

Innst. S. nr. 344

(2000-2001)

Innstilling fra næringskomiteen om forslag fra stortingsrepresentantene Lars Sponheim og Leif Helge Kongshaug om en femårig opptrappingsplan for satsingen på merkevarebygging av Norge som reisemål

Dokument nr. 8:102 (2000-2001)

Til Stortinget

Sammendrag

Bakgrunn

Reiselivsnæringene er blant de største og hurtigst voksende næringer i verden. Også i Norge har reiselivet skapt grunnlag for betydelig virksomhet i store deler av landet, og er viktig for å sikre bosetting, mangfold og arbeidsplasser i mange lokalsamfunn.

Regjeringen Bondevik la i desember 1999 fram en egen stortingsmelding om reiselivsnæringene (St.meld. nr. 15 (1999-2000) om lønnsomme og konkurransedyktige reiselivsnæringer). Hovedbudskapet i meldingen er at økt lønnsomhet og større konkurransekraft er nødvendig for at reiselivsnæringene skal lykkes i årene framover. En av meldingens hovedstrategier for å øke lønnsomheten i reiselivet, var å trappe opp satsingen på å profilere Norge som reisemål og merkevare i utlandet. Behovet for langsiktighet og stabilitet i den offentlige satsingen på merkevarebygging ble understreket. Det ble også forutsatt at bedriftene selv skal bidra i Norges-profileringen.

Stortingets næringskomité forutsatte i Budsjettinnst. S. nr. 8 (2000-2001) at reiselivsmeldingens strategi for økt satsing på Norges-profilering følges opp i de kommende budsjettår. Nasjonalsamordning og langsiktig satsing på Norge som turistmål er et helt nødvendig tiltak for å sikre framtiden til store deler av de norske reiselivsnæringene. Dette må gjøres i nært samarbeid med næringene selv. Dersom næringene er villig til å bidra med betydelig økte midler til felles merkevarebygging, f.eks. gjennom en "turistskatt", må staten forplikte seg til å motsvare dette med en minst like stor opptrapping av det offentlige bidraget.

Følgende forslag fremmes i dokumentet:

"Stortinget ber Regjeringen legge fram en femårig opptrappingsplan for satsingen på merkevarebygging av Norge som reisemål, i tråd med strategien i St.meld. nr. 15 (1999-2000) som Stortinget har gitt sin tilslutning. Opptrappingsplanen legges fram senest sammen med forslaget til statsbudsjett for 2002."

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Erling Brandsnes, Gunnar Breimo, Mimmi Bæivi, Karin Kjølmoen, Kjell Opseth og Rita Tveiten, fra Kristelig Folkeparti, Randi Karlstrøm og Jon Lilletun, fra Høyre, Ansgar Gabrielsen og Ivar Kristiansen, fra Fremskrittspartiet, Øystein Hedstrøm, fra Senterpartiet, lederen Morten Lund, fra Venstre, Leif Helge Kongshaug, og representanten Terje Knudsen, viser til statsrådets brev av 15. mai 2001 (vedlagt).

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og representanten Terje Knudsen, viser til at ved behandlingen av St.meld. nr. 15 (1999-2000) Lønnsomme og konkurransedyktige reiselivsnæringer, understreket et flertall i komiteen behovet for å finne fram til modeller som gir slagkraftig finansiering av fellesgoder og ba Regjeringa bidra til å vurdere og videreutvikle en ordning med "turistskatt" dersom reiselivsnæringene samlet tok et slikt initiativ. Flertallet understreket også at en forutsetning for dette er at ordninga er selvfinansierende og forvaltes av næringa selv.

Flertallet har merket seg at Nærings- og handelsdepartementet, Reiselivsbedriftenes Landsforening og Landsdelsutvalget for Nord-Norge og Nord-Trøndelag har samarbeidet om et mandat for en utredning av ulike former for "turistskatt," som nå er sendt ut til relevante utredningsmiljøer.

Et annet flertall, alle unntatt medlemmene fra Arbeiderpartiet, er bekymret for den utvikling vi ser tendenser til innen norsk reiselivsnæring. Norsk reiselivsnæring opplever en langt lavere vekst enn utviklingen i andre land det er naturlig å sammenligne seg med. Det er etter dette flertallets oppfatning nødvendig med en strammere oppfølging av reiselivsmel-

dingen. Dette betyr at nødvendige virkemidler må settes inn på de prioriterte områder som Innst. S. nr. 209 (1999-2000) - jf. Reiselivsmeldingen la opp til. Det må etter flertallets oppfatning være et mål på kort sikt å nå et nivå på internasjonal markedsføring, som minst er på høyde med den satsing som våre naboland gjennomfører. Den lave veksten innen norsk reiselivsnæring er etter flertallets oppfatning et resultat av manglende internasjonal markedsføring kombinert med et høyt norsk kostnads- og avgiftsnivå. Derfor er det etter flertallets oppfatning nødvendig at satsingen på felles merkebygging av Norge som reisemål følges opp fra Regjeringens side, slik at behovet for økt profilering og merkebygging av norske reiselivsprodukter følges opp. Samtidig må skatte- og avgiftsnivået reduseres.

Komiteens medlemmer fra Høyre, Fremskrittspartiet og representanten Terje Knudsen tror ikke innføringen av en ny turistskatt vil bli noe bidrag til å nå de utfordringer og mål som Reiselivsmeldingen la opp til. All erfaring med denne type særskatter, er at disse kommer i tillegg til eksisterende skatter og avgifter. Disse medlemmer mener derfor at den offentlige innsatsen må konsentreres om å forberede "reiselivets infrastruktur" som felles markedsføring, turistinformasjon, merking av turiststeder og øvrige fellestiltak som kan forbedre rammevilkårene for næringen.

Disse medlemmer viser til behandlingen av Reiselivsmeldingen, der disse partier gikk imot forslaget om turistskatt.

Komiteens medlem fra Fremskrittspartiet og representanten Terje Knudsen vil understreke betydningen av å forsterke mulighetene for reiselivsbransjen. Disse medlemmer har lenge fremmet forslag ved de årlige statsbudsjettbehandlinger om å øke bevilgningene til markedsføring av Norge som turistmål. Disse medlemmer viser til Fremskrittspartiets utenlandsbudsjett for budsjetterminen 2001, der partiet foreslo en bevilgning med 200 mill. kroner til turistreklame i utlandet. Disse medlemmer vil også minne om eget forslag om bevilgninger til internasjonal markedsføring i Budsjett-innst. S. nr. 8 (2000-2001).

Komiteen vil understreke reiselivsnæringenes behov for langsiktighet og stabilitet i satsingen på merkevarebygging av Norge som reisemål, og at dette skjer i et nært samspill med næringen selv. Dette er nødvendig for å øke lønnsomheten i reiselivet, og dermed gjøre det mulig for mangfoldet av reiselivsbedrifter over hele landet å tiltrekke seg arbeidskraft og investeringer.

Komiteen mener den næringspolitiske innsatsen og virkemidler overfor reiselivsnæringen er utformet slik at verdiskapingen og lønnsomheten skal fremmes. Komiteen vil at reiselivsnæringen i den sammenheng skal behandles på lik linje med andre næringer i Norge. Det innebærer at det skal stilles samme krav til lønnsomhet og verdiskaping for bruk av offentlige midler til reiseliv som for andre næringer. I denne sammenheng er satsing på markedstilpasset produktutvikling, tilrettelegging av attraktive arbeidsplasser, profilering og markedsføring av norsk reiseliv internasjonalt, effektiv bruk av teknologi, satsing på kompetanse og tilgang på arbeidskraft sentrale innsatsområder.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Arbeiderpartiet, viser til at regjeringen Stoltenberg gjentatte ganger har kommet med forslag om forverrede rammevilkår for reiselivsnæringene, og nedskjæringer på bevilgningene til norgesprofilering. Flertallet viser videre til at alle disse forslagene har blitt avvist av Stortinget, og at Stortingets næringskomité i Budsjett-innst. S. nr. 8 (2000-2001) forutsatte at Reiselivsmeldingens strategi for økt satsing på norgesprofilering skal følges opp i de kommende budsjettår.

Komiteen fremmer følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen legge fram en femårig opptrappingsplan for satsingen på merkevarebygging av Norge som reisemål, i tråd med strategien i St.meld. nr. 15 (1999-2000) som Stortinget har gitt sin tilslutning. Opptrappingsplanen legges fram senest sammen med forslaget til statsbudsjett for 2002."

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Senterpartiet og Venstre fastholder også at dersom reiselivsnæringene selv ønsker til å bidra med betydelig økte midler til felles merkevarebygging, for eksempel gjennom en "turistskatt", må staten forplikte seg til å motsvare dette med en minst like stor opptrapping av det offentlige bidraget.

Komiteens tilråding

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til dokumentet og rår Stortinget til å gjøre følgende

vedtak:

Stortinget ber Regjeringen legge fram en femårig opptrappingsplan for satsingen på merkevarebygging av Norge som reisemål, i tråd med strategien i St.meld. nr. 15 (1999-2000) som Stortinget har gitt sin tilslutning. Opptrappingsplanen legges fram senest sammen med forslaget til statsbudsjett for 2002.

Oslo, i næringskomiteen, den 8. juni 2001

Morten Lund
leder

Mimmi Bæivi
ordfører

Kjell Opseth
sekretær

Vedlegg**Brev fra Nærings- og handelsdepartementet v/statsråden til næringskomiteen, datert 15. mai 2001****Dokument nr. 8:102 (2000-2001) Forslag fra stortingsrepresentantene Lars Sponheim og Leif Helge Kongshaug om en femårig opptrappingsplan for satsingen på merkevarebygging av Norge som reisemål**

Merkevarebygging av Norge som reisemål er sammen med videreutvikling av reiselivsportalen visit-norway.com i statsbudsjettet for 2001 prioriterte satsingsområder under tilskuddet til internasjonal markedsføring av Norge som reisemål (kap. 961, post 70). Dette er helt i tråd med anbefalingene i St.meld. nr. 15

(1999-2000) Lønnsomme og konkurransedyktige reiselivsnæringer.

Nærings- og handelsdepartementet, Reiselivsbedriftenes Landsforening og Landsdelsutvalget for Nord-Norge og Nord-Trøndelag har samarbeidet om et mandat for en utredning av ulike former for "turistskatt", som nå er sendt ut til relevante utredningsmiljøer. Konklusjonene fra den planlagte utredningen vil foreligge i løpet av 2001.

Når det gjelder fremtidige budsjetterammer for den internasjonale markedsføringen av Norge som reisemål, viser jeg til behandlingen i statsbudsjett for 2002.