



Innst. 324 S

(2016–2017)

Innstilling til Stortinget fra næringskomiteen

Meld. St. 19 (2016–2017)

Innstilling fra næringskomiteen om Opplev Norge – unikt og eventyrlig

Til Stortinget

1. Sammendrag

1.1 Hovedpunkter i meldingen

2016 ble nok et rekordår for norsk reiselivsnæring, etter sterk vekst i antall besøkende også i 2015. Reiselivsnæringen stod i 2015 for i overkant av fire pst. av verdiskapingen og nesten ni pst. av sysselsettingen i norsk næringsliv. Nesten 160 000 personer arbeider i reiselivsnæringen.

Dagens situasjon i norsk reiseliv gir et godt utgangspunkt for å utvikle reiselivsnæringen for fremtiden. Som følge av forventet høy vekst i antall reisende internasjonalt vil antallet utenlandske besøkende til Norge kunne øke betydelig det neste tiåret. Få andre næringer kan vise til tilsvarende vekstpotensial i etterspørselen. Det kan gjøre reiselivsnæringen til en viktig bidragsyter når det gjelder å sikre og skape nye arbeidsplasser, inkludert flere helårs arbeidsplasser.

Samtidig har reiselivsnæringen noen utfordringer. Et økt antall reisende skaper belastninger på natur og miljø, og det kan påvirke lokalsamfunn. Videre kan manglende samordning svekke produktiviteten og lønnsomheten i næringen. Utfordringene må først og fremst løses av reiselivsnæringen selv. Regjeringen legger frem en melding om norsk reiselivsnæring for å beskrive den siste tids utvikling i reiselivet og for å skissere muligheter og utfordringer næringen står overfor. Meldingen redegjør for regjeringens samlede politikk for reiselivsnæringen og for hvordan regjeringen vil styrke grunnlaget for næringens

utvikling på lengre sikt.

I regjeringens politikk for reiselivsnæringen er høyere verdiskaping og økt lønnsomhet sentrale mål. For å nå disse målene vil regjeringen rette innsatsen mot fem områder: gode generelle rammebetingelser, et bærekraftig reiseliv, styrket samordning, profilering av Norge som reisemål og kunnskap og kompetanse i reiselivet.

Regjeringen legger til rette for verdiskaping og lønnsomhet i reiselivsnæringen først og fremst gjennom å etablere gode rammebetingelser for å drive næringsvirksomhet. Når regjeringen gjør endringer i rammevilkår som arveavgift, formuesskatt, arbeidsmiljølov og anbudsreglement for å styrke næringslivet, kommer det også reiselivsnæringen til gode. Regjeringen vil arbeide videre på enkelte områder som er av særskilt betydning for reiselivsnæringen.

Regjeringen tar sikte på i statsbudsjettet for 2018 å foreslå lettelser i formuesskatten på hoteller/overnattingssteder gjennom en vesentlig økning i verdsettelsesrabatten. Reiselinæringen berøres av mange ulike tilsyn, og den samlede effekten av tilsynspraksisen kan forbedres gjennom bedre planlegging, risikovurdering og gjennomføring. Regjeringen vil derfor innhente en kartlegging av tilsyn med reiselivsnæringen for å skaffe et kunnskapsgrunnlag om innretning, omfang og effekt. Kunnskapen vil gi et grunnlag for å vurdere eventuelle tiltak.

Bærekraft må ligge til grunn for videre utvikling av reiselivsnæringen. Næringen må ta ansvar for å forvalte sine ressurser i et langsiktig perspektiv.

Norge har et omdømme internasjonalt som bærekraftig og miljøbevisst, noe som skaper forventninger til Norge som reisemål. Store deler av reiselivsnæringen benytter naturen som utgangspunkt for sine produkter, og stadig flere vil oppleve Norge gjennom aktiviteter i naturen. Over tid kan økt trafikk og trengsel gi økt slitasje på omgivelsene og

svekke kvaliteten på reiselivsproduktet. Regjeringen vil fremme styring av ferdsel i naturen gjennom informasjon, merking og enkel infrastruktur. Som en del av dette vil regjeringen samle og markedsføre noen tilrettelagte turstier som Nasjonale turstier etter modell av Nasjonale turistveger. Målet er å gjøre stiene attraktive for besøk og næringsvirksomhet ved at bruken av stiene gjøres bærekraftig og mer tilgjengelig.

God samhandling innenfor reiselivsnæringen, på tvers av bransjer og regioner, vil være en forutsetning for å styrke tilbudet av helhetlige reiselivsprodukter i markedet. Regjeringen har lagt til rette for å samle reisemålsselskapene i større og færre enheter. Reiselivsnæringen er nå inndelt i seks landsdelsselskaper. Den nye strukturen i reiselivsnæringen kan betjene næringens aktører på en bedre og mer effektiv måte enn tidligere, bidra til økt lønnsomhet i næringen og gi næringen et godt utgangspunkt for å koordinere en felles innsats bedre. Landsdelsselskapene kan bistå lokale aktører med å løse utfordringer knyttet til fellesgodefinansiering, ved å hindre gratispassasjerer og bidra til å fordele gevinsten som oppstår ved samarbeid mellom reiselivsaktører. Regjeringen vil etter en tid evaluere hvilke effekter den nye strukturen har hatt for å løse utfordringer knyttet til fellesgoder lokalt.

Samarbeid med andre næringer er viktig for å utvikle gode reiselivsprodukter. Regjeringen vil utarbeide en strategi for kultur og reiseliv med vekt på kulturturisme. For å legge til rette for økt samarbeid vil regjeringen opprette et samarbeidsråd for kultur og reiseliv etter modell fra Næringspolitisk råd for kulturell og kreativ næring. For å bidra til bedre koordinering mellom næringenes produkter vil regjeringen se på muligheten for å etablere en nettbasert landsdekkende kulturkalender, som eventuelt kan implementeres i visitnorway.coms eksisterende løsninger.

Regjeringen har lagt frem en egen strategi for landbruksbasert reiseliv. Regjeringen vil legge til rette for at opplevelser og aktiviteter fra landbruket og reindriften skal bidra til å utvikle Norge til et attraktivt reisemål.

Innovasjon Norge har på oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet ansvar for å profilere Norge som reisemål. Profileringsaktivitetene til Innovasjon Norge er godt dokumentert, men det trengs bedre analyser av hvilken effekt aktivitetene har. Regjeringen vil derfor sette i gang et arbeid for på en bedre måte å kunne måle effekten av Innovasjon Norges profileringsarbeid på verdiskaping i reiselivsnæringen.

Regjeringen mener at det ikke er grunnlag for å konkludere med at dagens organisering, hvor ansvaret for profilering av Norge er lagt til Innovasjon

Norge, er ineffektiv. Regjeringen vil derfor fortsatt at Innovasjon Norge skal ha ansvaret for å profilere Norge som reisemål.

Regjeringen vil i neste helhetlige evaluering av Innovasjon Norge se på realisering av synergier mellom profilering av Norge som reisemål og Innovasjon Norges øvrige arbeid. Sammen med en styrket analyse av virkningene av profilering av Norge som reisemål vil dette gi grunnlag for å vurdere oppdraget på et senere tidspunkt.

Kunnskap og kompetanse er viktig for reiselivsnæringen, både for å kunne ta riktige beslutninger på ulike nivå og for å kunne utvikle innovative og fremtidsrettede reiselivsprodukter. Kunnskap kan tilføres reiselivsnæringen via flere kanaler. Relevante utdanningstilbud og forskning og utvikling er blant de viktigste. Regjeringen vil i tillegg videreføre en særskilt forskning på reiseliv ut fra kunnskapsbehov definert av næringen selv.

1.2 Reiselivsnæringen

1.2.1 De ulike bransjene

Reiselivsnæringen brukes ofte som et samlebegrep for fem ulike bransjer.

Overnatting leveres i stor grad av kommersielle bedrifter som hoteller, campingplasser, ferieleiligheter, hyttegrender og lignende. Hotellene står for to av tre kommersielle overnattinger i Norge.

Servering leveres av restauranter, kafeer, gatekjøkken, bakerier med servering og catering i tillegg til utesteder som barer og puber. Servering inngår også som deler av annen virksomhet. Serveringsbransjen er en arbeidsintensiv bransje med mange små aktører.

Transport innenfor reiseliv omfatter frakt av passasjerer med tog, bane, båt, buss, bil eller fly. Transportbedriftenes produkter avgjør i stor grad hvor tilgjengelige andre reiselivsprodukter er, og spiller dermed en nøkkelrolle for næringens samlede konkurransekraft.

Opplevelser tilbys av aktører som fornøyles- og temaparker, guider i natur og by, ulike museer, historiske bygninger og severdigheter, botaniske og zoologiske hager, festivaler, taubaner og skiheislegg. Stadig flere aktører tilbyr nye reiselivsprodukter innenfor denne kategorien.

Formidling leveres av aktører som reisebyråer, turistkontorer, reisearrangørvirksomhet og reiseledere. Reisebyråer og turoperatører er helt frikoblet fra destinasjonene og reisemålene, et trekk som har forsterket seg i takt med den økende digitaliseringen. Digitaliseringen har også endret formidlingsbransjens rolle.

1.2.2 Verdiskaping og sysselsetting

Reiselivsnæringen står for i overkant av fire pst. av verdiskapingen i norsk næringsliv og nesten ni pst. av sysselsettingen. Det viser anslag for 2015 basert på data fra SSB og Menon Economics. Med nesten 160 000 ansatte over hele landet og en samlet verdiskaping på om lag 73 mrd. kroner er norsk reiseliv en næring av betydning. Næringen sørger for eksportinntekter og fremmer økonomisk aktivitet i hele landet.

Reiselivsnæringen utgjør en større del av verdiskapingen og sysselsettingen i distriktene enn i sentrale/tettbebygde strøk. Reiselivsnæringens andel av verdiskapingen i privat sektor er klart størst i Nord-Norge og i Sogn og Fjordane, der den står for mer enn 10 pst. mot et landsgjennomsnitt på om lag 5 pst. (tall for 2013). Siden 2004 er verdiskapingen i reiselivsnæringen mer enn doblet. Det har vært perioder med både høy vekst (2004–2007) og lav vekst (2008–2010), men de fem siste årene har næringens samlede verdiskaping økt med 20 pst. (2011–2015). Til tross for den betydelige veksten har næringens andel av verdiskapingen i norsk næringsliv falt siden tusenårsskiftet, fra 6 pst. i 2001 til i overkant av 4 pst. i 2015. Dette skyldes god utvikling i norsk økonomi i perioden i svært mange næringer.

Det har vært en oppgang i sysselsettingen det siste tiåret i alle reiselivsbransjene unntatt formidling, med størst oppgang i opplevelses- og serveringsbransjene.

1.2.3 Næringens kjennetegn

Reiselivsnæringen har tradisjonelt vært en lavproduktiv næring i norsk målestokk. Dette henger sammen med at reiselivsnæringen er arbeidsintensiv, med utstrakt bruk av deltidsarbeid. Produktiviteten er særlig lav innenfor overnattings- og serveringsbransjene, der verdiskapingen per ansatt er om lag halvparten av gjennomsnittet i norsk næringsliv.

Reiselivsnæringen har tradisjonelt vært sammensatt av mange og små bedrifter i ulike bransjer. Det er likevel stor forskjell mellom bransjene, og transport og servering befinner seg i hver sin ende av skalaen. I transportbransjen står de ti største selskapene for om lag all verdiskapingen. Det er et resultat av at bransjen preges av store kapitalinvesteringer og betydelige stordriftsfordeler.

Lønn til ansatte utgjør en vesentlig del av kostnadene i reiselivsnæringen, men lønnsnivået er lavt sammenlignet med mange andre norske næringer. Dette gjør norsk reiseliv mindre attraktivt som arbeidsplass. Næringen som helhet karakteriseres av et generelt lavt utdanningsnivå sammenlignet med resten av næringslivet. I en så arbeidsintensiv næring som reiselivet er det en tydelig sammenheng mellom kompetanse og kvalitet. Nye distribusjonsløsninger,

digitalisering og sammensetting av ulike produkter og tjenester på nett har muliggjort enklere og billigere produksjon av reiselivstilbud og har endret kompetansebehovet i enkelte bransjer.

Inntjeningen i mange reiselivsbedrifter er konsentrert til kortere perioder av året. Etterspørsel etter reiselivsprodukter fra forretningsreisende og lokalmarkedet på et reisemål virker som regel dempende på sesongvariasjonene. For overnattingsbransjen kan det derfor være hensiktsmessig å utvikle attraktive produkter for forretningsmarkedet, mens opplevelses- og serveringsbransjene kan utvikle produkter som også appellerer til lokalbefolkningen og lokalt næringsliv.

Reiselivsbedrifter på mindre steder kan ha flere utfordringer enn i byer og regionsentra, blant annet knyttet til sesongavhengighet, arbeidskraft/rekruttering og reisemålets tilgjengelighet og infrastruktur. Undersøkelser viser at reiselivsbedrifters lønnsomhet i gjennomsnitt er lavere utenfor byer og regionsentra.

Både offentlige og private initiativ er tatt for å få på plass en effektiv organisering som bidrar til økt verdiskaping i reiselivsnæringen. Daværende Nærings- og handelsdepartementet startet i 2013 et arbeid med mål om å omstrukturere reisemålsselskapene for å gjøre driften mer effektiv og finansieringen mer robust og forutsigbar. Etter regjeringsskiftet i 2013 ble ansvaret for å gjennomføre strukturprosessen i sin helhet overført til reiselivsnæringen. Strukturprosessen er våren 2017 så godt som fullført. Reisemålsselskapene er samlet i større enheter, og det er utviklet et bedre samarbeid dem imellom.

Reisemålsselskapene vil ha en rolle for å samordne næringen og reiselivsaktivitetene som blir gjennomført i kommuner, fylkeskommuner og landsdeler.

1.3 Offentlige støttespillere

Flere aktører i offentlig sektor er av stor betydning for reiselivsbedriftenes hverdag og påvirker utviklingen i næringen på lengre sikt. Innovasjon Norge er, sammen med lokal og offentlig forvaltning, blant de mest fremtredende aktørene.

Innovasjon Norge skal legge til rette for fornyelse, innovasjon, konkurransekraft og verdiskaping i norsk næringsliv, inkludert reiselivsnæringen.

Innovasjon Norge forvalter bedriftsrettede virkemidler med felles hovedmål om å utløse bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling og utløse regionenes næringsmessige muligheter. Dette skal skje gjennom delmål om flere gode gründere, flere vekstkraftige bedrifter og flere innovative næringsmiljø. Innovasjon Norge har det nasjonale ansvaret for å profilere Norge som reisemål i utlandet. Innovasjon Norge forvalter også generelle ordninger

for tilskudd, lån, rådgivning og kompetanse som reiselivsnæringen kan benytte.

Den lokale og regionale forvaltningen står sentralt i dagens reiselivsutvikling. Både fylkeskommunene og kommunene er viktige regionale utviklingsaktører. Skal reiselivsnæringen vokse, må den integreres i lokale og regionale utviklingsprosesser.

Kommunene har sentrale roller i utviklingen av en helhetlig reiselivsnæring, som produkteier, rammesetter, utviklingspartner og vertskap. Det handler om å ivareta kultur- og naturverdier i utviklingen av reiselivsprodukter, og blant annet vurdere hvordan fellesgoder kan bli en ressurs for kommersielle goder.

Den kommunale samfunns- og arealplanleggingen er en viktig arena for å se disse rollene i sammenheng. Ved å avklare lokalisering av reiselivsvirksomhet gjennom den overordnede planleggingen i kommunen kan man unngå konflikter med andre arealbruksinteresser, videreutvikle attraksjoner av stor betydning for reiselivet og legge til rette for verdiskaping og næringsutvikling.

Fylkeskommunen har en rolle i å påse at ulike forvaltningsnivåer og sektormyndigheter samhandler for å utvikle og følge opp regionale strategier og prioriteringer. Regional plan er et egnet verktøy for å finne gode løsninger for regionen, og kan også brukes for å få til en felles strategisk satsing på reiseliv i regionen. Gjennom de regionale utviklingsmidlene disponerte fylkeskommunene i 2016 i overkant av 120 mill. kroner til tiltak rettet mot reiselivet. Innsatsen er særlig rettet mot destinasjonsselskapsstrukturen, med oppdrag til landsdelsselskap, fylkesvise reiselivsselskap samt kommunale og interkommunale selskap.

1.4 Trender og potensial i reiselivet

1.4.1 Utviklingstrekk globalt

Basert på analyser fra blant annet OECD, UNWTO og Menon Economics kan enkelte faktorer som påvirker den norske reiselivsnæringen, trekkes frem:

INTERNASJONAL POLITIKK OG ØKONOMI

Videre vekst i internasjonal turisme forutsetter politisk stabilitet og økonomisk oppgang. Sammenhengen mellom økonomisk vekst, velstandsutvikling og vekst i internasjonal turisme er tydelig. De siste tiårene har det vært en sterk økonomisk vekst i nye markeder, særlig i Asia. Det har gitt norsk reiseliv en ny og stor kundegruppe som forventes å vokse videre det neste tiåret.

DEMOGRAFI OG URBANISERING

Befolkningen i verden er aldrende, og det blir stadig flere eldre reisende. Denne utviklingen forventes å skape et større behov for tilrettelegging, både når det gjelder infrastruktur og aktiviteter. I tillegg vil den påvirke turistenes ønske om ferieform og ferieinnhold. Befolkningen i vestlige land går også i retning av flere enslige og mindre husholdninger i alle aldersgrupper, mange uten barn. Også disse gruppene drar på kortere og hyppigere reiser enn gjennomsnittet.

Bosettingsmønstret i Norge antas å endres gradvis de neste tiårene. Som i resten av verden vil flere bo i byer og tettsteder og færre i distriktene. Dette kan ha konsekvenser for reiselivsnæringen, fordi store deler av det norske reiselivsproduktet er knyttet til aktiviteter i naturen og et kulturlandskap preget av landbruk og bosetting.

DIGITALISERING OG NY TEKNOLOGI

Økt digitalisering av reiselivet har ført til at verdikjeden har endret seg, markedet er blitt mer gjennomsiktig og forbrukerne har fått betydelig mer makt. Forbrukerne er bedre informert, har flere valgalternativer og kan bestille reisen på egen hånd. Norge ligger langt fremme i å ta i bruk digitale løsninger, og den digitale infrastrukturen er relativt god. Det digitale forspranget Norge har, kan bidra til at norsk reiseliv styrker sin posisjon både i det nasjonale og internasjonale turistmarkedet.

DELINGSØKONOMI

Nye digitale plattformer har gjort at omfanget av deling av varer og tjenester har vokst betydelig og til en rekke nye områder, også reiselivsrelaterte. En kartlegging av omfanget av delingsøkonomien i Norge, utført av Vista Analyse, tyder på at omfanget målt i omsetning så langt er beskjedent, men med et betydelig potensial i årene fremover. Rapportens usikkerhetsanalyse estimerer at markedsandelene for delingsøkonomiaktører vil øke fra 0,8 pst. av overnattingsmarkedet og 1,2 pst. av markedet for persontransport med sjåfør i 2015, til en markedsandel i 2025 på i underkant av henholdsvis 20 og 75 pst.

Manglende oversikt over omfanget av delingsøkonomiaktørene gjør det imidlertid vanskelig å måle deres innvirkning på eksisterende markeder. En sammenligning av omfanget av nye og tradisjonelle aktørers virksomhet forutsetter en mer fullstendig statistikk enn i dag. Som følge av den sterke veksten i delingsøkonomien og for å tillate fremveksten av nye og bærekraftige løsninger, har det vært nødvendig for myndighetene å vurdere justeringer i regelverket.

Delingsøkonomiutvalget la frem sin rapport, NOU 2017:4 Delingsøkonomien – muligheter og utfordringer, i februar 2017. Regjeringen vil vurdere utvalgets forslag etter at utredningen har vært på høring. Når den digitale markedsplassen er internasjonal, kompliserer det utformingen av regulering og håndheving av regelverk. EUs arbeid med delingsøkonomi preges av et ønske om å legge til rette for slik virksomhet.

BÆREKRAFT

Naturen er fremdeles den viktigste grunnen til at turister velger Norge som reisemål. Ved enkelte spesielt attraktive reisemål har økte turiststrømmer blitt en utfordring. For at Norge skal være et bærekraftig reisemål, må alle aktørene i norsk reiseliv tenke og handle langsiktig. Behov for transparens og forbrukerinformasjon øker med økende interesse for bærekraft. Sertifiseringsprosessene gir bedrifter og reisemål konkrete oppgaver å arbeide med og en mulighet for effektivt å synliggjøre innsatsen som legges ned.

1.4.2 Fremtidig potensial

Potensialet i den norske reiselivsnæringen er avhengig av mange forhold, blant annet de globale utviklingstrekkene omtalt i meldingen. Det internasjonale markedet er kjennetegnet av sterk vekst, men også av hard konkurranse om turister med høy kjøpekraft. Politiske avgjørelser er én av flere faktorer som vil bidra til å påvirke reiselivsnæringens fremtidige verdiskapingspotensial. Norske myndigheter bestemmer hvilke rammevilkår reiselivsnæringen skal arbeide innenfor, og hvilke virkemidler som skal gjøres tilgjengelige for reiselivsnæringen. Arbeidsmiljøloven, skattlegging av selskap og regulering av naturressurser er eksempler på viktige deler av rammevilkårene for reiselivsnæringen.

Politiske avgjørelser har betydning også for valutakursen. Valutakursen påvirker i stor grad den internasjonale konkurranseevnen til norsk reiseliv. Dagens relativt svake krone kan, sammen med stadig bedre produkter og lettere tilgjengelige reisemål, styrke Norges posisjon i både det norske og de utenlandske markedene. Reiselivsnæringen kan også langt på vei påvirke sin egen utvikling gjennom valg av hvilke produkter og tjenester de vil tilby, og måten de produserer disse på.

Forretningsmarkedet er en viktig kundegruppe for reiselivsnæringen, både i volum og verdi. Dette segmentet utgjør om lag halvparten av alle kommersielle gjestedøgn og halvparten av de reisendes forbruk i Norge. Kurs, konferanser og fagkongresser utgjør om lag 25 pst. av alle forretningsreiser og er blant de mest lønnsomme segmentene i reiselivsmarkedet. Reiselivsnæringen kan styrke sitt inntjeningsgrunnlag ved å tiltrekke seg både flere internasjonale

kongresser og flere firmamøter og konferanser til Norge.

Veksten i opplevelsesbransjen er den høyeste i reiselivsnæringen. I Norge har stadig flere næringsaktører satsset på denne typen virksomhet de senere år. Et større produktmangfold med utgangspunkt i opplevelser kan gjøre Norge til et mer interessant land å besøke. Det ligger betydelige muligheter for økt opplevelsesverdi for gjestene og økt verdiskaping for aktørene i å utvikle konsepter med et rikere bilde av Norge som reisemål hos attraktive målgrupper.

Det er viktig for Norges fremtidige omdømme som reisemål, og for graden av gjenbesøk, at opplevelsesproduktene som utvikles og tilbys av reiselivsnæringen, er av god kvalitet. Besøkende kommer tilbake og anbefaler Norge videre til venner og kjente kun hvis erfaringene deres er gode nok. Som en konsekvens av stadig mer kvalitetsbevisste kunder tok en rekke reiselivsaktører i 2013 initiativ til å utvikle et nasjonalt kvalitetssystem for aktivitetsbedrifter, attraksjoner og museer. Et hovedprosjekt om et nasjonalt kvalitetssystem er under utvikling vinteren/våren 2017, se boks 3.3 i meldingen.

1.5 By, kultur og natur – ressurser for reiselivet

1.5.1 Byer og bymiljø

Reiselivsnæringen vokser raskest i de store byene. Økningen i byturismen skyldes endringer på både tilbuds- og etterspørselssiden. OECD trekker i en analyse frem utviklingen av mer attraktive bysentra som en viktig grunn til dette. Et felles nordisk prosjekt om bærekraftig byutvikling startet opp under det norske formannskapet i Nordisk ministerråd i 2017.

Et arrangement er en opplevelse for den reisende. Den positive utviklingen innenfor opplevelsesturisme generelt åpner for økt vekst også innenfor arrangementsturisme. En strategisk utvikling av arrangementsturisme kan gi et reisemål grunnlag for mer helårsturisme og økt verdiskaping i bred forstand, i både nærings- og samfunnsliv. Innovasjon Norge vil, i samarbeid med byene, utvikle en nasjonal arrangementsstrategi for hvordan Norge kan tiltrekke seg internasjonale idretts- og kulturarrangementer som kan gi grunnlag for økt verdiskaping i reiselivsnæringen.

1.5.2 Kultur som ressurs

De fleste turister søker en form for kulturell opplevelse og forståelse av den kulturelle konteksten de befinner seg i når de er på reise. Næringsaktører kan utnytte potensialet som ligger i de kulturelle og kreative næringene for å videreutvikle opplevelsestilbudet i Norge. Kulturturister anslås globalt å ha et høy-

ere gjennomsnittlig døgnforbruk og et høyere totalforbruk enn den øvrige turist.

Mat er en viktig del av norsk kultur og identitet. Innovasjon Norges turistundersøkelse for sommeren 2016 viste at turister i Norge i økende grad verdsetter lokal mat og drikke på sin reise. Undersøkelsen viste også at turister med gode matopplevelser som et viktig kriterium i valg av reisemål, har et høyere døgnforbruk enn den gjennomsnittlige turist i Norge. I skjæringspunktet mellom matproduksjon og reiseliv er det derfor et potensial for økt verdiskaping og innovasjon.

Som reisemål er Norge et viktig utstillingsvindu for norsk sjømat. Norge er en stor og viktig sjømatnasjon, og tilreisende bør kunne få servert et rikt utvalg sjømat som innfrir forventningene. Det er et stort potensial for økt bruk av sjømat hos langt flere reiselivs- og serveringsbedrifter i Norge. Norsk laks er en av Norges sterkeste merkevarer og brukes i markedsføringen av Norge som reisemål.

1. juli 2016 åpnet regjeringen for salg direkte fra produsent av enkelte egenproduserte drikkevarer med en volumprosent alkohol på mellom 4,7 og 22,0. Både norske og utenlandske turister etterspør i økende grad slike produkter. Regjeringen har, i tillegg til endringer i alkoholregelverket, gjort det lettere å få nøktern faktainformasjon om alkoholholdige drikkevarer med hensyn til innhold og bruksområde. Dette er tiltak som bidrar til økt verdiskaping i norsk reiselivsnæring.

BÆREKRAFTIG BRUK AV KULTURMINNER

Verdiskapingsprogrammet på kulturminneområdet (2006–2010) viste hvordan kulturminner kan brukes lokalt og bidra til miljømessig, kulturell, sosial og økonomisk verdiskaping. Ett av prosjektene i dette verdiskapingsprogrammet omhandlet pilegrimsledene. Pilegrimsledene støtter opp om utviklingen av et bærekraftig reiseliv gjennom økt verdiskaping, økt produktivitet og flere levedyktige distrikter.

I Norge er åtte områder skrevet inn på UNESCOs verdensarvliste. Bærekraftig utvikling av reiselivet i disse attraktive og verdifulle områdene fordrer målrettet innsats. Norske verdensarvområder skal utvikles som fyrårn for den beste praksisen innenfor natur- og kulturminneforvaltning. Det er en ambisjon å etablere verdensarvsentre ved alle de norske verdensarvområdene.

Det samiske bosettingsområdet i Norge (Sápmi) strekker seg fra Hedmark til Finnmark. Kultur- og reiselivsprodukter med basis i samisk kultur, historie og natur har en særegenhet som bidrar til å gjøre Norge til en attraktiv reiselivsdestinasjon. Sametinget skal være en premissleverandør for utvikling av samisk reiseliv.

Nasjonale turistveger er en særegen attraksjon, der kombinasjonen av landskap, kjøretur, arkitektur og kunst frister bilturister til å velge Norge som sitt reisemål. Nasjonale turistveger har fått stor oppmerksomhet både nasjonalt og internasjonalt. Nasjonale turistveger brukes av Innovasjon Norge og Utenriksdepartementet i profilering av Norge og norske reisemål.

Norsk arkitektur og byggeskikk er historisk basert på tre. Stavkirkene er populære besøksmål. Det har vært utfordrende å legge til rette for god formidlingsvirksomhet og å skape positive opplevelser for turistene samtidig som kirkene unngår skader fra slitasje. Den nye norske trearkitekturen supplerer den tradisjonelle trearkitekturen, og sammen bidrar de til økt oppmerksomhet om norske bymiljøer.

Kulturutredningen 2014 slår fast at festivalene utgjør en betydelig og voksende andel av det frivillige kulturarbeidet rundt omkring i landet. Det å markedsføre festivalene, og da også samtidig den lokale, frivillige innsatsen og entusiasmen som ligger til grunn, kan bidra både til å markedsføre Norge som et spennende og unikt reisemål og samtidig styrke kunded grunnlaget til festivalene og annet næringsliv i de kommunene hvor festivalen er lokalisert.

I 2016 ble sender fra sykkeløpet Arctic Race of Norway distribuert til mer enn 180 land. Dermed markedsføres Norge og nordnorsk natur og lokalsamfunn i hele verden. Finnmarksløpet er et annet eksempel på at idrettsarrangementer skaper internasjonal interesse for Norge. I september 2017 vil Norge og Bergen være vertskap for VM i landevegssykling (sykkel-VM), et av verdens største idrettsarrangement.

Dersom Norge fortsatt skal ta del i den positive utviklingen som skjer innenfor kulturturisme globalt sett, kreves det en strategisk satsing på å utvikle et kulturturismeprodukt. Det er derfor viktig å synliggjøre merverdiene ved et økt samarbeid mellom kultur- og reiselivsaktører og stimulere til kunnskapsbygging og -utveksling. Regjeringen vil utarbeide en strategi for kultur og reiseliv, med vekt på kulturturisme. Det er avgjørende for et godt resultat at det etableres gode informasjonskanaler, kontakter og samarbeid mellom sektorene og deres aktører. For å legge til rette for økt samarbeid vil regjeringen opprette et samarbeidsråd for kultur og reiseliv etter modell av Næringspolitisk råd for kulturell og kreativ næring. Regjeringen vil videre utrede muligheten for å etablere en nettbasert landsdekkende kulturkalender, som eventuelt kan implementeres i Visit Norways eksisterende løsninger.

1.5.3 Natur som ressurs

Natur og utmark er kjernen i det norske reiselivsproduktet. Allemannsretten har vært en viktig faktor

for at norsk reiseliv har kunnet utvikle seg til dagens nivå. Med natur- og kulturarven som hovedattraksjon i reiselivet har turisters rett til å ferdes fritt i norsk natur og utmark gitt Norge som reisemål et konkurransefortrinn.

Forskningsprosjektet Cultour om reiseliv, kulturminner og gjengroing konkluderte med at den spredte bosettingen i Norge gjør landet til et eksotisk og unikt feriemål. Naturen er aktivt i bruk fordi Norge har næringer som lever av og med naturen. Dersom dette blir borte, forsvinner også noe av det særegne og attraktive ved det norske landskapet som i dag tiltrekker seg turister.

UTMARK, LANDBRUKETS RESSURSER, VERNEDE NATUROMRÅDER

Regjeringen vil bidra til videre vekst og utvikling i landbruksbasert reiseliv og har presentert sin politikk på området i Meld. St. 31 (2014–2015) Garden som ressurs – marknaden som mål. Som en oppfølging av meldingen la regjeringen ved Landbruks- og matdepartementet i januar 2017 frem strategien Opplevingar for ein kvar smak. Strategien utfyller regjeringens reiselivspolitik med særlig oppmerksomhet rettet mot hvordan landbruk og reindrift som innholdsleverandører kan bidra til å utvikle reiselivet.

Om lag 17 pst. av norsk natur er vernet. Regjeringen er opptatt av at nasjonalparkene og andre store verneområder også skal bidra til lokal verdiskaping innenfor rammene av det enkelte verneområdet. I april 2015 lanserte Klima- og miljødepartementet en merkevarestrategi for norske nasjonalparker. Med denne strategien ønsker regjeringen å legge til rette for å få flere besøkende inn i nasjonalparkene der hvor naturen tåler det. Nasjonalparkforskriftene skal derfor endres slik at det utslagsgivende kriteriet for hvorvidt organisert ferdsel er søknadspliktig eller ei, er om ferdselen kan skade verneverdiene. Det vil i denne sammenhengen også sees på eventuelle konsekvenser for grunneierne og de bruksberettigede i nasjonalparkene.

KYSTBASERTE REISELIVSOPPLEVELSER

Turistfiske i sjø blir stadig mer populært. Fiske ut over yrkesfiske er underlagt relativt få reguleringer i Norge. I internasjonal sammenheng er det norske regimet liberalt, uten verken kvoter eller avgifter. Alle som beskatter Norges felles ressurser, har et medansvar for at uttaket er bærekraftig. Regjeringen vil derfor fastsette nye ordninger for turistfiske som skal bidra til å ivareta både verdiskapingen i reiselivsnæringen og fiskeressursene i sjøen på en bærekraftig måte. Regjeringen sendte forslag til lovendring og ny forskrift om turistfiskevirksomheter på høring høsten 2016. Regjeringens forslag innebærer blant annet å øke utførselskvoten av fisk og fiskevarer fra sports-

fiske for turister som har fangstet i regi av registrerte turistfiskevirksomheter.

ØKT FERDSEL – UTFORDRINGER OG MULIGHETER

Naturbasert reiseliv i Norge har hatt en stor vekst de senere år, og stadig flere turister vil oppleve Norge gjennom aktiviteter i naturen. I tillegg er det en trend at mange vil oppleve spektakulære utsiktspunkt og vandreturer. Et økende antall turister fører til mer slitasje på naturen, spesielt på noen stier i fjellet. En konsentrasjon av mange mennesker på små areal med slitasje som konsekvens vil påvirke opplevelsen til de tilreisende negativt, og over tid gi redusert kvalitet og et dårligere reiselivsprodukt. Økt turisttrafikk kan gi behov for sterkere styring av ferdsel, flere sikkerhetstiltak og mer tilrettelegging.

Reiselivsnæringen må i større grad ha en tett dialog med turistene og bidra på en hensiktsmessig måte for å forebygge ulykker. Ulykker som skyldes manglende eller for få sikkerhetstiltak, er ikke bare negative for dem som opplever det, men også for Norge som reisemål. For å tydeliggjøre ønsket om godt redningsarbeid legger staten til rette for de frivilliges innsats gjennom årlige økonomiske tilskudd og dekning av legitimerede utgifter i sammenheng med søk- og redningsaksjoner.

I områder med høy slitasje og risiko for ulykker er det mulig å iverksette ulike former for tiltak. UTFordringene bør først forsøkes løst med informasjon og veiledning, eventuelt kombinert med fysisk tilrettelegging som merking og steinsetting. Ved spesielle behov kan det også fastsettes lokale forskrifter eller arealplaner som regulerer ferdselen. Gjennom god og tilgjengelig informasjon på hensiktsmessige plattformen kan også turistene gis bedre forutsetninger for å treffe fornuftige valg. Informasjonen kan tilrettelegges på nasjonalt nivå (visitnorway.com), regionalt nivå (reisemålsselskapene) og lokalt nivå (ved turutgangspunkt/bedrifter/overnattingssteder). Dette gjelder også informasjon om et bredere utvalg av turer for å spre trafikken. Turskiltprosjektet er et felles initiativ fra Den Norske Turistforening, Gjensidigestiftelsen og fylkeskommunene for å senke terskelen for å bruke landets turområder gjennom god skilting.

Miljødirektoratet har utviklet verktøy for besøksforvaltning i nasjonalparker. Dette vil også kunne benyttes til områder med høyt antall besøk utenfor verneområdene, og vil bidra til bedre samhandling mellom ulike aktører. Regjeringen vil legge til rette for økt samhandling mellom friluftslivsorganisasjoner og reiselivsaktører som baserer sitt produkt på natur- og kulturarven. Regjeringen vil også legge til rette for samhandling mellom frivilligheten, beredskapsmyndigheter, lokalsamfunn og grunneiere.

Regjeringen vil bidra til arbeidet med å tilrettelegge turstier for bærekraftig bruk. Disse stiene vil

utvikles og profileres som Nasjonale turstier etter modell av arbeidet knyttet til Nasjonale turistveger. Nasjonale turstier kan bli et attraktivt reiselivsprodukt og bidra til økt lokal verdiskaping, der stien vil være bygget for å tåle belastning over tid. Dette arbeidet kan også medføre at trafikken spres til flere geografiske områder og kan øke verdiskapingen i områdene rundt flere av de norske naturikonene. Miljødirektoratet har satt i gang arbeidet med å tilrettelegge for Nasjonale turstier slik at utviklingsarbeidet kan starte opp på flere stier sommeren 2017.

1.5.4 Svalbard

Et av de overordnede målene i svalbardpolitikken er å opprettholde norske samfunn på øygruppen. Flere attraktive opplevelser kan bidra til at turister forlenger oppholdet sammenlignet med i dag. Forlenget opphold vil medføre økt omsetning pr. gjest, noe som vil være positivt for næringslivet i Longyearbyen. Samtidig vil forholdet mellom omsetning og miljøbelastning ved turisttransport til og fra øygruppen bedres. Miljømålene og miljøregelverket på Svalbard setter rammene for den aktiviteten som kan utføres. Reiselivet er et av områdene som kan bidra til at Longyearbyen fremover vil være et levedyktig lokalsamfunn av høy kvalitet. Økt aktivitet og nye arbeidsplasser i reiselivsnæringen vil bidra til å skape et bedre grunnlag for opprettholdelse av kommunikasjon og av viktige samfunnsfunksjoner for lokalsamfunnet. Samtidig er det en forutsetning for videreutvikling av reiselivet på Svalbard at det er gode kommunikasjonsmuligheter til og fra øygruppen.

Økende cruisetrafikk kan innebære økt potensial for ulykker og andre hendelser som igjen kan medføre søk- og redningsoperasjoner, tiltak mot akutt forurensning med videre. Det har de senere år vært en betydelig styrking av redningsberedskapen på Svalbard, både hva gjelder redningsressurser i form av nye helikoptre, nytt tjenestefartøy med økt seilings sesong, innføring av forebyggende tiltak som statlig lostjeneste og innføring av havne- og farvannslov. Regjeringen vil vurdere om regelverk knyttet til bruk av lokal mat og drikke i reiselivssammenheng bedre kan tilpasses reiselivsnæringen på Svalbard.

1.6 Sentrale tema

Regjeringen legger til rette for verdiskaping og lønnsomhet i reiselivsnæringen først og fremst gjennom å etablere gode rammebetingelser for å drive næringsvirksomhet. Samtidig har reiselivsnæringen noen utfordringer som gjør at regjeringen også har enkelte målrettede tiltak for denne næringen. Kapitlet om sentrale tema redegjør for regjeringens politikk på sentrale områder for reiselivsnæringen og for hvordan det kan legges til rette for å styrke grunnlaget for næringsutvikling også på lengre sikt.

1.6.1 Generelle rammebetingelser

Den overordnede næringspolitikken omfatter blant annet skatter og avgifter, arbeidslivsreguleringer, konkurransevilkår samt forsknings-, utdannings- og samferdselspolitikk. Når regjeringen gjør endringer i rammevilkår som formuesskatt, arbeidsmiljølov og anbudsreglement for å styrke næringslivet, kommer det også reiselivsbedriftene til gode.

Regjeringen har redusert selskapsskatten fra 28 pst. i 2013 til 24 pst. i 2017. Stortingets enighet om skattereform innebærer at selskapsskatten skal reduseres videre til 23 pst. innen 2018. Ytterligere reduksjoner vil vurderes i lys av utviklingen internasjonalt, og spesielt i våre naboland.

Regjeringen har redusert formuesskatten. Skattesatsen er senket, og bunnfradraget er økt. Samtidig er verdsettingsrabatten for sekundærbolig og næringseiendom redusert. Lavere skattesats og jevnere verdsetting gjør at norsk privat kapital i større grad kan bli kanalisert til næringsvirksomhet. Selv med redusert sats på formuesskatten og hevet bunnfradrag kan den reduserte verdsettingsrabatten på næringseiendom over årene 2013–2016 gi utslag i økt formuesskatt. Dette kan slå negativt ut for sentrale deler av reiselivsnæringen. Regjeringen tar i statsbudsjettet for 2018 sikte på å foreslå lettelser i formuesskatten på hoteller/overnattingssteder gjennom en vesentlig økning i verdsettelsesrabatten.

For høyest mulig verdiskaping i reiselivsnæringen er det avgjørende at det offentlige er effektive i sin kommunikasjon med næringen, og samhandler med næringen i innkreving av skatt, rapportering av statistikk og gjennomføring av tilsyn. Reiselivsnæringen berøres av i alt 18 ulike tilsyn. Tilsyn har stor samfunnsmessig betydning ved at de skal bidra til å sikre at lover overholdes. For at byrden ved tilsyn skal bli minst mulig for næringslivet, bør tilsynspraksisen koordineres og samordnes. Regjeringen er opptatt av at formålet med tilsynspraksis er enkelt å kommunisere overfor næringen, og at utøvelsen av tilsynspraksisen er tilpasset næringens behov. Regjeringen vil derfor foreta en kartlegging av tilsyn med reiselivsnæringen for å skaffe kunnskap om innretning, omfang og effekt av tilsyn med næringen, som grunnlag for å vurdere eventuelle tiltak.

Effektiv bruk av IKT styrker næringslivets konkurranseevne og øker samfunnets totale produktivitet. Myndighetene skal legge til rette for økt digital innovasjon. Ved å forenkle regelverk og fjerne hindringer for digitalisering vil regjeringens arbeid bidra til en god infrastruktur med elektroniske kommunikasjonsnett og tjenester av høy kvalitet. At stadig mer av det offentliges kommunikasjon med næringslivet skjer via digitale kanaler, vil blant annet komme reiselivsnæringens mange små aktører til gode.

Alle reisende som kommer til Norge, forventer tilgang til internett. Det letter blant annet turistenes planlegging av forflytning, valg av aktiviteter, betaling og kommunikasjon. I tillegg styrkes betydningen av sosiale medier som markedsføringskanal av Norge som reisemål.

En god offentlig infrastruktur for transport er en viktig forutsetning for konkurransedyktige kommersielle reiselivsprodukter. Bane NOR SF, Statens vegvesen, Nye Veier AS, Kystverket og Avinor er sentrale premissleverandører for norsk reiselivsnæring. Regjeringens mål for transportpolitikken presenteres i meldingen om Nasjonal transportplan 2018–2029 som legges frem for Stortinget våren 2017. Planen vil ha en 12-årshorison med et perspektiv frem mot 2050. I tillegg vil planen inneholde konkrete forslag til prioriteringer i infrastrukturinvesteringer.

NSB legger til rette for reiselivsprodukter på Bergensbanen/Flåmsbanen og Raumabanen og vil i tiden fremover i større grad satse på reiseliv som virksomhetsområde. Avinor arbeider for å øke antall internasjonale flyvninger og er spesielt opptatt av å øke antall interkontinentale flyvninger på Oslo lufthavn. Det store nettverket av innenlandsruter til og fra Oslo lufthavn gjør hele Norge tilgjengelig for utenlandske gjester. Statens vegvesen er ansvarlig myndighet for riks- og fylkesveger i Norge. De har blant annet ansvaret for skilting av veier, en viktig funksjon for turistene.

Connecting Norway vil gjøre det lettere for utenlandske gjester å benytte Oslo lufthavn som inngang til Norge. Dette er en 3-årig forsøksordning med forenklet transfer ved Oslo lufthavn for reisende fra utland til innland. Tiltaket kan være viktig for å tiltrekke flere utenlandske reisende. Mot slutten av prøveperioden skal regjeringen vurdere om ordningen skal bli permanent, og om den kan utvides til andre norske lufthavner.

Regjeringen vil legge til rette for at det finnes en rutedatabase med oppdaterte rute-, holdeplass- og avvikelsedata for all rutegående trafikk. Datamaterialet skal være fritt tilgjengelig for alle profesjonelle aktører som ønsker å tilby tjenester med reiseinformasjon til kollektivreisende som sluttbrukere. Statens initiativer på området samles i selskapet Entur AS, som skal ivareta oppgaver knyttet til innhenting og tilgjengeliggjøring av rutedata, nasjonal reiseplanlegger og elektronisk billettering for all kollektivtransport, i tillegg til salgs- og billetteringsoppgaver for jernbane.

1.6.2 Et bærekraftig reiseliv

FN har utpekt 2017 som året for bærekraftig reiseliv. Reiseliv baserer seg på ressurser fra natur, kulturarv og lokalsamfunn. Fremtidig verdiskaping i rei-

selivsnæringen forutsetter ansvarlighet og bærekraftig bruk av disse faktorene.

Under Agenda 2030 vedtok FN i 2015 nye, globale og universelle mål for bærekraftig utvikling (Sustainable Development Goals). Norge har skrevet under på bærekraftmålene og vil bidra til oppfølgingen. Bærekraftsmålene er et premiss og en forpliktelse som ligger til grunn for norsk reiselivs utvikling i et langsiktig perspektiv. Næringen har allerede startet arbeidet med å investere i mer bærekraftige løsninger, et arbeid som må prioriteres også fremover. FNs reiselivsorganisasjon UNWTO har også etablert prinsipper for bærekraftig reiseliv. Som utgangspunkt for å mobilisere rundt et mer bærekraftig reiseliv har Innovasjon Norge bygget sitt arbeid på UNWTOs prinsipper.

Transportsektoren står for om lag 60 pst. av de ikke-kvotepliktige utslippene i Norge og utgjør en betydelig del av reiselivsnæringens samlede utslipp. Globalt diskuteres det hvorvidt transport skal og kan inkluderes i en vurdering av reiselivets bærekraft.

Globalt øker etterspørselen etter bærekraftige reiser. En satsing på segmentet av turister som ønsker å reise grønt, har derfor potensial for god inntjening. En mer miljøvennlig drift kan redusere bedriftenes kostnader og samtidig respondere på markedets etterspørsel. Utviklingen er særlig synlig i møte- og kongressmarkedet nasjonalt og internasjonalt. I dette segmentet øker kundenes krav til bedriftenes bærekraft. Miljøsertifisering og merkeordninger gir reiselivsnæringen mulighet til å kommunisere troverdighet og dokumentere kvalitet. I Norge er det i hovedsak seks miljøsertifiseringer/-styringssystemer som brukes av reiselivsnæringen på bedriftsnivå. Visit Norway har forenklet inngangen til de mange miljøsertifiseringene ved å bruke symbolet Gressstusten på søkesiden visitnorway.com. Økt synlighet i markedet er også et konkurransefortrinn for disse reiselivsbedriftene og et viktig insentiv til å sertifisere seg.

Merket for bærekraftig reisemål er i dag den eneste norske merkeordningen for reisemål. Innovasjon Norge lanserte ordningen i 2013, etter et utviklingsarbeid som startet i 2010 med påfølgende testing. Norge var det første landet i verden som implementerte en slik merkeordning for reisemål.

Merket for bærekraftig reisemål er et norsk kvalitetsmerke der hele reisemålet gjennomfører, dokumenterer og måler sine prestasjoner knyttet til kontinuerlig arbeid for økt bærekraft i forvaltning og utvikling av reisemålet. Det vil si at reisemålet tar vare på natur, kultur og miljø, styrker sosiale verdier og er økonomisk levedyktig. Reisemålene i ordningen er en viktig utprøvings- og kunnskapsbase for hvordan reiselivet systematisk kan jobbe med innovasjon og forbedring på tema som handler om bærekraft. Merkeordningen er i slutfasen av en godkjenningspro-

sess hos Global Sustainable Tourism Council. Det foregår også en prosess i Nordisk råd for å utvikle og innføre en felles sertifisering for bærekraftige reisemål i Norden. I november 2016 fikk Ministerrådet for næring i oppdrag å starte et arbeid med et felles nordisk merke for bærekraftige reisemål.

1.6.3 Samordnet reisemålsutvikling

En sterkere og mer konsentrert innsats for tilrettelegging og utvikling av reisemål er nødvendig for å møte den internasjonale konkurransen. Evnen til å samle de ulike aktørene og skape langsiktig og forpliktende samarbeid er viktig for å høyne utviklingspotensialet. Reisemålsutvikling har et klart næringsmessig mål og er i første rekke bedriftenes eget ansvar. Samtidig er samhandling med ulike offentlige aktører ofte nødvendig for å få et godt og helhetlig resultat.

Det er potensial for å skape og tilby flere attraktive reiselivsopplevelser basert på samarbeid med aktører innenfor for eksempel landbruk og kultorsektoren. Kommunene har en nøkkelrolle i arbeidet med å se reiselivsutviklingen i sammenheng med lokal samfunnsutvikling. Kommunen kan legge til rette for verdiskaping og næringsutvikling blant annet ved å vurdere hvordan fellesgoder kan være en ressurs for kommersielle reiselivsprodukter. Koblingen mellom planlegging og næringsutvikling for å gjøre reiselivsprosjekter realiserbare kan også kreve tiltak på regionalt og statlig nivå.

Reisemål inneholder en rekke goder som ikke tilfaller en enkelt næringsaktør, men som er av betydning for reisemålets attraksjonsverdi for turistene og dermed også for bedriftenes kundegrunnlag og omsetning. En utfordring i reisemålsutviklingen er knyttet til produksjon og finansiering av fellesgoder. Reiselivets utfordringer med å finansiere fellesgoder ligger først og fremst på steder med liten lokalbefolkning, hvor turistene i høysesongen skaper større eller nye behov for fellesgoder.

Staten, fylkeskommuner, kommuner, næringsliv og frivilligheten bidrar alle i ulik grad og på ulike måter til å finansiere fellesgoder tilknyttet reiselivet. Utgangspunktet for produksjon og drift av fellesgoder på et reisemål bør være at de som tjener på et gode, også finansierer det. Både bedrifter, kommuner og andre lokale aktører kan tjene på et fellesgode. Hvis næringslivet, kommunen og eventuelt andre lokale aktører ikke klarer å bli enige om en modell for fellesgodefinansiering som optimerer produksjonen, gjenstår det i utgangspunktet to prinsipielt forskjellige måter å finansiere fellesgoder på: enten ved øremerkede skatter/avgifter eller brukerbetaling.

Når fellesgoder finansieres gjennom det offentlige skattesystemet, løses gratisspassasjerproblemet. Private initiativ som i dag finansierer fellesgoder i

reiselivet, vil imidlertid kunne svekkes eller forsvinne hvis det innføres en reiselivsskatt eller det offentlige overtar. Hvor stor nettogevinsten blir for reiselivet, er uklart og vil avhenge av eventuelt nye finansieringsmodeller. Denne modellen vil frata private aktører ansvar og muligens også insentiver i arbeidet for å styrke reiselivsnæringen.

Spesifikk reiselivsskatter for å finansiere fellesgoder i reiselivet finnes i dag i flere land, som regel på lokalt eller regionalt nivå. Norge har ikke på noe nivå i forvaltningen tilsvarende øremerkede skatter for reiselivet. Innkreving av reiselivsskatt gjennomføres ofte ved at det legges til et beløp eller en prosentandel på den besøkedes regning. Fordelen ved reiselivsskatt er at det gir en relativt stabil inntektskilde til finansiering av reiselivsrelaterte fellesgoder. En reiselivsskatt kan imidlertid virke konkurransevridende i negativ forstand. I tillegg kommer administrative kostnader ved å kreve inn skatter parallelt med det ordinære skattesystemet. En øremerking av skatter og avgifter binder dessuten opp midler og hindrer ordinære budsjettmessige prioriteringer.

Det kan vise seg vanskelig å innrette en reiselivsskatt slik at den gir en rettferdig fordeling av kostnadene. Aktuelle problemstillinger er hvilke aktører som skal beskattes, og om alle skal betale like mye i skatt. Disse faktorene tydeliggjør ineffektiviteten ved å innføre en egen skatt eller avgift som finansieringskilde for enkelt næringer. Regjeringen vil ikke påføre verken reiselivsnæringen eller øvrig næringsliv økte kostnader på denne måten.

Flere destinasjoner løser finansiering av fellesgoder ved frivillige spleiselag mellom frivillige, private og offentlige aktører. En fordel med en frivillig løsning kan være at de berørte aktørene bestemmer både innkrevingen og bruken av pengene. Behovet for å få til frivillige løsninger gjelder først og fremst reisemål med liten lokalbefolkning. Her kan de tilreisendes behov for fellesgoder i turistsesongen være langt større enn behovene til lokalbefolkningen. Dermed tilfaller ikke ansvaret for ytterligere fellesgoder nødvendigvis kommunen, og det må finnes andre løsninger.

Utfordringen ved frivillig fellesgodefinansiering har ofte vært å få til komplette og robuste løsninger som tillater nyinvesteringer og utviklingsarbeid. Den nye strukturen i reiselivsnæringen gir næringen et godt utgangspunkt for å koordinere en felles innsats bedre. Regjeringen vil etter en tid evaluere hvilke effekter den nye strukturen har hatt for å løse utfordringer knyttet til fellesgoder lokalt.

1.6.4 Profilerings

Profilerings av Norge som reisemål er et fellesgode for hele reiselivsnæringen, og Innovasjon Norge samarbeider med reiselivsnæringen om markeds-

føring. Overordnet profilering av Norge som reisemål er ikke utløsende for salg, men skal bidra til å skape reiselyst til Norge. Salgsutløsende markedsføring må drives av den enkelte bedrift eller i et samarbeid mellom bedrifter, og skal etter statsstøttereglerket ikke finansieres med offentlige midler.

Profileringsaktivitetene som Innovasjon Norge utfører, er godt dokumentert, men det er behov for bedre analyser av hvilken effekt disse aktivitetene har. Slike analyser vil gi et godt grunnlag for å vurdere om statens finansiering av profileringsaktivitetene er den mest effektive bruken av samfunnets ressurser. Regjeringen vil sørge for at det blir satt i gang analyser av hvilke virkninger profileringsarbeid finansiert med statlige midler har, for å nå målet om økt lønnsomhet i reiselivsnæringen. Slike analyser gir grunnlag for å vurdere videre aktivitet, eventuelt justere retningen i arbeidet eller om midlene bør benyttes på andre måter.

Menon Economics ble i sin utredning om markedsføring av Norge som reisemål også bedt om å vurdere om det offentlige arbeidet med å profilere Norge som reisemål er organisert på en hensiktsmessig måte, og eventuelt foreslå alternative organiseringer. Det er Menons vurdering at en modell hvor profilering av Norge som reisemål er samlet i en egen enhet, vil være best egnet til å realisere synergiene som er vurdert i rapporten fra 2016. Rapporten ble presentert i et innspillsmøte for aktører i reiselivsnæringen 23. august 2016. Innspillene viser at det ikke er enighet blant aktørene i reiselivsnæringen om hvordan arbeidet med profilering av Norge som reisemål bør organiseres.

Regjeringen mener det ikke er grunnlag for å konkludere med at dagens organisering er lite hensiktsmessig eller ineffektiv, og vil at Innovasjon Norge fortsatt skal ha ansvaret for å profilere Norge som reisemål. Regjeringen vil ellers i den neste helhetlige evalueringen av Innovasjon Norge se på realisering av synergier mellom profilering av Norge som reisemål og Innovasjon Norges øvrige arbeid.

1.6.5 Kunnskap og kompetanse

Kunnskap og kompetanse er blant de viktigste konkurransefaktorene i økonomien, særlig for Norge på grunn av det høye kostnadsnivået. Dersom Norge skal lykkes i den sterke konkurransen om turistene, trenger vi kunnskap om de besøkende og deres reisemønster. På sikt er det viktig at den erfaringsbaserte kompetansen og den forskningsbaserte kunnskapen kombineres, slik man har sett i andre næringer som har blitt mer kunnskaps- og innovasjonsdrevne. Det vil kreve tett samarbeid mellom næringsliv og forskningsmiljøer, hvor bedriftene selv setter premisene for forskningstemaer og aktivt bruker forskningsresultatene.

Offisiell statistikk utgjør et felles faktagrunnlag som viser utviklingstrekk på ulike nivå – nasjonalt, regionalt og næringsspesifikt. Det er behov for utvidet kunnskap om reiselivsnæringen. Regjeringen vil derfor legge til rette for å utvide statistikkgrunnlaget om norsk reiseliv.

Med den teknologiske utviklingen har det vært en stor økning i tilgangen til, og automatisert bruk av, digitalt innhentede opplysninger. Ved å utnytte informasjonen fra store datasett kan man trolig utvikle bedre statistikk, også på reiselivsområdet. Så lenge dataene blir brukt på aggregert nivå for å identifisere trender, sammenhenger og bevegelsesmønstre, kan mulighetene utnyttes uten å bryte med personvernshensyn. Det er knyttet stor usikkerhet til hva det vil koste å samle inn, lagre og analysere stordata, men over tid vil en slik måte å samle inn og analysere data på kunne være kostnadsbesparende sammenlignet med måten reiselivsstatistikken blir produsert på i dag.

1.7 Økonomiske og administrative konsekvenser

I regjeringens politikk for reiselivsnæringen er høyere verdiskaping og økt lønnsomhet sentrale mål, og denne utviklingen må skje på en bærekraftig måte.

Regjeringen legger til rette for verdiskaping og lønnsomhet i reiselivsnæringen først og fremst gjennom å etablere gode rammebetingelser for å drive næringsvirksomhet. Samtidig har reiselivsnæringen noen utfordringer som gjør at regjeringen også har enkelte målrettede tiltak for denne næringen. Nye tiltak i stortingsmeldingen som har økonomiske konsekvenser, dekkes innenfor gjeldende budsjettammer. Det er ikke gjort vurderinger av tiltak som i første omgang skal utredes eller vurderes nærmere. De ulike tiltakene i meldingen har samlet sett små administrative konsekvenser og blir dekket innenfor gjeldende budsjettammer.

2. Komiteens merknader

2.1 Hovedpunkter i meldingen

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Else-May Botten, Tor Bremer, Thor Lillehovde og Odd Omland, fra Høyre, Laila Davidsen, Ingunn Foss, Rangdi Krogstad og Ove Trellevik, fra Fremskrittspartiet, Sivert Bjørnstad, Oskar J. Grimstad og Morten Ørsal Johansen, fra Kristelig Folkeparti, Line Henriette Hjemdal, fra Senterpartiet, lederen Geir Pollestad, fra Venstre, Pål Farstad, og fra Sosialistisk Venstreparti, Torgeir Knag

Fylkesnes, viser til at næringskomiteen gjennomførte høring om reiselivsmeldingen 4. april 2017. Det var 12 høringsinstanser som deltok på høringen.

Komiteen viser til reiselivspolitikkenes sentrale mål, som er høyere verdiskaping og økt lønnsomhet, og at utviklingen må skje på en bærekraftig måte. Komiteen støtter dette. Komiteen viser videre til de fem innsatsområdene for å oppnå dette. Disse er: gode generelle rammebetingelser, et bærekraftig reiseliv, styrket samordning, profilering av Norge som reisemål og kunnskap og kompetanse i reiselivet. Komiteen synes dette er en god ramme for videre arbeid med reiselivet.

Komiteen viser til Stortingets behandling i Innst. 232 S (2014–2015) av Dokument 8:45 (2014–2015).

Komiteen registrerer at Norge som destinasjon flere ganger er blitt kåret til et av verdens beste reisemål. Reiselivet har derfor også stor verdi som internasjonal merkevarebygger av Norge. I tillegg til kultur og mennesker kan Norge by på naturbaserte attraksjoner som ren natur og rene fjorder som er noen av merkevarene som er med på også å heve kvaliteten og attraktiviteten. Dette forplikter, ikke bare for næringen selv, men også for Norge som nasjon å ivareta for fremtiden.

Komiteen viser til at Stortingets behandling av reiselivsmeldingen skal legge føringer for reiselivspolitikken i årene fremover. Dette bidrar til å sikre forutsigbarhet for en næring som har gode vekstmuligheter.

Komiteen viser til at reiselivet påvirkes av flere ulike politikkområder som for eksempel samferdsel, finans, miljø, jordbruk, kyst og fiskeri. De ulike politikkområdene danner tilsammen grunnlaget for reiselivsnæringen. Komiteen mener derfor det er viktig at man forsøker å gi en helhetlig fremstilling av reiselivets forutsetninger og muligheter i Norge.

Komiteen viser til at nesten 160 000 personer i Norge arbeider i reiselivsnæringen. Næringen står for i overkant av 9 pst. av sysselsettingen og i overkant av 4 pst. av verdiskapingen i norsk næringsliv.

Komiteen mener det er viktig at det på en god måte legges til rette for fortsatt vekst i reiselivsnæringen.

Komiteen viser til at reiselivet har opplevd flere år med god vekst både i turister, omsetning og arbeidsplasser. Komiteen vil gi honnør til næringen for godt arbeid.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti vil trekke frem at veksten har kommet på tross av heller enn på grunn av Høyre- og Fremskrittspartiregjerings politik.

Disse medlemmer viser til at der regjeringen Stoltenberg II satset aktivt på reiselivet som en vekstnæring, har Høyre og Fremskrittspartiet kommet med markedsføringskutt og uforutsigbare endringer i rammebetingelser som en plutselig innføring av moms på overnatting og en flyseteavgift. Disse medlemmer mener regjeringen burde benyttet anledningen med gunstig valutakurs og lav rente til å gi reiselivsnæringen et løft og framfor alt bidratt til flere helårs arbeidsplasser i hele landet.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Fremskrittspartiet viser til at regjeringen har gjennomført betydelige verdiskapende skattelettelser og satset på forskning, innovasjon og samferdsel. Dette er en aktiv næringspolitikk som også kommer reiselivet til gode. Ikke minst har regjeringens fjerning av arveavgiften og reduksjon i formuesskatten vært av stor betydning for svært mange reiselivsbedrifter. Disse medlemmer viser også til at reiselivet har opplevd solid vekst og flere rekordår i denne regjeringsperioden, noe som viser at regjeringens politikk har virket etter intensjonen og gitt denne næringen gode rammebetingelser.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti viser til at regjeringen Stoltenberg II førte en aktiv reiselivspolitik som ga et viktig bidrag til den veksten som nå sees i næringen. Stoltenberg II la frem den nasjonale strategien for reiselivsnæringen, «Verdifulle opplevelser», i desember 2007. Man styrket den internasjonale markedsføringen av Norge som reiselivsmål og innførte en frivillig sertifiseringsordning for bedrifter som ønsker å markedsføre seg som en del av den norske merkevaren. I april 2012 ble det lagt fram en ny og revidert reiselivsstrategi; «Destinasjon Norge», som ble utarbeidet i tett samarbeid med næringen og blant annet la opp til en restrukturering av destinasjonsselskapene for å styrke samarbeidet og øke produktiviteten i næringen.

Disse medlemmer viser til regjeringen Stoltenberg IIs langsiktige satsing på å bygge Norge som reisemål, hvor bevilgninger til markedsføring av Norge som reisemål økte fra 100 mill. kroner i 2005 til 270 mill. kroner i 2014. Disse medlemmer viser til følgende i Meld. St. 19 (2016–2017) side 5:

«Den positive utviklingen kan også knyttes til et langsiktig profileringsarbeid av Norge som reisemål.»

Disse medlemmer er derfor kritiske til at Høyre- og Fremskrittspartiregjeringen har ønsket å kutte i denne ordningen, som heller bør styrkes.

Komiteens flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Kristelig Folkeparti, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti, mener profileringsarbeidet bør sikte på å bidra til helårsaktivitet og bør omfavne mulighetene som ligger i digital markedsføring.

Komiteen viser til at trygg økonomisk styring og en stabil kronekurs er viktig for å gi langsiktighet til næringslivet. Lav kronekurs har vært gunstig for utenlandske turister i Norge og har vært en viktig faktor for veksten i utenlandske gjestedøgn.

Komiteen legger til grunn at målet for reiselivspolitikken bør være å utvikle en høyproduktiv og kunnskapsbasert næring der det blir flere helårsarbeidsplasser og mer solide bedrifter over hele landet. Regjeringen løfter i meldingen frem økt verdiskaping og lønnsomhet som sentrale mål.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti savner en klarere målsetting om flere helårsarbeidsplasser, særlig i en tid hvor det nesten ikke skapes arbeidsplasser i privat sektor.

Disse medlemmer har merket seg at Innovasjon Norge har lagt frem utkast til en handlingsplan, med hovedmål om at «antall verdiskapere i reiselivet skal øke». Disse medlemmer vil understreke at Innovasjon Norges markedsføringsarbeid må ta inn over seg et mål om flere helårsarbeidsplasser, og fremmer derfor følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen vektlegge målsettingen om flere helårsarbeidsplasser i Innovasjon Norges markedsføringsarbeid.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet viser til at reisemål på det sentrale Østlandet også bidrar til verdiskapingen innen reiselivet. Dette er reisemål som i stor grad skiller seg fra resten av landet, og som derfor henviser seg til andre grupper i turistmarkedet.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti viser videre til at reiselivsmeldingen også mangler en strategi for konferanser og kongresser.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet mener det vil være viktig å profilere også denne typen turistmål i Norges-reklamen, knyttet til urbane opplevelser med kultur, attraksjoner og kunnskapsmiljøer, for bedre å utnytte mulighetene i denne delen av turistmarkedet.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Fremskrittspartiet viser til at i vår regjeringsperiode har det blitt skapt jobber hvert år, til tross for det største oljeprisfallet på 30 år. Ifølge Statistisk sentralbyrå var det 47 000 færre sysselsatte knyttet til petroleumsnæringen i 2016 enn i 2013. Samtidig viser beregninger fra Finansdepartementet at det er blitt om lag 60 000 flere sysselsatte i andre jobber i privat sektor og 26 000 flere sysselsatte i offentlig sektor.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, vil etablere et helhetlig system for destinasjonsutvikling, herunder velfungerende destinasjonsselskaper, økt forskning og økt samarbeid mellom næringsaktører. Det må knyttes tettere bånd mellom kulturliv, matprodusenter og reiseliv gjennom kompetanseutvikling, markedsføring og samarbeid om destinasjoner.

Komiteens medlemmer fra Venstre og Sosialistisk Venstreparti ber regjeringen komme med en egen melding om urørt natur, der forvaltningen av naturen ses i sammenheng med energitilbygging, landbruk og naturen som verdiskaper.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Sosialistisk Venstreparti, peker på den muligheten som finnes i å utvikle og drive turisme i vernede områder, og mener at utnyttelsesverdien både uberørt og tilrettelagt natur kan ha for næringsvirksomhet og verdiskaping i distriktene, må vurderes.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, mener det bør utarbeides en strategi for å ivareta og tilrettelegge natur og utmark som reiselivsprodukt. Samferdsels- og energitilbygging og andre større infrastrukturtiltak må ses i sammenheng med natur- og reiselivsverdier.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser til at destinasjonsselskapene har en viktig rolle når det gjelder å organisere og legge til rette for turistene, å være sparringspartner innen utvikling og å drive turistinformasjon. Destinasjonsselskapene legger også til rette for bruk av fellesgoder som både turister og lokalbefolkning nyter godt av. Det gjelder spesielt rundt de naturbaserte attraksjonene og i verdensarvområdene, der vertskapsrollen kan være litt mer tilfeldig.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Ven-

streparti mener destinasjonsselskapene i større grad bør finansieres over offentlige budsjetter.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti, peker på viktigheten av at næringen selv er i førerretet for utvikling av næringens produkter og destinasjoner. Flertallet mener derfor det er viktig at destinasjonsselskapene i størst mulig grad er drevet med et næringsperspektiv, og at de derfor i størst mulig grad bør eies og finansieres av næringen selv. Flertallet peker på at reiselivets aktører, herunder destinasjonsselskapene, står fritt til å søke virkemiddelapparatet om støtte til gjennomføring av utviklingsprosjekter.

Komiteen mener det skal være et mål både å øke antall sysselsatte i næringen, men ikke minst øke verdiskapingen i næringen. Komiteen støtter målene om høyere verdiskaping og økt lønnsomhet innenfor bærekraftige rammer.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Sosialistisk Venstreparti, viser til at reiselivsnæringen har hatt en betydelig oppgang i antall utenlandske besøkende. Dette skyldes både arbeidet som er gjort med profilering av Norge som ferieland, utvikling av gode reiselivsprodukt og ikke minst en gunstig kronekurs. Flertallet mener det er behov for at reiselivet utvikles på en måte som reduserer sårbarheten ved endring i valutakurs eller svikt i enkeltmarkeder.

2.2 Reiselinivnæringen

Komiteen er stolt over Norges reiselivsnæring og alle de flotte reisemålene vi har. Norge er et langstrakt land med både fjellregioner, kyst og levende byer. Komiteen viser til at Norge er et populært reisemål hvor turistene kommer for å oppleve storslått natur med fjorder og fjell, midnattssol eller nordlys i nord og mange andre vakre og interessante reisemål over hele landet. Komiteen viser til at reiselivsnæringen er god på å utnytte mulighetene dette gir. Komiteen vil peke på at det også er mange nordmenn som bruker Norge som feriested.

Komiteen mener at reiselivsnæringen også er viktig fordi denne rekrutterer arbeidstakere bredt og med ulike kompetanse. Komiteen viser til at reiselivet gir mulighet til unge og personer som kan ha utfordringer med å få jobb i andre yrker, som mennesker med kort oppholdstid i Norge.

Komiteen mener dette gjør det viktig at reiselivsnæringen bidrar til anstendige arbeidsvilkår. Samtidig er det viktig at ansatte i næringen har gode muligheter til kvalifisering og kompetansehevede tiltak.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, viser til at for veldig mange unge er en jobb innen reiseliv det første møte med arbeidslivet, og at norsk reiseliv også er en viktig integreringsnæring med en høy andel ansatte med utenlandsk bakgrunn. Flertallet viser til SSBs arbeidskraftsundersøkelse fra 2016 som viser at 33 pst. av de ansatte i overnattings- og serveringsbransjen var under 24 år og 44 pst. hadde utenlandsk bakgrunn.

Flertallet mener at vekstpotensialet i næringen vil kunne gi grunnlag for arbeid til flere i disse gruppene, og at næringen er og vil være en viktig bidragsyter når det gjelder integrering av personer med innvandrerbakgrunn i Norge og i arbeidsmarkedet.

Komiteen slutter seg til regjeringens beskrivelse av reiselivsnæringen og aktørene i norsk reiseliv. Komiteen registrerer at reiselivet i hovedsak består av mange små bedrifter. Det er viktig at det legges til rette for at det kan skje kompetanseheving i alle bedriftene som jobber innenfor reiseliv. Markedsføring og produktutvikling er viktige bidrag for å få mindre sesongvariasjoner og sikre flere helårs arbeidsplasser i næringen.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti vil styrke reiselivsnæringen og mener det bør legges noen føringer for at det blir en næring som kommer samfunnet best mulig til gode. Reiselivet bør bidra til lokal verdiskaping, være ryddig med tanke på skatt og lønns- og arbeidsvilkår og ta vare på naturen.

Komiteens medlemmer fra Venstre og Sosialistisk Venstreparti mener det finnes former for turisme som bidrar relativt lite til lokal verdiskaping. Disse medlemmer vil derfor legge til rette for vekst i den delen av reiselivsnæringen som bidrar mest til lokal sysselsetting, gjennom samhandling og handel med lokalsamfunn over hele landet.

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Venstre og Sosialistisk Venstreparti mener at reiselivsnæringen må ta vare på naturen og bidra til å redusere klimagassutslippene.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti mener det bør satses spesielt på kortreiste turister.

2.3 De ulike bransjene

Komiteen mener meldingen i hovedtrekk gir en god beskrivelse av aktørene i det norske reiselivs-markedet.

Komiteen mener det er viktig at drosjenærings betydning for et velfungerende reiseliv blir tatt med som et element i regjeringens videre arbeid med transportdelen av reiselivspolitikken.

Komiteen viser til at turoperatører og ferdigpakkede reiser har hatt en mer sentral rolle i salget av Norge som reisemål enn man antok for kun få år siden. En viktig grunn til dette er at den største turistveksten til Norge kommer fra oversjøiske markeder som, i motsetning til våre nære markeder, er svært turoperatørbaserte. En annen årsak er fremveksten av nisjer, spesialiserte tilbud og skreddersøm av reiser for små grupper og individuelt reisende.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Arbeiderpartiet, viser til at norske incoming-operatorer selger norgesreiser til agenter i utlandet, og flere av aktørene har egne selgere og agentnett i utlandet med et omfattende kontaktnett av blant annet turoperatører og reisebyråer. Denne delen av verdikjeden representerer en unik kompetanse om salg som bør utnyttes når reisemålsselskapene definerer roller innen salg og markedsføring av Norge.

Komiteens medlemmer fra Venstre og Sosialistisk Venstreparti påpeker at transportveksten først og fremst bør skje innenfor kollektivtransport.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Arbeiderpartiet, mener at leiebilmarkedet er viktig som et supplement til kollektivtransport. Flertallet mener at leiebilene er viktige for å gjøre opplevelsproduktene ute i distriktene tilgjengelige.

Videre mener et annet flertall, alle unntatt medlemmene fra Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti, at det er grunn til å se nærmere på prinsippene for turvognløyve og mulighetene til å bruke transportmidler i guiding og lokal transport til opplevelser med mer. Dette flertallet mener det kan være muligheter til vekst i dette markedet, men at en slik utvikling må skje i dialog med fylkeskommunene som løyvmyndighet og drosjenæringen på de ulike stedene der det er aktuelt å utvikle slike produkter.

Komiteens medlem fra Venstre viser til at meldingen utelater varehandel som en del av reiselivet på grunn av at det er vanskelig å skille ut reiselivsaktørenes andel av omsetningen. Dette medlem mener man i større grad burde ha kunnskap om reiselivets betydning for varehandel. Dette

medlem antar at reiselivet betyr mye på typiske reiselivsdestinasjoner, og ber regjeringen om å undersøke sammenhengene mellom reiseliv og varehandel ytterligere. Dette medlem mener slik kunnskap kan være til hjelp for å få virksomheter som tradisjonelt ikke regnes som reiselivsbedrifter, til å delta i utviklingen av ulike reisemål.

2.4 Offentlige støttespillere

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, vil styrke Innovasjon Norges arbeid med å profilere norsk reiseliv, blant annet ved utenlandskontorene.

Flertallet mener man bør etablere et tydeligere samarbeid mellom destinasjonsselskap, landsdels-selskap og Innovasjon Norge nasjonalt på produkt- og destinasjonsutvikling.

Flertallet vil at det skal legges til rette for bedre samhandling mellom ulike offentlige instanser som har innvirkning på utviklingen av reiselivet.

Flertallet viser til at utenlandskontorene til Innovasjon Norge og annet norsk apparat i utlandet i tillegg til profilerings- og markedsføringsarbeidet kan bidra med nyttig kunnskapsoppdatering og overvåking av trender blant viktige turistgrupper i utlandet. Flertallet mener at innhenting av slik informasjon bør være en del av vårt uteapparats oppdrag, slik at norsk reiseliv er godt oppdatert på hvilke trender som finnes og som kommer, og hva utenlandske turister forventer og ønsker seg.

Flertallet mener at det offentlige må ta en aktiv rolle for å utvikle og koordinere alle deler av reiselivsnæringen. Innovasjon Norge må ha en lederrolle i å bidra med finansiering, nettverk, kompetanse og profilering. Flertallet vil også understreke at fylkeskommunene og kommunene har en helt sentral rolle i arbeidet med å legge til rette for reiselivet og ikke minst sikre at næringen utvikles på en bærekraftig måte.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Fremskrittspartiet peker for øvrig på at Innovasjon Norge er organisert som et særlovselskap med dertil hørende styringsprinsipper. Under en slik styringsform er det selskapets styre som foretar beslutninger om selskapets drift og organisering, herunder i hvilken grad selskapets utenlandskontorer skal involveres i de enkelte oppgavene selskapet utfører.

Disse medlemmer peker på viktigheten av at næringen selv er i førersetet for utvikling av næringens produkter og destinasjoner. Disse medlemmer mener derfor det er viktig at destinasjonsselskapene i størst mulig grad er drevet med et næringsperspektiv, og at de derfor i størst mulig grad bør eies og finansieres av næringen selv. Disse medlemmer peker på at reiselivets aktører, herunder destinasjons-

selskapene, står fritt til å søke virkemiddelapparatet om støtte til gjennomføring av utviklingsprosjekter.

2.5 Trender og potensial

Komiteen viser til at levende distrikter og spredt bosetting er et fortrinn for norsk reiseliv. Samtidig er en sterk reiselivsnæring et viktig bidrag for å fortsatt sikre verdiskaping og bosetting i hele landet.

2.6 Bærekraft

Komiteen mener det er viktig å legge til rette for et bærekraftig reiseliv. Komiteen mener dette kan gjøres ved blant annet å legge prinsippene fra regjeringens rapport om «Grønn konkurransekraft» til grunn ved utvikling av reiselivet.

Komiteen viser til at mange populære reise-mål opplever utfordringer knyttet til belastning på natur og infrastruktur som ikke er dimensjonert for et så høyt antall besøkende.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser til at det er stort press på de mest populære naturattraksjonene. Disse medlemmer mener derfor det bør utarbeides en strategi for sideattraksjoner for å dempe belastningen og tilby opplevelser av høy kvalitet også når tilstrømningen er høy.

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti viser til at ordningen med Nasjonale turstier i denne sammenheng er viktig for å spre kunnskap om ulike reisemål og dermed lede besøkende til andre vakre områder å besøke.

Komiteen er tilfreds med at ordningen med Nasjonale turstier nå er etablert, og mener den også bør styrkes ytterligere.

Norge bygger en stor del av sin næringsutvikling når det gjelder reiseliv på naturressurser. Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Venstre og Sosialistisk Venstreparti mener derfor at det i noen tilfeller kan være viktig med vern og forvaltning fremfor vekst. I enkelte tilfeller kan det oppstå konflikt mellom reiselivsnæringen og andre samfunnsnyttige mål.

Komiteens medlemmer fra Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser til at et eksempel er utbygging av Tolga kraftverk. Der har regjeringen i april 2017 gitt tillatelse til utbygging av det alternativet som er det mest skadelige for fisket og særlig fisketurismen. Disse medlemmer me-

ner naturverdiene som reiselivet baserer sin virksomhet på, må tillegges større vekt i slike saker.

Komiteen viser til viktigheten av at hele reiselivet er høringspart i nasjonale utbyggingssaker der grunnlaget for reiselivet kan være truet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, mener villaksen er en viktig symbolart for frisk og sunn vassdragsnatur. Den er viktig i norsk fangstkultur generelt og samisk fangstkultur spesielt. Den er også viktig som opphav til oppdrettslaks, og den bidro til å trekke de første turistene til landet. Stifting av et landsdekkende norsk villakssenter som samhandlingsarena for bedre forvaltning av villaks, med enheter i Tana, Namsos, Lærdal og Agder, slik Stortinget ba regjeringen om i 2016, er et sentralt element. I likhet med villreinsentrene vil dette over tid kunne tilføre reiselivsnæringen kompetanse og gi turister nye opplevelser knyttet til villaksen. Slike formidlingsarenaer for natur er viktig. Også andre typer attraksjoner som ikke er direkte naturbaserte, som ulike underholdningsparker og -anlegg, er sentrale som bidragsytere til å gjøre reiselivet attraktivt i Norge.

Flertallet vil bygge videre på Norges sterke posisjon som grønt og bærekraftig reisemål ved å satse mer på økoturisme.

Komiteen viser til rapporten Sjøfartsdirektoratet har utarbeidet på vegne av Klima- og miljødirektoratet om forurensningssituasjonen i norske fjorder, og imøteser videre oppfølging av denne.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, viser til at FN har utpekt 2017 som året for bærekraftig reiseliv. Flertallet viser til at regjeringen redegjør for hvordan reiselivet er avhengig av bærekraftig utnyttelse av natur, ressurser, kulturarv og lokalsamfunn i meldingen. Flertallet mener at reiselivsnæringen selv har interesse av å være bærekraftig og mer miljøvennlig, da dette er en økende forventning fra reisende. Flertallet peker på at norsk reiselivsnæring allerede er god på dette.

Flertallet vil vise til at et viktig tiltak for å få et mer bærekraftig reiseliv er å utvide sesongene for turisme. Vi må bli bedre på å utnytte mulighetene og særtrekkene ved de ulike årstidene og sesongene Norge har, slik vi blant annet ser skje i Nord-Norge, hvor det ikke lenger bare er midnattssolturisme på sommeren, men også mørketids- og nordlysturisme på vinteren. Flertallet vil understreke at dette er svært viktig for bærekraften i næringen, da man i dag opplever at det ikke er mer kapasitet i de etablerte se-

songene, og at det blir for stor slitasje på naturen på de mest populære reisemålene. Flertallet mener at det må legges til rette for at sesongene utvides.

Komiteen viser til at reiselivsnæringen også må bli mer bærekraftig for ansatte i næringen. I dag er næringen preget av sesongarbeid, noe som kan være krevende for ansatte. Komiteen mener at en utvidelse av sesongene vil være viktig også i dette perspektivet, da det vil gi bidra til å gi flere helårsarbeidsplasser og dermed en mer stabil arbeidssituasjon for ansatte i næringen.

Komiteen fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utarbeide en strategi for utvidelse av reiselivsnæringens sesong i samarbeid med reiselivsnæringen.»

Komiteens medlemmer fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre peker på at en god måte for reiselivet å kunne håndtere utfordringene knyttet til sesongsvingninger generelt på, og behov for arbeidskraft i skuldersesonger spesielt, er å legge til rette for et mest mulig fleksibelt arbeidsmarked. Disse medlemmer viser i den sammenheng til at regjeringen har gjennomført endringer i arbeidsmiljøloven som har kommet reiselivsnæringens behov i møte. Disse medlemmer er klar over at reiselivet, og særlig reiselivsbedrifter i distrikter med store sesongvariasjoner, fortsatt har utfordringer knyttet til å opprettholde helårsarbeidsplasser og stabil arbeidskraft. Disse medlemmer peker på at en mer fleksibel turnusordning knyttet til arbeidstakere i reiselivet kan være en smidig måte å imøtekomme dette behovet på. En slik løsning kan etter disse medlemmers vurdering også bidra til å øke den faste bosettingen i reiselivsdestinasjoner med betydelige sesongsvingninger.

2.6.1 Fremtidig potensial

Komiteen vil støtte opp om en infrastruktur som styrker tilgjengeligheten til attraksjoner og aktiviteter. Et nasjonalt kvalitetssystem vil bidra til dette.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti, peker på viktigheten av at næringen selv er i førersetet for utviklingen av næringens produkter og destinasjoner. Dette kan også omfatte kvalitetssystemer knyttet til næringens tjenester og produkter, systemer som ventelig bør få stor oppslutning når næringens aktører selv utvikler dem. Flertallet er derfor av den oppfatning at næringen selv bør ta ansvar for utvikling av kvalitetssystemer.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Fremskrittspartiet viser til at det under regjeringen Stoltenberg II ble satt i gang et arbeid med å utvikle en nasjonal stjernemerlingsordning som kvalitetssystem for norske hoteller. Erfaringene fra dette arbeidet, som endte med at prosjektet ble skrinlagt, bygger etter disse medlemmers syn opp under viktigheten av at utviklingen av slike systemer er styrt av næringen selv.

Komiteen peker på utfordringene noen av våre destinasjoner har vedrørende å ivareta beredskap og sikkerhet når antallet turister øker kraftig. Komiteen ber om at dette feltet gis særlig oppmerksomhet, og at regjeringen i fellesskap med frivillige organisasjoner finner løsninger for fremtiden.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Venstre viser til at økte turiststrømmer har gitt økt antall redningsaksjoner ved viktige attraksjoner. Eksempelvis hadde Røde Kors 194 aksjoner sommeren 2014 og 387 aksjoner sommeren 2016. Disse medlemmer viser til at de frivillige redningsressursene er viktige aktører i det lokale beredskapsarbeidet, og ser med bekymring på advarslene fra de frivillige beredskapsressursene om begrenset kapasitet. Disse medlemmer vil derfor styrke de frivillige beredskapsressursene.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, viser til Røde Kors' innspill på høringen, hvor det ble vist til at det var uklart hvem som har ansvar for å forebygge redningsaksjoner. Etter flertallets oppfatning bør regjeringen avklare dette.

Komiteen har registrert at Stortinget har vedtatt faste overføringer gjennom spillmeldingen til de frivillige organisasjonene som bidrar i dette arbeidet, og støtter opp om det.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, viser til at det ved enkelte naturattraksjoner er en betydelig oppgave for den lokale redningstjenesten å ivareta beredskapen. Flertallet mener at staten må bidra med finansiering av beredskap knyttet til denne typen turistmål.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Kristelig Folkeparti, Senterpartiet og Venstre viser til at Nasjonale turistveger er en viktig reiselivssatsing der det er lagt ned store økonomiske ressurser. Denne satsingen må videreføres, og de utpekte strekningene må sluttføres med samme høye kvalitet som gjennomførte projek-

ter. Disse medlemmer mener også at det må foretas en oppdatering av hvilke strekninger som skal være en del av satsingen.

2.7 By, kultur og natur – ressurser for reiselivet

Komiteen har merket seg at natur og kultur er kjernen i det norske reiselivsproduktet. Komiteen merker seg at reiselivsnæringer knyttet til jakt og fiske er viet plass i meldingen. Dette er næringer som krever en aktiv bærekraftig forvaltning av naturressurser, og komiteen mener det er positivt at reiselivet tar sikte på å videreutvikle slike produkter basert på naturopplevelser som har lange tradisjoner i Norge.

Komiteens medlemmer fra Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser til at noe av det beste med Norge er naturen. Naturen og kulturlandskapet er med på å gjøre Norge til et vakkert land å besøke. Vernepolitikk sikrer at naturverdiene ikke ødelegges. Det er gjennom vernepolitikken vi sikrer at vi har noe å vise fram, noe å gå på tur i. Det handler om naturreservater, nasjonalparker, vassdragsvern og bymarker. Og det er gjennom politisk regulering vi kan sikre at vår naturopplevelse ikke går på bekostning av andres, for eksempel gjennom å hindre frislipp av motorferdsel i utmark.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti er bekymret for at regjeringen går i feil retning i vernespørsmål.

I 2009 fikk den rød-grønne regjeringen gjennomslag for loven om Oslomarka. Dette er en lov som er med på å sikre et enormt viktig friluftsområde nær folk. Dette medlem ønsker en slik beskyttelse også av andre bymarker. Vi har vært gode til å verne natur langt fra folk, men vi må være flinkere til å ta vare på hverdagsnaturen vår.

Komiteen viser til at allemannsretten gir oss rett til å være i naturen uavhengig av hvem som eier grunnen. Alle mennesker har muligheter til ferdsel, høsting og opplevelse. Denne retten er et unikt gode, og den er sosialt utjevne. Allemannsretten gjør at storslåtte naturopplevelser er gratis.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti viser til at Sosialistisk Venstreparti har fremmet forslag om å grunnlovfeste allemannsretten.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet viser til at siden naturen er grunnlag for alt menneskelig liv, må naturgrunnlaget forvaltes på sine egne premisser og med sikte på bevaring for etterslekten.

Disse medlemmer viser til at plikten til å sørge for et slikt vern allerede er fastsatt i Grunnloven § 112 og har stor betydning også i relasjon til allemannsretten. Samtidig vil grunnlovsfesting av allemannsretten innebære at alle lov- og forvaltningsvedtak må ta tilbørlig hensyn til grunnlovsbestemmelsen og ligge innenfor de rettslige grensene den setter. Disse medlemmer vil derfor grunnlovsfeste allemannsretten.

Når det gjelder kulturopplevelser, mener komiteen at det er svært positivt at dette får en større plass når det gjelder å se dette som en ressurs for reiselivet. For at kulturlivet fortsatt skal kunne være en driver for reiselivet, mener komiteen det er viktig at det finnes kulturell infrastruktur i form av for eksempel utstyr og bygninger over hele landet. Komiteen mener også det bør legges til rette for ildsjeler/frivillige og andre aktører som er nødvendige for at kulturelle arrangement og idrettsarrangement skal finne sted over hele landet. En nasjonal arrangementsstrategi kan være positivt for å utvikle denne delen av reiselivsnæringen.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, vil etablere en nasjonal godkjenningsordning for lokal- og region guider, turledere og fjellførere. Dette vil være et steg i riktig retning for å øke kvaliteten for turister samt få ned ulykker og utrykninger i forbindelse med mer organisert turgåing.

Komiteen mener det må være frivillig å benytte seg av en slik ordning.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Fremskrittspartiet peker på viktigheten av at næringen selv er i førersetet for utvikling av næringens produkter og destinasjoner. Dette kan også omfatte kvalitetssystemer knyttet til næringens tjenester og produkter, systemer som ventelig bør få stor oppslutning når næringens aktører selv utvikler dem. Disse medlemmer er derfor av den oppfatning at næringen selv bør ta ansvar for utvikling av kvalitetssystemer.

Komiteen viser til at vi også har mange kulturelle og religiøse turistmål, som pilegrimsleden til Nidaros. Komiteen viser til at regjeringen i meldingen er opptatt av å se på kultur som en ressurs for reiselivet, og støtter dette. Komiteen støtter også regjeringens forslag om en egen strategi for kultur og reiseliv.

Komiteen vil understreke at fortsatt utvikling og tilrettelegging for lokal produksjon av mat og drikke er viktig for reiselivet, da flere og flere besø-

kende ønsker å spise og drikke lokalt produserte varer. Komiteen viser til at Hurtigrutens konsept «Norway's Coastal Kitchen» er et godt eksempel på hvordan man kan gi besøkende matopplevelser basert på norske råvarer og mattradisjoner.

Komiteen viser til at det ligger et stort potensial i møte-, konferanse- og kongressmarkedet. Komiteen viser også til at det ligger et stort potensial i arrangementsturisme. Komiteen er positiv til at Innovasjon Norge i samarbeid med byene skal utvikle en nasjonal arrangementsstrategi i samarbeid med byene. Komiteen mener en slik strategi også bør omfatte møte-, konferanse- og kongressmarkedet. Strategien bør ikke begrenses til byer, men ha hele Norge som mål.

Komiteen mener det er viktig å stimulere til et aktivt kulturliv. Spel, teater, konserter, festivaler og andre kulturarrangement, inkludert kulturminner og markeds plasser, bør ses på som drivere for reiselivet. Det bør legges til rette for god dialog mellom kultur- og reiselivsaktører. Det samme gjelder mellom idrett og reiseliv.

2.7.1 Bærekraftig bruk av kulturminner

Komiteen mener det er positivt at det for 2017 ble bevilget 7,5 mill. kroner til Nasjonale turstier, og mener at ordningen bør utvides. Komiteen mener slik tilrettelegging også er viktig for å koble det enkle friluftslivet, representert ved for eksempel Den Norske Turistforening (DNT) og reiselivsnæringen.

Ved utvidelse av ordningen med Nasjonale turstier kan det være mulig å hente inspirasjon fra ordningen med Nasjonale turistveger der også kulturminner gis oppmerksomhet. I ordningen med Nasjonale turistveger er det gjort betydelige forbedringer i viktig infrastruktur for reiselivet. Komiteen mener at også ordningen med Nasjonale turistveger bør utvides.

Komiteen har merket seg at verdensarvområdene som fyrstårn skal håndtere turisme etter beste praksis internasjonalt og være gode eksempler for andre kultur- og naturdestinasjoner. Komiteen har også merket seg at Norge gjennom verdensarvkonvensjonen har tatt på seg en internasjonal forpliktelse for verdensarvområdene.

Komiteen vil påpeke at verdensarvstedene må settes i stand til forvaltning, istandsetting og vedlikehold, slik at verdiene ikke forringes. Komiteen vil også understreke viktigheten av at verdensarvsentrene er i stand til å kunne drive kunnskapsutvikling og formidling på internasjonalt høyt nivå.

Komiteen er tilfreds med at det jobbes for å etablere verdensarvsentre ved alle de norske verdensarvområdene.

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser til verdensarvområdene som en viktig ressurs i reiselivsutvikling. Disse medlemmer vil ha en strategi for utvikling av reiseliv, landbruk og produktutvikling i verdensarvområdene. Dette gjelder Vegaøyen på Helgelandskysten og vestnorsk fjordlandskap, som består av to delområder, Geirangerfjordområdet og Nærøyfjordområdet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, viser til at det er et stort vedlikeholdsetterlep på nasjonale kulturminner i Norge. Vedlikehold av kulturminner er viktig både for å bevare viktige deler av vår kulturarv og for å tilrettelegge for å trekke flere turister og reisende til kulturminnene. Flertallet mener kulturminnefeltet trenger mer oppmerksomhet, og at tiden er inne for et eget løft som vil sørge for at etterslepet på vedlikehold blir tatt igjen.

Flertallet fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede og legge frem en plan for Stortinget for hvordan vedlikeholdsetterlepet på kulturminner i Norge kan tas igjen.»

2.8 Utmark, landbrukets ressurser, vernede naturområder

Komiteen mener det norske landbruket er en ressurs for reiselivet. Reiselivet er også en ressurs for landbruket. Komiteen mener at også reindrift bør kunne ha interesse i reiselivssammenheng, som et tillegg til øvrige samiske reiselivsprodukter.

2.9 Kystbaserte reiselivsopplevelser

Komiteen mener forvaltningen av turistfiske i sjø må være bærekraftig. Det er derfor viktig at man har mer kunnskap om de bestandsmessige konsekvensene av turistfiske.

2.10 Sentrale tema – generelle rammebetingelser

Komiteen mener det er viktig for videre utvikling av reiselivet i Norge at dette gjøres på en bærekraftig måte, der hensyn til natur og lokalmiljø veier tungt. Komiteen mener det er positivt at meldingen har listet ti prinsipper for et bærekraftig reiseliv.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, mener videre det bør vurderes om merkeordningen for bærekraftige reisemål bør utvikles videre.

2.10.1 Generelle rammebetingelser

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti, er positive til regjeringens forslag om verdsettelsesrabatt i formuesskatten på norskeidde hoteller og overnattingssteder og mener dette vil være et viktig bidrag til vekst og utvikling for reiselivsnæringen over hele landet.

Flertallet mener det er viktig at den er utformet på en måte som ikke bidrar til komplisert administrasjon for de næringsdrivende eller forvaltningen.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti har liten tro på at skattekutt er riktig tiltak for å styrke reiselivsnæringa. Dette medlem mener det er mer treffsikkert å redusere momsen på reiseliv. Regjeringens økning av momsen på reiseliv har alvorlige konsekvenser for næringa.

Komiteen har merket seg at reiselivsnæringen berøres av hele 18 ulike tilsyn. Komiteen er positiv til forenklinger, der det legges vekt på veiledning overfor de næringsdrivende og en større grad av samordning når det gjelder tilsynspraksis.

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti mener det fortsatt gjenstår et betydelig arbeid med forenkling. Regjeringen varsler i meldingen at den vil vurdere eventuelle tiltak.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Kristelig Folkeparti, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti mener dette er for defensivt, og mener det må være et klart mål at tilsyn skal koordineres langt bedre enn i dag. Dette vil både kunne gi mer effektive tilsyn og redusere tiden de næringsdrivende må bruke på tilsyn samlet sett.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet, Kristelig Folkeparti og Venstre, har merket seg at reiselivsnæringen har behov for utenlandsk arbeidskraft. Slik arbeidskraft kan få inntil 6 måneders arbeidstillatelse i Norge. Flere av disse arbeidstakerne trenger førerkort for å utføre jobben eller komme seg til og fra arbeidsstedet. Flertallet mener derfor ordningen med 3 måneders tillatelse til å bruke utenlandsk førerkort i Norge bør bli vurdert utvidet til å gjelde for 6 måneder, slik at det er samsvar mellom arbeidsoppholdets lengde og lengden man kan benytte sitt eget førerkort.

Flertallet ber regjeringen utrede om ordningen bør utvides.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti mener reiselivsmeldingen ikke er egnet for å behandle denne problemstillingen.

Komiteen mener utviklingen av ny teknologi og digitalisering kan by på muligheter for reiselivet. Komiteen mener det er viktig at det finnes en oversikt over utviklingen av digitale produkter og hvordan disse påvirker salg og prispraksis i det norske markedet. Videre mener komiteen at digitaliseringen gir muligheter for forenklinger, blant annet når det gjelder standardisering og tilgjengeliggjøring av kommunale og statlige søknadsskjema. Komiteen mener slike skjema i hovedsak bør standardiseres.

Komiteen viser til at reiselivet består av mange små bedrifter som må forholde seg til mange offentlige etater og tilsyn. Digitaliseringen av dialog og rapportering til det offentlige må øke i tempo. I dag legges mye av rapporteringsbyrden på reiselivet selv, som også må rapportere den samme informasjonen flere ganger til ulike mottakere. Dette strider mot prinsippet om at informasjon bør rapporteres «kun én gang». Prinsippet skal og bør ligge til grunn for offentlig informasjonsforvaltning, særlig med de digitale mulighetene som finnes i dag. Komiteen viser til Estland, hvor hovedregelen er at innbygger og bedrift bare rapporterer samme informasjon én gang, og at tidligere rapportert informasjon kommuniseres automatisk mellom offentlige etater. Komiteen viser videre til Altinn som en fordel for næringslivet, ved at man kan forholde seg til all rapportering på ett sted og i samme brukergrensesnitt.

Komiteen fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen redusere rapporteringsbyrden for innbyggere og næringsliv og sikre etterlevelse av 'bare én gang'-prinsippet gjennom å legge frem en strategi for felles informasjonsforvaltning og økt maskin-til-maskin-kommunikasjon i offentlig sektor.»

Komiteen viser til at reiselivet omfattes av mange tilsyn, og er positiv til at regjeringen signaliserer vilje til å se på dette. Etter komiteens mening må kompetansen i tilsynene styrkes, samarbeidet mellom tilsynene økes og informasjonsflyten mellom tilsynene bedres.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser videre til

viktigheten av et seriøst og organisert arbeidsliv og savner dette perspektivet i reiselivsmeldingen.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Venstre viser til Representantforslag om Handlingsplan for et seriøst og organisert arbeidsliv, Dokument 8:111 S (2016–2017).

Komiteen vil ha en langt mer offensiv statlig satsing på utbygging av bredbånd og mobilnett. Når man vurderer dekningsgrad, må det ikke bare tas hensyn til hvor folk bor, men også hvor folk ferdes. Mest mulig av landarealet må ha tilgang på mobildekning.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser til at i 2015 kom det inn søknader om bredbåndsutbygging for 650 mill. kroner, mens regjeringen kun foreslo 50 mill. kroner. Disse medlemmer viser til disse partiers alternative budsjetter, hvor ambisjonsnivået er betydelig høyere.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, mener at alle som driver transport i Norge, må gjøre ruteinformasjon offentlig tilgjengelig. Dette vil kunne danne grunnlag for å utvikle flere tjenester som turister vil ha glede av. Det bør legges til rette for et mer effektivt ekspressbusstilbud.

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti viser til at Stortinget har besluttet og er i ferd med å stenge ned FM-nettet i Norge. Dette vil gjøre at mange som kommer til Norge med bil, ikke har tilgang til radio. Disse medlemmer mener at det er viktig at turister som kommer til Norge med bil, får informasjon om alternative måter å få tilgang til radio på.

Komiteen mener delingsøkonomien kan gi gode muligheter for norsk reiseliv, men forutsetter at inntekter og aktuell statistikk gjøres tilgjengelig for norske myndigheter.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Kristelig Folkeparti, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti er positive til aktører som bidrar til felleskapet og respekterer arbeidsrettigheter og norsk lovverk. Disse medlemmer understreker behovet for et rammeverk som sørger for at aktører i delingsøkonomien opererer innenfor lover, regler og den norske

modellen. Disse medlemmer vil ikke tillate utthuling av norsk lovverk, dårligere arbeidsforhold eller skattejuks og skatteomgåelser som følge av en utvikling av delingsøkonomien.

Komiteen mener gode samferdselsløsninger er viktig. Komiteen mener det bør jobbes videre med å få til gode ordninger for sammenhengende billett- og rutetidssystemer. Komiteen mener det bør vurderes om turisttrafikk skal vektlegges ved utlysning av anbud for buss- og fergeruter m.m. Komiteen mener effektive løsninger for passkontroll og bagasjehåndtering er viktig for smidig innreise til Norge.

Komiteen mener at ordningen med forenklet transfer må gjøres permanent og utvides til å gjelde andre norske lufthavner enn kun OSL.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti mener reiselivsnæringen må spille på lag med naturen. Dette medlem mener derfor det er fornuftig å stille miljøkrav til næringen, slik at den ikke ødelegger naturgrunnlaget den er avhengig av. Derfor vil Sosialistisk Venstreparti innføre krav om at alle cruiseskip som skal seile i norsk farvann, skal kunne motta landstrøm.

På denne bakgrunn fremmer dette medlem følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag for Stortinget om endring av havneloven for å fremme landstrømløsninger i norske havner.»

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, viser til at det er en utfordring vedrørende lokal forurensing fra cruisebåter, og at det må tilrettelegges for bruk av landstrøm for cruisebåter.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet viser til Arbeiderpartiets alternative budsjett, hvor det ble foreslått å prioritere etablering av landstrøm ved de største havneanløpene innenfor Enovas økte rammer og å åpne for differensiert havneavgift for å fremme landstrøm.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti viser til at cruiseturismen er økende langs kyst og fjord. Det er positivt at flere ønsker å oppleve norsk natur, men det bringer samtidig store miljøskadelige utslipp. Møreforsking publiserte i 2016 en analyse av klimautslippene til luft i Geirangerfjorden. Den antyder at CO₂-utslippene fra cruiseanløpene kan ligge på 13 000–14 000 tonn i året.

Dette medlem viser til Sjøfartsdirektoratets rapport fra 5. mai 2017, «Utslipp til luft og sjø fra

skipsfart i fjordområder med stor cruisetrafikk». Rapporten var en bestilling fra Klima- og miljødepartementet og konkluderte med at utslipp av forurensning til luft tidvis overstiger grensene for det som kan være helseskadelig. Det skjer spesielt i månedene juni, juli og august, da cruisetrafikken er størst. På bakgrunn av funnene foreslo Sjøfartsdirektoratet følgende tiltak:

- Krav om at skip skal ha rensesystemer som reduserer utslipp av NO_x.
- Kun tillate bruk av drivstoff med lavt svovelinnhold.
- Synlig utslipp av røyk fra skip skal oppfylle krav til gjennomskiktighet.
- Rapporteringskrav innføres for alle skip som går inn i verdensarvfjordene.
- Redusere antall skipsanløp totalt eller per dag/uke.
- Fastsette maksimal hastighet i definerte soner for å redusere drivstofforbruk og utslipp.
- Forbud mot utslipp av scrubbervann.
- Forbud mot utslipp av gråvann.
- Forbud mot utslipp av kloakk, urensset og renset.

Dette medlem ser frem til regjeringens oppfølging av dette arbeidet og viser videre til de positive erfaringene med tilsvarende tiltak fra Glacier Bay i Alaska, hvor alle cruiseaktører må tilfredsstille en rekke bærekraftskriterier for å kunne operere i området. Ved siden av bærekraftskrav kan krav til bruk av lokalt næringsliv og kompetanse være en god måte å både skåne miljøet mest mulig på og samtidig fremme lokale ringvirkninger av cruiseturismen.

2.10.2 Samordnet reisemålsutvikling

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, ser at det kan være problematisk å på en god måte finansiere de ulike fellesgodene som reiselivet er avhengig av.

Flertallet viser videre til at noen av de mest populære reisemålene i Norge ligger i distriktene, og at reiselivsnæringen er en svært viktig distriktsnæring. Flertallet viser til at en utfordring knyttet til dette er finansiering av fellesgoder og å legge til rette gjennom infrastruktur og nødvendige fasiliteter. Flertallet viser til at det allerede finnes mange frivillige løsninger på dette gjennom samarbeid mellom det offentlige, frivillige organisasjoner og næringen. Flertallet mener at det må legges til rette for flere slike ordninger, slik at finansieringen av fellesgoder kan fordeles. Flertallet viser til kommunenes mulighet til å kreve brukerbetaling for parkering og campingfasiliteter, men merker seg at det i områder med et høyt antall besøkende er behov for mye vedlikehold og økt tilrettelegging. Flertallet mener

det kan vurderes om det dermed trengs andre finansieringsformer som kan bidra til å fordele kostnadene.

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti, Venstre og Sosialistisk Venstreparti mener det bør vurderes om kommuner som ønsker det, selv skal kunne bestemme at fellesgoder skal finansieres i form av pålegg om lokal finansiering (kurtax).

Komiteens medlemmer fra Venstre og Sosialistisk Venstreparti ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med et forslag om hvordan en ordning med slik frivillig lokal finansiering (kurtax) kan utformes.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Senterpartiet, peker på mulighetene som i dag finnes for å finansiere fellesgodene som reiselivet er avhengig av, eksempelvis tilrettelegging av infrastruktur som parkering og toalett med betalingsfunksjon.

Flertallet vil ikke åpne for innføring av lokal turistiskatt og støtter regjeringens syn på dette punktet.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti har merket seg utfordringene flere lokalsamfunn har med store samtidige turistankomster. Disse medlemmer viser til høringen, der bl.a. ordføreren fra Flakstad i Lofoten fortalte om utfordringene som store mengder turister på én gang medfører, både i forhold til fasiliteter som adgang til toaletter, turstier, parkering etc. og slitasje på naturen. Disse medlemmer mener reiselivsmeldingen ikke tar disse problemene på alvor og ikke kommer med tilfredsstillende løsninger på problemene. Regjeringens store kutt i regionale utviklingsmidler og manglende vekst i kommunebudsjetter gir lokalsamfunn lite handlingsrom til å finne gode finansieringsformer for slike fellesgoder.

2.10.3 Mva. på salg av mat

Komiteens medlemmer fra Kristelig Folkeparti og Venstre mener det bør utredes å senke merverdiavgiftssatsen på salg av mat fra restauranter slik at restauranter og bensinstasjoner m.m. likestilles.

2.10.4 Kunnskap og kompetanse

Komiteen mener det er positivt at det utvikles ny kunnskap og utdanningsprogram for reiselivsnæringen. Komiteen mener forskningsbasert kunnskap må ligge til grunn for utviklingen av reiselivet. Komiteen mener likevel det er viktig å også legge

til rette for at den erfaringsbaserte og handlingsbaserte kunnskapen som mindre bedrifter har opparbeidet seg, vektlegges når politikken for utvikling av reiselivet skal utformes.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, mener forskningen om reiselivet bør styrkes. Det bør satses på å utvikle en nasjonal strategi for reiselivet, egne forskningsprogram og tilpassede forskningsvirkemidler, samt styrke innovasjonssystemet ved å utvikle kunnskapsformidlingskanaler.

Komiteen viser til at reiselivs- og tjenestebedrifter peker på at det er utfordrende å gjøre seg nytte av Forskningsrådets og Innovasjon Norges ordninger knyttet til forsknings- og omstillingsmidler. Komiteen mener at veiledningen til næringslivet må bli bedre og også tilpasses tjenestebedriftene slik at flere kan dra bedre nytte av midlene og øke kompetanse og forskning på dette feltet.

Komiteen viser til at regjeringen i meldingen retter lite fokus mot en av hovedutfordringene for fremtidens reiseliv, nemlig digitalisering. Komiteen viser til at aktører i Norge i dag er gode på digitale løsninger, at arbeidet med å legge til rette for økt digitalisering i alle sektorer er viktig, og at det i en næring som reiselivet, som skal tiltrekke seg internasjonale kunder, er særlig viktig å ha god digital kompetanse og digitale løsninger. Økt digitalisering vil gi nye muligheter for næringen. Komiteen viser til at det er enklere for mange av de store aktørene å ta i bruk nye løsninger og tilegne seg kompetanse på dette, men norsk reiselivsnæring har også svært mange små og mellomstore aktører som det må tilrettelegges bedre for. Komiteen peker på at Innovasjon Norge og de ulike landsdelsutvalgene spiller en viktig rolle i å bistå disse aktørene i dette spørsmålet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Fremskrittspartiet, mener at digitalisering er avgjørende for fremtidens reiseliv, og at dette må arbeides strategisk med.

Flertallet fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen sette i gang et arbeid for å sikre hele bredden av aktører i norsk reiseliv økt digital kompetanse.»

Flertallet peker på at utbygging av bredbånd og mobildekning er svært viktig for å bidra til digitalisering og gjøre det attraktivt både å bo og feriere i Norge. Flertallet vil ha en kraftigere offentlig innsats for å sikre en større del av landarealet dekning.

3. Forslag fra mindretall

Forslag fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti:

Forslag 1

Stortinget ber regjeringen vektlegge målsettingen om flere helårsarbeidsplasser i Innovasjon Norges markedsføringsarbeid.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti:

Forslag 2

Stortinget ber regjeringen fremme forslag for Stortinget om endring av havneloven for å fremme landstrømløsninger i norske havner.

4. Komiteens tilråding

Komiteens tilråding I og II fremmes av en samlet komité.

Komiteens tilråding III og IV fremmes av komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Kristelig Folkeparti, Senterpartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti.

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til meldingen og rå Stortinget til å gjøre følgende

v e d t a k :

I

Stortinget ber regjeringen utarbeide en strategi for utvidelse av reiselivsnæringens sesong i samarbeid med reiselivsnæringen.

II

Stortinget ber regjeringen redusere rapporteringsbyrden for innbyggere og næringsliv og sikre etterlevelse av «bare én gang»-prinsippet gjennom å legge frem en strategi for felles informasjonsforvaltning og økt maskin-til-maskin-kommunikasjon i offentlig sektor.

III

Stortinget ber regjeringen utrede og legge frem en plan for Stortinget for hvordan vedlikeholdsetterlepet på kulturminner i Norge kan tas igjen.

IV

Stortinget ber regjeringen sette i gang et arbeid for å sikre hele bredden av aktører i norsk reiseliv økt digital kompetanse.

V

Meld. St. 19 (2016–2017) – Opplev Norge – unikt og eventyrlig – vedlegges protokollen.

Oslo, i næringskomiteen, den 23. mai 2017

Geir Pollestad

leder

Pål Farstad

ordfører