innan næringa og i jordbrukssamanheng.

«– Det beste som har skjedd norsk frukt- og sidernæring i dette århundre», seier nestor Asbjørn Børshem til Nationen om etableringa av Nasjonalt Senter for Frukt og Siderproduksjon og han legg til; «Når den grunnleggande tanken for senteret er at den største glede er å hjelpe andre, så har aktørane og senteret i fellesskap klart å revitalisere og løfte fram ei næring som gjer det leveleg å vere frukt- og siderprodusent i Noreg»!

Arbeidsgruppa ser for seg at vi i 2030 har eit nasjonalt senter som har eksistert i 5 år. Eit forprosjekt i 2022 vart avløyst av eit hovudprosjekt som danna grunnlag etableringa av eit spissa og forankra Nasjonalt Frukt- og Sidersenter i 2025. Gruppa strekte seg 10 år fram i tid - heilt fram mot 2032 der som det står, eit visningscenter vert opna av Kongen og statsministeren.

Figur 5-2 Stegvis utvikling av eit nasjonalt frukt- og sidersenter 2022-2032



Dette er «draumar» og tankar om kva eit nasjonalt senter kan utvikle seg til å bli. Forprosjektet vil understreka at det viktigaste for at eit nasjonalt senter vert ein suksess, er at det fyller eit tomrom og klarer å skape retning og samhald i tett samarbeid med næringa og FoU-miljøa. Om det til slutt vert eit fysisk visningscenter som Kongen og Statsministeren opnar er ikkje det primære, men likevel ei moglegheit. Det overordna er å skape eit senter som er bidra til auka verdiskaping for forskingsmiljø og interessentar.

Forprosjektet meiner at fylgjande 5 faktorar bidrog til realiseringa av eit slikt framtidig målbilete:

1. **Nytte og støtte** - Alle interessentgrupper ser nytten av og støtter opp om det nasjonale senteret.
2. **Samle og samordne** - Senteret har fått til å samordne forskning og utvikling med ei marknadstilpassing og -koordinering i tillegg.
3. **Grøde og marknad** - Dei sentrale naturfaga som biologi, kjemi og ønologi har utvikla seg i lag med marknads- og økonomifag som branding, marketing, distribusjon, pakketering, internasjonalisering etc.
4. **Felles om utvikling** - Interessegruppene sluttar opp om og deltar aktivt i dei ulike prosjekta senteret arbeider i og med.
5. **God start** – Det var avgjerande at det nasjonale senteret fekk ein god start!

5.2 Visjon og verdiforslag

Målbilete for senteret kan vidareførast over mot kva senteret skal ha som visjon og verdiforslag.

- Ein visjon er kva senteret skal strekkje seg mot eller oppnå for å lukkast som senter. Det er på mange måtar å vise retning og peike mot eit ambisiøst mål fram i tid.
- Eit verdiforslag handlar om kva som skal gjera at kunden, eller i vårt tilfelle interessentane, skal velje å involvera seg i, og nytta seg av, eit nasjonalt senter for frukt- og siderproduksjon framfor å gjera ting sjølv eller forhalda seg passiv i høve eit slikt senter. Verdiforslaget må svare på spørsmålet; «Kva løyser vi for kven?»

Det sentrale er å sikre at senteret og dei som skal ha ein nytte av senteret ror i same retning. Det skal sikre ei mest mogeleg presis og samd oppfatning av kva eit senter skal vere. Dette må det sjølv sagt jobbast meir med i hovudprosjektet og når eit slikt senter vert skipa. Forprosjektet har som ein del av framtidsbilde drodla litt kring dette og kome fram til ein visjon for eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter kan være:

- Viten og næring til alle bord

Ei formulering som tar opp i seg kunnskapsutvikling, verdiskapinga og sluttkunden.

Figur 5-3 Utkast til logo med pay-off



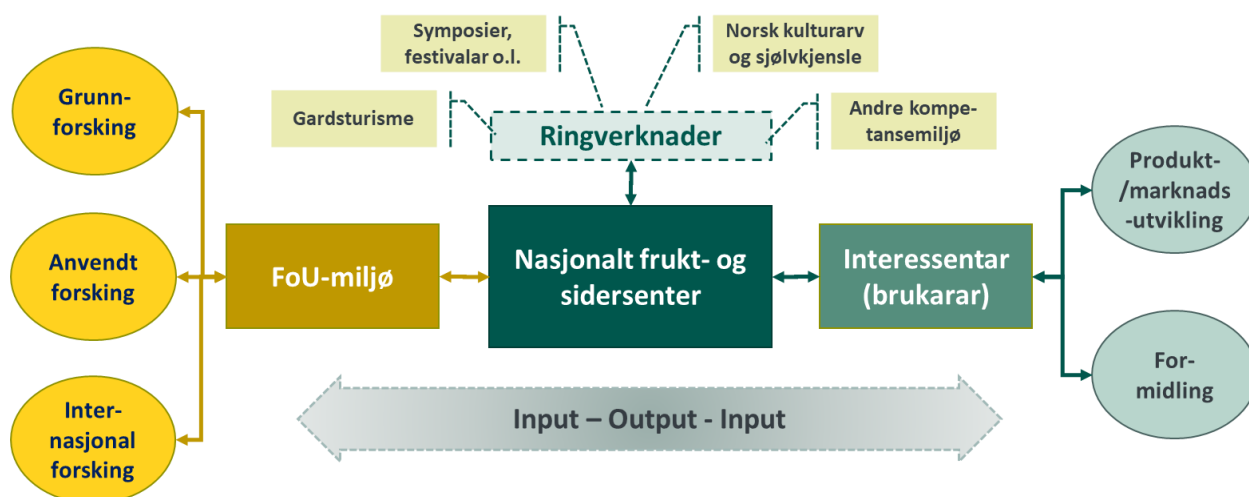
5.3 Målgruppe

Eit nasjonal frukt- og sidersenter skal både vere til for brukarene av FoU, det vil sei aktørane i den sentrale verdikjeda frå jord til bord, men og til for forskingsmiljø som skal bidra med forskinga. Senteret skal tene både den delen av verdikjeda som driv med frukt til konsum og den som driv med foredling i form av most- og siderproduksjon. I tillegg skal senteret ha ålmenta og særleg born og unge for auge som formidlar av kunnskap og informasjon om frukt- og sidernæringa.

5.4 Grunnleggjande verdi, rolle og funksjonar

Figur 5-4 er ei prinsippskisse for kva rolle eit nasjonalt senter kan ta om det tar mål av seg til å vere ein katalysator og bindeledd mellom forskingsmiljø og brukarane. I tillegg vil eit slikt senter også vere eit bindeledd overfor sekundære verdikjeder, nemnt her som «ringverknader». Eit slikt senter kan og sjå desse næringane inn i den heilskapen som desse næringane har for frukt- og sidernæringar som gardsturisme, festivalar, kulturarvturisme og andre kompetansemiljø.

Figur 5-4 Modell for rolla til eit nasjonalt senter som bindeledd



Hovudmålet for eit nasjonal frukt- og sidersenter er å:

1. Ta initiativ til og samkøyre felles FoU-prosjekt som har stor innverknad på etterspurnaden og/eller produktiviteten innan frukt og sider-/mostnæringa.

- Eit nasjonalt frukt- og sidersenter skal evne å skape eit tettare samarbeid mellom aktørane i frukt- og sidernæringa. Hovudsenter for fruktforskning skal framleis liggje ved NIBIO Ullensvang, men det skal vere meir fokus på prosjektsamarbeid med andre forskingsinstitutt og faginstusjonar for å auka den samla kompetansen innan frukt og sider i Noreg.
- Senteret skal ha nok ressursar og tilsette til å drive fram FoU-prosjekt og vere innovativ i høve å finne løysing for viktige utfordringar innanfor næringa. NIBIO må sjølv ta mål av seg å bygge meir kunnskap og ha fleire tilsette på både frukt, sider og på teknologi som er viktig for produktivitet, kvalitet og etterspurnad.

2. Formidle lærdom, kompetanse og bygge infrastruktur som næringa treng

- Eit frukt og sidersenter skal vere ei sterk nasjonal eining og ein føretrekt samarbeidspartnar for FoU-institusjonar og næringa i heile landet. Kunnskapen som vert produsert skal vere viktig og gjerast tilgjengeleg for aktørar innan næringa digitalt, men og gjennom rådgjeving, seminar og liknande.
- På sikt kan det vere riktig å etablere eit fysisk senter for å styrkje formidlinga ytterlegare til både profesjonelle og til ålmenta (barn, unge, turisme osb.).

3. Vere eit senter som har oversyn og kontaktnett innan det beste som finns av kompetanse og utviklingsressursar innan frukt- og sidersiderforskning i Noreg.

- Tett samarbeid med andre FoU-institusjonar der kompetansen er størst. NIBIO saman med Nofima er dei institutta som driv forskning på sider i dag. Senteret skal kunne ta på seg prosjekt som omfattar stor og spreidd kompetanse fordi samarbeidet inno NIBIO og mellom ulike FoU-institusjonar er på plass. Frukt- og sidersenteret skal ha oversikt over og ha kontakt med eksisterande kompetanse i andre forskingsinstitutt og universitet.

4. Samarbeide og byggje relasjonar til aktørar innan kringliggjande næringar som gardsturisme, kulturarv/museum, festivalar og liknande.

- Det er viktig å sjå verdiskapinga som finns innan frukt- og siderproduksjon som eit heile. Difor må eit nasjonalt senter også være oppteken av at mange frukt- og siderprodusenter driv med forvaltning av ein kulturarv, eit kulturlandskap, og dei driv gardsturisme og ikkje minst historieforteljing som har innverknad på folk si oppfatning og haldning til næringa. Her ligg det spennande mogelegheiter ved å sjå meir heilskapleg på kva frukt- og sidernæringa har å tilby sluttkundane.

Forskingsmiljøa må fokusere på det dei er gode på (forsking og utvikling) og på kundane sine (næringa), og formidling av resultat til rette «kundar» må verte ein større del av dette arbeidet. Forskinga må verte meir anvend med meir fokus på alle ledd frå jord til bord og knyte saman FoU-miljøa, interessentane og kringliggjande næringar for å løyse aktuelle utfordringar i eit eller fleire av ledda. Det er også omtalt i Grøntrapporten sitt kapittel 4.4 om Kunnskap, forskning, innovasjon og rettleiing:

Grøntsektoren er i mindre grad enn mange andre næringar koblet på et innovasjonssystem som omfatter næringsaktører, akademia, innovasjonsaktører, investeringsmiljøer og virkemiddelapparatet. Denne mangelen er allerede, og vil trolig i økende grad bli, en barriere for sektorens vekst og evne til å innovere og hente ut fortjeneste. Utvalget har inntrykk av at mulighetene for å kommersialisere forskningsresultater begrenses av svake koblinger mot innovasjonssystemet. Et eksempel er at det er utviklet ledende robotteknologi i Norge, men kommersialiseringen som kunne ha gjort teknologien tilgjengelig på det norske markedet, har i begrenset grad funnet sted. Norge risikerer at andre land og miljøer høster av den norske innovasjonsinnsatsen.

Eit nasjonalt frukt og sidersenter kan på sikt organiserast om eit fysisk senter der formidling til ålmenta (barn, unge, turisme osv.) inngår (sjå nærare omtale under del 6 – Organisering av eit nasjonalt senter).

5.5 Arbeidsområde for eit nasjonalt frukt- og sidersenter

Forprosjektet har henta inn tilbakemeldingar frå ulike miljø i samband med forprosjektet. Alle informantane frå frukt- og sidernæringa er gjennomgåande positive til NIBIO og NIBIO sine planar om å auke satsinga si på frukt og sider gjennom eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter. Det har vore diskusjonar rundt kva som er utfordringane for norsk fruktnæring, og kva rolle eit nytt nasjonalt senter kan ha, men det dei fleste næringsaktørane konkluderer med er:

- Forskinga må verte meir marknadsorientert. NIBIO vert opplevd som produsentorienterte i dag.
- NIBIO bør satse på å bli betre på det dei er gode på, i staden for å bre seg for breitt utover nye fagområde. Dei må heller kople seg på andre aktørar som har den kompetansen dei sjølv manglar, t.d. marknadskompetanse.
- Næringa treng nye sortar som stettar kvalitetskrava til forbrukaren og lønnsmda til produsenten. Frukta må tole handteringa i verdikjeda slik at den tek seg bra ut i fruktdisken. Sortsutprøving er t.d. eit aktuelt område for NIBIO å arbeide enno meir med.
- Produsentøkonomi er viktig, så det er viktig å arbeide med dyrkingsteknikk og agronomi, og gje produsentane tydelege råd på kva som er «best practice», og kva som gjev best produsentøkonomi. Dette gjeld og innan sider- og mostproduksjon.

Fleire aktørar har målsetjing om å auke både volumet og verdiskapinga i norsk fruktproduksjon. Spesielt interessant er det å utvikle skuldersesongane, men også gjennom utvida sesong etter 1. desember når tollvernet er oppheva. For å lukkast må ein sjå på heile verdikjeda. Alle aktørane i verdikjeda må ha ei god (nok) inntening, og det må vere eit godt samarbeid mellom aktørane. Eit framtidig senter kan arbeide saman med alle ledda for å realisere vekstmåla til næringa.

Sidernæringa har gitt tilbakemelding om manglande norsk kompetanse på alt frå produksjon, gjæring, aroma til språk og kommunikasjon. Dei gjev uttrykk for at det er svært positivt med eit nasjonalt frukt- og sidersenter som kan auke fagmiljøet på siderområdet. Det er mange moglegheiter å ta tak i, i ei næring der mange har god tru på vekst. I sidernæringa er det potensiale for meir produkt- og marknadsutvikling både nasjonalt og internasjonalt.

Det er i kartlegginga kome fram at det ikkje finns institusjonar som formidlar historia om frukt- og sidernæringa i Noreg. Det er eit «rom» som må fyllast. Vidare er det i museums- og formidlingsmiljøet eit ønskje om å knyte forskning og historie til barn, ungdom og älmenta.

5.5.1 15 aktuelle fagområde for eit nasjonalt senter

Vi har tidlegare identifisert 3 hovudområde som eit nasjonalt frukt- og sidersenter må bidra innan; 1) Forsking og utvikling, 2) Marknadsinnsikt og 3) Formidling (sjå Figur 4-1).

Vi har skisser 15 fagområde som eit senter kan ta tak i med NIBIO som ein viktig med-aktør på fleire av fagområda:

Forsking og utvikling

- 1. Effektivisere produksjonsprosessane** - Vidareutvikle kompetansen mot produsentleddet for å sikre god produsentøkonomi gjennom meir effektive produksjonssystem. Den økonomiske effekten av dei ulike tiltaka bør kvantifiserast for å sikre implementering av dei mest kostnadseffektive tiltaka. Aktuelle område er:
 - Dyrkingssystem, næringstilførsel og plantevern
 - Pre-harvest tiltak
 - Haustetid og kvalitet for eple til sider og konsum
 - Post-harvest tiltak
 - Ny teknologi for meir effektiv drift
- 2. Utvikling og val av emballasje** - I dag er emballasje stort sett bestemt av grossist-/daglegvareleddet. For produsent og pakkeria kan det by på utfordringar. Kommunikasjon og samarbeid mellom alle ledd kan føre til emballasje som er tilpassa både pakking og sal i butikk i tillegg vil merkevare-bygging. Eit nasjonalt frukt- og sidersenter kan vere ein pådrivar for å få til eit slikt samarbeid.
- 3. Aukande volum og auka marknadstilpassing** – Dette kan tvinge fram behov for produktutvikling og nye måtar å selje frukt på. Oppkutta frukt er det til dømes ein del av i andre land. Testing av kva sortar som er egna for denne type vidareforedling, korleis det skal pakkast og handterast i verdikjeda, kan vere eit nytt område for eit nytt senter. Også andre former for produktutvikling kan ha behov for fagkompetansen som NIBIO kan stille med.
- 4. Vidareutvikle kompetansen hjå pakkerileddet** - Det ligg fleire forbettringsområde for å få til meir effektiv pakking og maksimal produktkvalitet ut i marknaden:
 - Lagring og teknologi
 - Pakking og emballasje
 - Distribusjon og handtering heilt fram til og i butikkDette må skje i eit samarbeid mellom pakkeri, grossist, daglegvare og sluttkunde. Denne kommunikasjonen og dette samarbeidet manglar i stor grad i dag.

5. **Sortsutvikling og -prøving** - Tettare samarbeid med marknadsaktørane for å finne nye fruktsortar som er tilpassa marknaden sine behov og framtidige norske dyrkingsforhold. Sterk konkurransen mellom dei største marknadsaktørane (Norgesgruppen, Coop og Rema 1000), og ønsket om eksklusiv tilgang til sortar og kompetanse for å skape konkurransefortrinn, kan gjere dette strategiske alternativet vanskeleg å realisere. Samstundes er desse marknadsaktørane det leddet i verdikjeda med størst lønnsemd, og dei har midlar til å finansiere prosjekt som kan gje dei konkurransefortrinn. Her har NIBIO allereie sett i gang ei utgreiing om organisering av og innhald i eit nasjonalt system for sortprøving innan frukt og bær (Revdal et al., 2021).
6. **Innovasjon kring sider, most og anna fruktdrikke** - Fokusere på innovasjon og arbeide med vidareforedling av utsortert frukt for å redusere matsvinnet. Kompetanse som er opparbeida frå arbeid med fråsorterte eple og sider kan truleg overførast til vidareforedling av andre fruktslag. NIBIO kan vere med på å utvikle metodar for vidareforedling basert på produktidear frå gründerar. Dette krev samspel med marknadsaktørane, og det er truleg arbeid NIBIO ikkje har kompetanse på i dag, og det vil det krevje investeringar for å bygge opp denne kompetansen. Ein kan også sjå føre seg at NIBIO kan bygge kompetanse på å hjelpe andre med å realisere ideane sine, og på den måten ikkje nødvendigvis komme opp med ideane, men heller implementere dei. NIBIO sit truleg på mykje fagkompetanse som kan vere nyttig for gründerar.
7. **Produktutvikling og -testing av sider, most og anna fruktdrikke** – I dag er det lite som er tilrettelagt for å fremje produktutvikling hjå mindre sider- og mostprodusentar. Mykje av det som skjer av utvikling skjer med bakgrunn i samarbeid og utveksling av erfaring og idéar mellom einskilde produsentar. NIBIO har bidratt i utviklinga, men det er ikkje tilrettelagt for ressursar innan dette området. Her ligg det mykje upløgd mark innan heile dette spekteret, som til dømes lengre lagring, lagring på eikefat, nye smaksvariantar, fermenteringsprosessar, preferansar blant forbrukarane osv. Vidareutvikling av den sensoriske laben på NIBIO Ullensvang vil vere viktig for foredling og produktutvikling.
8. **Endra klima** –Vi treng å førebu oss på endra klima og med villare, varmare og våtare ver. Kva betyr dette for framtidige fruktsortar, produksjonssystem og plantevern her i landet? Må me gjere endringar i sortsvalet? Må vi i større grad tilpasse produksjonssystemet til eit endra klima? Vil me få nye skadegjerare og endra livssyklus på dei som er etablert?

Marknadsinnsikt og -utvikling

9. **Samarbeide med butikkane og Horeca** - Kartlegge fruktkvalitet over tid i butikk og i servering. Det er i dag kvalitetskontroll hjå produsent, på pakkeri og hjå grossist, men korleis utviklar frukta seg etter det? Kor lenge kan den halde kvaliteten i butikk, og kor lenge kan den halde på kvaliteten når den har komme fram til sluttkunden? Me veit at det er forskjell på lagringsevne hjå ulike eplesortar. Korleis er dette på ulike plomme- og morellesortar? Dette har NIBIO arbeidd med tidlegare, men her er det behov for meir kunnskap. Dette er også ei god mogelegheit NIBIO til å komme tettare på marknadsleddet i verdikjeda.
10. **Kunnskap, kjennskap og merkevarebygging** - Arbeide mot sluttkundane gjennom å formidle kunnskap om norsk frukt, smak og kvalitet og på den måten bidra til å auke salet av norsk frukt. Dette er kanskje ein anna produktkompetanse enn NIBIO vanlegvis formidlar, men her er det klar overføringsverdi frå arbeidet som vert gjort på sensorikk på sider. Er det mogeleg å bygge sterkare merkevarer av norske fruktsortar, slik som dei har fått til med Pink Lady? Informasjon og kunnskap frå arbeidet hjå NIBIO kan i større grad formidlast til Stiftinga Norsk mat eller Opplysningskontoret for Frukt og Grønt, som igjen kan nytte dette i sitt arbeid overfor sluttkundane gjennom sine kanalar.

11. **Marknadsutvikling og eksport** – Vi har peikt på at sider er ei ung næring i stor vekst. Siderprodusentane har små resursar til å drive FoU innan marknadene som dei rettar seg mot. Her ligg det problemstillingar knytt til både norske forbrukarar og eksport. Sidernæringa har ikkje eit OFG eller Matmerk i ryggen når dei skal utvikle marknaden sin. Her kan eit nasjonalt senter være ein katalysator for å få til eit FOU-arbeid kring dette.
12. **Frukt, sider og gardsturisme** – Det er avdekka at gardsturisme gjev eit viktig bidrag til lønnsenda av å drive med frukt og sider. I tillegg er dette eit viktig område for «storytelling» og merkevarebygging som har innverknad på folk si oppfatning og haldning til næringa generelt og den einskilde produsent spesielt. Her ligg det interessante prosjekt for forskning om samanhengar og mogelegheiter.

Formidling

13. **Formidling av kunnskap og kompetanse** - Auka grad av formidling mot produsentledet, gjennom kurs og opplæring av produsentane. Dette gjeld både for konsum- og/eller siderprodusentar. Formidlinga må skje i samarbeid med NLR og andre. Meir digitalisering av eksisterande kunnskap kan også vere ein veg å gå, og pandemien me har vore gjennom har opna opp for større bruk av elektronisk formidling.
14. **Kultur- og historiefomidling** - Det er potensiale for formidling av historie knytt til frukt og sider til andre enn næringa i eit nasjonalt frukt- og sidersenter. Eit nasjonalt senter kan bidra til å få fram kunnskap om kulturarv/samtid og historieforteljing om frukt og eple slik det blir gjort internasjonalt i for eksempel «The Cider Museum» i England og deira nettproduksjon «Apple and People» (Museum of Cider, 2022). På sikt kan eit nasjonalt senter bidra til å byggje opp eit slikt tilbod retta mot både turisme, utdanning og opparbeiding av historisk arkiv.
15. **Informasjon og nettverk** - Det er behov for meir informasjonsutveksling mellom aktørane og det kan til dømes leggast til rette for årlege samlingar eller konferansar for å identifisere utfordringar i næringa og finne ut korleis dei skal løysast. «Fagforum potet» var nemnt som ein mogleg modell for dette. NIBIO vil vere ein liten organisasjon i ei stor internasjonal næring, så ei nettverksorganisering kan vere ei hensiktsmessig organisering av aktiviteten, både nasjonalt og internasjonalt.

Alle desse 15 områda drive av eit nasjonalt senter vil ha stor innverknad på måla i Grønrapporten om forskyving av tyngdepunkt i FoU til: 70 % norsk kvalitet og særpreg og 30 % produktivitet.

6 Organisering av eit nasjonalt senter

Det finns fleire nasjonale sentre i Noreg. Felles for dei er at dei er drive fram av ein kombinasjon av ønskje frå næringa eller område dei representerer saman med ein offentlig tilslutnad til dette. I tillegg ser det ut for at dei har gått igjennom ein prosess i forkant for å avklare både «kva vitsen» med senteret skal vere, korleis det skal organiserast, korleis senteret skal samhandle innanfor området og til slutt ei grunnfinansiering av oppstart og drift. Selskapsforma til desse sentra er ei blanding av stiftingar og aksjeselskap. Døme på slike sentre er:

Tabell 6-1 Døme på organisasjonsforma til nokre nasjonale sentre

Namn	Selskaps form	Eigarar
Nasjonalt senter for vanninfrastruktur	Aksje-selskap	35 % Norsk Vann BA, 15 % NMBU, 10 % Bærum kommune, 40 % andre interessentar
Nasjonalt Vindenergisent	Aksje-selskap	33 % Smøla kommune, 33 % Møre og Romsdal fylkeskommune, 33 % Neas konsern
Nasjonalt Senter for Nordlandshest/Lyngshest	Aksje-selskap	77 % Målselv kommune, 6 % Troms Fylkeskommune, 17 % andre interessentar
Stiftelsen Nasjonal Jazzscene	Stifting	Etablert i 2006 av Norsk Jazzforum – «I dag er Nasjonal jazzscene en fast post på statsbudsjettet» (www.nasjonaljazzscene.no, u.å.)
Stiftelsen Nasjonalt Villakssenter	Stifting	Etablert som ei stifting i 2019 av Klima- og miljødepartementet med årleg driftstilskot i tillegg til egne billettinntekter frå publikum som vitjar dei 4 senterane (vertskommunane) i Lyngdal, Lærdal, Namsos og Tana. Hovudsete er i Lærdal
Stiftelsen Norsk Hjortesenter	Stifting	Etablert i 2000. Driv i liten grad eiga forskning, men legg til rette for FoU i samarbeid med ei rekke andre aktørar. Mottar grunnfinansiering frå Landbruks- og matdepartementet og Miljødirektoratet, men skaper også inntekter gjennom rådgiving for t.d. kommunar kring forvaltning, kompetanse og kurs, formidling og ein relativ stor nettbutikk.

Kjelde: Proff Forvalt og heimesider

Val av selskapsform og tilknytning til NIBIO, andre miljø og næringsorganisasjonar er avhengig av mål, målgrupper og innhald. Eit nasjonalt senter for frukt og siderproduksjon må ha ei organisering som står til føremålet til senteret. Dei tre områda som senteret skal gi verdiskaping til er:

1. Ta initiativ til og koordinere forskning og utvikling innan frukt- og sidernæringa som har stor verdi for kvaliteten og etterspurnaden etter frukt og sider i sluttledet.
2. Bidra til å heve og koordinere kunnskap og kompetansen til produsentar og interessentar innan næringa, samt skape interesse og forvitenskap for frukt og siderproduksjon hjå ålmenta.
3. Bidra til å auke produsentøkonomien og rekrutteringa til næringa, innovasjon og næringsutvikling.

Det er med andre ord tre sentrale området eit nasjonalt senter kan bidra med. Desse er; Forsking og utvikling, næringsutvikling og formidling av kunnskap og kompetanse.

6.1 Funksjonar eit nasjonalt senter treng

Det er naturleg å organisere ressursane i eit nasjonalt senter kring dei tre hovudområda; forskning og utvikling, næringsutvikling og formidling av kunnskap og kompetanse, Ressursane må spegle dette og det må vere utgangspunkt for funksjonane ein treng. Figur 6-1 viser kva funksjonar som er tenleg med ei skildring av nokre av arbeidsoppgåvene som ligg til kvar av dei.

Figur 6-1 Modell for organisering av eit nasjonalt senter for frukt- og siderproduksjon



Kvar for seg og ikkje minst i lag har denne modellen det i seg at den både har ei røyst som forstår seg på forskning og utvikling, ei røyst med innsikt i økonomi, produsentar og marknad og ikkje minst ei røyst som kan leggje til rette for kunnskap, kompetanse og rettleiing.

Korleis vert då linken frå dette miljøet og over mot NIBIO? NIBIO har ei særskild viktig og sentral rolle som det leiande forskingsmiljøet for frukt i Noreg. Det vil vere avgjerande at NIBIO tar rolla som «hovudsponsor» for etableringa av eit hovudprosjekt og fram mot etableringa av eit nasjonalt senter i ei eller anna selskapsform. NIBIO Ullensvang treng uavhengig av etableringa av eit nasjonalt senter, å verte styrka med forskingsressursar. Spesielt ser det ut for å vere eit trong for FoU innanfor sidernæringa og for løysing av felles utfordringar for frukt- og siderproduksjon. Dette er dels eit udekket fagområde i dag.

Det er heilt grunnleggjande at eit nasjonalt senter er god på samspel både innan FoU, men og mot produsentar, formidlingsmiljø, pakkeri, distributørar, sisteled, og sluttkundar. Det skjer som regel noko positivt berre folk snakkar og agerer saman. Ein slik samhandling kan skje gjennom styringsmodellen for senteret. Her kan ein tenkje seg modellar som til dømes:

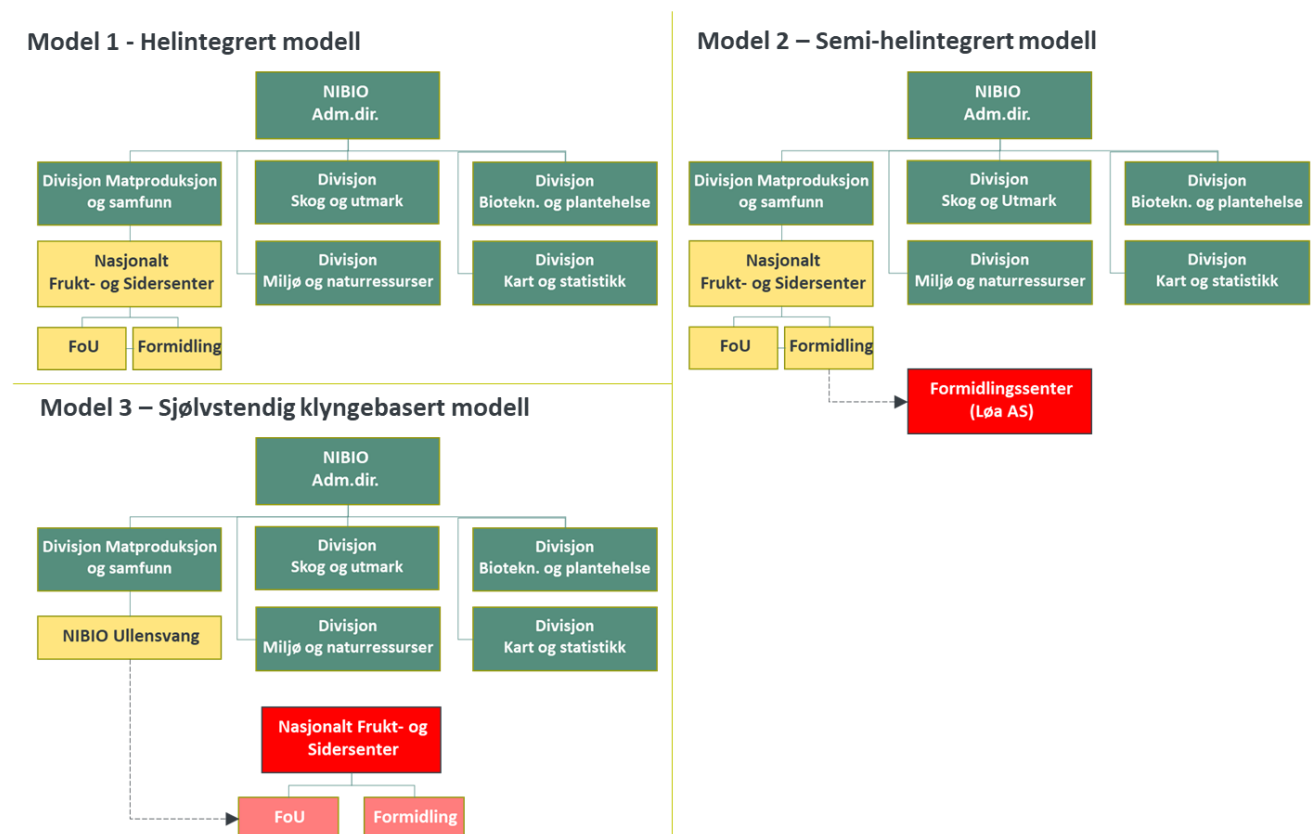
- **Samansetnad av styret og årsmøte** – Eit nasjonalt senter må ha ei selskapsform anten som eit aksjeselskap eller som ei stifting. Senteret vil ha ei generalforsamling eller årsmøte med tilhøyrande valnemnd, truleg ein kontrollkomité og eit styre. Dette vil vere «møteplassar» der ein kan få til eit bredt og godt utval av folk innan og til dels utanfor næringa, og som kan bidra til at senteret lukkast gjennom å vere ambassadørar for det nasjonale senteret. Geografi, konsum og sider, FoU-miljø og interessentar, sisteled og pakkeri, departement og kommunar osb. er nokre viktige grupper som ein må passe på å få med i styringa av og samarbeidet innan eit nasjonalt senter.
- **Rådgjevande utval** – Det kan knytast rådgjevande utval til kvar av dei tre skisserte områda, med ekspertar og brukarar innan desse områda. Utvala kan til dømes splittast i 3 – eit for kvar av hovudområda for senteret.

- **Kommunikasjon og samspel** – Mange vil sei at det finnast nok av festivalar og seminarar her til lands. Likevel er det slik at desse arenaene er særskilte viktige for å sette dagsorden for utviklinga og framtida til frukt- og sidernæringa og ikkje minst for å ha ein møteplass der alle som driv med, eller har ei interesse for, frukt og sider kan møtast. Det er naturleg at eit Nasjonalt frukt- og sidersenter overtek ansvar for samlingar som til dømes Norske Frukt dagar, Internasjonale Siderfestival osv.
- **Kunnskaps- og formidlingscenter** – Svært mange nasjonale sentre har etablert eit visningscenter mynta både på profesjonelle aktørar innan næringa og på ålmenta. Døme på dette er Nasjonal Villakssenter i Lærdal, Tana, Namsos og Lyngdal. Atlanterhavsparken i Ålesund drevet av Stiftelsen Atlanterhavsparken-Norges Nasjonale Akvarium, Vitenparken ved NMBU på Ås og ikkje minst Stiftelsen Norsk Hjortesenter på Svanøy.

6.2 Modellar for organisering

Forprosjektet har arbeid med tre modellar for organisering av eit nasjonalt frukt- og sidersenter.

Figur 6-2 Tre modellar for organisering av eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter



- **Model 1 - Heilintegret modell** - Eit nasjonalt frukt- og sidersenter drive av NIBIO. FoU og formidling av kunnskap om frukt og sider gjennom eit formidlings-/visningscenter.
- **Model 2 – Semi-heilintegret modell** – Same som modell 1 bortsett frå at visningscenteret er finansiert og drive av aktørar utanom NIBIO
- **Model 3 – Sjølvtendig klyngebasert modell** – Ein modell der centeret er ei eiga juridisk eining, med FoU og eit formidlings-/visningscenter. Selskapsforma kan t.d. vere stifting med grunnkapital og driftsmiddel frå det offentlege. Centeret blir meir eit nav og fasilitator for oppbygging, tilrettelegging og formidling av kunnskap. NIBIO er ein leverandørar av FoU til centeret og deltar i prosjekt som centeret set i verk.

Det er viktig å understreke at eit slik senter ikkje skal ha som mål å erstatte eller flytte på forskingsressursar innan fruktnæringa. Arbeidsgruppa peiker på at utgangspunktet er at det er trong for meir forskning og utvikling innan næringa, og at eit nasjonal senter må ha i oppgåva å få til betre prioritering og koordinering av forskning slik at den kjem heile næringa best mogeleg til gode. Ei slik rolle er det ingen som har i dag og det synast å være trong for det. Det er nettopp det å koordinere og samle ressursane betre Grøntutvalet skisserte som eit ønskje i si rapport. Det er også viktig å nemne at eit senter skal vere med å arbeide for auka forskingskompetanse på dei områda Norge ikkje har kompetanse i dag.

Arbeidsgruppa ser desse modellane i ein naturleg samanheng for utviklinga av eit nasjonalt senter. Senteret kan starte som modell 1 og dermed som ein integrert del av ressursane i NIBIO for så å utvikle seg vidare til modell 3 som vil være eit sjølvstendig senter, men med tett tilknytning til NIBIO og forskingsmiljøet på Lofthus i Hardanger. Modell 2 kan være eit mellomsteg på vegen mot modell 3 for å sette i gang formidlingsdelen av senteret tidleg.

7 Finansiering – moglege kjelder

Etableringa av eit nasjonalt senter for frukt- og siderproduksjon har likskap med andre nasjonale sentre som vi har omtalt tidlegare. Det vil være vanskeleg å få til ei berekraftig økonomi om ein berre skal basere seg på ei medlemsavgift og/eller prising av tenester innan dei 3 hovudområda. Dei fleste produsentane og pakkeria er små og kan vanskeleg bidra med store midlar verken til grunnkapital eller til drift. Ein kan gjerne sjå for seg ei slik løysing for nokon av prosjekta eller rådgivinga ein ønskjer å få til som til dømes kurs og seminar, men det trengs meir solid kapital i botn for å drive eit slikt senter og slike prosjekt. Oppstarten og drifta av fleire slike sentre er i all hovudsak finansiert som ei blanding av brukaravgift og offentleg midlar med sterkast innslag frå sistnemnte kjelde. Det er 3 hovudkjelder for finansiering av eit nasjonalt senter for frukt- og sidersenter; 1) Offentlege ordningar 2) Stiftingar og særskild sparebankstiftingar 3) Privat selskap som har ei interessa av å få etablert eit slikt senter.

Figur 7-1 Moglege kjelder til finansiering av eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter



NIBIO kan og bidra med kunnskap og ressursar gjennom dei FoU-prosjekta som er knytt til mål og arbeid i Nasjonalt frukt- og sidersenter. Slike prosjekt har ulike finansieringskjelder som til dømes NFR og EU.

Om ein i 2030 skal kunne leggje ned grunnsteinen til eit fysisk visningscenter, så krevst det langt større statlege, fylkeskommunale og kommunale midlar. Eit fyrste steg på vegen mot etablering i 2030 er finansiering av eit hovudprosjekt som skal leggje grunnlaget for finansiering, forankring og organisering.

8 Tilrådingar for vidare arbeid i eit hovudprosjekt

I kapittel 1 til 3 har forprosjektet skildra dagens situasjon i frukt- og sidernæringa, med fokus på behovet for FoU, og moglegheitene for å vidareutvikle FoU-arbeidet i næringa. Dette er summert opp i ein SWOT i kapittel 4. Kapittel 5 til 7 har drøfta kva eit senter kan ha som føremål, kva som må vere målet, korleis det kan organiserast og korleis det kan finansierast.

Eit hovudprosjekt må bruke meir tid på å grunnfesta og forankra eit slikt prosjekt, og må være meir spesifikt på forhold som innhald, organisering og finansiering av eit slikt senter. Det avgjerande for etableringa av eit slikt senter er at det er tufta på at aktørane i næringa verkeleg ser sitt mon i å få etablert det. Difor er det sentralt å få avklart potensialet og tilslutninga til eit senter gjennom eit hovudprosjekt.

Vi meiner det er grunnlag for å ta forprosjektet vidare til eit hovudprosjekt der det må arbeidast meir med å:

- få innspel frå FoU-miljø, næringa og marknadsaktørar for kva rolle eit slikt senter kan ta og kva tomrom det skal fylle. Gjerne basert på tankar som er skissert i forprosjektet. Det vil vere heilt avgjerande at desse aktørane og næringa ser nytten av eit nasjonalt senter.
- klargjere mål, visjon og verdiforslag til senteret
- gå meir i detalj og meir konkret inn på organisering, mellom anna kring arbeidsområde, selskapsform og samarbeidsmodellar. Det siste er særskild viktig for at senteret skal ha ei legitimitet og vere sterkt forankra innan næringa.
- klarleggje moglege finansieringskjelder og avklare interessa for å bidra med økonomiske og menneskelege ressursar til etableringa og drifta av eit nasjonalt senter frå slike kjelder.

Eit hovudprosjekt må ha ein prosjektleiari som for det første har god kjennskap til næringa, og som har kompetanse innan samarbeid, næringsutvikling og kommunikasjon, og må i tillegg ha ei ressursgruppe som kan støtte prosjektleiaren med erfaring, nettverk og kunnskap.

Litteraturliste

- Ansoff, I. (1957). *Strategies For Diversification Ansoff 1957 HBR*.
<http://archive.org/details/strategiesfordiversificationansoff1957hbr>
- Bondebladet. (2022, juni 2). *Borch: – Folk vil ha norsk mat*. Bondebladet.
<https://www.bondebladet.no/aktuelt/borch-folk-vil-ha-norsk-mat-2/>
- Bondebladet, redaksjonen. (2021, mars 18). *Nytt samspill for grøntsektoren*. Bondebladet.
<https://www.bondebladet.no/aktuelt/nytt-samspill-for-grontsektoren/>
- CiderWorld. (2022). *CiderWorld'22 Frankfurt*. <https://cider-world.de/en/start/>
- Hardanger Folkeblad. (2022, mai 10). *Kom med ein appell til siderprodusentane*.
- Ipsos. (2022, mai 22). *Norske forbrukere vil ha norsk mat*. Ipsos. <https://www.ipsos.com/nb-no/norske-forbrukere-vil-ha-norsk-mat>
- Kantar OFG. (2021a). *Forbruk av frukt og grønt i Norge 2021*.
- Kantar OFG. (2021b). *Hvor viktig er norsk i forbrukers valg av frukt og grønt?*
- Kantar OFG. (2021c). *Use of fruit, berries and vegetables in Europe 2021*.
- Milford, A. B., Knutsen, H., & Berger, M. (2017). Landbruksbasert reiseliv i Norge. I 53. NIBIO.
<https://nibio.brage.unit.no/nibio-xmlui/handle/11250/2427842>
- Nationen, L. (2021, juni 2). *Alle gode ting er tre—Grønt, sunt og lønnsomt*. Nationen.
<https://www.nationen.no/leder/motkultur/alle-gode-ting-er-tre-5/>
- NIBIO. (2017). *Mer profesjonell gårdsturisme i Norge* (s. 20).
- NRK. (2022, januar 23). *Dagligvarekjedene forplikter seg til å øke norskandelen på grønt med 50 prosent*. NRK. <https://www.nrk.no/nyheter/dagligvarekjedene-forplikter-seg-til-a-oke-norskandelen-pa-gront-med-50-prosent-1.15823833>
- Podolny, J. M., & Hansen, M. T. (2020, november 1). *How Apple Is Organized for Innovation*. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/11/how-apple-is-organized-for-innovation>
- Prop. 116 L (2015–2016)*. (2016, april 29). [Proposisjon]. Regjeringen.no; regjeringen.no.
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-116-l-20152016/id2498317/>
- Prop. 120 S (2018–2019)—Regjeringen.no*. (2019, juni).
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-120-s-20182019/id2646134/>
- Prop. 120 S (2021–2022)—Regjeringen.no*. (2022).
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-120-s-20212022/id2913926/?ch=1>

- Prosjektbanken. (2022, juni 30). *Sustainable Postharvest Handling of Apple—Prosjektbanken*.
Prosjektbanken - Forskningsrådet.
<https://prosjektbanken.forskningsradet.no/project/FORISS/302722>
- Revdal, E., Meland, M., Sønsteby, A., Martinussen, I., & Korsæth, A. (2021). *Nasjonalt system for uttesting av frukt- og bærsorter i Norge – en utredning* (Nr. 7/68/2021). NIBIO.
- Rolstadås, A. (2018). Suksessfaktor – prosjektledelse. I *Store norske leksikon*.
http://snl.no/suksessfaktor_-_prosjektledelse
- Rådgivende utvalg for innovasjon, vekst og økt norskandel i grøntsektoren. (2020).
Grøntsektoren mot 2035—Sammen for økt konkurransekraft, økt etterspørsel og mer norsk. Regjeringen.
- Sæthern, S. (2021, juli 3). *Ny forskning viser at tilliten til bønder er uendret, selv etter avsløringer*. NRK. https://www.nrk.no/osloogviken/ny-forskning-viser-at-tilliten-til-bonder-er-uendret_-_selv-etter-avsloringer-1.15552817
- Tennfjord, I. (2021, august 20). Eplekjekk—Det er på tide at du bli kjent med det norske gullet. *A-magasinet*.
- www.nasjonaljazzscene.no. (u.å.). *Praktisk info*. Nasjonal Jazzscene. Henta 7. juni 2022, frå
<https://nasjonaljazzscene.no/praktisk-info/>

Etablering av eit Nasjonalt Frukt- og Sidersenter

Status

Forprosjektet Nasjonalt Frukt- og Sidersenter har hatt som mål å greie ut nytten av å samla strategisk kompetanse, innovasjon og formidling i eit nasjonalt senter. Det har sett nærare på fylgjande område:

- 1) Kartleggje produksjon, kompetansebehov og nettverk for å forankre prosjektet hjå aktuelle aktørar
- 2) Vurdere rollar, samarbeidsformer og innhald i eit nasjonalt frukt og sidersenter
- 3) Utarbeide kalkylar for økonomi ved ulike modellar for eit senter
- 4) Vurdere modellar for organisering, etablering og strategi for eit nasjonalt senter.

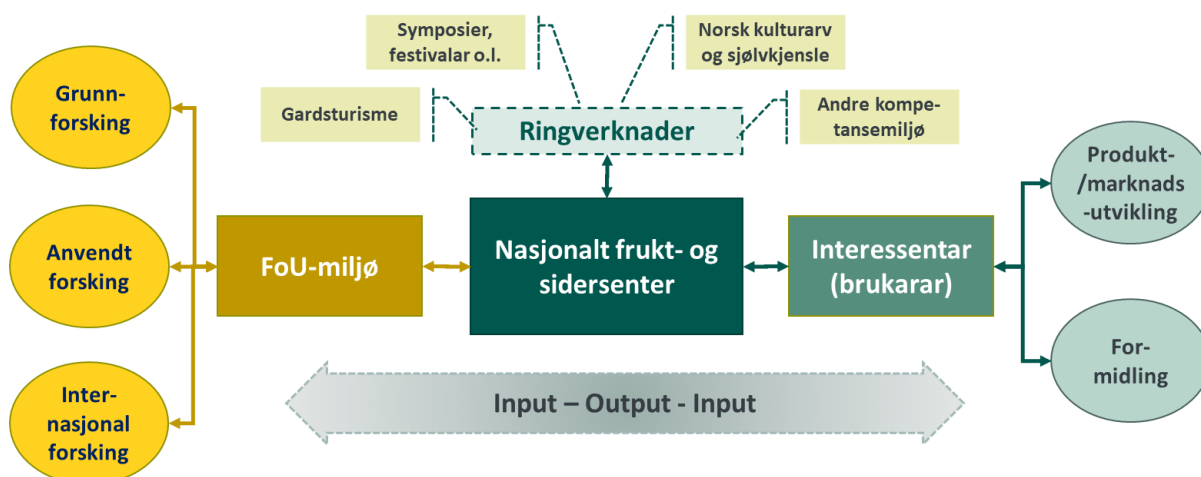
Arbeidet med forprosjektet starta i mars 2021 og vart avslutta 30.06.2022 med ein rapport som er presentert for Hardangerrådet og leiinga i NIBIO. Det står att å presentere rapporten for styringsgruppa som har vore representantar frå Vestland Fylkeskommune, Siderklynga, Ullensvang Fruktlager m.fl. Tilbakespela er positive og innspela er mellom anna:

- a) å lage ein kortversjon av rapporten som kan nyttast i innsal og forankring hjå ulike grupper
- b) å utvikle eit «prøveprosjekt»/en pilot i staden for å sette opp eit hovudprosjekt
- c) å lage ein plan for forankring av idéen bak, og bakgrunnen for, eit frukt- og sidersenter

Neste fase(r) – kva no?

Fruktnæringa er meir enn nokon sinne i ei brytningstid. Det er trøng for meir frukt, både til konsum og sider, og i magre år som i år vert det rett og slett for lite frukt. Spesielt til press og siderproduksjon. Samstundes er det ei politisk satsing på frukt og grønt generelt, og eit uttalt mål om å auke den norsk-produserte delen av totalomsetnaden av frukt spesielt. Det trengs meir frukt og det trengs meir forskning og utvikling på kvalitet og effektivitet, og ikkje minst må innovasjon bli mykje meir driven av sluttkunden og etterspurnaden i marknaden. Verdikjeda «frå jord til bord» er stor i breidde og djupne med mange aktørar og interessentar. I ein slik situasjon med mange og til dels små aktørar, er det overhengande fare for manglande koordinering og utveksling av viktig kunnskap innan kvart område og mellom dei ulike ledda i verdikjeda. Noko vil sei at det til tider er silo-tankegang innan dei ulike delane i næringa.

Eit nasjonalt kompetansesenter for frukt og sider vil kunne bidra til auka samarbeid og strategiske satsing på forskning, innovasjon, forretningsutvikling og kompetansebygging innan frukt og sider slik som skildra i figuren under. Modellen som er henta frå forprosjektet, synar korleis eit nasjonalt senter kan vere ein koordinator og eit bindeledd mellom brukarane, FoU-miljøa og aktørar kring frukt- og sidernæringa.





Det langsiktige målet er å få etablert eit nasjonalt frukt- og sidersenter der formålet er å:

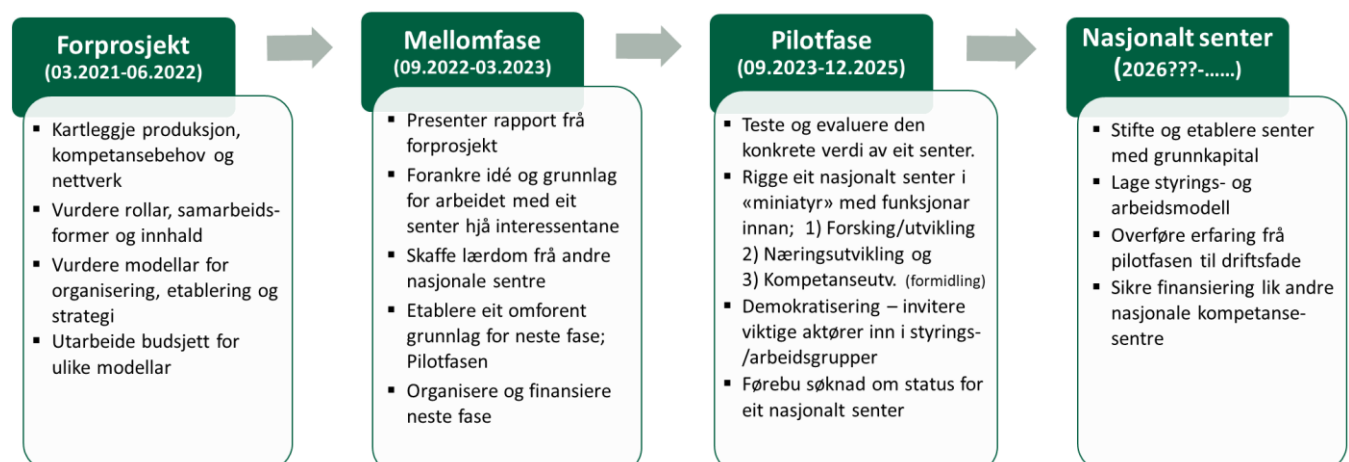
- 1) Ta initiativ til og samkøyre felles FoU-prosjekt som har stor innverknad på etterspurnaden og/eller produktiviteten innan frukt og sider-/mostnæringa.
- 2) Formidle lærdom, kompetanse og byggje infrastruktur som næringa treng
- 3) Vere eit senter som har oversyn og kontaktnett innan det beste som finns av kompetanse og utviklingsressursar innan frukt- og siderforskning i Noreg.
- 4) Samarbeide og byggje relasjonar til aktørar innan kringliggjande næringar som gardsturisme, kulturarv/museum, festivalar og liknande.

I forprosjektet såg me for oss fylgjande funksjonar i eit framtidig senter som speglar dei fire formåla.



Suksessen til eit senter vil vere avhengig av den verdi senteret klarer å skape og tilføre aktørane i frukt- og sidernæringa. Difor er det viktig å få avklart både forventningar næringa har og kva konkret innspel interessentane har til kva eit slikt senter skal prioritera å jobbe med innan FoU, marknads-/forretningsutvikling og formidling, her under kompetanseutvikling. Me ser for oss fylgjande stegvise framdrift for prosjektet:

- 1) **Forprosjekt** (ferdig)
- 2) **Mellomfasen** – avklare idé og innhald, organisere og sikre finansiering av pilotfasen
- 3) **Pilotfasen** – Teste ut ein «miniatyr» av eit framtidig nasjonalt senter
- 4) **Nasjonalt senter** – Stifte, etablere, organisere og skaffe ressursar til å drive eit nasjonalt senter på line med andre liknande sentre som til dømes Norsk Villakssenter, Norsk Hjortesenter mfl.



Den fasen me no går inn i har me nemnt for «Mellomfasen». Me er på eit punkt der me treng å få presentert forprosjektet for fleire viktige interessentar og forankre idé og grunnlag for et slikt senter. Hovudinnhaldet i Mellomfasen vil vere:

- 1) Forankre ideen om eit frukt- og sidersenter, gjerne nasjonalt, hjå produsentar, marknad-, forskings- og kulturarvmiljø.
- 2) Få ei djupare forståing for kva for drivarar og barrierar som eksisterer for etablering av eit nasjonalt senter
- 3) Få nyttige innspel og tilbakemeldingar på konkrete utfordring og/eller moglege innhald i og styring av eit slikt senter – frå interessentane og andre nasjonale sentre
- 4) Organisere og finansiere - Få på plass finansiering og avklare korleis ein best kan organisere og få med seg viktige institusjonar og ressurspersonar inn i Pilotfasen

Organisering av Mellomfasen

Mellomfasen er på mange måtar ei lenging av forprosjektet for å avstemme det som prosjektgruppa har kome fram til i si innstilling og rapport. Prosjektet har vore leia av NIBIO Lofthus og det er naturleg at denne forankringa og organiseringa held fram i Mellomfasen med fylgjande personar:

- Gunnhild Jaastad, NIBIO (prosjektleiar)
- Harald Blaaflat Mundal, fruktprodusent i Sogn
- Bernt Bucher-Johannessen, Hanen
- Randi Bårtveit, Hardanger og Voss Museum
- Anna Gursli Langesæter, Siderklynga
- Harald Alvavoll, Ullensvang Fruktlager
- Tom Rasmussen, TR Consulting (innleigd prosjektressurs)

Styringsgruppa for forprosjektet vil også vere den same som tidlegare dvs. NIBIO, Vestland Fylkeskommune, Siderklynga, Ullensvang Fruktlager, Hardangerrådet/Ullensvang kommune.

Budsjett og finansiering

Samla budsjett for Mellomfasen er 1.250' som fordeler seg på fylgjande måte:

Budsjett NFS Mellomfase	
Hovudområde	Sum
Forankre forprosjekt	115 000
Presentere og forankre rapport hjå sentrale aktørar, arrangere felles møte og workshop	
Idégrunnlag	350 000
Intervju aktørar og interessentar om idé og grunnlag, gjennomføre marknadsundersøking, lage rapport mm	
Lærdom andre sentre	85 000
Gjennomføre møter andre nasjonale sentre, avklare retningslinjer for nasjonale sentre osv.	
Etablere grunnlag for Pilotfasen	240 000
Kontakt/møter med moglege samarbeidspartnerar og bidragsytarar, skrive og presentere søknader, rekruttere ressursar til styrings- og arbeidsgrupper	
Prosjektleiing	210 000
Workshop og møter i arbeidsgruppe, statusrapportering, presentasjon og forankring styringsgruppe	
Prosjektkostnad mellomfase eks. mva	1 000 000
Prosjektkostnad mellomfase inkl. mva	1 250 000

Kostnadar er knytt til prosjektleiing, kjøp av tenester (marknadsundersøking), reise- møteverksemd osv.

Me vil søkje om stønad frå fleire partar for å ha nok ressursar til å jobbe strukturert og inkluderande i den viktige Mellomfasen. Desse er;

Finansieringskjelde

	Sum	Kommentar
Eiga finansiering (NIBIO+HVM) ¹	200 000	Sentrale prosjektmidler i NIBIO
Vestland Fylkeskommune	450 000	Tilskot til auka verdiskaping i frukt, bær og grøntnæringa – frist 15.11.2022
Sparebankstiftinga Hardanger	400 000	
Hardangerrådet	150 000	Søknad medio oktober
Andre	50 000	
Sum finansiering av mellomfase	1 250 000	

Me har vore i kontakt med både Hardangerrådet og Fylkeskommunen om midlar og har von om å få tilskot frå desse i tillegg til andre finansieringskjelder innan frukt- og sidernæringa.

Til slutt

Jo meir me har jobba med dette prosjektet, dess meir kan me sjå at næringa treng eit senter. Eit senter som kan bidra til meir samarbeid og felles prosjekt innan frukt- og sidernæringa om viktige område for innovasjon anten det er kring etterspurnad, kring kvalitet, kring effektivitet, kring kompetanseutvikling, kring internasjonalisering osv. Det er nesten som det er ein uendeleg rekkje med særskilte relevante og verdifulle initiativ og prosjekt som eit slikt senter kan vere ein pådrivar for. Difor er det viktig å vidareføre arbeidet i forprosjektet inn i Mellomfasen og fram mot vonleg ein Pilotfase der me i miniatyr kan få prøvd ut om og korleis eit nasjonalt senter er best liv laga.

Lofthus, 29. september 2022

Gunnhild Jaastad

Tom Rasmussen

¹ NIBIO vil i tillegg til pengesum bidra med prosjekttressurs (Gunnhild Jaastad). Tilsvarende vil Hardanger og Voss Museum også bidra med slik ressurs (Randi Bårtveit)