



OPPSUMMERING

Arbeid gjennomført 2013-2015

Sjur Ove Svartveit – Prosjektleder



Prosjekt DyrkSmart

Hovudmål:

Sikra framtida til fruktnæringa i Hardanger gjennom aktivitetar som skal auka produksjonen av kvalitetsfrukt, hindra at gode fruktareal vert teke ut or produksjon og inspirera ungdomen til å gå inn i næringa

Arbeidsmål:

- Gjennom informasjonstiltak auka kunnskapen om fruktnæringa hos sentrale personar innan skuleverk, politikk og finansieringskjelder spesielt og i lokalbefolkninga generelt.
- Gjennomføra motivasjons – og produksjonssamtalar med alle produsentane tilhøyrande i Hardanger Fjordfrukt, Ullensvang Fruktlager og Nå fruktlager
- **Etablera utplantingsavtalar med produsentar som sikrar auka årleg produksjon av kjernefrukt med 2000 tonn og med 350 tonn steinfrukt.**
- Etablera 3-5 lærlingplassar innan fruktdyrking.
- Etablera eit oppgradert støtteapparat , i samarbeid mellom fruktlagera og Norsk fruktrådgjeving, som skal ha ein aktiv rolle overfor produsenten.
- Auka tall produsentar under 35 år med 100 % og tall kvinnelege produsentar med 100 %.
- Sikra tilplanting av eigna areal



Utfordringar

Høg og aukande gjennom snittsalder på produsentar
Gamle plantasjar
Låg avling i gjennomsnitt pr. da
Variabel kvalitet
Gode fruktareal ute av drift
Reduserte marknadsandeler for norsk frukt
Kritisk volum
Generelt lite kunnskap om fruktnæring hos folk flest

Tiltak

Gjennomføra kartlegging
Forbetringar i fruktklienten
Brei informasjonskampanje
Tilbod om opplæring
Kvalitetsmanualar
Auka BU-støtte
Finansieringsløyisingar
Avtalar om jordleige

Kritiske suksessfaktorar

At produsentane satsar
Tilgang på kompetanse
Ungdomen overtek
Tilgang på tre
Tilgang på kapital
Kjøp av Norsk Frukt





Dyrk Smart har 2 oppgåver

1. Kartlegging av kvar enkelt produksjonseining
2. Påverknad, inspirasjon og gjennomføring



Kartlegging

- Besøka kvar produksjonseining
- Representantar frå lager og rådgiving
- Hentar inn data til NILF
- Kartlegging av produksjon (volum, sortar, økologisk)
- Kartlegging av planar (auka, innskrenka, generasjonsskifte)
- Hjelp til gjennomføring av planar (leiga meir jord, leiga ut jord, rydde- og planteplanar)

Gjennomførte gardsbesøk	
Lager	Gjennomført
Nå	16
Ullensvang	69
Fjordfrukt	99
Gjennomførte samtalar	
Lager	Gjennomført
Nå	14
Ullensvang	31
Fjordfrukt	62



Påverknad – inspirasjon og gjennomføring I

- DyrkSmart er etter 2 år eit kjent (og kopiert) prosjekt i andre fruktmiljø og godt kjent i offentlege samanhengar både lokalt og nasjonalt.
- DyrkSmart søker utstillingsvindauger der frukt frå Hardanger kan profilerast (Norske fruktdagar, Saft- og sider festival, Morellfestival, Hardanger i Hundre, etc).
- DyrkSmart søker politiske miljø for å spreia informasjon om fruktdyrking i Hardanger (har m.a. informert formannskapa i Hardanger)
- DyrkSmart filmen
- Vidareutvikling av software Fruktklienten (lokal utviklar – Øystein Spilde) som gjev lager og fruktdyrkar full kontroll med kostnader, inntekter, gjødsling, sprøytemidlar og avling ned på kva enkelt sort/teig.
- Kompetansebygging – vore med og utvikla og synleggjort Hjeltnes Vidaregåande sitt tilbod på kurs i fruktdyrking (grunnleggjande samt utvida modul innafor steinfrukt og kjernefrukt).



Påverknad – inspirasjon og gjennomføring II

- Inspirerer ungdommen til å velja fruktdyrking som leveveg – enten som produsent eller annan stad i verdikjeda. Gjennomført foredrag «Det gode liv som fruktdyrkar» i 10. klasse i Ullensvang. Vurderer å utvida konseptet til andre kommunar.
- Gjennomført kartlegging av område som er eigna til fruktdyrking , men som i dag er utan produksjon. Tiltaksliste/plan er etablert.
- Utforma og kvalitetssikra malar for langtidsleige av jord – klar til bruk for dei som har slike planar.
- Arbeidd aktivt for å betra tilskotsordningane (BU-midlar). Før DyrkSmart var maksimal tilskotssats 20 % - no er den maksimalt 30 %.
- Prøveordningar med arbeidshjelp til å ta arbeidstoppar (forming, tynning, henting) og til hjelp med nyetablering av felt. Arbeida vidare med å få etablert faste ordningar.
- Gjennomført markdagar i samarbeid med Norsk Fruktrådgiving
- Gjennomført kurs (bruk av fruktklienten , gjødselvatning etc)
- DyrkSmart er eit reiskap for produsent/lager til å få gjennomført oppgåver som er viktige for fruktfellesskapet.



Kritiske Suksessfaktorar

Kritiske suksessfaktorar

At produsentane satsar

Tilgang på kompetanse

Ungdomen overtek

Tilgang på tre

Tilgang på kapital

Kjøp av Norsk Frukt



Kritiske Suksessfaktorar

Produsentane satsar

Oversyn søknader rydde- og plantetilskot søknader 2013-2015

(utarbeidd av Norsk Frukttrådgiving Hardanger)

	AREAL i DA.						
	Plommer	Eple	Pærer	Moreller	Total kostnad	Omsøkt tilskot	
2013	79	161	10	21	16 610 654	5 333 343	
2014	129	349	18	18	31 125 762	10 002 818	
2015 (jan.-juni)	38	99	-	8	8 588 847	2 128 431	
Totalt	246	609	28	48	56 325 262	17 464 591	



Kritiske Suksessfaktorar

Tilgang på kompetanse

Rådgivingsteneste

Norsk Fruktrådgiving Hardanger
4 kompetente (relevant master)
medarbeidarar som i tillegg har
praktisk erfaring frå fruktdyrking.

Utarbeidar gjødselplanar,
sprøyteplanar, finn
haustetidspunkt og er
tilgjengeleg for produsentane
både på telefon og til å koma på
gardsbesøk

Årlege tilbod til produsentane

(eksempel 2015)

- Kurs dyrking kjernefrukt (3 økter med teori og praksis vinter /vår)
- Bankesamlingar (mange)
- Skjærekurs (mange)
- Markdag moreller
- Markdag Plommer

Hjeltnes vidaregåande skule

Gjennomført kurs kompetanseheving
for nye frukt- og bær dyrkarar med
over 40 deltakarar



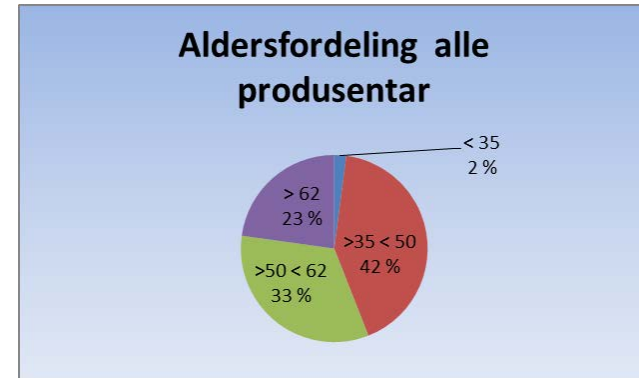
Kritiske Suksessfaktorar

Ungdomen overtek

Status 2010-2014

- Antall produsentar er redusert med 3 %
- På 12 % av bruka er det gjennomført eigarskifte (25 % yngre enn 35, 65 % mellom 35-50, 10 % eldre enn 50).
- Av nye eigar er 40 % kvinner.
- Fruktarealet er uendra.

Status 2009



Konklusjon

- Forgubbinga har stoppa opp.
- Takten på eigarskifte er tilstrekkeleg for å sikra framtidig fruktdyrking.
- Fleire kvinner er på veg inn i næringa.



Kritiske Suksessfaktorar

Tilgang på tre

Mattilsynet 2015-10-30:

Endringsforskrift som åpner for import av plantemateriale av kjernefrukt fra land hvor pærebrann forekommer, trer i kraft 1. november 2015. Endringen omfatter produksjonstrær av kjernefrukt, men ikke prydsorter.

I praksis betyr dette at produsenten med ca 1,5 års tingingstid kan få tilgang på alle aktuelle sortar



Kritiske Suksessfaktorar

Tilgang på kapital

Innvilga rydde- og plantetilskot hos Innovasjon Norge syner at både antall dekar og ikkje minst stønad pr. dekar har auka monaleg i 2013 og 2014. Det første som eit direkte resultat av gardsbesøka og det siste som eit resultat av påverknad frå DyrkSmart gjennom møte med både Innovasjon Norge og Fylkesmannen.



Rydding og planting av frukt 2014

	Antall saker	Antall da planting	Snitt da. pr plan	Epler da.	Pærer da.	Plommer da.	Moreller da.	Sum tilskudd
2014	65	543	8,4	334	9	174	27	9 550 200
2013	32	265	8,3	173	12	68	12	4 364 000
2012	38	247	6,9	150	3	78	16	2 821 000
2011	47	262	5,6	151	3	91	17	3 060 000



Kritiske Suksessfaktorar

Kjøp av norsk frukt

Trend

- Meir frukt og grønt
- Kortreist mat
- Smaksending (crispy, syrleg)

Større marknad
for Norsk frukt

Signal frå kjøparar

- Plommesalet kan doblast
- Eplesalet kan doblast
- Morellesalet kan aukast gjennom utvida sesong

Utvida mogleigheiter gjennom nye sortar som kjem i kommersiell produksjon om 3-5 år.



Resultat og budsjett

PR. 30. november 2015			Hittil	B: 1120			
Aktivitet	Budsjettert	Forbruk	Timer	Timer	Timer	Totalt	% av budsjett
		tenester	kostnad	antall			
1 Detaljplanlegging	39000	38 966	-	-	-	38 966	100 %
2 Utforma informasjonsmateriell	139 000	289 848	-	-	-	289 848	209 %
3 Gjennomføra informasjon	49 000	99 983	-	-	-	99 983	204 %
4 Rekruttering	64 000	72 167	-	-	-	72 167	113 %
5 Planleggja kartlegging	59 000	73 567	-	-	-	73 567	125 %
6 Gjennomføra kartlegging	2 490 000	1 510 185	550 050	1 834	2 060 235	2 060 235	83 %
7 Tilrettelegging av støtteapparat	78 000	109 116	-	-	-	109 116	140 %
8 Utforming av Utplantingsplan	1 060 000	650 000	-	-	-	650 000	61 %
9 Profesjonelle arbeidslag	39 000	24 500	-	-	-	24 500	63 %
10 Prosjektleiing og møter	444 600	551 552	478 650	1 604	1 030 202	1 030 202	232 %
SUM	4 461 600	3 419 883	1 028 700	3 438	4 448 583	4 448 583	100 %



Finansiering

	Budsjett		Ved prosjektslutt	
Finansiering	NOK	%	NOK	%
Sparebanken Vest	1 400 000	31 %	1 134 500	26 %
Fylkesmannen i Hordaland	1 000 000	22 %	1 000 000	22 %
Innovasjon Norge	500 000	11 %	500 000	11 %
Hordaland Fylkeskommune	300 000	7 %	300 000	7 %
Regionalt Næringsfond Hardanger	350 000	8 %	450 000	10 %
Eigenandel HF/UF /Nå	281 600	6 %	686 683	15 %
Eigenandel produsentar	630 000	14 %	377 400	8 %
Totalt	4 461 600	100 %	4 448 583	100 %



Våre støttespelarar

DyrkSmart hadde ikkje vore gjennomførleg utan gode støttespelarar og vi vil særleg nemna

- Norsk Frukrådgiving Hardanger
- Hjeltnes Vidaregåande Skule
- Landbrukskontoret

Og i tillegg til finansiell støtte bidreg både Sparebanken Vest og Fylkesmannen med kompetanse og støtte gjennom m.a. å vera aktive i styringsgruppa



Sluttstatus 30. november 2015.

- Planlagde aktivitetar er i hovudsak gjennomført og vert fullført innan 2015.
- Delmål er oppfylde *)
- Budsjettråmene vert haldne
- I høve til opphavleg plan er prosjektet utvida med 5 månader (frå 36 til 41).

*) Gjennom diskusjonar med Hjeltnes Vidaregåande og næringa vart konklusjonen at ordning med lærlingeplassar ikkje var realistisk å gjennomføra. Det bør i denne samanheng nemnast at Hjeltnes har gjennomført kurs i fruktdyrking for nye produsentar både innan kjernefrukt, steinfrukt og bær. I tillegg er det oppretta eitt deltidstilbod på gartnarlinja.



Viktige arbeidsoppgåver framover.

Styringsgruppa DyrkSmart tilrår at 3 område vert gjeve høg prioritet:

AKTIV FAGLEG OPPFØLGING

Tradisjonelt er det produsentane som har søkt kunnskap og fruktlagera /rådgivinga har vore tilbydarar av dette. Utviklinga syner at lageret er avhengig av at produsentane alltid er oppdatert på dyrkningsmetodar, gjødsling, sprøyting, skjering, haustingsmetodar og haustetider.

MERKEVAREBYGGING AV HARDANGERFRUKT

Fruktlagera må nødvendige grep for å sikra at frukt frå Hardanger vert sikra føremuner i marknaden gjennom til dømes eit merkevare og omdømeprosjekt.

SATSA PÅ MORELLER

For å verta vurdert som ein fulllverdig og attraktiv leverandør av frukt må moreller inngå i vareutvalet. Moreller er det vareslaget som kjem tidlegast på marknaden og som er med og legg grunnlaget for sal av plommer og eple. Det vil også vera vanskeleg å bygga merkevara Hardangerfrukt utan å ha moreller i vareutvalet. Såleis vil også produsentar av plommer og eple nytta godt av at Hardanger kan tilby moreller.



www.dyrksmart.no

FOTO: Johs. Sekse