

Stortingets næringskomité

Vår dato:

19.10.2021

NHO Reiselivs innspill til Næringsbudsjettet 2022

NHO Reiseliv takker for muligheten til å komme med innspill til neste års budsjett. Vi er den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge med over 3 500 medlemsbedrifter. Vi er tilknyttet Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) som er den største interesseorganisasjonen i Norge, og vi arbeider for å sikre våre medlemmer arbeidsvilkår og utviklingsmuligheter som styrker reiselivsnæringen, som fortsatt opplever konsekvensene av stengte grenser og utsatte bestillinger på grunn av pandemien.

Våre hovedmomenter til næringsbudsjettet er:

- Markedsføringsmidlene må økes til minimum 2019-nivå
- Reiselivet trenger fortsatt omstillingsordninger
- Den nasjonale rekrutteringskampanjen for mat- og måltidsfag må videreføres i -22
- Visit Svalbard trenger fortsatt økt bevilgning

Markedsføringsmidler og avgiftsnivå

I forslaget til statsbudsjett ligger det i *kapittel 2421 post 74*, 181,5 mill. kroner til Innovasjon Norges ordinære arbeid med å styrke markedsmulighetene for norske reiselivsaktører. Dette er en videreføring av kuttet i statsbudsjettet 2020 i støtten til markedsføring av Norge, også kjent som Innovasjon Norges markedsføringsmidler, med 51,5 millioner fra 231,5 millioner. Som et krisetiltak i 2021 ble det allikevel tilført 50 millioner ekstra for å øke profileringen. Dette nivået må videreføres også i 2022. Å ikke tilføre markedsføringen av Norge mer midler i 2022 viser en mangel på anerkjennelse av hvor hardt og hvor lenge reiselivsnæringen i Norge er rammet. Særlig hardt rammet er de nordligste fylkene, fordi disse er har en stor del av kundene fra utenlandsmarkedet. Det krever ekstra midler å rette markedsføringen både mot nærmarkedene – som kan reise til Norge på kort sikt – og fjernmarkedene med lenger planleggingshorisont. Den internasjonale konkurransen i reiselivsmarkedet er nå svært hard, og om ikke norsk reiseliv profileres skikkelig, vil man sakke akterut i gjenreisningsfasen. Dette vil og være i tråd med reiselivsstrategiens punkt 1: Restart Reiseliv 2021-2024 – et program for gjenoppbygging etter pandemien.

Vi minner også om at forslaget for Statsbudsjett 2022 øker avgiftene på transportleddet til reiselivet betydelig (for eksempel gjeninnføring av flypassasjeravgift), samtidig som den lave momssatsen er tilbake på normalt nivå 12 %. Om dette blir stående er det å anse som et fravær av anerkjennelse av hvor hardt og hvor lenge næringen er rammet, og totalen av dette vil uten tvil bidra til å betydelig redusere norsk reiselivs konkurranse- og gjenreisningsevne i 2022.

NHO Reiseliv ser også at den nye regjeringen i Hurdalserklæringen åpner for at den vil gi "kommuner mulighet til å innføre besøksbidrag. Det skal raskt settes i gang ett eller flere pilotprosjekter, for eksempel i Lofoten, basert på lokalt initiativ." Det er viktig at

regjeringen ikke forhaster seg i dette arbeidet, slik at man allerede i 2022 innfører en fordyrende avgift på reiseliv allerede før markedet er kommet skikkelig tilbake. Dette vil være skadelig for norsk reiseliv. Det er òg grunn til å minne om at også under "normale" omstendigheter er såkalt overturisme er et marginalt problem i Norge, og gjelder kun noen få områder noen uker ila. året. For å gjøre en eventuell ny ordning mest mulig treffsikker og rettferdig, er det nødvendig med bred involvering av næringen i utformingen av dette besøksbidraget. En eventuell ny avgift eller skatt kan ikke legges på bedrifter som allerede i dag betaler alle normale pålagte skatter og avgifter (eks. overnatting og servering).

Omstillingsmidler

Omstillingsmidler til reiselivsnæringene, *Kapittel 2421 post 50*, er ikke videreført i budsjettforslaget. NHO Reiseliv mener denne ordningen har fungert godt, men kriteriene for sammenlikningsgrunnlag for tap kunne vært mindre strenge og man kunne åpnet for skjønnsmessige vurderinger av søkerne om de falt utenom. For mange reiselivsbedrifter vil det være under gjenåpningen i 2022 at den faktiske muligheten til å identifisere muligheter for omstilling og å tørre å bruke nok personalressurser på å få gjennomført prosjektet. Ideelt sett burde ordningen vært tilført flere midler og åpnet for en ny søknadsrunde med bedre kriterier før 1.1.2022. Om dette ikke er mulig, bør omstillingsordningen videreføres også i 2022, og da med nye betingelser som er mer treffsikre og ikke ekskluderer reiselivsbedrifter som åpenbart har blitt rammet av pandemien.

Nasjonal rekrutteringskampanje

I revidert nasjonalbudsjett 2021 ble det satt av 2 millioner til en egen rekrutteringskampanje for mat- og måltidsbransjen, *kapittel 1100 post 21*. Bevilgningene var en oppfølging av utvalgsrapporten "uten fagarbeidere – ingen matnasjon" og "Strategien for matnasjonen Norge". I utvalgsrapporten er kampanjen foreslått å vare i 5 år; Å ikke følge denne opp i 2022 er derfor å parkere det viktigste elementet i strategien for en næring som sårt trenger folk. Prosjektet bør derfor følges opp på samme nivå som i 2021.

Visit Svalbard

2022 blir et svært viktig år for både gjenoppbygging og omstilling av Reiselivet på Svalbard etter pandemiens ødeleggende effekt siden mars 2020. Selv om alt reiseliv er berørt, har Svalbard på grunn av helseberedskapene hatt mange flere begrensninger på innreise enn reiselivet i fastlands-Norge. Destinasjonsselskapet Visit Svalbard har en nøkkelrolle i å få næringen på beina igjen, og raskest mulig få den tilbake til å være en lønnsom, helårs lokalsamfunnsbygger. NHO Reiseliv mener at forslaget på 3,2 millioner i *Kapittel 900 post 74*, dermed blir for lite, og ber at dette økes til 5 millioner i tråd med budsjettskisse oversendt komiteen og næringsdepartementet fra Visit Svalbard.

Med hilsen NHO Reiseliv



Kristin Krohn Devold
Administrerende direktør