



Programnotat

Utviklingsprogrammet

-landbruks- og reindriftsbasert vekst og
verdiskaping

Gjeldende fra 1. januar 2020

I. Innhold

I. Innhold.....	2
1. Innledning.....	3
2. Mål.....	3
3. Målgrupper og virkeområder.....	3
3.1 Målgrupper.....	3
3.2 Virkeområder.....	4
3.2.1 Lokalmat og -drikke.....	4
3.2.2 Mat- og måltidsopplevelser.....	4
3.2.3 Reiseliv basert på landbrukets og reindriftens ressurser.....	4
3.2.4 Inn på tunet.....	5
3.2.5 Reindriftsbasert næringsutvikling.....	5
3.2.6 Øvrige områder.....	5
4 Tiltak.....	6
4.1 Finansiering.....	6
4.1.1 Vekstsatsingen.....	6
4.1.2 Bedriftsnettverk.....	7
4.1.3 Bedriftsutvikling.....	7
4.2 Forretningsmessig kompetanse.....	7
4.3 Omdømme.....	8
4.3.1 Internasjonale og nasjonale omdømmetiltak.....	8
4.3.2 Regionale omdømmetiltak.....	8
4.3.3 Temasatsinger.....	8
4.3.4 Bygdeturismekampanjen.....	9
5 Organisering.....	9
5.1 Styringsgruppen for programmet.....	9
5.2 Styringsgruppens mandat.....	9
5.3 Saksbehandling.....	9
6 Samarbeid.....	9
7 Rapportering og evaluering.....	10

1. Innledning

Utviklingsprogrammet skal bidra til å skape økt vekst og verdiskaping for næringer basert på landbrukets og reindriftens ressurser. Programmet skal stimulere til økt lønnsomhet og konkurranseevne gjennom virkemidler for bedriftsrettet finansiering, kompetansetiltak og omdømmeaktiviteter. Tiltakene gjennom programmet skal bidra til å nå de to delmålene i LMDs Reiselivsstrategi «Opplevingar for ein kvar smak»:

- Norge skal være en internasjonalt anerkjent matnasjon med tydelig lokal og regional identitet.
- Opplevelser og aktiviteter fra landbruket og reindriften skal bidra til å utvikle Norge til et attraktivt reisemål

Programmet skal virke sammen med landbrukets andre ordninger for bedriftsutvikling (investeringsstøtte, bedriftsutvikling og etablerertilskudd, jfr. IBU-midler) og med de generelle bedriftsrettede ordningene Innovasjon Norge tilbyr.

Innovasjon Norge markedsfører tiltakene knyttet til Utviklingsprogrammet gjennom egne nettsider og via Innovasjon Norges kundekontakter og samarbeidspartnere.

2. Mål

Programmets hovedmål er å bidra til økt vekst og bedriftsøkonomisk lønnsomhet for programmets målgrupper. Gjennom hovedmålet skal programmet bidra til å utløse regionenes næringsmessige potensial. Innovasjon Norges tre delmål er gjeldende for programmet, med vekt på delmål 2 og 3. Delmål 1 «flere gründere» ivaretas hovedsakelig gjennom andre virkemidler i Innovasjon Norge.

1. Flere gründere	2. Flere vekstkraftige bedrifter	3. Flere attraktive innovasjonsmiljøer
Programmet skal bidra til tilgang på kompetanse og nettverk for å sikre at nye bedrifter kan overleve og utvikle seg	Programmet skal gi næringen tilgang på finansiering av vekstsatsing og bedriftsnettverk og kompetanse for å skape konkurransedyktige og lønnsomme bedrifter	Programmet skal bidra til økt verdiskaping og konkurransekraft ved å skape kommersielle nettverk og gode miljøer for innovasjon

3. Målgrupper og virkeområder

3.1 Målgrupper

Utviklingsprogrammets primærmålgrupper er:

- Primærprodusenter i landbruket og reindriften, ferskvanns-/innlandsfiske- og næringsmiddelbedrifter som utvikler, foredler og selger kvalitetsprodukter basert på lokale råvarer

- Reiselivsbedrifter som ønsker å utvikle tilbud med utgangspunkt i landbrukets og reindriftens ressurser, herunder mat, overnatting, servering, natur- og kulturbaserte aktiviteter og opplevelser, høstbart vilt og øvrige utmarksressurser
- Inn på tunet-tilbydere innenfor Matmerks godkjenningsordning

Tjenestene i programmet kan også tilbys andre utøvere av næringer basert på landbrukets og reindriftens ressurser som enten er i en vekstfase eller del av et nettverk.

Sekundærmålgrupper er øvrige aktører som jobber med omdømme og andre relevante aktiviteter, innenfor programmets virkeområde. Prosjektene som støttes skal komme landbrukets og reindriftens aktører til gode.

3.2 Virkeområder

3.2.1 Lokalmat og -drikke

Med lokalmat og -drikke menes norsk mat og drikke med lokal identitet, særegen opprinnelse eller spesielle kvaliteter knyttet til produksjonsmetode, tradisjon eller produkthistorie, herunder også produkter basert på rein og innlandsfisk.

Utviklingsprogrammet skal bidra til vekst for bedrifter som produserer og foredler lokalmat og drikke, basert på norske råvarer. I den grad råvarene er tilgjengelige bør de være regionale/lokale. Virkeområdet gjelder også tilrettelegging for foredling og omsetning av viltkjøtt. Enkeltbedrifter som driver innenfor virkeområdet og mottar støtte gjennom Utviklingsprogrammet skal registreres i databasen lokalmat.no.

3.2.2 Mat- og måltidsopplevelser

I reiselivet er matopplevelsen svært viktig for helhetsopplevelsen. Norsk og samisk matkultur skal gjøres mer tilgjengelig og slik bidra til å bygge Norge som en internasjonalt anerkjent matnasjon med lokal og regional identitet. Serveringssteder, hoteller og catering har vesentlig betydning for å nå dette målet og utgjør samlet en viktig omsetningskanal for å stimulere til vekst. Programmet skal legge til rette for økt samarbeid mellom reiselivet og mataktørene.

3.2.3 Reiseliv basert på landbrukets og reindriftens ressurser

Reiselivsbedriftene tilbyr alt fra overnatting til servering og natur- og kulturopplevelser med basis i gårdens, landbrukets, utmarkas og reindriftens ressurser. Målgruppen skal bidra til å utvikle Norge til et attraktivt reisemål med leveranser av opplevelser og aktiviteter basert på landbrukets, utmarkas og reindriftens ressurser. Tiltak og aktiviteter som omfatter etablering og videreutvikling av jaktprodukter er en del av virkeområdet.

Programmet skal legge til rette for vekst i reiselivsbedriftene og økt samarbeid dem imellom. Programmet vil også ha fokus på å øke profesjonaliteten til bedriftene gjennom kompetansetiltak, slik at de kan levere produkter av høy kvalitet som gir økt verdiskaping i distriktene.

3.2.4 Inn på tunet

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

De viktigste brukerne av tilbud fra Inn på tunet er:

- Barn- og unge
- Mennesker med rusproblemer
- Funksjonshemmede
- Eldre

Programmet skal arbeide for tiltak som øker antall tilbydere, at bedrifter innenfor målgruppen vokser samt legge til rette for at deres vekst og konkurransekraft styrkes gjennom forretningsmessig samarbeid. Støtteordninger under programmet er aktuelle for Inn på tunet-tilbydere innenfor Matmerks godkjenningsordning. Tiltakene kan også være aktuelle for prosjekter innen Ut på vidda (reindrift).

3.2.5 Reindriftsbasert næringsutvikling

Reindriften, reinkjøttneringen og reindriftsbasert reiseliv har spesielle behov som det er viktig å ivareta på en god måte. Næringen kjennetegnes av delvis nomadisk sesongdrift og geografiske forskjeller som må hensyntas ved siden av de driftsmessige utfordringene for næringen.

I arbeidet med å skape vekstkraftige bedrifter med basis i reindrift er det viktig med tett dialog med næringen. Kompetanse og markeds kunnskap blir derfor viktige elementer i det videre arbeidet.

Koblingen mellom mat og opplevelser er svært viktig for næringen, og representerer et stort utviklingspotensial. Tjenester og arbeidsmodell som brukes overfor reindriftsnæringen vil være den samme som benyttes overfor landbrukets tilleggsnæringer.

Tematiske områder kan være bedriftsutvikling, herunder kompetansetiltak innen i forretningsdrift, markeds kompetanse og nettverksbygging. Markedsføring av samisk mat og reiseliv vil også være viktig for å heve forbrukerkunnskapen og bidra til økt verdiskaping i reindriften, reinkjøttbransjen og for den reiselivsbaserte virksomheten i reindriften.

3.2.6 Øvrige områder

Programmet kan arbeide for utviklingsprosjekter innen flere områder knyttet til landbruket enn de som er nevnt ovenfor dersom prosjektet gjelder en vekstbedrift eller er knyttet til et bedriftsnettverk.

4 Tiltak

Tiltak innenfor Utviklingsprogrammet		
4.1 Finansiering	4.2 Forretningsmessig kompetanse	4.3 Omdømme
<ul style="list-style-type: none">• Todelt vekstsatsing for bedrifter med vekstpotensial• Bedriftsnettverk med kommersielt fokus• Bedriftsutvikling Gjelder kun for bedrifter innenfor reinnæringen	<ul style="list-style-type: none">• Kursportefølje reiseliv• Workshops (innovasjon, merkevarebygging, internasjonalisering og pitch-trening)• Mentor• - Program innenfor strategi- og internasjonalisering	<ul style="list-style-type: none">• Regionale, nasjonale og internasjonale matarrangement og aktiviteter• Markedsføring av reiselivsrelaterte nisjer:<ul style="list-style-type: none">○ Tema: Vandring, sykkel, fiske og mat○ Bygdeturisme

4.1 Finansiering

EØS regelverket

Støtte fra Utviklingsprogrammet til prosjekter på områder som omfattes av statsstøtteregelverket gis som bagatellmessig støtte.

4.1.1 Vekstsatsingen

Vekstsatsingen består av to faser, og er tilrettelagt for bedrifter som i en vekstfase får store utgifter knyttet til veksten, f. eks. lønn og leiekostnader i perioder der bedriften har bundet kapital i eksempelvis store varelagre/utstyr. Bedrifter som har planer om vekst kan få støtte til ulike løpende utgifter knyttet til veksten. Det forutsettes at tilskuddsmidlene er utløsende¹ for gjennomføringen av prosjektet. Bare eksterne og betalte kostnader kan inngå i godkjente kostnader, her under lønnskostnader ansatte i henhold til timelister knyttet til vekstaktiviteter. Det kan i tillegg søkes om risikolån og garantier til spesielle kapitalbehov knyttet til veksten, bedriftenes kompetansebehov skal kartlegges i forbindelse med støtten.

Bedrifter som ikke har mottatt Vekst 1, kan søke Vekst 2. Vekst 1 kan ikke søkes i etterkant av gjennomført Vekst 2.

Vekst 1

- Bedriften må ha som målsetting å øke omsetningen med minst 30 % over en treårsperiode, med et minstekrav på 500 000 kr.
- Sysselsettingen skal utgjøre minimum 1 årsverk
- Omsetningen bør utgjøre minimum 1 million kroner siste regnskapsår eller 12 måneders periode

Støtten kan utgjøre inntil 1 million kroner i løpet av en treårsperiode. Støtte kan gis med inntil 75 % av godkjente kostnader knyttet til veksten.

¹ Med utløsende menes at prosjektet ikke ville blitt gjennomført i samme omfang eller i løpet av samme tid dersom det ikke hadde fått støtte

Vekst 2

- Bedriften må ha som målsetting å øke omsetningen med minst 50 % over en treårsperiode, samt å øke lønnsomheten.
- For bedriftene som har fullført Vekst 1, forventes det at de både har hatt en god måloppnåelse i første vekstprosjekt og har hatt en sunn økonomisk utvikling mellom avslutningen av Vekst 1 og søknadstidspunkt for Vekst 2
- Omsetningen bør utgjøre minimum 5 millioner kroner siste regnskapsår eller 12 måneders periode

Støtten kan utgjøre inntil 2 millioner kroner i løpet av en treårsperiode. Støtte kan gis med inntil 50 % av godkjente kostnader knyttet til veksten, en viss andel skal brukes til kompetansehevede tiltak.

4.1.2 Bedriftsnettverk

Ordningen skal bidra til etablering av kommersielt og strategisk samarbeid mellom bedrifter for å utvikle markedsmuligheter, verdiskaping og lønnsomhet. Samarbeidet skal baseres på sterke og forpliktende samarbeidsrelasjoner og prosjekter som vil styrke bedriftenes konkurransekraft og realisere markedsmuligheter i Norge og eventuelt internasjonalt. De generelle kriteriene for bedriftsnettverk legges også til grunn for Utviklingsprogrammets målgrupper:

Bedriftene må ha som målsetting at nettverket gir en merverdi i form av bedre inntjening eller kunnskapsinnhenting bedriften selv vanskelig kunne tilegnet seg.

- Minimum 3 bedrifter må inngå i samarbeidet
- Tjenesten er faseinndelt i tre faser: forstudie, forprosjekt og hovedprosjekt (3 år). Det må søkes om én fase av gangen, men det er mulig å starte i alle faser ut fra hvor nettverket er i utviklingsfasen

4.1.3 Bedriftsutvikling

Kunder i reinnæringen kan i tillegg til vekstordningen og bedriftsnettverk også få støtte til bedriftsutvikling. Støtte gis fortrinnsvis til bedriftsutvikling («myke investeringer») som produktutvikling, kompetansebygging, markedsundersøkelser og lignende, men det kan også i enkelte tilfeller gis støtte til nødvendige fysiske investeringer. Til myke investeringer kan det gis inntil 70 % tilskudd, til fysiske investeringer inntil 30 %.

4.2 Forretningsmessig kompetanse

Innovasjon Norges kompetansetjenester er rettet mot det forretningsmessige. Tjenestene tilbys alle bedrifter uavhengig av bransje/ sektor. Tjenestene kan finansieres av Utviklingsprogrammet alene eller samfinansieres med andre midler i Innovasjon Norge.

- Bygg Bedrift (kurs)
- Workshops med tematikk innenfor innovasjon, merkevarebygging, internasjonalisering og pitching
- Kurs utviklet for reiselivet. For en oppdatert oversikt til enhver tid, [se Innovasjon Norges nettsider](#)
- FRAM strategisk ledelse
- Internasjonaliseringsprogrammet Global Growth (tidligere FRAM Marked)
- Mentorordning

I tillegg finnes en rekke rådgivingstjenester, f.eks. i forbindelse med etablering av bedriftsnettverk, IPR-rådgiving og rådgiving i forbindelse med eksport.

4.3 Omdømme

Omdømmetiltakene som får støtte over programmet, skal bidra til:

- Å bygge Norge som en internasjonalt anerkjent matnasjon med tydelig lokal og regional identitet
- At opplevelser og aktiviteter fra landbruket og reindriften skal bidra til å utvikle Norge til et attraktivt reisemål
- At landbruket og reindriften framstår som attraktive leverandører av tjenester og produkter ellers

Aktivitetene og arrangementene som støttes skal bidra til å bygge stolthet og øke kunnskap om norsk landbruk og reindrift blant forbrukere generelt og produsentene spesielt. Stolthet og kunnskap er avgjørende faktorer både for rekruttering til bransjen, samholdet og utviklingen, i tillegg til at det påvirker kunders betalingsvilje for produkter.

Reindriftsmidlene

Markedsutvalget for reinkjøtt er naturlig konsultasjonspartner for deltakelse på omdømmearrangement og kompetansearenaer. En koordinert innsats gir best effekt, både faglig og økonomisk. Typiske tiltak er Samefolkets dag, Matstreif samt den årlige fagkonferansen.

4.3.1 Internasjonale og nasjonale omdømmetiltak

Tilskudd til nasjonale og internasjonale arrangement skal gå til omdømmebygging av råvarer og produkter. Midlene skal primært gå til bygging av omdømme og kunnskap om råvarer, produkter og tjenester fra norsk landbruk. Midlene er søkbare for alle målgruppene til Utviklingsprogrammet. Tilskudd gis som prosjektstøtte etter søknad, det gis ikke grunnstøtte/driftsstøtte innenfor tilskuddsordningene.

Innovasjon Norge har ansvaret for gjennomføringen av Matstreif og Norges deltagelse på Internationale Grüne Woche. De to arrangementene og Det Norske Måltid har faste bevilgninger fra Utviklingsprogrammet.

4.3.2 Regionale omdømmetiltak

Matarrangement

For å kunne søke støtte om midler til regionale arrangementer, skal arrangementet skal det være et omdømmetiltak som har en tydelig forankring i regionen og være i tråd med å bygge Norge som en internasjonal kjent matnasjon med tydelig regional og lokal identitet. Arrangementene skal bidra til økt omsetning av lokalmat og drikke.

4.3.3 Temasatsinger

Med bakgrunn i den overordnede temastrategien arbeides det med å utvikle profesjonelle aktører innenfor temaene sykkel, vandring, fiske og mat. Videre lages det kampanjer

innenfor de ulike teamene for å bygge Norges posisjon innenfor de ulike nisjene nasjonalt og internasjonalt.

4.3.4 Bygdeturismekampanjen

Det lages en overordnet kampanje for å øke bevisstheten og bygge omdømmet rundt bygde-Norge som feriemål blant nordmenn. Kampanjen er et samarbeid mellom VisitNorway og destinasjonsselskapene, der VisitNorway står for den overordnede kampanjen og destinasjonsselskapene profilerer utvalgte aktører med basis i landbruket/reindriften i sin destinasjon.

5 Organisering

5.1 Styringsgruppen for programmet

Utviklingsprogrammet gjennomføres av Innovasjon Norge på bakgrunn av oppdragsbrev fra Landbruks- og matdepartementet. Utviklingsprogrammet ledes av en styringsgruppe oppnevnt av Landbruks- og matdepartementet, som har ansvar for overordnede strategiske føringer.

Gruppen består av 7 medlemmer med personlige varamedlemmer:

- 1 representant fra Landbruks- og matdepartementet
- 1 representant etter forslag fra fylkesmennene
- 1 representant etter forslag fra fylkeskommunene
- 1 representant etter forslag fra Norges Bondelag
- 1 representant etter forslag fra Norsk Bonde- og Småbrukarlag
- 1 representant etter forslag fra Norske Reindriftsamers Landsforbund
- 1 representant etter forslag fra Hanen

Organisasjonene oppnevner selv sine varamedlemmer. Styringsgruppen og dets varamedlemmer oppnevnes for 3 år. Landbruks- og matdepartementet leder styringsgruppen.

Adm. dir. i Matmerk møter som observatør.

5.2 Styringsgruppens mandat

- Behandle spørsmål av overordnet og strategisk karakter, herunder strategier, handlingsplaner, resultatoppfølging og resultatkontroll
- Vedta fordeling av budsjetttrammer for de enkelte delområdene og angi retning for bruk av midler for de enkelte delområdene
- Forankre Utviklingsprogrammet, dets prioriteringer og aktiviteter i respektive organisasjoner

5.3 Saksbehandling

Kundeansvaret er forankret på regionkontorene.

6 Samarbeid

Utviklingsprogrammet utgjør bare en del av det totale tilbudet til målgruppene. Det er viktig å se denne helheten for å sikre at kunden får hjelp i de ulike fasene i utviklingen, og at ressursene brukes riktig sett fra offentlig side.

Et av områdene dette er spesielt aktuelt for er kompetanse. I figuren under vises en oversikt over ulike offentlige tilbud og tilbydere overfor målgruppene innenfor lokalmat og -drikke og måltidsopplevelser. Linjen i figuren under viser en bedrifts livssyklus – fra etableringsfasen til den kommersielle fasen. De kompetansetjenestene som eksisterer i dag ligger over linjen, mens ansvarlige tilbydere står under linjen. Dagens kompetansetjenester og tilbyderne av disse er plottet inn etter bedriftens livssyklus.

<i>Kompetanse - tjenester</i>	Mobilisering	Matfaglig besøksordning og kurs	Markedstjenester – besøksordning og kurs	Forretningsmessig og strategisk kompetanse	Kommersielle bedrifter
Etableringsfase					
<i>Tilbyder</i>	FK, FMLA og andre aktører	Kompetansenettverk/ Fylkeskommunene	Matmerk	Innovasjon Norge	

Samarbeidet med Mattilsynet videreføres for å utvikle felles forståelse for lokalmatprodusentenes utfordringer og bidra til enhetlig saksbehandling over hele landet.

Samarbeidet med Matmerk og Kompetansenettverkene for lokalmat er spesielt forankret i kompetansetiltak rettet mot hhv. markedsforståelse og profesjonalisering av lokalmatprodusenter (Markedstjenester) og matfaglig kompetanse. Samarbeidet mellom Matmerk og Innovasjon Norge omfatter også generell markedsføring av hverandres produkter og tjenester.

Innen reindriften vil samarbeidet med Markedsutvalget være knyttet til omdømmetiltak og arena/bedriftsnettverk, og for Reindriftens utviklingsfond (RUF) avklaring av samarbeidsflater og kompetansebehov.

Det er etablert regionale partnerskap på landbruksområdet i alle fylker. Partnerskapene består av fylkeskommunen (leder), fylkesmannen, Innovasjon Norge og faglagene i jordbruket. I tillegg kan andre relevante aktører, for eks. forsknings- og rådgivningsmiljø, inviteres inn i partnerskapet. Partnerskapene skal drøfte strategiske utfordringer og muligheter for sitt fylke.

7 Rapportering og evaluering

Utviklingsprogrammet inngår i Innovasjon Norges kundeeffekt- og serviceundersøkelser. Tiltakene under programmet vil med evalueres med jevne mellomrom, videre vil det også utarbeides rapporter om økonomiske resultat hos støttemottakere (enkeltbedrifter).

Programmet inngår i den ordinære oppdragsgiverdialogen med bl.a. tertial- og årsrapporter.