

# KONSEPTSKISSE

## ”TOSCANA I HARDANGER”



(Illustratør: Linn Karin Børsheim, © Frode Strønen)

**Hardanger og Toscana er to regionar som har mykje til felles. Men òg mykje som skil.**

**Både regionane har gode matråvarer og mattradisjonar. Både regionane er store turistmål.**

**Toscana er ein del av eit Italia i krise. Det gjev lågt kostnadsnivå og stor initiativtrøng.**

**Hardanger er ein del av oljeøkonomien Noreg. Det gjev eit ekstremt kostnadsnivå og lite human kapital i marginale næringer.**

**Toscana har lukkast i å redefinere sine historiske føresetnader til eit marknadsbasert, moderne reiseliv- og næringsmiddeleksportprodukt.**

**Hardanger strevar med å skapa ein tilsvarande prosess.**

**Denne skissa er eit framlegg til modell for lønsam lokal omsetnad av lokale matressursar på ein måte som dreg inn faktorar som reiseliv og trivnad i tettstadromma. Skissa til konseptblokka er teikna av Illustratør Linn Karin Børsheim. Ho har teikna ei sterkt Italia-inspirert skisse der grunnforma kan tilpassast lokale byggetradisjonar, bustadmarknad og arkitektur.**

**Jondal, 02 01 2012,**

**Frode Strønen**

**Innhald:**

**Naturgjevne tilhøve i Toscana..... 3**

**Naturgjevne tilhøve i Hardanger.....3**

**Næringsbaserte tilhøve i Hardanger.....4**

**Endringsvilkår.....6**

**Distribusjonsmåtar.....6**

**Samvirke.....7**

**Konseptskisse salspunkt.....8**

**Kort om Samvirkelaget Fiskfråfjorden...9**

## Naturgjevne tilhøve i Toscana

Toscana er frå gamalt av eit jordbruksdistrikt, men husar og byar som var verdslende i framvoksteren av renessansen og er verdslende i dag i kulturhistorie og design, samt industri som fylgje av desse faktorane. Toscana har kystline mot Middelhavet, men med unntak av langs kyststripa eit råstoff-fattig hav, er det landbruksmat som pregar turistmenyane.

Reiselivet er basert på nokre få store byar med stor, internasjonal kulturell tiltrekkingskraft, som Firenze, Siena og Pisa, vogga til renessansen i Europa. Kring desse er det ein rekkje småbyar og landsbyar som dreg til seg turistar som reiser på eiga hand eller er mål for organiserte dagsturar. Desse store folkekonsentrasjonane gjev marknad for stor omsetnad av lokale produkt, både i butikk og på serveringsstader.

Næringslivet i regionen har vore seg svært bevisst verdien som ligg i den lokale forankringa, slik at ein finn store butikkar basert på lokalprodukt, sjølv om dei oftast er sterkt turistifiserte. Men med latinske byrom der piazzaen –torget – er det sentrale, er torghandel framleis levande, og til dømes heimelaga iskrem står høgt i kurs hos den jamne Toscanar. Siena har eit stort samvirkelagutsal for lokalmalt sentralt plassert ved busshaldeplassen, og Firenze har ein kjend marknadshall i to etasjar.

Klimaet gjer uteaktivitet attraktivt mest heile året.



Gelateria

Toscana har slik ein komplett grunnlag av tradisjon, råstoff, kundetilfang og klima til å kunne framstå som svært attraktiv for fastbuande og tilreisande.

## Naturgjevne tilhøve i Hardanger

Hardanger er som Toscana ein jordbruksregion. Sjølv om busetnaden i motsetnad til Toscana ligg på ei smal stripe langsetter sjøen. Produksjonen er vesentleg knytt til sau, mjølk, frukt og bær, men òg spesialiserte produkt som den største produsenten av økologisk kalkun i Noreg. Om ”alle” i Hardanger lev langs sjøen, har Hardangerfjorden likevel tradisjonelt for det meste blitt hausta av tilreisande fiskarar. I dag er det eit titals sjarkar som haustar kvitfisk, sild, makrell og skaldyr av fjorden. År om anna vert det fiska opp til 2000 tonn brisling som blir til



Duomoen, Firenze sentrum

”verdas sunnaste pålegg”-King Oscar-sardinar , mest med notbruk utanfrå. Ressursane i fjorden er langt frå utnytta.

Ressurstilfanget frå fjordbotn til høgfjellet — ei unik skråning på nesten 2500 meter - er til saman ein råstoffbase som gjev eit like unikt potensiale for kommersialisering.

Industrien vaks fram grunna energi, og har ikkje tilknytning til primærnæringa. Koplinga mellom primærproduksjon, industrialisering og kommersialisering er svak. Tettstadane er ikkje knytt opp til primærnæringsøkonomien i form av å vere sentra som vaks fram med basis i lokal produksjon. Tettstadane har heller ikkje funksjon som møteplass då det ikkje har vore tradisjon for sentra som sosial samlingsplass.



Norheimsund, kulturbåten og Sandven Hotel.

Hardanger har mange tilreisande, opplevinga er basert på naturinntrykket. Samhandling med lokal folkesetnad og kulturliv er låg då mykje er basert på korte opphald.

Mattradisjonane er rike, men knytta til privatsfæren. Dei som har tilgang til ressursane som bønder, jegerar og fiskarar framskaffar, har stor tilgang til godt råstoff. Mange naboar, særleg i mindre grender, har nytte av dette. Reiselivet har historisk vore knytt til turisthotell i dei få større tettstadane. Desse har fungert isolert frå det lokale næringslivet med leveransar frå det sterkt sentraliserte matdistribusjonssystemet i Noreg. Hardingane har ikkje tradisjon for å ete på serveringsstader, noko som gjer det vanskeleg til umogeleg å halda ein vanleg meny med lokal mat. Hardingane som lev i desse tettstadane har heller ikkje lett tilgang til lokal mat, då alle matbutikker er knytt opp til dei fire matgrossistane, som held eit stramt sortiment av industrimat mest likt for heile landet.

Klimaet gjev sesongmessige avgrensingar i uteaktivitet.

Hardanger har ut i frå naturressursar og tradisjonelle mattradisjonar gode føresetnader for å utvikle moderne næring basert på lokale matråstoff. Men fram til no har det vore svak kontakt mellom produsentar og konsumentar og mellom primærprodusentane og dei få tettstadane og matverksemdene der, og klima er ein avgrensande faktor. Politiske organ og næringsutviklarar er prega av sektortenkning som hemmar utløysinga av det totale potensialet i regionen, jamfør til dømes samarbeidet med småbyen Greve-in-Chianti i Toscana definert som ”agroturisme”.

## Næringsbaserte tilhøve i Hardanger

Matproduksjonen i Hardanger har vore knytt til landbruket. Tradisjonelt har regionen ein rik matkultur. Med framveksten av eit nasjonalt landbrukssamvirke har gardsdrift i stor grad blitt ein preglaus produksjon som har

gått inn i landbrukssamvirket sitt nasjonale standardsortiment for sal i matvarekjedene. I dei seinare åra har det vakse fram nisjar for meir mangfaldig merkevarepreg. Det har blitt utvikla enten som økologiske produkt, som lokale produkt, eller ein kombinasjon. Salet har vore basert enten på gardsmatutsal eller gjennom kjedegrossistane. Voluma er for det meste små, samstundes som regionen har landsleiarprodusentar og foredlarar av økologisk kalkun, hermetisering av ymse råvarer og drikke basert på frukt. Produktprisane har for det meste eit nivå som gjer at dei ikkje utløyser kjøp hos dei fleste av konsumentane sjølv med norsk kjøpekraft. For tilreisande frå land med betydeleg lågare lønsnivå sjølv i den dominerande middelklassa vil eit prisnivå på over kr. 400 pr. kg. for til dømes kjøtprodukt og ost (prisnivå på tilfeldig valde lokalmatprodukt i daglegvarehandel) mest truleg vere ein negativ faktor i omdømevurderinga for Noreg som reisemål. Transport- og tidfaktoren ved å vitje utsal på gardane er ein faktor som ytterlegare reduserer kjøpslyst. Nokre få butikkar har, gjerne i kombinasjon med anna sortiment, klart å oppretthalda drift over tid. Uforedla frukt og bær, som er det produktområdet som ser ut til å kunne halde eit ålment aksepterbart prisnivå, verkar som berejvelken for desse utsala. Nokre få gardar har utvikla eit serveringstilbod. Sjølv om desse held høg standard og kan vende seg til eit kjøpekraftig segment, er segmentet so lite at den økonomiske verknaden i regionen utover verksemdnivå er lita.

Vilt har tradisjonelt vore fordelt i privatsfæren i Hardanger. Hjort vert jakta i mengder som kan gjere kjøtet til eit salsprodukt. Det same gjeld moegelegvis reinsdyr.

Bær og sopp frå utmark er ein stor ressurs. Tilgjenge til arbeidskraft som vil hauste i utmarka er ein flaskehals, det same truleg lønsnivået for arbeidsinnsatsen.

Sjømat frå Hardangerfjorden har tradisjonelt blitt fangsta av fiskarar lengre ute frå kysten. Tidlegare var det nokre brislingbruk frå Hardangerkommunane, og grunneigarar hadde inntekter frå laksefiske i sjø og elv. I tillegg har det vore, og framleis er, eit avgrensa tal sjarkar for fiske etter sild, makrell, kvitfisk, skaldyr og i dei seinare åra leppefisk til lakseoppdrettsnæringa. Ressursane i Hardangerfjorden er betydelege og mangfaldige, men lite kjende utanfor fiskarmiljøet. Samla volum utgjer +/- 2000 tonn årleg, avhenging av svingingane i brislingfisket, med makrell og sei/anna kvitfisk som dei to andre store fangstgruppene. Dei lokale sjarkane fiskar årleg 150-200 tonn kvitfisk og skaldyr. Til no har ressursane blitt førde ut av regionen.



Hardangerfjord-lyr

Lakseoppdrettsnæringa i Hardangerfjorden er stor. Som for anna sjømat er laksen usynleg i ein lokalmatsamanheng og blir ubearbeidd førde ut av regionen. I Hardanger er det eldgamle tradisjonar for foredling av villaks og sjøaure som kan overførast til oppdrettslaks som lokal mat.

Nositasjonen i Hardanger er samanfatta at ressursgrunnlaget med landbruksproduksjonen, utmarksressursar, vill sjømat og oppdrettsnæringa er unik mangfaldig med svært høg tiltrekningskraft av internasjonalt format på kundesida. Særleg at Hardanger som ein kompakt region har tilgong på råstoff frå 800 meter under havoverflata til 1500 meter over er svært uvanleg i verdssamanheng. Kvalitet, mangfald og særpreg gjev et stort potensiale. Denne råstoffbasen kan med sitt unikt eksotiske særpreg utløyse eit høgt økonomisk potensiale viss det er synleg og tilgjengeleg til akseptabelt prisnivå.



MS Ramona av Kvam i fiske ved Aksnes.

Utviklinga av potensialet har berre skjedd på landbruksproduksida. Det har resultert i eit mangfald av gode produkt. Derimot ser det ut til at produktmangfaldet, med gode unntak, strevar med å feste seg i marknaden i noko omfang.

**Samordning av landmat- og sjømatsektoren er ein sterk konkurransefortrinn då få andre regionar har tilsvarande naturlege føresetnader.**

### **Endringsvilkår.**

Skal Hardanger "Toscanifiserast" er det to vilkår som må oppfyllest. A) Lokalmaten må vere so tilgjengeleg at han pregar sortiment i butikk og på serveringsstad. Elles vil han ikkje vere synleg for dei tilfeldige kundane, og han vil ikkje feste seg i bevisstheita til "attkjøps"-forbrukarane som oppheld seg i regionen. B) Prisnivået må ikkje vere ekskluderande for ein so stor del av kundemassen at det ikkje vert mogeleg å produsere tilstrekkeleg volum til å oppnå lønsemd.

Desse to faktorane er avgjerande for val av produksjonsform, koordinering og distribusjon.

### **Distribusjonsmåtar**

Omsett volum er eit resultat av Endringsvilkår faktor A) + faktor B).

Til no er lokalmat i Hardanger distribuert via sal på eige gard, nokre få spesialbutikker eller i kjedebutikk. Gardsutsal vil grunna tid- og transportfaktoren truleg berre vere attraktivt for eit svært lite segment.

Spesialbutikkane ligg avsides til eller langs

gjennomfartsveg. Dei vil neppe med slik plassering gli

inn i bevisstheita til lokalbefolkninga for å oppnå jamn høg omsetnad. Plasseringa gjev ikkje omsetnad frå tilfeldige



Profilering

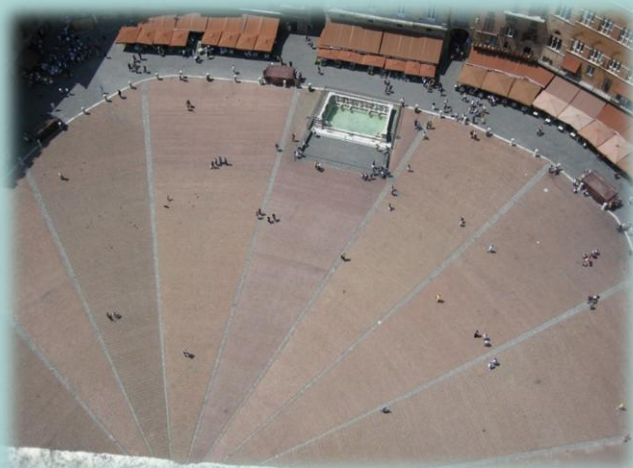
vitjande i bygdesentra. Kjedegrossistane som eig daglegvarebutikkane set svært høge krav til produsentane. Berre nokre få innan kvart produktområde får kjedeavtale. Mange gode lokalprodukt vert då ekskludert frå distribusjon. Kjedene nyttar slike produkt til profilering. Merksemfaktoren må vere høg, som fører til rask utskifting for produkt som ikkje klarer å oppretthalda signaleffekta. Volum på produktgruppa er ikkje viktig for kjedene og avanse blir sett høgt. Dyre kvalitetsprodukt skal vekke interesse, medan volum skal kome frå rimelege bulkprodukt i same kategori. Lokal mat gjev difor større fortrinn for kjeda enn for produsenten. Høg omsetnad over tid for eit mangfald av lokale produsentar med ulikt kvalitetsnivå og profilering er det vanskeleg å sjå for seg innanfor kjededrifta.

## Samvirke

Eit unytta alternativ er samvirke. Matvarekjeda Coop vart i si tid stifta av lokalsamfunn som ville ha fridom frå kjøpmannsklassa. Dei starta eigen produksjon av basisvarer. Over tid har Coop blitt som dei andre kjedene der attverande eigenproduksjon skjer på nokre få sentraliserte fabrikkar. Sjølv om Coop ikkje skil seg frå dei aksjonæreigde kjedene, er modellen likevel nyttig som utgangspunkt for vurdering av lokalmatdistribusjon. Denne modellen er òg nytta i stor grad i Italia.

Lokalmatprodusentane i Hardanger kan i fellesskap danna samvirkeleg for omsetning av produkta. Denne funksjonen skal samla inn, foredla, lagre og fordele produkta til moglege utsal, samt serveringsstader. Utsala bør etablerast i sentra i regionen store nok til å gje lønsamt volum. Men kan òg etablerast i andre tettstadar og byar i

landet basert på det sterke merkenamnet Hardanger er.



Piazza del Campo sett frå toppen av rådhusårnet reist i år 1344. Prikkane er folk.

Utsalsstader i Hardanger kan etablerast som vanleg sjølvbeteningsbutikk slik me finn samvirkeleg for lokalmat i Siena, Toscana. Utsalet der er plassert i trafikk-knutepunktet mellom busshaldeplassen og gågatedelen av byen (på høgda over gamlebyen som ligg ned åssida mot Piazza del Campo og rådhuset) og er dermed plassert svært sentralt i trafikkstraumen i byen.

Ein slik plassering som i Siena vil vere i dei vanlege butikkområda i bygdesentra, utløyser truleg ikkje heile potensialet i Hardanger då det ikkje femnar om faktorane naturoppleving og trong for sosiale møteplassar.

## Konseptskisse salspunkt

Eg vil her difor presentere ei skisse for eit lokaliseringkonsept som framhevar at produkta er lokalproduserte, nyttar ut naturkvalitetane, dekkjer trongen for sosiale møterom i tettstadane og gjev gode bustadkvalitetar samstundes som det vert teken omsyn til lokale vèr- og klimatilhøve. Norheimsund er tenkt som døme.

Ei hestekoform høver godt som le for vind og nedbør. Samstundes er rommet i ein hestekoform samlande og gjev ei kjensle av tryggleik mot eit definert ytre.

Ein terrassebustadblokk i hestekoform vil gje desse effektane. Med fire høgder vil dei tre øvste bli nytta til bustadføremål, medan grunnetasjen til næringsføremål. Bustad over eit pulserande torg vil gje god livskvalitet for eldre og andre som kan oppleve einsemd, ein folkesjukdom i Noreg delvis skulda bustadpolitikken. I Norheimsund vil ein plassering med opninga i hestekoena mot Folgefonna gje eit svært attraktivt utsyn. Solbana vil vere gunstig. Terrasseforma gjer at hestekofasongen ikkje blir massiv samt at husvære med terrasse vil vere svært attraktive. Andre husvære får altan mot innsida i hestekoena.



Grunnplanet vert nytta til lokalmatutsal med egne butikkar for sjømat og landmat. Vidare må det vere kafè/konditori basert på lokale råstoff. Rommet i hestekoena må utformast som eit myldreareal med funksjon som ein italiensk piazza. Når vèr tillet det, må han nyttast til uteservering. Husflid og lokalt kunsthåndverk kan òg med fordel samlast med butikkutsal her, og gjerne turistinformasjon. I tillegg må det vere plass til eit torg for lokale produkt frå sporadiske og sesongavhengige produsentar. Viss ei tomt kan liggje til sjø, vil det auke

attraksjonsverdien viss fiskebåtar kan selje fangst frå kai som er knytt til blokka. Lovverket set sperre for det no, men pensjonistar og fritidsfiskarar med små fartøy burde ha høve av omsyn til trivnad, då slikt fiskeri ikkje er i konflikt med kommersielt fiske. I Norheimsund kan ein slik kai kombinerast med ein fiskerikai for dei større sjarkane der fartøya kan ha gode arbeidsvilkår for lasting og lossing, som manglar no. Slik aktivitet er attraktiv for tilskodarar. Likeeins bør slike fartøy kunne levere fangst direkte til utsal. Vege, kontroll- og rapporteringsrutinar i samsvar med Råfisklova må då utviklast i samråd med Fiskeridirektoratet. Summen av dette er at all lokal produsert mat vil vere tilgjengeleg samla på ein sentral stad med god tilkomst - ein føresetnad for økonomisk drift, ein attraksjon i reiselivssamanheng, ein sosial lokal møteplass og eit godt, levande og sosialt bumiljø.

### Kort om Samvirkelaget Fiskfråfjorden

Samvirkelaget Fiskfråfjorden (FFF SA) kom i drift i januar 2011. Føremålet er å transportere fangst frå dei lokale sjarkane på Hardangerfjorden til mottak. Trongen for tenesta oppsto då fiskemottak i rimeleg nærleik vart avvikla.



Ill. av lokale ferdige 2013. Gjeve att med løyve frå BOB. Utarbeidd av: White Arkitekter AB

Tiltaket trong dispensasjon frå gjeldande lovverk. Fiskeridirektoratet har med verknad frå 31. desember 2011 gjeve laget dispensasjon for fem år. Laget kan då transportere fangsten frå fartøy registrerte i Odda, Kvam, Jondal, Kvinnherad og Samnanger. Fangstana blir køyrde med lastebil tilmottaket Nordhordland Fisk as. Elleve fartøy er tilslutta tenesta, og laget har for tida tolv medeigarar. Alle - private, kommunar/fylke - som delar verdigrunnlaget

slik det er formulert i Vedtektene - er velkomne som medeigarar. Laget vil i 2012 transportere mellom 150 og 200 tonn fisk og skaldyr. Det vil gje ei bruttoinntekt til fartøya kring to millionar kroner, som er eit viktig bidrag saman med anna fiskeri fartøya driv, og som til saman gjev vilkår for å oppretthalda drift gjennom året. Laget arbeider med etablering av butikk og kafé i Bergen der so mykje som mogeleg av dette råstoffet vil bli foredla og seld. Opning er tidsett til andre halvår 2013 grunna pågåande byutvikling. Laget vil gjerne etablere detaljverksemd i tettstadar langs Hardangerfjorden, men ser for tida ikkje lokaliseringalternativ som kan gje lønnsemd.

Epost: [post@fiskfråfjorden.no](mailto:post@fiskfråfjorden.no) [www.fiskfråfjorden.no](http://www.fiskfråfjorden.no) Tlf. 95768949.

(Alle foto: Frode Strønen, illustrasjon konseptbygg kan nyttast etter avtale.)