

10
08 | glimt



Juletrær – en næring med eksportpotensial

Av Jan-Ole Skage, Steinar Haugse og Bernt-Håvard Øyen

Eksporten av juletrær fra Norge er økende, fra ca 3 000 trær i 2006 til ca 70 000 trær i 2008. Tyskland, England, Nederland, Frankrike og Sverige er viktige nye markeder. I dag er det et underskudd av edelgran på det europeiske grossistmarkedet. Finanskrisen vil imidlertid høyst sannsynlig påvirke både etterspørsel og prisnivå i årets sesong.

I 1998 var plantingen av trær i norske juletreplantasjer ca 200 000 trær, 10 prosent av det norske forbruket. I 2008 var antallet økt til omkring 900 000 trær, eller 50 prosent av forbruket. Det blir færre produsenter samtidig med at produksjonsarealene øker. I dag er dyrkingsarealet estimert til mellom 11 000 og 12 000 dekar. I Rogaland er det tilplantet nærmere 3 000 dekar, hovedsakelig på innmark. Norge er identifisert som ett av fire land i Europa med egnet vilkår for produksjon av edelgran, og kan på sikt øke eksporten av treslag fra edelgranslekten.

Forsket mest i Norge

Fjelledelgran er forespeilet å bli en viktig art innen juletrær i Europa. Norge har vært bortimot alene om forskning og utvikling på denne arten i Europa og sitter i dag på en verdifull kompetanse rundt valg av dyrkingsmateriale og produksjon. Denne for-

Norskprodusert blålig fjelledelgran, har vist seg attraktiv på det tyske markedet. Foto: Åge Østgård



RETURADRESSE:

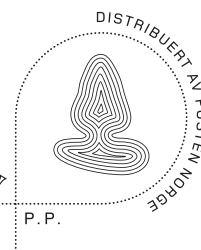
Skog og landskap,
Postboks 115,
1431 Ås

B

NORGE



P.P.



www.skogoglandskap.no, tlf: 64 94 80 00, Redaktør: Camilla Baumann, Produksjon: Svein Grønvold, Grønvolds Bildebyrå, Trykk: Follotrykk AS 2008, Opplag 3000



Bred nordmannsedelgran for det engelske markedet.

Foto: Pyntegrøntsentret i Lyngdal

delen kan juletrenæringen utnytte. Tilgangen på frø fra Amerika har vært vanskelig de senere år og derfor er det viktig å sikre dyrkerne norskprodusert frø av ønsket materiale.

Produksjonen av juletrær er arbeidsintensiv, og gir grunnlag for fulltidssysselsetting selv med relativt beskjedne produksjonsarealer. Samtidig er produksjon av juletre egnet på arealer som i tradisjonelle landbrukskulturer blir betraktet som marginale. Juletre dyrking kan derfor bidra til gode sysselsettingseffekter i distriktene.

Det er et godt produsentmiljø og utbygd veiledningsapparat for norske juletre dyrkere. Det er derfor store muligheter for å få til en dokumentert og internasjonal sertifisering av juletreproduksjonen.

Lønnsomhet for dyrkerne

Salg av juletrær foregår enten direkte til kunde eller via grossist eller produsenteid salgsselskap. De siste årene har en økende andel av trærne blitt solgt via et mellomledd. Dette har gitt norske produsenter innpass

på kjedemarkedet, et marked som tidligere var dominert av danske produsenter.

Det er stor variasjon i lønnsomheten hos de enkelte produsentene. Viktige faktorer for god lønnsomhet er godt dyrkingsklima, lite skader og dyrkerens fagkompetanse. Det er også store forskjeller i hvor stor grad produsentene har mekanisert produksjonen sin. Det forventes en utvikling mot større produksjoner og mer mekanisering.

Prisene i Norge er sterkt påvirket av det danske produksjonsvolumet og prissettingen på kontinentet. Prisene er i vekst etter flere år med lave, men stabile priser på kontinentet. Fra 2005 til 2007 har prisen per tre økt i Europa med omkring 60 kroner på grossistmarkedet.

Kompetente dyrkere og bevisste kunder

Kompetansenivået blant norske produsenter regnes som høyt og norske kunder er svært kvalitets- og miljøbevisste. Markedsundersøkelser viser at norske kunder primært ønsker seg norskproduserte trær. Den norske juletrenæringen har som overordnet mål å bli mer lønnsom, markedsorientert, kvalitetsorientert og miljøvennlig. Dette vil gi verdiskapning basert på kunnskap og norsk produksjon.

Les mer om juletrær og pyntegrønt på www.skogoglandskap.no

Kontakt forfatterne:

jan-ole.skage@skogoglandskap.no

steinar.haugse@lfr.no (Norsk Pyntegrønt Forsøksring)

bernt-havard.oyen@skogoglandskap.no



Norskprodusert fjelldelgran i tradisjonell grønn farge er mest etterspurt på det norske og europeiske markedet. Foto: Åge Østgård