

Norsk Gartnerforbund

## SamPlant- sammen for norske planter

- Et forprosjekt som utreder samarbeidsmulighetene for prydplante- og planteskoleproduksjonene



Oslo  
01.02.2022

## Innhold

Sammendrag.....	2
Innledning .....	2
Definisjon av produksjonene i rapporten .....	3
Samarbeid i Norsk Gartnerforbund i dag.....	4
Kort om GPS.....	4
Tilblivelsen av GPS .....	4
Arbeidet i GPS .....	5
Ringvirkninger av GPS .....	5
Forutsetninger for et samarbeidsråd.....	5
Prydplanteproduksjon og samarbeid.....	6
Rammer.....	6
Produsentsamarbeid.....	8
Behov .....	8
Planteskole og samarbeid .....	9
Rammer.....	9
Produsentsamarbeid.....	10
Behov .....	10
Hvilke produksjoner bør et samarbeid favne .....	10
Plassering organisatorisk av et samarbeid.....	11
Alternative modeller .....	12
Trinn 1 .....	13
Trinn 2 .....	14
Det «ambisiøse» alternativet:.....	14
Trinnvis utvikling av samarbeid – den mindre ambisiøse modellen delvis etter modell GPS .....	15
Trinn 3 .....	16
Skisse til hovedprosjekt.....	18
«Prosjekt digital plattform» .....	18
Kostnadsestimat.....	19
Oppsummering samarbeidsdelen i forprosjektet.....	20
Kan en ny samarbeidsorganisasjon bli en informasjons- og kunnskapsbase for andre organisasjoners kommunikasjon.....	20
Hvordan få til virkningsfull kommunikasjon av planter .....	21
Referanser .....	21

## Sammendrag

Prydplanteproduksjon (grønne potteplanter, blomstrende potteplanter, sommerblomster og snittblomster) og planteskoleproduksjon (trær, busker, stauder og ferdigplen) er en del av landbruket og produsentene kan dermed ha samarbeid under primærnæringsunntaket. Prydplante- og planteskoleprodusentene har imidlertid forskjellige forutsetninger og behov for produsentsamarbeid. Det omforente behovet for prydplanteprodusentene er markedsføring og kommunikasjon rundt de norskproduserte varene. For planteskoleprodusentene finnes det forutsetninger for langt mer utstrakt samarbeid rundt flere oppgaver så som veiledende prisliste, sortimentsutvikling, innkjøpssamarbeid mv. Det er først og fremst behov for økt samhandling mellom produsenter av trær, busker og stauder, der behovet ser ut til å være å vinne tilbake markedsandeler fra importen og samarbeid som gjør at man kan dekke etterspørselen. Gjennom 2021 har det vært en aktiv prosess i NGF for å finne gode løsninger for et formalisert samarbeid for planteskole gjennom forprosjekt SamPlant. Det gjenstår noen prosesser før arbeidet er helt ferdig, men man er i mål med strukturen, der det kommersielle arbeidet vil bli lagt til Eliteplanter Norge SA og arbeidet med næringspolitikk, rammevilkår, FoU og liknende vil foregå i Norsk Gartnerforbund.

Det har i prosjektperioden blitt avdekket at den absolutt viktigste forutsetningen for økt produsentsamarbeid og økt etterspørsel etter norsk produksjon er utvikling av digitale- og nettbaserte løsninger som samlet viser frem hele det norske sortimentet og som stimulerer planteskolenes direkte og indirekte kunder til å velge norskproduserte varer. Dette er et samarbeidsområde som produsentene er samstemte om bør påbegynnes så fort som mulig selv om øvrig samarbeid i Eliteplanter SA ikke har blitt formalisert. "Prosjekt digital plattform" foreslås derfor som hovedprosjektet i denne rapporten.

## Innledning

Stauder, busker, trær, ferdigplen, sommerblomster og stueplanter fyller viktige funksjoner i bærekraftige samfunn. Interessen for planter og grønne arealer er stor, og økende. Samtidig ser man at den norske produksjonen ikke har hatt den samme utviklingen. De siste 10 årene viser tall fra budsjettnemnda for jordbruket et fall i produksjonsverdi fra 1194 mill. kr i 2010 til 954 mill. kr i 2019 for prydplanter. For planteskolevarer er verdien i 2020 estimert til 199 mill. kroner, som er et fall fra 215 mill. kroner i 2010. Den norske produksjonen av planteskolevarer og prydplanter har nå en samlet verdi på ca. 1,2 mrd. kroner. Dette utgjør ca. 42 % av samlet omsetning av slike produkter i Norge.

Norsk planteproduksjon har store muligheter for vekst, men planteskolevarer, stauder og prydplanter er underlagt stort press fra importkonkurransen. Norske prydplanter har liten grad av tollvern. Planteskolevarer er uten. I fravær av tollvern og med høye produksjonskostnader kan de norske plantene som regel ikke konkurrere på pris. De konkurrerer derimot godt på kvalitet, friske planter og et utvalg av planter som har de riktige egenskaper for norske forhold. Heldigvis, med den økende interessen for grønt har det begynt å bli en større bevissthet rundt dette.

Tydlig kommunikasjon er det viktigste grepet for å nære opp under den økende bevisstheten om fordelene med å velge norskproduserte varer. Videre, kan et større og formalisert produsentsamarbeid være en av løsningene for å møte den økte etterspørselen og vinne tilbake de viktige markedsandelene fra importen. Et organisert produsentsamarbeid vil kunne gi

et mer forutsigbart bilde for næringen totalt sett og vil øke deres posisjon i markedet. Samarbeid og samhandling vil kunne bidra til å gjøre norsk produksjon mer dynamisk og koordinert.

Samplant er et forprosjekt der vi utreder mulighetene for etablering av et samarbeid for produsenter av «ikke spiselige planter». Her i rapporten med arbeidsnavn Planteprodusentenes samarbeidsråd (PPS). I prosjektet har vi sett på følgende aspekter:

- Hva skal til for å få etablert et PPS.
- Hvordan skal et PPS være organisert.
- Hvilke etablerte arbeidsmåter og rutiner i GPS er overførbare til et PPS.
- Hvilke oppgaver bør og bør ikke ligge under et PPS.
- Hvilke produksjoner bør et PPS favne.
- Kostnadsrammer for oppstart og drift av et PPS.
- Muligheter for markedstilpasning og koordinering av norsk sortiment i forhold til klima, trend og bruksområder som byutvikling.
- Kan et PPS bli en informasjons- og kunnskapsbase for andre organisasjoners kommunikasjon herunder Opplysningskontoret for blomster og planter (OBP) og Matmerk/Nyt Norge.
- Hvordan få til virkningsfull kommunikasjon av planter som internasjonale produkter med lokal viktighet og appell. Kartlegging av behov for kompetanse og kanaler.

For å få et målrettet arbeid bør kunnskap og initiativer og bygge på hverandre. NIBIO leverte i 2019 rapporten «Liten, utsatt, mangfoldig og blomstrende: Struktur, innovasjon og verdiskaping i norsk blomsternæring». NIBIO har også under løpet av 2021 ferdigstilt et tilsvarende prosjekt for planteskolevarer; «Plantevekst - verdien i grønt, Utviklingsmuligheter og samarbeidsløsninger for planteskolesektoren». SamPlant bygger videre på disse rapporter. For enkelhetens skyld omtales NIBIO sine rapporter nedenfor som prosjekt «Blomst» og prosjekt «Plantevekst».

I jordbruksoppgjøret 2020 ble det satt av ekstra midler til forprosjekter innenfor grøntsektoren under nasjonale tilretteleggingsmidler. SamPlant-rapporten er finansiert under denne ordning og med støtte fra NGFs FoU fond.

## Definisjon av produksjonene i rapporten

Prosjekt Samplant har som mål å analysere forutsetningene for økt samarbeid mellom produsenter som produserer grønne potteplanter, blomstrende potteplanter, utplantingsplanter, snittblomster, trær, busker og stauder. Nedenfor følger en kort presentasjon av produksjonene og videre definisjoner.

Produksjonene er en del av landbruket. Videre herunder er de en del av gartneri- og hagebruksnæringen. Forskjellige betegnelser blir brukt når disse produksjoner omtales, men de omtales ofte som pryddplanter eller «ikke spiselige» produksjoner. Ingen av begrepene er helt dekkende ettersom det er glidende overganger. For eksempel må en busk ikke bare være til pryd eller brukt for sine «ikke spiselige» egenskaper (solbær, rips osv). En annen oppdeling er veksthus og frilandsproduksjoner. Også her finner man overlapp. For eksempel kan produksjon av krydderurter og salat foregå i veksthus og på friland. Noe av blomsterproduksjonen kan også foregå på friland. Det som kanskje først og fremst skiller blomster, snitt og potteplanter fra trær busker og stauder, er produksjonstiden. Blomster, snitt og potteplanteproduksjon kjennetegnes av kort produksjonstid mens trær busker og stauder har lenger produksjonsperspektiver. Dette skille, sammen med forskjeller i verdikjeden (som kommer omtales senere) er sannsynligvis også det viktigste skillet mellom hva de forskjellige produsentene har behov for av samarbeid. For enkelhetens skyld vil oppdelingen videre i rapporten være at grønne potteplanter, blomstrende potteplanter,

sommerblomster og snittblomster benevnes **prydplanteproduksjoner**. Trær, busker og stauder blir omtalt som **planteskoleproduksjoner**. Produsentene blir omtalt som henholdsvis prydplanteprodusenter og planteskoleprodusenter.

### Samarbeid i Norsk Gartnerforbund i dag

I Norsk Gartnerforbund (NGF) foregår mye av fag- og prosjektarbeid rettet mot spesifikke produksjoner i kulturklubber. Dette er egne sammenslutninger. Kulturklubbene har egne styrever, årsmøter, økonomi, fagdager og setter sin egen agenda for aktiviteter. De fastsetter sin egen kontingent og i tillegg kan kulturklubbene finansieres av inntekter fra seminarer i egen regi eller andre aktiviteter. NGF har tre aktive kulturklubber innenfor blomsterproduksjonen: Grønnplanteklubben, Julestjerneklubben og Campanulaklubben. Både ferdigplenprodusentene og staudeprodusentene har også sine egne kulturklubber. For produsenter av busker og trær finnes ikke en slik kulturklubb.

### Kort om GPS

Et av delmålene til SamPlant har vært å se til Grøntprodusenternes samarbeidsråd (GPS) og om det finnes rutiner og arbeidsmåter som kan være overførbare til et PPS. Nedenfor følger en kort beskrivelse av GPS. Informasjonen er hentet gjennom gamle dokumenter og notater om GPS tilsendt av Jon Laugen i GPS og intervju med daglig leder Morten N. Andersen i GPS.

### Tilblivelsen av GPS

GPS beskriver seg som «en forening for produsenter av poteter, grønnsaker, frukt og bær. Formålet til GPS er å samarbeide på tvers av grossisttilhørighet om markedstilpasning og prisbefaling for norske grønt produkter, og gjennom det bidra til mest mulig like konkurransevilkår i dette markedet.»

Arbeidet med produsentsamarbeid startet i Norsk Gartnerforbund (NGF) på 1990-tallet som et resultat av sterkt presset produsentøkonomi. Produsentene var dårlig koordinert i et presset marked med sterke grossister. Det ble også registrert at forbrukere av frukt og grønt stadig mindre var opptatt av varenes opprinnelse. I tillegg var det en utbredd oppfattelse i bransjen om at kvaliteten på produktene var i negativ utvikling. Det ble i NGF dannet et Markedsutvalg der konsulenter i NGF hadde sekretariatsfunksjonen. NGF bidro aktivt i arbeidet med organisering av produsentene, både selve organiseringen så vel som økonomisk. Her ble arbeidet først finansiert av medlemskontingenten i NGF. Arbeidsform og arbeidsmetoder ble utviklet i samarbeid mellom markedsutvalget, NGF og produsentene. Delvis som et resultat av dette ble navnet endret fra NGFs markedsutvalg til NGFs produsentutvalg, og det ble bestemt at arbeidet skulle utføres gjennom kulturklubbene og styringsgrupper for kulturklubbene. For å dekke kostnadene ble det bestemt at det i NGFs produksjonsutvalg skulle trekkes en kostnad på 2 promille av produsentoppjøret før moms som skulle innbetales til NGFs produsentgruppe. Grossistene/kommisjonærene sa seg villig til å beregne og trekke denne avgift.

Styringsgruppene besto av personer med tilknytning til forskjellige grossistledd og gjennom å organisere dette inn i kulturklubbene sikret man nærhet til hver enkelt produksjon. Antall medlemmer i hver produksjon varierte utifra produksjonens størrelse, betydning og distriktspredning. Styringsgruppens ansvarsoppgave ble å holde kontakt med produsentene og omsetningsleddet. Man innhentet informasjon om produksjon og markedsforhold og så på tilpasningstiltak. Fellesorgan for styringsgruppene var produsentutvalget. Forbindelsen til NGF som organisasjon var at produsentutvalget rapporterte til hovedstyret. Fra 1997 gikk produsentutvalget over til å bli konsultativt medlem i styret for NGFs grønnsakseksjon.

Det var først i desember 1998 at navnet «Grønprodusentenes samarbeidsråd» oppstod – etter at Gartnerhallen (GH) ble «omorganisert» og sluttet offisielt fullt ut om arbeidet. Inntil da var det opp til enkeltprodusenter innen GH å delta i styringsgrupper, mv. Konsulentene som var ansatt i NGF ble etter hvert ansatt direkte i GPS. GPS som egen organisasjon eksisterte ikke før desember 1998 – inntil da var det Markedsutvalget/Produsentutvalget som hadde sine retningslinjer for det arbeidet innenfor NGF sin organisasjon. Etter at GPS ble egen organisasjon fortsatte arbeidet, men nå i egen uavhengig regi. Kulturklubbene i grønnsaksseksjonen NGF fikk derved andre formål. GPS finansieres i dag gjennom støtte fra omsetningsrådet og 1,8 promille av omsatt vare. Omtrent 90% av finansieringen kommer fra sistnevnte.

### Arbeidet i GPS

Kjernen i GPS virksomhet er styringsgruppene. Per i dag er det 26 styringsgrupper, med alt fra 4-10 personer i hver gruppe. Sammensetningen består av kulturansvarlige produsenter fra 3 produsentorganisasjoner og enkeltprodusenter som er av stor betydning for den aktuelle kulturen.

I GPS er det utstrakt møte- og koordineringsarbeid. Importpriser legges ut hver mandag, prisanbefalinger sendes ut hver tirsdag og Markedsmeldingen med anbefalte priser legges ut hver onsdag. Markedsanalyse lages og legges ut på fredag. Landbruksdirektoratet er i tillegg en viktig aktør som deltar på markedsmøtene og innhenter oppgjørpriser til produsent fra omsetter. Oppgjørpriser, mengde solgt vare, prognoser, noteringspriser og volumtall presenteres på Landbruksdirektoratets nettside.

### Ringvirkninger av GPS

Fokusering på priser, mengder og produsentorganisasjonenes produksjonsplaner i GPS er viktig for markedsbalansering, men det har også andre ringvirkninger. Gjennom god planlegging heves kvaliteten på varene fordi det sikrer kortest mulig tid mellom produsent og konsument. Kvaliteten er avgjørende i markedsføringen av norskproduserte varer og for at forbrukeren skal velge norsk produksjon.

Fra tidligere notater som beskriver tilblivelsen av GPS kan man se at det var noe skepsis til at prosjektet skulle lykkes. I dag får man karakterisere GPS som en suksess for produsentene. En suksessfaktor i GPS ser ut til å være at man aldri mistet fokus på målet uansett hvordan GPS gjennom tidene har vært organisert.

### Forutsetninger for et samarbeidsråd

Grunnforutsetningen for å få etablert et samarbeid er at det finnes et omforent ønske i produsentgruppen om hva, hvor og hvordan. Det vil si hva som er behovet, hvor arbeidet skal foregå og hvilke tiltak som bør gjøres. Den overordnede styrende parameteren er behov. Når GPS ble dannet var det en klar tanke rundt behovet for produsentene. Derfor var det også klart hva som var målet og hva som måtte gjøres. I tillegg var det med få unntak omforent at det hensiktsmessige var å plassere oppgaven til NGF.

Etter en gjennomgang ser det ut som bildet ikke er fullt så klart for planteskole- og prydplanteproduksjonen. Dette skyldes mange faktorer, blant annet kompleksiteten i markedet, at det er mange salgskanaler og at det er en stor bredde i sortimentene. Dermed blir også behovene forskjellige. Etter å ha analysert planteskole- og prydplanteproduksjonen kan det se ut som en stor koordinerende instans (PPS) motsvarende et GPS for planteskole- og prydplanteproduksjonene ikke er hensiktsmessig for å tilfredsstille behovene. Planteskole- og prydplanteproduksjonene kommer derfor videre å presenteres hver for seg.

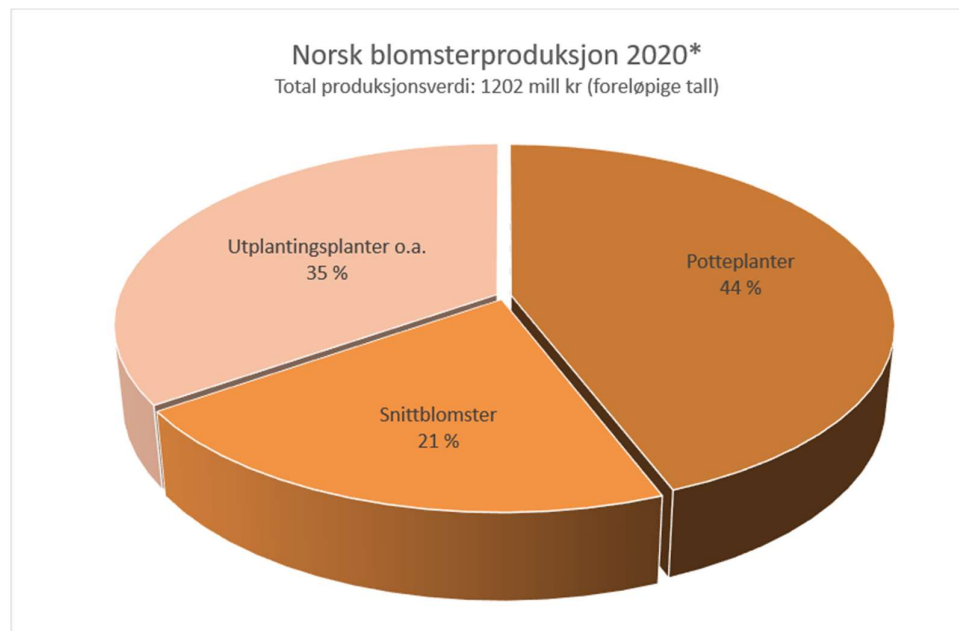
I prosjekt Plantevekst fra NIBIO fikk planteskoleprodusentene en spørreundersøkelse som presenterte forskjellige samarbeidsområder og de ble spurt om hvor de ønsket at samarbeidet skulle foregå hvis det var aktuelt. Det ble ikke gjort noen liknende spørreundersøkelse i prosjekt Blomst, så her tar den videre analysen i denne rapporten utgangspunkt i tidligere forsøk på samarbeid og eksisterende samarbeid. Til forskjell fra prydplanteprodusentene har planteskole- og staudeprodusentene allerede i flere år diskutert om det finnes muligheter for større samarbeid. Mulighetene for å få til dette innenfor denne delen av næringen bedømmes som svært gode. Planteskole vil derfor bli omtalt mer utførlig i denne rapporten.

## Prydplanteproduksjon og samarbeid

### Rammer

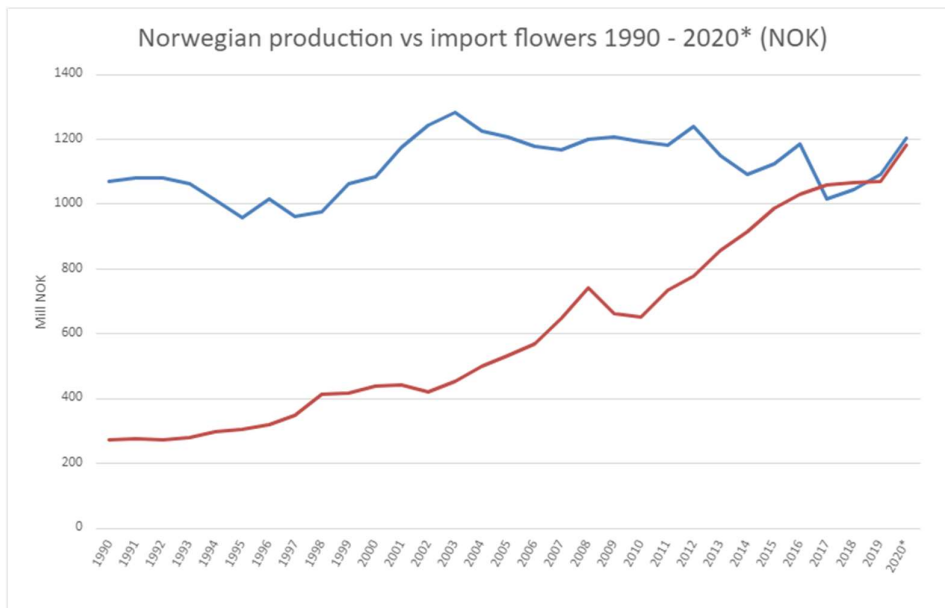
Prydplanter yter et svært viktig bidrag til folkehelsen og man trenger ikke gå lenger enn til sitt eget hverdagsliv for å innse hvor viktige disse produksjoner er. Det er blomster i alle former som formidler vår glede, som viser vår medfølelse, som gir oss den ekstra trivselen og tryggheten i utemiljøer og som lyser opp vinduskarmene i våre hjem. Til forskjell fra planteskoleproduksjonene som i stor grad også handler om funksjon, spiller estetikken en dominerende rolle i prydplanteproduksjonen. Produksjonene er gjerne sesongbasert, sortimentet er bredt og mote og trender er av stor betydning.

Tall hentet fra budsjettnemda for jordbruket viser en fordelingsnøkkel mellom produksjonene som vist i figur 1 og en utvikling som vist i figur 2 nedenfor.



Figur 1: Prosentvis fordeling av produksjonsverdi mellom produksjonene i 2020





Figur 2: Utviklingen for pryddplanteproduksjonene samlet. Blå linje viser norsk produksjon og rød linje import.

Ifølge rapporten fra prosjekt Blomst finnes det mellom 150-160 produsenter igjen i Norge. Rapporten beskriver videre verdikjeden i norsk produksjon som sammensatt. Dette er det samme som man ser for planteskoleproduksjonene. Det som overordnet skiller pryddplante og planteskole er større avhengighet av et grossistledd i pryddplanteproduksjonen. I dette aspekt er produksjonen mer lik produksjonen av frukt, bær og grønnsaker i sin verdikjede. Samtidig finnes det også noen forskjeller som gjør at disse ikke er helt sammenlignbart når det gjelder å finne gode samarbeidsformer på produsentnivå.

Pryddplanteprodusenter har ingen direkte inntektsgivende og kollektive støtteordninger og er derfor sterk avhengig av omsetningsleddene i verdikjeden. Prosjekt Blomst beskriver en næring som har gjennomgått stor grad av omstilling med stor teknologisk utvikling, svekket importvern, økt grad av konsentrasjon i verdikjeden og skjev risikodeling. Andre trekk ved næringen er en trend der det blir færre, men større produsenter. For eksempel så man tidligere bortimot 70 produsenter av julestjerne, der det nå er ca 20 produsenter igjen. Tilsvarende for hortensia der det tidligere var ca 30 produsenter og nå er ca 15 igjen (pers mld Sidsel Bøckmann NGF). I pryddplanteproduksjonen har man ikke noen målpriser som binder, og selv om en produksjon er en produksjon så kan plantene komme i så mange størrelser at det er vanskelig med omforente veiledende priser.

NGF innhenter og bearbeider produksjonsoppgaver fra produsentene (mengde blomster/planter produsert ferdigvare). Myndighetene har ingen tilsvarende tallinnhenting og etterspør derfor tall fra NGF. NGF blir også spurt om innspill om norsk produksjon ved eventuell administrering av tollsatser og innspill i forkant av tollforhandlinger. Det lite realistisk med de internasjonale handelsavtaler som Norge har inngått at vi i fremtiden få et forsterket tollvern for pryddplanter.

Fokus på plantehelse: I planteskoleproduksjonen der plantene går rett ut i hager og anlegg er det enklere å kommunisere viktigheten av god kvalitet og risikoen rundt plantehelsen ved import, men dette er forhold som i svært stor grad også kan knyttes til pryddplanteproduksjonene. Flere av de skadegjørere som omtales i Forskrift om planter og tiltak mot planteskadegjørere er knyttet til pryddplanteproduksjonene.



## Produsentsamarbeid

På begynnelsen av 2000-tallet ble det gjort forsøk med samarbeid hos blomsterprodusentene etter GPS modellen. Innledningsvis ble det igangsatt produsentsamarbeid i tre blomsterkulturer; kalanchoe, snittroser og julestjerne. Styringsgrupper ble opprettet og man begynte å innhente tall og priser. NGF administrerte arbeidet som i begynnelsen utgjorde en dag i uken. Arbeidet var ressurskrevende og krevde tett oppfølging av markedsaktørene som var mange og i ulike størrelser og kategorier. Resultatet av arbeidet var varierende og produsentene selv var ikke klare for å finansiere arbeidet, og prosjektet ble nedskalert. I dag er det kun i julestjerneklubben det pågår produsentsamarbeid. Her har man en styringsgruppe bestående av 12 personer som har ukentlige møter i sesongen der markedsinformasjon innhentes. Informasjonen går ut til produsenter og omsetningsledd og det kjøres ut anbefalte volumer og priser. En av grunnene til at man fremdeles klarer å opprettholde dette samarbeid er at det ikke er import av julestjerne.

Snittroseproduksjonen er nå på grunn av importkonkurransen med 0% toll fra MUL og GSP-land helt borte i Norge. I andre kulturer ser man sporadisk grad av produsentsamarbeid. Dette kan være samarbeid der produsenter på eget initiativ samarbeider om produksjonsoppdeling og levering, men denne typen av samarbeid er ikke utstrakt. Det ser ut som det er flere faktorer som gjør samarbeid utfordrende i prydplanteproduksjonen. Det ene er betydelsen av å få levere i et sterkt konkurransepreget marked. Det andre er utviklingen med stor forskjell på størrelsen i bedriftene. Det tredje er få grossister.

I prydplanteproduksjonen er man mer avhengig av vertikalt samarbeid enn samarbeid med hverandre (horisontalt samarbeid). Dette kan forsterke opplevelsen av at man er i en konkurransesituasjon. Samtidig er det flere eksempler på at denne typen av tenking ikke nødvendigvis leder til en konkurransefordel for den enkelte bedrift. For eksempel er produksjon av primula nå så å si borte i norsk produksjon, i likhet med produksjon av flere snittblomstculturer. Dette har selvsagt flere forklaringer enn mangel på samarbeid. Samtidig illustrerer det at det nødvendigvis ikke er hverandre man konkurrerer med, men at den store konkurrenten som alltid vinner i et presset marked er importen fra land det ikke er importvern fra.

Selv om prydplanteprodusentene ikke har et utstrakt formalisert horisontalt samarbeid har prydplanteprodusentene et naturlig møtepunkt i NGF for å ivareta sine interesser. Dette spesielt gjennom kulturklubbene og lokallagene, men også gjennom energirådgivningen, plantevern/plantehelse, prosjekter, næringspolitisk arbeid og NGF sitt blomsterutvalg. NGFs kurs/konferanser fungerer også som viktige arenaer for produsentene der man kan knytte kontakter og diskutere utfordringer og muligheter.

## Behov

I møte med blomsterutvalget, der muligheter for samarbeid ble diskutert synliggjorde produsentene at det store omforente behovet som alle produsenter er enig om er markedsføring og kommunikasjon for å øke norskpreferansen. I forbindelse med at Norsk mat hadde en prøveperiode med Nyt Norge merket på "ikke spiselige" blomster og planter i 2020-2021 har man registrert en økt preferanse for norskprodusert der 50 % i undersøkelse svarer at de nå ser etter norsk, sammenliknet med tidligere 30 %. Nyt Norge på ikke spiselige planter har nå blitt en permanent ordning. Utover profilering og markedsføring så blomsterutvalget ikke omforent horisontalt samarbeid på andre områder. Det kan derfor se ut som prydplanteproduksjonen på nåværende tidspunkt ikke ville få uttelling av å danne et større produsentsamarbeidsråd, men at tyngden av behovet ligger i markedsføring og kommunikasjon om norskproduserte varer.

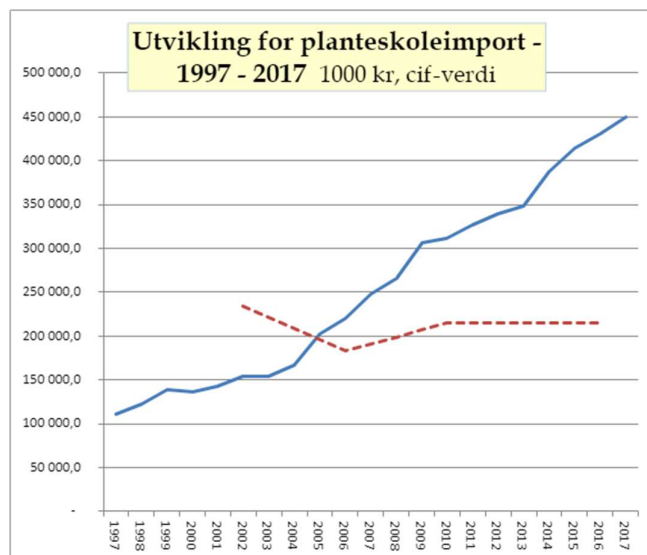
## Planteskole og samarbeid

### Rammer

Produksjon av trær, busker og stauder er et håndverk med lange tradisjoner i Norge. Produksjonen er en del av landbruket. Dessverre blir den store betydningen av disse produksjonene i et nytt og bærekraftig samfunn fort «glemt» bak matproduksjonen i landbrukspolitikken. Utallige studier har vist at trær, busker og stauder til hager og uteområder er svært viktig for den personlige helsen og folkehelsen. I våre bymiljøer fyller vegetasjonen mange viktige funksjoner. Den renser luften for CO<sub>2</sub>, forsyner oss med oksygen, kjøler temperaturstigning som skapes av asfalt og stein («urban heat islands») og den gir opplevelse av støydemping. Grønne områder med innslag av blomstrende busker, trær og stauder utgjør selve grunnlaget for pollinerende insekter (og andre dyr) i bymiljøer. Ved bruk av fangstdammer langs vei kan man rense vann på en naturlig måte uten bruk av kjemikalier. Vegetasjon i regnbed demper oversvømmelser og avlaster overbelastede kloakksystem. Sett fra et økosystemperspektiv er altså planteskoleproduksjonene noen av de viktigste produksjonene i landbruket i dag og ikke minst fremover. Økt bruk av planter i uteområder forsyner oss med elementer fra alle økosystemtjenestene. Så som for matproduksjon er det svært viktig at Norge blir mer selvforsynt av busker, trær og stauder. Dette knytter seg ikke bare til økt verdiskapning, men også til faren for utilsiktet innførsel av nye og kjente skadeorganismer med importprodukter. Gjennom mange år har det blitt avdekket at det sammen med planteimporten følger mengder av uønskede «blindpassasjerer» som kan utgjøre en stor trussel mot det biologiske mangfoldet og ikke minst mot andre landbruksproduksjoner.

Planteskoleprodusenter kan få areal- og kulturlandskapstilskudd hvis det dyrkes på friland, men ellers er det ingen direkte inntektsgivende og kollektive støtteordninger for produksjonene. De er derfor svært avhengige av sitt marked.

Fri import av planteskolevarer uten tollvern har hatt stor innvirkning på utviklingen i den norske produksjonen. Prosjekt Plantevekst har utfra SSB tall og egne utregninger avdekket at antall planteskoler har gått fra 223 virksomheter i 1999 til 39 i 2018 som siste kjente tall. Utviklingen for planteskolevarer er vist i figuren nedenfor:



Figur 3: Utviklingen for planteskolevarer. Blå linje viser importverdi og stiptet rød linje er verdien av norsk produksjon av busker, trær og stauder. Verdien i 2020 av norsk produksjon er estimert til 199 mill kr. Kilde er budsjettnemda for jordbruket.

## Produsentsamarbeid

Planteskoleprodusentene var tidligere organisert i Norsk planteskolelag. Planteskolelaget besto av produsenter med noenlunde «like» produksjoner, og var i den forstand en mer homogen gruppering sammenlignet med Norsk Gartnerforbund (NGF) som favner alle produksjonen innenfor gartneri- og hagebruksnæringen. Da Norsk planteskolelag gikk inn i NGF hadde produsentene et naturlig møtepunkt her som het Vinterkonferansen. Dette var et fagseminar rettet mot planteskolene. I takt med at antallet planteskoler minket ble Vinterkonferansen avviklet rundt 2015 og NGF begynte å arrangere den store gartnerkonferansen, der også planteskole har sin egen sesjon. Selv om Gartnerkonferansen representerer et møtepunkt for planteskoleprodusentene, er hensikten med konferansen å være møtepunkt for alle medlemmer i NGF. Siden 2019 arrangeres det derfor også stormøte for planteskole en gang i året som er et samarbeidsmøte for produsenter av trær, busker og stauder. I øvrig har planteskoleproduksjonene samme møtepunkter i NGF som prydplanteprodusentene med Planteskoleutvalget som det organ som leder arbeidet for denne seksjonen.

Planteskoleprodusentene har tidligere ikke gjort forsøk på etablering av produksjonssamarbeid etter modell GPS. Riktig nok ble det tidligere utarbeidet veiledende prislister og kalkyler for kvalitetsstyring i NGF, men dette arbeid var ikke styrt via nedfelte styringsgrupper. I forbindelse med at «Forskrift for godkjenning av importører av levende planter og plantedeler» ble opphevet trappet NGF ned arbeidet med veiledende prislister og kalkyler.

Selv om det ikke finnes en kulturklubb i NGF for busker og trær foregår det samarbeid blant produsentene. Vestplant er et eksempel på samarbeid mellom tre planteskoler som koordinerer sortiment, markedsføring og priser. Eliteplanter Norge SA (tidligere E-plant) ble etablert i 1997 og er en sammenslutning av 13 planteskoler (der 11 også er medlemmer i NGF). Planteskolene i Eliteplanter SA har et utstrakt samarbeid rundt de kommersielle oppgavene. Formål med Eliteplanter Norge er utvikling og markedsføring av et kvalitetssortiment av planter tilpasset norske forhold med dokumentert opphav og ensartede egenskaper. Man samarbeider her om innkjøp av forbruksartikler til produksjon, kjøp fra hverandre for å være totalleverandør, erfaringsutveksling, sortimentsutvikling, innfasing/utfasing og eventuelle utfordringer rundt kvalitet. Eliteplanter Norge driver også med prosjekter og fagutvikling. Bland annet foregår nå et samarbeid med NIBIO rundt CRISPR teknologien for å utvikle hageplanter med mindre spredningspotensial. Initiativ til områder å samarbeide om kan komme fra medlemmene, styret eller daglig leder.

Samarbeid i øvrig mellom planteskoleprodusenter går ut på handel med hverandre som ikke er formalisert, men utstrakt.

## Behov

Ifølge prosjekt Plantevekst ser man en trend for planteskolevarer der etterspørselen er i stadig økning samtidig som norsk produksjon ikke følger denne oppadgående kurve. Det store overordnede behovet ser derfor ut til å være å få vridd etterspørselen mot norskprodusert, vinne markedsandeler og å iverksette samarbeidstiltak som gjør at produsentene klarer å fylle denne etterspørsel. Det ser også ut til å være et behov for å utvikle samhandelen mellom staudeprodusenter og totalleverandører til anlegg der stauder inngår.

## Hvilke produksjoner bør et samarbeid favne

Innenfor planteskoleproduksjonen har vi produksjon av busker, trær, stauder og ferdigplen. Kjennetegnende for ferdigplen er at man her har direkte salgskanaler. Enten selger man direkte til private konsumenter eller direkte til anlegg. Et unntak er at Plantasjen tilbyr ferdigplen som

bestillingsvare, men denne avtalen innefatter kun få av produsentene og har liten betydning for helheten i produksjonen. I forbindelse med større etterspørsel etter villflora har man blant annet sett at blomsterengmatter er et nytt produkt hos ferdigplenprodusenter. Hvis det skulle bli aktuelt å innefatte stauder i slike matter kommer det å bli behov for å utvikle samarbeid mellom staudepodusentene og ferdigplenprodusentene, men per tid er dette ikke aktuelt. Busker, trær og stauder inngår imidlertid i en helhet, kanskje spesielt for levering til anlegg. Samarbeidet bør derfor for planteskoleproduksjonene i første omgang omfatte busker, trær og stauder.

### Plassering organisatorisk av et samarbeid

En avklaring på hvor man ønsker å legge opp et samarbeid og hva man ønsker å samarbeide om er avgjørende for å komme seg videre. Som en del av kartleggingen i utarbeidelse av rapport Plantevekst sendte NIBIO ut spørreskjema til produsentene med spørsmål om hvilke områder det var ønskelig å samarbeide om og hvor man mente samarbeidet burde ligge. Svarene fra spørreundersøkelsen i prosjekt Plantevekst er gjengitt nedenfor:

**Pris:** Samarbeid om pris regnes vanligvis som å være i strid med konkurranseloven. Som undersøkt og bekreftet i rapporten Plantevekst kan planteskolene, som resten av landbruket samarbeide under primærnæringsunntaket. 10 planteskoler svarte at de ønsket at dette skulle foregå i eksisterende samvirke, 6 planteskoler ønsket dette lagt til NGF og 3 planteskoler mente man skulle gjøre dette i et nytt samvirke hvis det skulle bli et aktuelt samarbeidsområde.

**Nettside:** Det ble spurt om planteskoleprodusentene ønsket en felles nettside med prisliste. I dette spørsmål var planteskolene todelt der 11 ønsket dette og 10 ikke ønsket det. 2 planteskoler hadde ingen formening. Hvis man skulle laget en nettside med prisliste var det størst oppslutning om at denne ikke skulle presentere priser til hver enkelt planteskole. Det var derimot stor oppslutning om nettside som viser sortiment. 18 av 23 planteskoler ønsket at det skulle lages en felles nettside som viser sortiment til anleggsvirksomhet. 3 var hverken enig eller uenig og 2 var helt eller delvis uenig. Ved spørsmål om nettsiden skal vise samlet sortiment eller sortimentet til hver enkelt planteskole var gruppa delt i to der halvparten ønsket det ene og det andre. Det var liten oppslutning om at nettsiden skulle vise varelager. Det ble ikke spurt hvem man ønsket skulle administrere en slik nettside.

**Sortiment:** Det var stor oppslutning om at samarbeid om sortiment bør styrkes. Dette var 19 av 23 planteskoler helt eller delvis enig i. 2 planteskoler var helt eller delvis uenig og 2 planteskoler var hverken enig eller uenig. Når det gjelder hvor man burde legge et slikt samarbeid svarte 11 planteskoler at det burde skje i eksisterende samvirke, 5 planteskoler mente det burde skje via NGF. 3 planteskoler ønsket nytt samvirke. 1 planteskole foreslo via FAGUS og 3 planteskoler ønsket ingen av alternativene.

**Innkjøpsamarbeid:** 16 av 23 planteskoler var helt eller delvis enig i at samarbeid om å kjøpe innsatsvarer bør styrkes. 4 planteskoler var hverken enig eller uenig og 3 planteskoler var helt eller delvis uenig. 12 av 23 planteskoler mente dette arbeid burde ligge til eksisterende samvirke, 4 planteskoler ønsket nytt samvirke, 2 planteskoler ønsket dette i regi av NGF, 1 planteskole foreslo FAGUS og 4 planteskoler ønsket ingen av alternativene.

**Logistikk:** Produsentene fikk spørsmål om hvilken instans som burde administrere dette hvis man skulle ha et samarbeid. 9 planteskoler ønsket dette via eksisterende samvirke, 6 ønsket regi via NGF, 5 ønsket nytt samvirke og 3 ønsket ingen av alternativene.

**Faglig kunnskap:** Her var hele 21 av 23 planteskoler helt eller delvis enig om at samarbeid om faglig utvikling, forskning, rekruttering og utdanning bør styrkes. Det ble ikke spurt om hvor dette skulle ligge.

**Andre samarbeidsområder:** Her var planteskolene helt eller delvis enig i økt samarbeid om følgende. Teknologiutvikling og bruk 15 stk. Sortimentsutvikling 17 stk. Annen innovasjon 16 stk, profilering og markedsføring 18 stk, næringspolitisk påvirkning 19 stk og generelle kontraktsvilkår 20 stk. Det ble ikke spurt i hvilken regi man ønsket tettere samarbeid rundt dette.

Plantevekst hadde i sin undersøkelse tre alternativer: Organisering under NGF, under eksisterende samvirke eller som eget samvirke. Hvis man skal ha et koordinerende organ er det vanskelig å tenke seg hvor dette skulle plasseres utover disse tre alternativer. Dette indikerer med stor sannsynlighet at de produsenter som svarte at de ikke ønsker noen av alternativene ikke så et stort behov for økt samarbeid rundt samarbeidsområdet, eller så mente man at det ikke kreves noen koordinerende instans for å få til et bedre samarbeid. FAGUS ble foreslått som et alternativ av en planteskole, men i dag er dette ikke et formål til denne organisasjonen. Funksjonen til FAGUS er å være et bindeledd mellom alle aktørene i grøntanleggssektoren og å spre kunnskap til alle grøntanleggssektorens aktører.

Når man ser svarene i undersøkelsen kan man konkludere med at det per januar 2021 var delte meninger rundt behov, oppgaver og plassering av samarbeid som krevde ytterligere kartlegging og konkretisering mot veien videre. Som synliggjort i delrapporteringen i dette prosjekt har vi møtt noen utfordringer og forsinkelser når det gjelder den opprinnelig planlagte tidslinjen for prosjektet. I den opprinnelige planen hadde NGF og NIBIO en forhåpning om at det skulle kunne foreligge et foreløpig utkast av plantevekstrapporten i slutten av mars 2021 før den svært tidskrevende sesongen for produsentene rakk å slå inn for alvor. Dette viste seg ikke være gjennomførbart, og et foreløpig utkast kom i juni. Da var produsentene inne i en ekstra krevende sesong i forbindelse med covid og innreiserestriksjoner for ansatte. Dette satte prosjektet langt ned på prioriteringslisten. Plantevekstrapporten ble publisert i september 2021 og det er først etter dette at arbeidet med konkretisering og forankring er begynt. Avsnittene nedenfor beskriver prosessen så langt den er kommet etter delrapporteringen.

## Alternative modeller

Et av delmålene i dette forprosjektet var å se på om Grøntprodusenternes samarbeidsråd (GPS) kunne fungere som mal for etablering av et planteskolenes samarbeidsråd (PPS) og i tilfelle hvilke moment man kunne ta med seg. Grunnen til at SamPlant valgte å ta utgangspunkt i GPS var at man her har fått til et godt og velfungerende samarbeid med stor involvering av produsentgruppen. Det er også utenom tvil at GPS har hatt svært stor betydning for produsentene. Rammevilkårene for planteskoleprodusenter skiller seg på flere områder fra de man ser hos frukt, bær og grønnaksprodusenter. Etter nærmere analyse er det derfor en god del rutiner, arbeidsoppgaver og måter man jobber på i GPS som ikke er overførbare til et samarbeid for planteskolesektoren.

Etter at Plantevekstrapporten fra NIBIO var ferdigstilt, har det i tillegg kommet opp alternative måter å organisere et samarbeid på, som for planteskoleprodusentene kan se ut til å være mer hensiktsmessige. Dette gjelder særlig organisering og plassering av samarbeidet. I utviklingen av et mer formalisert samarbeid bør man imidlertid etterstrebe en kompetanseoverføring fra GPS når det gjelder arbeidsoppgaver rundt prognoser, planlegging, informasjon om produksjon, markedsforhold og tilpasningstiltak.

Rapport Plantevekst viser til forskjellige samarbeidsformer i landbruket, peker på noen modeller og konsekvenser ved forskjellige veivalg. I rapporten kan man se at det er størst oppslutning i produsentgruppen om at sluttresultatet skal ende opp i det som beskrives som «Koplant». Altså satsing på tett, inkluderende samarbeid mellom et mangfold av planteskoler og sterke fellesfunksjoner for planteskolevirksomheter. Dette alternativet innebærer samarbeid som sikter mot at alle skal ha mulighet for å være med og at man dermed hindrer en utvikling i retning av noen få, meget store satsinger. Dette vil si at det planteskole- og staudeprodusentene ønsker seg er å styrke og ivareta et mangfold av relativt små produsenter.

Rapport Plantevekst kommer ikke med en konkret løsning på hvordan planteskoleprodusentene skal velge veien videre, og det var heller ikke hensikten med deres kartlegging og analyse. Etter at plantevekstrapporten var ferdig har det derfor blitt foretatt en trinnvis analyse for å finne frem til et konkret forslag som vist i figuren nedenfor:

## Høstens veivalg



Figur 4: Veien mot et konkret forslag

Prosess og analyser synliggjøres i avsnittene nedenfor:

### Trinn 1

Det første som måtte vurderes var om det var hensiktsmessig å starte helt på nytt eller bygge på det man allerede har i dag. Fordelene med å danne en egen organisasjon er at det ikke kreves «tilhørighet» til en eksisterende organisasjon eller gruppering. I den forstand blir den inkluderende også for de produsenter som ikke har ønske om å være del av eksisterende grupperinger, herunder da NGF og Eliteplanter som er alternativene. I prosjekt plantevekst blir det redegjort for eksisterende samarbeidsformer i landbruket og måter å samarbeidet horisontalt (mellom planteskoler) og vertikalt (samhandling i verdikjeden). Tilpasset for planteskoleproduksjon peker rapporten på at en organisasjon eid av planteskolene i felleskap som tar seg av de foreslåtte oppgavene kan være en vei å gå. Denne ble i Plantevekstrapporten gitt arbeidsnavnet «Plantekooperasjonen». Dette er en mer ambisiøs satsing enn den som SamPlant har tatt utgangspunkt i. Spørreundersøkelsen til produsentene i forbindelse med kartleggingen i prosjekt plantevekst viste at noen av produsenter ønsker dette, men mange peket også til både NGF og Eliteplanter som aktuelle organisasjoner. Det ble derfor bestemt å også ta en prosess med å utrede hvilke muligheter som ligger i å bygge på det man allerede har.

## Trinn 2

Fordelene med å legge en samarbeidsplattform til eksisterende organisasjon/samvirke er at det blir enklere og mindre kostnadskrevenne å starte opp. NGF har for eksempel gjennom kulturklubbene et system for å håndtere egne grupperinger. Klubbene får også hjelp til regnskap gjennom NGF sitt regnskapsfirma og sekretariatsfunksjon/administrasjon uten kostnad utover medlemsavgift og klubbkontingent. Fordelen med å legge samarbeidet til Eliteplanter Norge SA er at det allerede pågår utstrakt samarbeid her om flere av oppgavene det er aktuelt å samarbeide om.

For å komme videre i prosessen med utgangspunkt i eksisterende organisasjoner ble det utarbeidet et notat fra NGF med to mulige veivalg. Forslagene representerer på ingen måte alle muligheter eller varianter av muligheter, men var tenkt som utgangspunkt for en idémyndring i planteskoleutvalget i NGF og styret i Eliteplanter for å få et litt klarere bilde av hvilke retninger man kunne gå. Forslagene i idémyndringsnotatet tok utgangspunkt i ønsket om et «Koplant» og skisserer samarbeid som får to ganske ulike oppgaver, men fortsatt slik at ambisjonen er å favne mest mulig av mangfoldet i næringen. Først skisseres en ambisiøs, kommersiell enhet, og deretter en stegvis oppbygging av et kommersielt samarbeid, samordning av det næringspolitiske og overordnede FoU arbeidet. Begge deler bygger videre på det vi har i dag gjennom Eliteplanter og planteskolearbeidet i NGF.

### Det «ambisiøse» alternativet:

Et ambisiøst samarbeid trenger en velfungerende organisering, sannsynligvis et eget selskap. Det fremstår som lite hensiktsmessig å etablere nytt samvirke ettersom det ikke er et utbredt ønske om det og det allerede finnes etablerte alternativer. Det ambisiøse alternativet for kommersielt samarbeid tenkes derfor her som en videre utbygging av Eliteplanter SA. Eliteplanter SA, som allerede er et veletablert samvirke, påtar seg her større oppgaver og sikter mot å kunne være en produsentorganisasjon for alle produsenter. Det kan f.eks. bety at Eliteplanter:

- Beholder kjernesortimentet som ifølge vedtektene til Eliteplanter er selve grunnlaget.
- I tillegg videreføres og styrkes aktiviteter innenfor Eliteplanter SA ved å bli en mer fullverdig produsentorganisasjon som f.eks. tilbyr tjenester om rabatter, prosjekt, logistikk/innkjøp, produksjonsplanlegging utover E-plant sortimentet osv. Det er allerede lagt et grunnlag for samarbeid her som da trenger å styrkes, utvikles, utvides og formaliseres.
- Samarbeidet utvides til å bli et samarbeidsorgan motsvarende produsentorganisasjonen Gartnerhallen for frukt og grønt (men i litt mindre skala). Eventuelt får samvirket nytt navn for å synliggjøre nye funksjoner (her gitt arbeidsnavn «Plantehuset SA»), men dette er ikke nødvendig hvis man kan kommunisere forskjellen mellom virksomheten i Eliteplanter SA og merkevaren Eliteplanter.
- Ansvarsområdet for samarbeidsselskapet vil være de kommersielle arbeidsoppgavene (Nettportal, profilering og markedsføring, Sortiment, sortimentsutvikling og generelle kontraktsvilkår, Veiledende prisliste, Logistikk, Innkjøpssamarbeid, Teknologikutvikling og annen innovasjon).

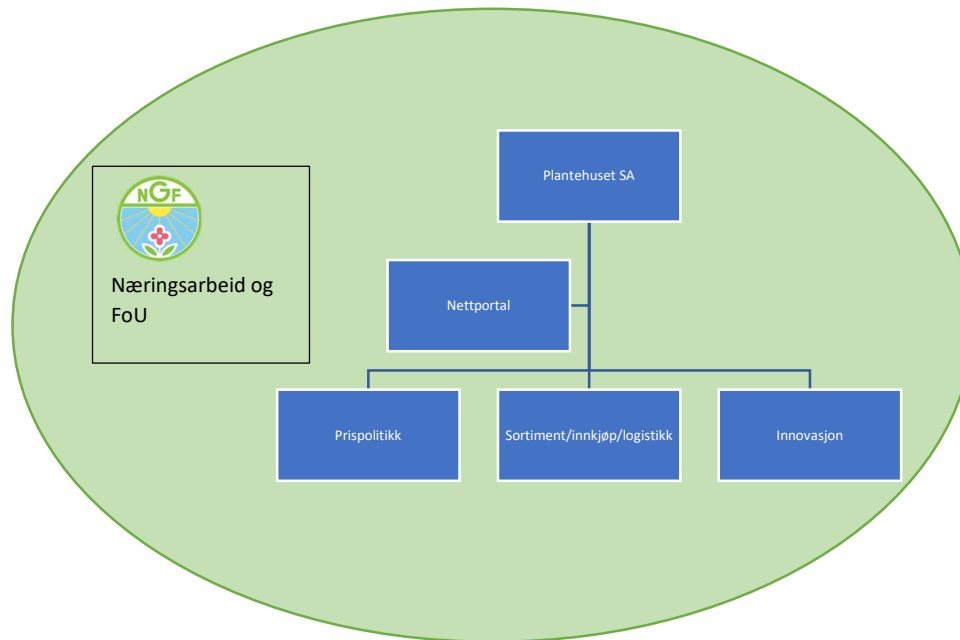
«Plantehuset»/Eliteplanter SA beskrives som det ambisiøse alternativet ettersom det vil resultere i mest endringer når man ser på hvordan produsentene er organisert i dag, og er det mest ressurskrevende alternativet (innenfor rammene av et Koplant).

Med «Plantehuset SA»/Eliteplanter SA som en større, kommersiell aktør bygget rundt Eliteplanter SA, vil rollen til NGF som næringsorganisasjon kunne klargjøres. Rollen til NGF i et slikt samarbeid vil være en «omfavnende» organisasjon som ivaretar, fag- og næringspolitikk og er produsentenes ansikt utad mot myndigheter og politikere. Det er også hensiktsmessig at NGF er den pådrivende og



koordinerende organisasjonen for FoU overfor landbruksrådgivningen, instituttsektoren, Forskningsrådet og forskningsmidlene over jordbruksavtalen.

For at NGF skal kunne ha en slik rolle, er det en forutsetning at alle de strategisk ulike delene av medlemsmassen deltar på likeverdig basis i samarbeidet. Da med en grunntanke om at alle som er med i Eliteplantesarbeidet også er organisert i NGF.



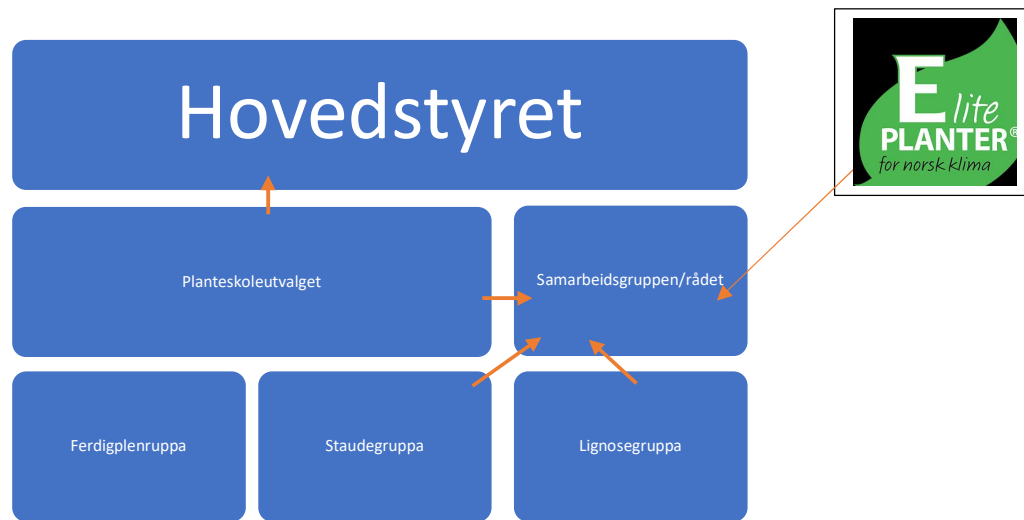
Figur 5: Illustrasjon av mulige strategiske virksomheter i «Plantehuset SA»/Eliteplanter SA i samarbeid med NGFs næringsarbeid og FoU samordning.

Trinnvis utvikling av samarbeid – den mindre ambisiøse modellen delvis etter modell GPS  
I denne modellen starter man i det lille. Det dannes en lignosegruppe (gruppe for trær og busker) i NGF slik at alle produsenter har en plattform i NGF. Samarbeidet bygges opp trinnvis, samordnet i en samarbeidsgruppe i NGF. Samarbeidsgruppen tar seg av de kommersielle oppgavene (lagt til Plantehuset SA/Eliteplanter SA i forrige alternativ) og planteskoleutvalget er bindeledd mellom hele produsentgruppen og hovedstyret i saker som skal behandles der, samt tar seg av næringspolitiske spørsmål og FoU.

Fordelen med dette alternativet er at både staudeprodusenter og de som produserer trær og busker befinner seg på samme plattform (i NGF) og derigjennom enkelt kan finne gode samarbeidsformer. Samarbeid kan også enkelt innbefatte ferdigplenprodusentene i saker der det er relevant. Hvis det skulle vise seg riktig i fremtiden kan staudegruppa og lignosegruppa slå seg sammen til en stor produksjonsgruppe som vil gjøre den mer lik et samarbeidsråd. Modellen har en parallell til hvordan GPS i sin tid ble til når man startet og bygde opp samarbeidet under NGF og så «flyttet den ut» som egen enhet for å ivareta alle produsenter uavhengig av organisasjonstilhørighet. Bakdelen med å starte i det lille er at det tar tid å bygge, men fordelen er at det kan være større sikkerhet knyttet til gjennomføring.

I dette alternativet fortsetter Eliteplanter som eget SA, med konsentrasjon om sin opprinnelige kjerneaktivitet Eliteplantasortimentet. For at samarbeidet nå skal være et alternativ for alle

planteskolen, er det naturlig at man i en slik modell legger samarbeid om andre merkevarer en Eliteplanter, og de andre oppgavene som etter hvert utvikles, til samarbeidsrådet.

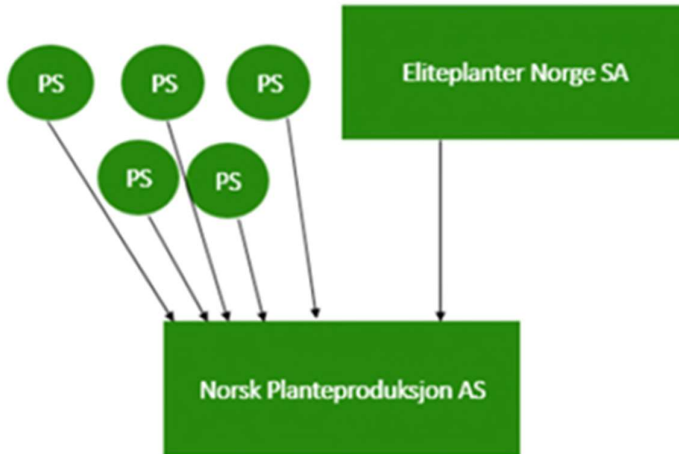


Figur 6: Trinnvis utvikling av samarbeidet, med lignosegruppe.

### Trinn 3

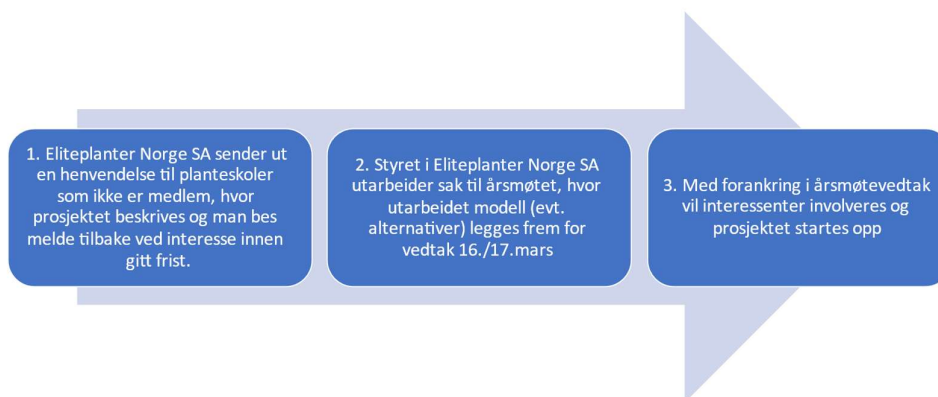
Utefra gjeldende rammevilkår for planteskoleprodusentene og med utgangspunkt i fremlagte skisser, mente planteskoleutvalget i NGF og styret i Eliteplanter SA at en eller annen versjon av «det ambisiøse» alternativet var det mest logiske å se nærmere på. En oppdeling i en kommersiell og en omfavnende organisasjon vil tydeliggjøre de forskjellige organisasjonenes funksjon og avgrensing mot hverandre som i sin tur gjør at det blir enklere å «spille hverandre gode». Gjennom denne oppdeling og et tett samarbeid mellom organisasjonene kan man jobbe effektivt på både overordnet og konkret nivå. At den kommersielle delen legges til Eliteplanter er også logisk ettersom man da kan bygge videre på og videreutvikle det som allerede har blitt utviklet av godt samarbeid der.

Styret i Eliteplanter SA utarbeidet i samarbeid med juridisk konsulent et konkret forslag til samarbeidsplattform. Her foreslo man at det kunne opprettes et Aksjeselskap som ivaretar samarbeidet mellom planteskolene (PS) og Eliteplanter SA. Dette AS ble her blitt gitt arbeidsnavnet Norsk planteproduksjon AS. Forslaget er en hybrid mellom selvstendig samarbeidsorganisasjon og å bygge på det man har. Denne modell ville altså kunne ivareta både norsk planteskoleproduksjon som en helhet og særinteressene til dem som kun ønsker å være en del av Eliteplanter SA eller kun ønsker å være en del av et større samarbeid uten å ville være en del av Eliteplanter SA.



Figur 7: Et Aksjeselskap som ny samarbeidsplattform

Det er frivillig å delta i et samarbeid, men hele hensikten med samarbeidstanken er at den skal inkludere alle produsenter som ønsker å delta. Eliteplanter SA er tydelige på at man ønsker å invitere alle produsenter som har fokus på norsk produksjon inn i samvirket. Dette er en forutsetning for at det fremlagte forslaget skal fungere etter hensikt. Ettersom ønsket er at samarbeidet skal favne bredt er det også viktig med en bred forankring i produsentgruppen. Forslaget fra styret i Eliteplanter ble derfor tatt opp til «høring» og diskusjon på planteskolenes stormøte i NGF den 25. januar 2022. På dette møte var det liten oppslutning om å danne enda en ny organisasjon med de ressurser dette krever. Deltakerne ga uttrykk for at man ønsket et utvidet Eliteplanter som sin samarbeidsplattform til å innefatte både e-plantesortimentet og øvrig sortiment. Styret i Eliteplanter tok med innspillene tilbake for å se på en alternativ modell. Denne blir fremlagt på årsmøte til Eliteplanter den 16-17. mars. Dette betyr at per 1. februar (når denne rapport leveres) har prosjektet følgende fremdriftsplan:



Figur 8: Fremdriftsplan til formalisert samarbeid i «nye» Eliteplanter SA

Dette innebærer i sin tur at samarbeidsprosjektet trenger enda mer konkretisering før det kan presenteres en skisse til hovedprosjekt.

## Skisse til hovedprosjekt

### «Prosjekt digital plattform»

Uten at det nevnes spesifikt tidligere i denne rapport har prosessen mot økt samarbeid i forprosjekt SamPlant avdekket at en av de store hindringene i dag for å få stimulert til økt forespørsel etter- og økt salg av norskproduserte planter er mangelen på en felles digital og nettbasert løsning. Dette gjelder både for kommunikasjon ut til produsentenes kunder og kommunikasjon internt med hverandre. Det er ikke en forutsetning at det finnes et etablert samarbeid mellom planteskolene innenfor andre kommersielle oppgaver for å sette i gang et slikt samhandlingsprosjekt. Dette er heller omvendt noe som man både kan og bør sette i gang med så fort som mulig som et samarbeidsprosjekt mellom NGF og Eliteplanter SA. På denne måte kan man sikre en bred kontaktflate i produsentgruppen. En felles digital plattform ble også diskutert på stormøtet i NGF den 25. januar og mottatt svært positivt. Vi tenker derfor at dette er et eget hovedprosjekt i seg.

I dag har Eliteplanter SA en nettside som viser eliteplant Sortimentet. Dette er en liten del av det norske Sortimentet og det er viktig å få på plass en plantebase som viser hele det norske Sortimentet. Samtidig er det viktig at denne base kun viser det norske Sortimentet hvis man skal stimulere til økt valg av norskproduserte varer. De verktøy som planleggere i dag benytter seg av, for eksempel Hageselskapets sortliste, viser et langt større Sortiment enn det norske og beskriver også gamle sorter som ikke lengre er i produksjon. Slike plantebaser kan derfor være kontraproduktive for å stimulere markedet til å velge norsk. I ytterste konsekvens stimulerer de til økt import når det beskrives planter som ikke finnes i norsk produksjon. Eller så skaper de tidskrevende og fordyrende prosesser der aktørene må bruke mye tid på å finne norskproduserte erstatningsplanter for de planlagte plantene som ikke går å få tak på (heller ikke som import). Dette er da to av de utfordringene man har i dag, og for å snu trenden i riktig retning er det svært viktig at det er planteskoleprodusentene selv som eier kommunikasjonen med sine indirekte og direkte kunder, der man har kontroll på markedsføring og hva som vises frem. En plantebase som viser hva som finnes i norsk produksjon er også det som blir etterspurt av planleggere og kunder.

I kjøp og salg av planter inngår mange ledd og mange aktører som har påvirkning på plantevalg. Plantevekstrapporten har synliggjort viktigheten av ikke bare horisontalt samarbeid, men også vertikalt. Man er derfor også i behov av en plattform som forenkler de andre aktørenes jobb knyttet til planter og dette kan planteskolenes plattform løse. En utvikling av Planteskolenes felles digitale plattform med tilhørende plantebase kan dekke mange behov til byggherrer, planleggere (landskapsarkitekter) og utførende (anleggsgartnere) så som:

Plantebase og nettside til markedsføring og planlegging av riktige plantevalg (norskprodusert)

- Presentasjon av produsenter med hjerte i norsk produksjon
- Komplette oversikt over norsk planteskole-/staudeproduksjon, inkludert det nye etterspurte Sortimentet med planter fra norsk natur
- Utførlig informasjon om plantenes egenskaper og bruksområder
- Publisering av nyheter

Digitale løsninger for kunder og indirekte kunder som gjør det enklere å velge norskprodusert

- Proffverktøy for planlegging av grøntområder, med dagens informasjonskrav til opprinnelse, miljø- og klimahensyn
- Anbudsskjema som distribueres og besvares i systemet
- Informasjon om forvaltning, drift og vedlikehold (FDV)

- Verktøy for design/planlegging av privathager
- Synliggjøring av positiv oppveining av miljømessig fotavtrykk i prosjekters klimaregnskap gjennom for eksempel EPD (environmental product declaration) for planter.
- Klimasonekart
- Henvisning til norsk standard ved beskrivelse av planter i anbud og hvordan Planteskolevarer (NS4400) og standard for anleggsgartnerarbeid (NS3420-K) lenker til hverandre.
- Informasjon om gjeldende regelverk Forskrift om fremmede organismer

Internt i kommunikasjonen mellom planteskolene kan plattformen på sikt knyttes opp mot de andre samarbeidsoppgavene og bli et hjelpemiddel for å holde orden på sortiment, sortimentsplanlegging, presentere veiledende prisliste m.v. Utvikling av dette vil først bli aktuelt når samarbeidet mellom produsentene har blitt formalisert.

Tiltaket mobiliserer gjennom større synliggjøring av norske produkter til økt verdiskapning i landbruket. Dette er i tråd med målet fra rapporten Grøntsektoren mot 2035 der det er lagt en vekstambisjon for norsk grøntsektor på 50 % til dette år. Det er også et nasjonalt kompetansehevende tiltak som gir mer kunnskap om norske planter til planleggere, bestillere og andre forbrukere. Gjennom utvikling av en digital plattform som stimulerer til norsk produksjon vil man oppnå viktige sekundærgevinster med planter av god kvalitet som tåler sine utplantingsforhold til hager og anlegg. Man vil også få mindre risiko for introduksjon av skadegjørere og plantesykdommer til natur og landbruk når importen går ned.

I halvårsrapporteringen den 14. september 2021 synliggjorde avtalepartene at veien man ønsket å kanalisere en eventuell støtte til hovedprosjekter var via etablerte søknadsordninger. Med kriteriene ovenfor langt til grunn tenker vi at prosjekt digital plattform spesielt faller inn under Nasjonale tilretteleggingsmidler. Også, selv om dette er midler som søkes i et felleskap av bedrifter, vil en samlende digital plattform være det viktigste virkemiddelet til den enkeltes bedriftsutvikling. Dette nettopp fordi den utvikles i et felleskap. Vi tenker derfor at prosjektet også passer under Bedriftsrettede midler til investering og utvikling. Eller andre ordninger som avtalepartene finner egnet.

#### Kostnadsestimat

Målsetningen for forprosjekt SamPlant var å utrede om man kunne skisse et hovedprosjekt for økt horisontalt samarbeid tilsvarende et hovedprosjekt for utvikling av et samarbeidsråd eller annen samarbeidsplattform. Det er først ganske sent i prosjektet det har blitt avdekket hvor stor betydningen en digital plattform utover å kun lage en plantebase med tilhørende nettside har. Det har derfor ikke blitt utformet en detaljert prosjektbeskrivelse for dette prosjekt, men et grovt kostnadsestimat presentert nedenfor:

Planlegging og detaljprosjektering	500 000
Prosjektledelse	500 000
Utvikling av plantebase og nettside	1 500 000
Utvikling av løsninger for kundekommunikasjon	1 000 000
Utvikling av web-løsninger og digitale løsninger	2 000 000
<b>Sum:</b>	<b>5 500 000</b>
Estimert egeninnsats i prosjektet	1 000 000
Utvikling av interne kommunikasjonsløsninger mellom produsentene	Kommer i fase 2

Nye digitale løsninger som skissert ovenfor vil være den viktigste grunnforutsetningen for å få koordinert og markedsstilpasset sortimentet og den viktigste kanalen og kunnskapsbasen for å få til virkningsfull kommunikasjon om norskproduserte planter.

## Oppsummering samarbeidsdelen i forprosjektet

Dette forprosjekt har tatt sikte på å utrede forutsetningene for etablering av et Planteprodusentenes samarbeidsråd (PPS) og hvordan man gjennom dette også kan få til gode synergier for kommunikasjon om norske produkter. Arbeidet viser at man for planteskole- og staudepoduserer absolutt kan se svært gode forutsetninger for økt samarbeid i tiden som kommer. Når det ble søkt midler til dette forprosjekt hadde det en annen retning enn det sluttresultat det endte opp med. Den tentative hypotesen i 2020 var at den mulige veien å gå var gjennom GPS som forebildeorganisasjon og så bygge opp samarbeidet etter denne mal. I slutten av prosjektperioden har vi for planteskoleprodusentene endt opp med at de beste forutsetningene ligger i en todelt samarbeidsløsning mellom NGF og Eliteplanter og en organisatorisk funksjonsoppdeling. Dessuten at en grunnforutsetning for økt samarbeid ligger i de digitale og nettbaserte løsningene. For prydplanteprodusentene har gjennomgangen viset at det er kommunikasjon og markedsføring som vil gi dem best forutsetninger. Dette viser at gjennomgangen og prosessen via forprosjekt SamPlant har fylt en stor funksjon for å finne de riktige veiene videre. Gjennom forprosjekt SamPlant håper vi at veien mot et tettere samarbeid mellom produsentene er lagt. Vi håper også at det blir økt bevissthet om viktigheten av prydplante- og planteskoleproduksjonen slik at de får sin plass på landbrukskartet og den plass i landbrukspolitikken de fortjener.

## Kan en ny samarbeidsorganisasjon bli en informasjons- og kunnskapsbase for andre organisasjoners kommunikasjon

Kundens bevissthet om plantevalg, enten det er private forbrukere, borettslag eller offentlig innkjøp har historisk sett vært sterkt påvirket av lokale yrkesgartnere, som både har bedrevet beplantning og produksjon. I nyere tid domineres markedet mer av store kjeder og av yrkesgrupper som f.eks landskapsarkitekter. Det er mange hensyn som skal tas ved valg av beplantning, og med en mangel på oversikt over tilgjengelighet av planter på markedet, fra et stadig mindre utvalg av norske leverandører, er veien kort til importerte prydplanter. Med dette har det blitt vanskeligere å orientere seg i hva som produseres, hva som er tilgjengelig, og enda mer hva som er anbefalt plantevalg lokalt.

Samtidig har vi økende trender og bevissthet om gode plantevalg. Om norsk produksjon, plante helse og potensiale for spredning av skadegjørere via dyrkingsmedier. Antagelig er det også potensiale i lojalitet til norskproduserte planter.

Det er mange fora som driver kommunikasjon om planter, men tre av de mer synlige, som bør være etterrettelige kunnskapsleverandører kan tenkes å være nevnte Eliteplanter (med det navn som senere vil vedtas), Stiftelsen Norsk Mat, som har ansvar for blant annet merkeordningen Nyt Norge, og Opplysningskontoret for blomster og planter (OBP), som er et initiativ og samarbeid mellom norske produsenter av blomster og planter og samordnet gjennom Norsk Gartnerforbund.

Å kunne kommunisere målrettet er en utfordring, og en felles plattform der vi ser hva som finnes tilgjengelig i markedet, og egenskaper ved de ulike vekstene, er svært etterlengtet. Den «digitale plattformen» som er omtalt tidligere i rapporten er svært etterlengtet som verktøy, og vil sette oss i stand til kommunikasjon på et nytt nivå.

## Hvordan få til virkningsfull kommunikasjon av planter

Det viktigste verktøyet for fremtidig god kommunikasjon om det norske sortimentet er de nye digitale og nettbaserte løsningene. Både OBP og Nyt Norge merket retter seg fremfor alt mot det private hagemarkedet. Det er her importen er størst, så det å kunne danne bevissthet om betydningen av å velge norsk er en svært viktig jobb.

En stor andel av private forbrukere er i stigende grad opptatt av opprinnelse og miljøstatus for varer og tjenester de kjøper. Denne trenden har i enkelte segmenter også nådd plantekjøperne, men vår erfaring er at det fremdeles er betydelig potensiale for ytterligere fokus og økning av kunnskap. Det er imidlertid all mulig grunn til å tro at kommunikasjon fra hver enkelt produsent og utsalg vil være viktig, og at oversiktsbilde må dannes gjennom bransjens egne kanaler, slik som f.eks OBP.

OBP har gjennom forprosjektet SamPlant observert og deltatt i diskusjonene, og er således bakteppe for vurderingene rundt kommunikasjonen. Å orientere seg i plantemarkedet, med de svingninger av salg og produksjon som forekommer, er krevende, også for kommunikatørene. Nye tidspunkter og størrelser, og bruksområder, vil forekomme. Nye sorter og varieteter som settes i produksjon eller får nye bruksområder er verdifull informasjon som bør kommuniseres klokt. Den digitale plattformen vil slik den er tenkt representere en uvurderlig verdi for å kommunisere riktig. En konsekvens av dette vil være at et bedre samarbeid vil styrke norskpreferansen og dermed vesentlig styrke norsk planteskolenæring og planteprodusenter for øvrig.

Kommunikasjon om planter foregår i en lang rekke ulike kanaler. Sosiale media er en stor masse av kommunikasjon, og foregår fra mer og mindre kompetente kilder. En samstemt kommunikasjon, som kan være et resultat av en bedre koordinert bransje gjennom tiltak skissert i rapporten, vil kunne spille en avgjørende viktig rolle for prydplanteprodusentenes fremtid.

## Referanser

NIBIO rapport Liten, blomstrende, mangfoldig og utsatt

<https://nibio.brage.unit.no/nibio-xmlui/handle/11250/2633148>

NIBIO rapport: Plantevekst- verdien i grønt. Utviklingsmuligheter og samarbeidsløsninger for planteskolesektoren

[https://nibio.brage.unit.no/nibio-xmlui/bitstream/handle/11250/2778954/NIBIO\\_RAPPORT\\_2021\\_7\\_159.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://nibio.brage.unit.no/nibio-xmlui/bitstream/handle/11250/2778954/NIBIO_RAPPORT_2021_7_159.pdf?sequence=4&isAllowed=y)