

REISELIVSPLAN

IBESTAD KOMMUNE

2009-2012

17.12.2009



Innhold

Sammendrag	2
Nasjonale føringer	3
Om arbeidet.....	4
Formålet med planen	4
Status for reiselivet i ibestad	8
Hovedutfordringene til ibestad	11
Visjonen:”Dristighet, villskap og nytelse”	13
Strategier – veien mot målet	15
Tiltaksplan	20
Vedlegg i:	28

SAMMENDRAG

Reiseliv skal bidra til å skape vekst og framtidstro i Ibestad kommune. Utvikling av reiselivsnæringen kan bidra til å opprettholde og utvikle lokalsamfunnene i Ibestad kommune. Denne reiselivsplanen er et ledd i Ibestad kommunes strategiske satsing for å legge forholdene til rette for utvikling av et solid og kvalitetsorientert reiseliv i kommunen. Utfordringen er å gjøre Ibestad til et sterkere reisemål også utenom hovedsesongen (mai – september). I tillegg er det viktig å skaffe finansiering for å utvikle og skape nye tilbud og kvalitetssikre eksisterende aktiviteter.

Ibestad kommune skal ikke drive næring men tilrettelegge for de private aktørene som skal utvikle sine egne bedrifter. Det er aktørene som skal skape næringen. For å representere disse aktørene trenger Ibestad kommune at aktørene selv støtter opp om en organisasjon som skal omsette ord til handling i forhold til tiltakene i denne strategiske reiselivsplanen.

Visjonen for reiselivsplanen; ”DRISTIGHET, VILLSKAP OG NYTELSE” skal gjenskape dristigheten, og villskapen til våre forfedre i forhold til det å tenke stort, for på ny å bli en pådriver i utviklingen av Sør-Troms regionen. Ibestads reiseliv skal utvikle reisemål som gir den enkelte feriereisende aktive, dristige naturbaserte ferieopplevelser.

Ibestad skal markedsføres som et reiselivsprodukt med tilrettelagte dristige aktiviteter i vill og vakker natur. Lokalt utviklede matretter av kortreist råvarer som kan nytes i sine rette omgivelser skal bli en naturlig del av opplevelsen for de som velger Ibestad som reisemål. Ved å legge til rette for å dele vår rike historiske bakgrunn, skal vi synliggjøre vår posisjon i utviklingen av landsdelen, både som knutepunkt for handel og kirkeliv samt ferdsel og fiske på havet opp gjennom tiden.

Kommunens rolle er å være en tilrettelegger i forhold til etableringer. Både når eksisterende reiselivsbedrifter utvider, og når nye etablerer seg, må kommunen sørge for å være beste kommune i forhold til saksbehandling og tilrettelegging. Kommunen må sørge for tilstedeværelse på arenaer av betydning for reiselivet, arbeide for bedre kommunikasjoner mot

Engenes og Sørrollnes, samt avklare hvorvidt kommunen skal etablere et lokalt reiselivsselskap eller knytte kommunen opp mot andre destinasjonsselskaper.

Planen har satt opp en tiltaksliste som tar utgangspunkt i Engenes og Ibestad for å fronte utviklingen av reiselivet i kommunen. Et sterkt reiseliv med utvikling av tilbud til turister og fastboende kan utfylle tilbudene til våre nabokommuner, og gjøre Ibestad attraktiv som samarbeidspartner i regionen.

NASJONALE FØRINGER

Regjeringen har utarbeidet en nasjonal strategi for reiselivsnæringen ”Verdifulle Opplevelser” som ble lansert 18. desember 2007, Kapittel 1.1, Regjeringens visjoner og mål for reiselivspolitikken.

”Reiselivsnæringen må ta steget fra å produsere tradisjonelle reiselivsprodukter til å samarbeide om å skape helhetlige opplevelsesprodukter som inkluderer kultur, mat, historie, natur og aktiviteter, i tillegg til transport og overnatting. Vår visjon er at vi, gjennom å tilby verdifulle opplevelser, skal skape verdier for de besøkende, bedriften, de ansatte, lokalsamfunnet, miljøet og fellesskapet. Dette skal bidra til økt verdiskaping innen reiseliv i Norge.

Visjon: Verdifulle opplevelser

Hovedmål

- Økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen
- Levedyktige distrikter gjennom flere helårs arbeidsplasser
 - innenfor reiselivsnæringen
- Norge – et bærekraftig Reisemål
- Innsatsområder
- Innovasjon
- Et bærekraftig reiseliv
- Kvalitet
- Kompetanse
- Områdeutvikling
- Markedsføring
- Organisering

Strategien legger opp til en helhetlig, koordinert og langsiktig nordområdepolitikk. Reiseliv er i økende grad en kilde til sysselsetting og verdiskaping i nordområdene. Reiselivet i nord har utviklingsmuligheter knyttet til ren og frisk natur, levende kystkultur og muligheter for naturbaserte opplevelser. Som i andre områder, er en samlet organisering og tett samarbeid mellom aktørene sentralt. Regjeringen ser nordområdene som Norges viktigste strategiske satsingsområde i årene fremover. Reiseliv har en naturlig plass i denne satsingen.”

OM ARBEIDET

Strategisk Reiselivsplan for Ibestad har sin forankring i kommunens Strategiske Næringsplan vedtatt i kommunestyret i 2007, der reiseliv og turisme regnes som vekstnæring for Ibestad. Det påpekes at det finnes store muligheter, men at det kreves en tilrettelegging av aktiviteter og økt profesjonalitet blant aktørene.

Arbeidet har vært gjennomført av komité for Næring og utvikling i Ibestad kommune. Arbeidet har tatt utgangspunkt i et folkemøte på Engenes, der en gjennom ”en tankesmie” der en gjennomførte en SWOT-analyse (vedlagt). Dette møtet, sammen med konstruktive arbeidsmøter med næringsaktørene kom en fram til tanker og ideer for utvikling av reiselivet som næring i kommunen.

Ole Skardal har brukt dette materialet for å utarbeide et planutkast, som både ivaretar nasjonale føringer, og strategiske målsetninger for næringsutvikling av reiseliv i Ibestad kommune. I prosessen har planen yvært revidert flere ganger i forhold til innspill fra næringsaktørene i flere fora.

Plan ble lagt ut for offentlig høring. Det kom inn ni høringsinnspill som ble behandlet i komité for Næring og Utvikling for innstilling og endelig plan ble politisk behandlet i forhold til denne innstillingen.

FORMÅLET MED PLANEN

Strategisk Reiselivsplan skal være et felles mål- og strategidokument for å gjøre reiseliv til den vekstnæringen man ønsker den skal bli.

Planen skal danne grunnlag for utforming av handlingsplaner for reiselivet generelt i Ibestad, og skal også gi innspill til nødvendige avklaringer i forhold til fremtidig arealbruk og planlegging i kommunen (strategidiskusjon rundt kommuneplanen, og kommuneplanens arealdel).

FORMÅLET MED PLANEN VAR Å UTARBEIDE ET STRATEGISK RAMMEVERK SOM SKAL:

- Gi rammene for en langsiktig utvikling av Ibestad som reisemål i et produkt/markedsperspektiv (basert på en grunnleggende enighet mellom aktørene for å utvikle reiselivsdestinasjonen Ibestad (visjoner, mål, strategier). Herunder også samspill med kommunal planlegging og offentlig forvaltning.
- Gjennomføre en prosess som gir aktørene en felles plattform i arbeidet med å utvikle Ibestad som et bærekraftig reiselivsmål.
- Etablere forpliktende samarbeid mellom reiselivsaktørene. Hvem gjør hva og hvordan: ”arbeidet i kulissene”, ”fellestiltak”, ”dialogen med omverdenen”.

DET STRATEGISKE GREPET SKAL BESKRIVE EN UTVIKLING SOM:

- Sikrer at kommunen som reisemål er attraktivt i et langsiktig perspektiv, og tilrettelegger for at aktørene har næringsmessig lønnsomhet.
- Definerer hva som gjør eller skal gjøre kommunen til et attraktivt reisemål, og hva utviklingen framover skal tuftes på? (bærende produktkonsept).
- Legger langsiktige strategiske føringer til grunn for å nå ønskede mål.
- Optimaliserer ressursbruken (markedsføring, produktutvikling, infrastruktur, fellesgodeløsninger).

UTVIKLING AV IBESTAD KOMMUNE SOM REISEMÅL/ DESTINASJON

Innovasjon Norge sin hvitebok for bedre reisemålsutvikling, slutført i januar 2008, fanger opp de overordnede føringene i regjeringens nye nasjonale reiselivsstrategi.

”Begrepet reisemålsutvikling brukes om en styrt langsiktig, og helhetlig utvikling av et steds potensial som reisemål. I et markedsorientert perspektiv betyr dette at man kartlegger, og systematiserer forutsetningene, og skaffer seg et bilde av hva som gir stedet attraksjonskraft, og grunnlag for å skape næringsvirksomhet (behovsforståelse, salgbare produktkonsepter, lønnsom reisemålsutvikling). Hele veien forankret i et realistisk bilde av forutsetningene for å lykkes. I en slik prosess er det viktig å stille spørsmål som:

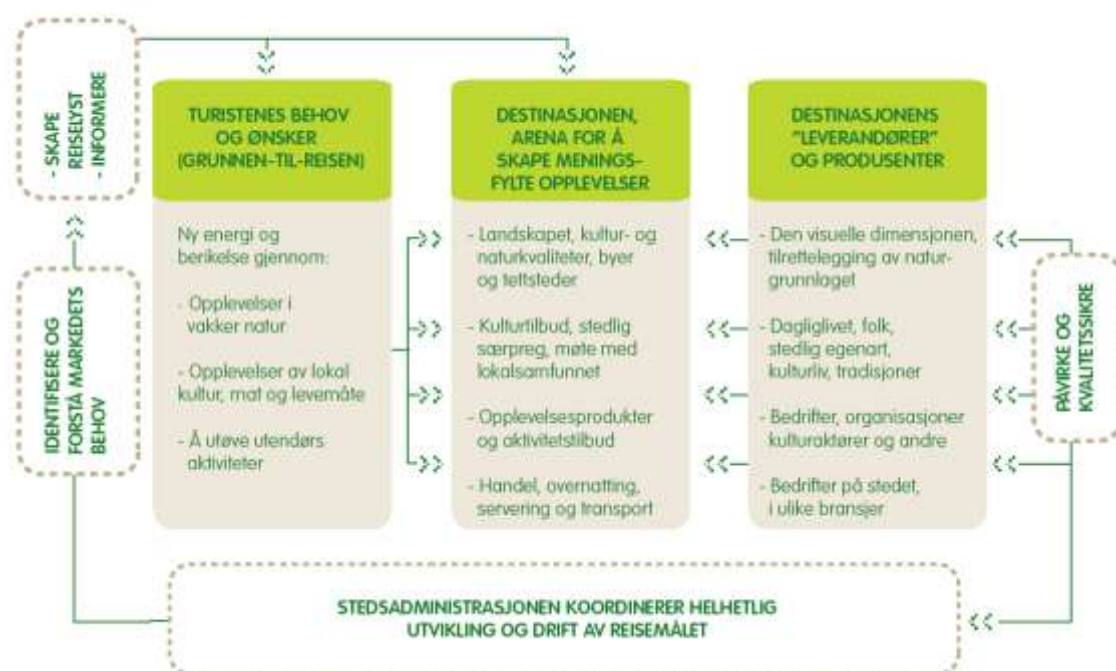
I hvilken grad er det gitte forhold som setter grenser for reisemålets utvikling (å kunne skape større attraksjonskraft), og i hvilken grad det er forhold som kan endres gjennom god strategi og for utviklingen?

- Hvilke forhold kan endres på kort sikt?

- Hvilke forhold er kritisk for den videre utviklingen sett i forhold til markedsmuligheter og utviklingen av salgbare produkter?"

Helhetsperspektivet er vist nedenfor i fig. 5.1 fra "Hvitebok for reisemålsutvikling"¹.

Figur 5.1 Helhetsperspektivet på det stedlige reiselivsproduktet



NATURBASERT TURISME

Primærmålgruppen for Norge som ferieland, er definert som personer med ulike behov innen *naturbaserte ferieopplevelser*. De opplevelsene Norge kan tilby skal først og fremst dekke følgende behov:

¹ Kilde:

www.innovasjon norge.no/Reiseliv_fs/PDF/Hvitebok%20for%20reisemålsutvikling%202008%20ENDELIG.pdf

- Behov for opplevelser i vakker og ren natur
- Behov for opplevelse av lokal kultur og levemåte
- Behov for aktive naturopplevelser

I arbeidet med å utvikle Ibestad til en attraktiv reiselivsdestinasjon, vil en derfor kunne legge til rette for utvikling av reiseliv innen de fleste av Norges satsingsområder innenfor kategorien naturbasert turisme.

ORGANISERING

Reiselivet er organisert på ulike nivå i Norge. I organiseringen av det felles nasjonale og internasjonale salgs- og markedsføringsapparatet i Norge har Innovasjon Norge hovedansvaret for den generelle profileringen av Norge og norsk reiseliv i utlandet. Virksomheten ledes fra Oslo. Organisasjonen har kontorer i ca. 35 land, og har distriktskontorer rundt omkring i landet. Et kontor er etablert i Tromsø

Arctic Norway

Regjeringen er i god dialog med de nordligste fylkeskommunene og reiselivsnæringen i dette området for å se på muligheten for etablere en samarbeidsarena for reiseliv i landsdelen. Et reiselivsselskap er nå vedtatt opprettet av de tre fylkeskommunene i nord.

Troms Reiseliv A/S

Et sentralt selskap i koordineringen av reiselivet i Troms, er Troms Reiseliv². Formålet med selskapet er å skape et samordnet og koordinert arbeid innenfor reiseliv i Troms fylke. Troms Reiseliv ønsker å være en strategisk motor for reiselivsutvikling.

Selskapet skal koordinere og utvikle det felles markedsføringsarbeidet for reiselivet i Troms fylke. Det er en målsetning å skape et tett samarbeid med næringsaktørene i regionen for å oppnå en bred deltakelse og innsats.

² www.visittroms.no

Troms Reiseliv ønsker å være en pådriver for økt samarbeid innenfor den nordnorske fellessatsingen på markedsføring, slik at Nord-Norge i stadig sterkere grad står frem som ett produktområde.

Andre Aktører:

Destinasjon Harstad³ og Tromsø Reiseliv AS⁴. Forsøksprosjektet ”Det ville ekstra”⁵ er et samarbeid mellom Polar Zoo, Elvelund camping, Lapphaugen Turiststasjon, Foldvik Brygger, Gratangsfjellet Hotell, Nordnorsk Fartøyvernsenter, Arctic Husky, Alf Furuly. Rute 69° Nord – prosjekt i regi av Sør Troms Regionråd

Ibestad kommune er pr i dag ikke tilknyttet noe destinasjonsselskap. Felles markedsføring er nødvendig og helt avgjørende for en reiselivssatsing for Ibestad og det bør være en prioritert målsetting på få til et forpliktende samarbeid med en eller flere av disse aktørene eller etablere sin egen modell for utviklingen av kommunen som reiselivsdestinasjon.

STATUS FOR REISELIVET I IBESTAD

Utviklingen av reiselivet i kommunen er i en tidlig fase, men har mange prosjekter på gang som kan gi store muligheter framover.

ETABLERTE BEDRIFTER

- Andørja Adventure AS er en av de ledende aktørene i Troms innen havfiske, med sterk internasjonal profilering i tidsskrifter innen fisk og naturopplevelser. Bedriften er også en sentral aktør i MICE-prosjektet ”Point of no return” i samarbeid med reiselivsnæringen i Harstad.
- Stall Meyer tilbyr aktive naturopplevelser med hest og hundekjøring, samt mulighet for tilrettelegging for handikappede og kursvirksomhet.

³ www.destinationharstad.no

⁴ www.virtualtromso.com

⁵ www.visittroms.no

- Hamnvik handelssted har serveringssted og prosjekt med gjenoppbyggingen av gamle Hamnvik Hotell som overnattingssted i tilknytning dette historiske handelsstedet.
- Astrids Oase's husdyrpark, serveringssted og overnattingssted er et unikt, tilrettelagt tilbud som passer spesielt godt for barnefamilier og handikappede.

ÅRVISSE, ETABLERTE ARRANGEMENTER:

- Sommer i Ibestad er et marked, idrettsfest og familievennlig arrangement i regi av Ibestad Idrettslag og Ibestad Jeger og Fisk. Dette er et arrangement som samler utflytta Ibestadværing og besøkende.
 - Tour De Andørja i regi av Ytre Andørja Idrettslag har nå utviklet en profesjonell plattform ut fra massemonstring av flere idretter med sykling i fokus. Arrangementet og plattformen kan være nyttig for å utvikle Ibestad kommune som reiselivsdestinasjon. Utviklingen av Tour de Andørja kan gi en eksplosiv økning i tilreisende til kommunen, ikke bare innenfor eksisterende arrangementer, men også innenfor nysatsinger en jobber med å etablere.
-

VIKTIGE KJERNEOMRÅDER FOR REISELIVSUTVIKLINGEN:

FISKETURISME

Ytre Andørja har vært et populært reisemål for svenske fisketurister siden 1999, og er godt kjent spesielt i Sverige via ulike reportasjer i svenske fiskeblad og nettsteder for sportsfiskere. I tillegg har også finske fisketurister funnet Andørja og er et betydelig innslag blant kundene. Volumet av denne type turister i dag utgjør over 5000 overnattingsdøgn, og antallet er raskt økende. Salg og markedsføring skjer i hovedsak gjennom samarbeid med operatører i de enkelte land. Samarbeidet mellom de ulike aktørene på Engenes har vært avgjørende for den utvikling som har skjedd.

HISTORISK

Ibestad kirkested har en unik status i Nordnorges historie. Kirkestedet antas å være eldre enn Trondenes. Jernalderfunn og fornminner finnes i rikt omfang og danner et unikt grunnlag for en satsing på historisk og kulturbasert samarbeid. Hamnvik er et gammelt handelssted som svært godt bevart, har nasjonal status og har potensial med sine entusiastiske eiere til å utvikle reiselivsprodukter innenfor dette segmentet.

NATURBASERT OPPLEVELSE

Naturgitte forhold i kommunen muliggjør utviklingen av sterke produkter på turgåing, tindebestigning, terreng- og landeveissykling, riding, hundekjøring, ski, padling, skigåing, jakt samt ferskvanns- og saltvannsfiske med mere. Her er hele kommunen en del av ressursgrunnet og naturlig lokalisering er da mest avhengig av aktiviteten en ønsker å drive med.

MARKEDSMULIGHETER OG TRENDER

FERIE- & FRITIDSREISER

Det moderne liv utøver økende press på menneskers daglige liv og stimulerer ønsket om mer fritid og avslapning. Etter hvert blir det et behov og "å lade batteriene" og med det vil etterspørselen øke. Med hjelp av dagens lavprisfly selskap, tar man kortere og hyppigere ferier.

Fokus på familien fører til et ønske om felles opplevelser gjennom ferier/reiser. Dagens turist har liten tid til å sette sammen turer selv og ønsker i større grad å velge mellom ferdigpakke turer. Et annet element som kan få innvirkning framover er at de økonomiske nedgangstidene rundt om i verden kan gjøre det mer attraktivt

Markedets behov:

Målgruppen for Norges internasjonale markedsføring er i utgangspunktet personer som tidligere har reist til på ferie til utlandet. Begrunnelsen for dette er at de færreste reiser til Norge på sin første utenlandsreise, slik at målgruppen derfor består av erfarne reisende. Sannsynligheten for å reise til Norge vil variere med hvor i verden en kommer i fra. Undersøkelser fra Innovasjon Norge konkluderer med:

- For skandinaviske land er det tilstrekkelig at man har reist på ferie til andre land. Det å reise til Norge ses ikke på noe spesielt, det er noe alle gjør. Tilsvarende kan en kanskje si om besøkende fra andre landsdeler.
- For resten av Europa er målgruppen definert ved personer som tidligere har reist til andre europeiske land enn sine naboland. Avstand, tid og penger, fra kontinentet til Norge tilsier at det ikke er tilstrekkelig at man reiser til sine naboland.
- For resten av verden inkluderer vi personer som tidligere har reist på ferie til Europa. Norge er i svært liten grad det første landet man velger hvis man reiser til Europa. Dernest må

målgruppen besitte de nødvendige forutsetningene for å reise til Europeiske land, som tid penger og pass. Dette gjør at en kan definere målgruppen som ”erfarne reisende”

Norges ”fyrtårn”

”Fjord- og fjellandskapet”, ”Fjell og Villmark”, ”Kysten og Kystkultur”, og ”Det Arktiske Norge” er utvalgt som Norges viktigste fyrtårn i profileringen av Norge.

Norges fordeler er fokusert på følgende temaer:

- Den friske og rene luften og det klare vannet
- Den storslåtte, vakre og mangfoldige naturen
- Det moderne folket som lever i naturen
- Følelsen av å kjenne naturkreftene på kroppen
- De enestående naturfenomenene.

KURS & KONFERANSE

Begrepet omfatter alle møteformer. Emnene *teambuilding*, *incentives* og *kick off* er mer spesialiserte konferanseformer. Konferansemarkedet er blitt mye tøffere de senere årene og mange har investert i fasiliteter som markedet har respondert positivt på. Ibestad har noe kapasitet på overnattingsiden, men ingen mulighet til å gjennomføre større arrangement. Eneste mulighet er kultur-/ sportsbegivenheter under TDA, der en også benytter seg av midlertidige overnattingsmuligheter (telt/campingvogner/sovesal).

Harstad har kapasitet som konferanseby og ligger nært til Engenes med båt. Våre muligheter ligger i å utvikle tilbud innenfor opplevelser og kultur som gjør Harstadregionen som helhet attraktiv som konferanseby.

HOVEDUTFORDRINGENE TIL IBESTAD

Konkurransen vil i fremtiden være nært knyttet opp til opplevelsestilbudet i regionen. Følgende momenter er viktige faktorer for vekst og lønnsomhet for reiselivet i Ibestad;

- ❑ Avklaring i forhold til om en skal samarbeide med et /flere destinasjonsselskaper, og/eller utvikle et eget destinasjonsselskap med utgangspunkt i etablert og fungerende virksomhet; Andørja adventure AS og Tour de Andørja AS. For eksempel under domenet www.letour.no
- ❑ Finansiering og etablering ”organisasjonen”, som kan styre utviklingen i forhold til den valgte strategi for gjennomføring av de (felles) tiltak som forutsettes for å utvikle reiselivsdestinasjonen
- ❑ Lykkes i kompetanseutviklingen jfr. vertskapsfunksjonen, språkkunnskap, guiding med mer.
- ❑ Utfordringen i "å se Ibestad som helhet"
- ❑ Etablere reiseliv som en helårs næring
- ❑ Samarbeidsevnen og vilje blant aktørene
- ❑ Vi må yte service/gi tilbud ut fra de besøkendes behov
- ❑ Tilby aktiviteter og opplevelser for hele familien
- ❑ Finne sin posisjon i regionen
- ❑ I tråd med økt individuelt reisemønster, være i stand til å utvikle nye og tilpassede produkter på opplevelsesfronten, spesielt rettet mot en økende individuell trend
- ❑ Sikre en miljøvennlig utvikling av reiselivstjenester
- ❑ Bidra til å påvirke at forholdene legges til rette for en positiv utvikling og et sterkt næringsliv på generelt grunnlag slik at kommunen opprettholder bosettingen
- ❑ Gjennomføre føringer for arealbruken i kommunen, hva kan bygges hvor, hvilken rekkefølge, og hvordan. Skal arealer båndlegges, hvilke fellestiltak skal gjennomføres. Hvordan skal vi ”belønne” grunneiere som båndlegger egne arealer i utmark til fellestiltak.
- ❑ Etablere en drivende visjon for framtid utviklingen i Ibestad. Gjennom dette kan en skape eierskap, og tilslutning for de tiltak og prioriteringer som bestemmes i Kommuneplanarbeidet, både de strategiske delene og den resulterende arealdelen. På denne måten kan en også skape

Eierforhold for reiselivsproduktet Ibestad, produktutvikling som foregår og markedsføringen. Dette fører til felles ansvar å vilje til at Ibestad skal bli en ledende reiselivskommune i Troms.

VISJONEN: ”DRISTIGHET, VILLSKAP OG NYTELSE”

Vi skal gjenskape dristigheten og villskapen til våre forfedre i forhold til det å tenke stort, for på ny å bli en pådriver i utviklingen av Sør-Troms regionen. Vi skal utvikle et reisemål som gir den enkelte feriereisende aktive, dristige naturbaserte ferieopplevelser. Ibestad som reiselivsdestinasjon skal markedsføres som innovativ, med tilrettelagte aktiviteter i vill og vakker natur. Vi skal tilby lokale matretter av kortreist mat som nytes... og blir husket.

Ved å legge til rette for å få fram historiske beretninger om folk, natur og byggverk, gjerne også ved å initiere til utgravinger på bakgrunn av tidligere historiske funn, skal vi synliggjøre vår historiske posisjon. Knutepunktet for handel, ferdselsåren på havet mellom nord og sør, og grunnlaget for vår identitet. Gamle Ibestad sin posisjon som handelssenter for gamle Astafjord, kan gjennom bygningsmasse og historieberetninger brukes som utgangspunkt for ”historiereiser” gjennom opplevelser / fortellinger/ vandringer/ båtturer. Her kan Sommer i Ibestad spille en sentral rolle, for gjennom sitt arrangement å gjenskape Ibestad til et samlingssted der de reisende møtes.

Tour de Andørja har etablert, og jobber med nyvinninger som maner til tidligere tiders villskap, både i opplevelser, dristighet og satsing. Dette kan sammen med etablert nettverk og posisjoneringen til Andørja Adventure og andre reiselivsaktører i kommunen bidra til økt mediaprofilering, som kan bli en nyttig drivkraft for utviklingen av kommunen som reiselivsdestinasjonen. Gjennom nyskapende turismesatsing skal vi lykkes i å gjenskape sjøveien, som hovedferdselsåre for regionen, og Ibestad sin naturgitte rolle som midtpunkt for ferdselen i fylket.

Reiselivet skal bidra til å skape vekst, og stor framtidstro i kommunen i et nært, og forpliktende samarbeide, mellom privat og offentlig virksomhet. Reiselivet i kommunen skal være en attraktiv samarbeidspartner for reiselivet i regionen, på landsbygda og i byen.

MÅLSETTINGER FOR REISELIVSPLANEN

Målsettinger er uttrykk for hva vi konkret tar sikte på å oppnå i løpet av planperioden. Målene skal være mulig å etterprøve. Ibestad kommune ønsker å delta i å legge grunnlaget for lønnsomme, meningsfulle arbeidsplasser innen reiselivsnæringen og sikre de eksisterende. Reiselivet

skal utvikles med grunnlag i kommunen sine fortrinn som skissert i visjonen. De reiselivsprodukter som utvikles skal være med på å gjøre Ibestad til en ledende reiselivskommune i regionen. Følgende målsettinger er satt:

- IBESTAD KOMMUNE ØNSKER Å VÆRE LEDENDE INNENFOR REISELIV I TROMS

Hva innebærer dette i forhold til; Antall overnattingsdøgn – Kompetanse – Aktivitetstilbud, kultur- og matopplevelser – Forholdet til offentlige myndigheter – langsiktig planlegging som legger forholdene til rette i forhold til framtidens behov. Dette er forhold som krever private initiativ for å avklare.

KOMMUNENS ROLLE

- **Være en tilrettelegger i forhold til etableringer både når eksisterende reiselivsbedrifter utvider, og når nye kommer til må kommunen sørge for å være beste kommune i forhold til saksbehandling og tilrettelegging. Det samme gjelder i forhold til overordnet planarbeid (Kommuneplan med strategier og arealprioriteringer som bygger opp under utviklingen av Ibestad som reiselivsdestinasjon).**
- **Tilstedeværelse på viktige regionale/nasjonale arenaene. For å sikre at kommunens interesser ivaretas, samt være synlig for aktuelle samarbeidspartnere (også andre kommuner).**
- **Samferdsel, med aktivt arbeid for å synliggjøre og forbedre kommunikasjonen fra Engenes og Sørrollnes til Harstad, og synliggjøre viktigheten for kommunen Herunder også fokus på effekt for Harstad ved bedring av samferdselen til nabokommunene.**
- **Avklaring i forhold til hvorvidt en skal utvikle eget reiselivsselskap, eller knytte kommunen opp mot andre destinasjonsselskap.**
- **Medlemskap i Troms Reiseliv. Gir kommunen tilgang til de viktigste regionale nettverk for reiseliv.**

STRATEGIER – VEIEN MOT MÅLET

NASJONAL STRATEGI FOR REISELIVSNÆRINGEN

I forhold til kommunes muligheter / aktuelle satsingsområder, kan følgende nevnes i forhold til støtte-/del finansieringsordninger, der Innovasjon Norge er sentral:

Utvikling av kortferietilbudet i Norge

- Fremme norsk mat, som en viktig del av reisetilbudet
- Samspill mellom reiseliv og marin sektor
- Utviklingsprogram for grønt landbruk.
- Verdiskapningsprogrammet på kulturminneområdet.
- I 2008 ble det opprettet et nytt investeringsfond på 2,2 milliarder hvor reiseliv er et av prioriterte satsingsområder
- Innovative prosjekter innen reiseliv som er samarbeids- og -/eller nettverksprosjekter.
- Støtte til pilotprosjekt som viser hvordan kommunenes arealforvaltning i tilknytning til reiseliv, og tilknyttede aktiviteter kan gjøres på en bærekraftig måte.
- Utvikle prosjektet fortellinger om kyst Norge. Kystens kulturhistorie er en viktig ressurs for reiselivsnæringen

Regjeringen er innstilt på at Innovasjon Norge kan delta i ett eller flere prosjekter der frivillig fellesgodefinansiering er en del av finansieringen av prosjektet.

STRATEGISKE MÅLSETTINGER FOR IBESTAD

Om Ibestad skal nå frem som reiselivsdestinasjon må en ha klare målsettinger og gode produkter å tilby i et sterkt konkurranseutsatt marked. Strategiene framover kan deles inn i tre hovedområder:

- Markedsføring
 - Kompetanseutvikling
 - Produktutvikling
-
-

FØRINGER FOR STRATEGIUTVIKLINGEN I IBESTAD KOMMUNE:

1. Vi skal selge hele Ibestad. Hele næringsutviklingen må sees i en sammenheng i vår kommune; ”Godt innsalg for en bedrift gir de andre bedriftene en mulighet til mersalg av sine produkter”
2. Der det er mulig skal samarbeid, innad og utad, vektlegges ved tilrettelegging av offentlige rammebetingelser.
3. Markedsføring må være helhetlig, profesjonelt utformet med en klar profilering.
4. Profesjonalisering av reiselivet: tilbudene som utvikles og skal selges må møte de krav som markedet har spesielt med hensyn til kvalitet og leveringsdyktighet
5. Satsinger bør være oppdaterte og i samsvar med nasjonale og internasjonale nysatsinger, som kan åpne nye dører for reiselivet i kommunen.
6. Reiselivet påvirkes av den generelle utviklingen i næringsliv og offentlig virksomhet. Det forventes at arbeidet med kommuneplanen (strategisk del og arealdel) og oppfølgingen av denne vil stimulere reiselivsnæringen så vel som øvrige næringer.
7. Utfordringen fremover blir å gjøre Ibestad til et sterkere reisemål også utenom hovedsesongen (mai - september).

PRODUKTUTVIKLING

Utvikle reiselivsprodukter innen aktive naturbaserte opplevelser i kommunen innen de kundesegmentene en satser mot.

Alle produktkonseptene (definert av Innovasjon Norge); baseferier, rundreiser, temaferie og kortferie kan tilrettelegges i kommunen. I tillegg vil det være muligheter innen forretningsturisme gjennom produktkonsepter rettet mot naturbasert turisme:

- Baseferie hvor turisten oppholder seg lengre tid på ett sted og gjerne foretar dagsutflukter til områder i nærheten, er et stort og viktig segment for norsk reiseliv. Dette er ofte turister som leier feriehus/hytte, men det finnes også en mer eksklusiv versjon av dette segmentet, der de bruker hotell som base for ferien.

- Rundreiser har alltid vært en svært viktig del av norsk sommerturisme, og omfatter både organiserte bussgrupper så vel som individuelle som reiser med bil, bobil eller motorsykkel.

Rundreiseturister kan både bo på campinghytter og hotell. Turer med hurtigruta er også en del av rundreisemønsteret i Norge.

-Temaferie Innovasjon Norge vil bygge videre på erfaringene man har gjort fra landbruksbaserte temaprojekter innen blant annet: vandring og sykkelferie.

- Kortferie Antall kortferier har hatt stor vekst de siste årene, og har tatt større andeler av den økte etterspørselen, mens Norge ikke har klart å utnytte potensialet på tilsvarende måte. Målgruppen for vår kortferiesatsing er ressurssterke forbrukere som søker en blanding av kultur – og naturopplevelser, både blant førstegangsbesøkende og dem som allerede har vært i Norge.

-MICE⁶. MICE er et voksende segment der forbruket pr. reisende er høyere enn i ferie- og fritidsmarkedet. Dette kan være en viktig rekrutteringsarena for fremtidige feriereisende.

Engenes og Hamnvik kan etableres som naturlige ”baser” for opplevelser i kommunen, og eller regionen. Det nyrestaurerte gamle hotellet i Hamnvik er et naturlig sentrum på ”handelsstedet” i Ibestad, med historie, kultur og tradisjoner. Andørja Adventure AS kan sammen med Midnattsol AS og Tour de Andørja AS fronte et senter for naturbaserte opplevelser i kommunen og havfiske turisme.

Etter hvert også å utvikle produkter som henvender seg mot turistgrupper i den hvite årstiden. Dette vil sammen med etablerte andre etablerte overnattingssteder i kommunen kunne gi et godt overnattingstilbud.

Overnattingsmuligheter

En viktig del av dette arbeidet framover er å legge til rette for å utvikle ”riktige” overnattingsmuligheter. Herunder følgelig å avgjøre hvilke overnattingstilbud som skal etableres. Her kan en kanskje spesielt med fokus på å etablere ferieleiligheter/feriehytter som eies av enkeltpersoner, eller firmaer som vil ha et feriested/bedriftshytte i kommunen, framfor å investere i egne utleiehus og -hytter som ikke vil kunne ta toppene.

Over tid vil private overnattingsmuligheter, som leies ut i perioder for å supplere helårsvirksomhet, også kunne generere nok ”gjester” til å opprettholde et eller flere servicetilbud (spisesteder) og hoteller i kommunen, samt grunnlag for å utvikle gode aktivitetstilbud til de tilreisende.

⁶ MICE =Meetings Incentives Conference & Events/Exhibition. Kilde: Innovasjon Norge

Et hytte-/ferieleilighetskompleks med utleiemuligheter tilknyttet Engenes med etablerte daglige ferdselsårer med hurtigbåt til byene Harstad og Tromsø kan tenkes å være med å dele finansiere fellestiltak. Eksempel på slike fellestiltak kan være skitrekking i Nappen som del av en framtidig utvikling som vinterdestinasjon. Utflyttede ibestadværingar kan være en naturlig målgruppe når en skal finne kjøpere for hyttene/leilighetene. Tilsvarende vil, for eksempel hyttefeltutbygging på Nordrollnes, kunne finansiere tiltak i sitt nærrområde som vil gane en helhetlig utvikling.

En positiv bi - effekt av kraftig økning av ny fritidsbebyggelse i hyttefelt er at det vil minske presset på eksisterende boliger som i dag primært kjøpes opp til fritidsbruk.

Rundreiser Foruten sommerturister, bussreiser (pensjonister og andre), bussreisende til TDA-arrangementer og andre, er det en mulighet for å tilby aktiviteter til så vel rundreisepassasjerer med hurtigruta som andre. Utdfordringen blir å fange opp rundreiseturister til kommunen vinterstid.

Temaferie Landbruks- og idrettsbaserte temaferier innen blant annet: vandring og sykkelferie, matopplevelser og gårdsturisme.

Kortferie Tour De Andørja tilbyr i dag "kortferier" innen kultur og naturopplevelser. Gjennom markedsføringen nasjonalt, og etter hvert også internasjonalt, vil arrangøren nå ut til store grupper av potensielle deltagere på slike reiser til Ibestad. Sommer i Ibestad er et annet arrangement som henvender seg mot denne gruppa.

MICE Spesielt er det viktig å videreutvikle nettverksprosjekter med samarbeid mellom reiselivsaktører i Harstad og bruk av lokale events i kommunen, etter modell av utviklingsprosjektet "Point of no return" Med F2- Nordic hotellene, Andørja Adventures, Heliteam og Innovasjon Norge.

Produktutvikling knyttet til kystkultur Spesielt fokus rundt gammel kystkultur rundt handelsstedet Hamnvik. Med "nessekongene" med Hamnvik sin plass i denne historien. Historiedelen i prosjektet, fra landbruk til fiskeriene inkludert selfangst og annen fangstbasert kystnæringer. Her kan en ta tak i eksisterende fortrinn, eller hvilke fortrinn som "kan bygges opp". En skal ikke undervurdere de tradisjonelle næringene som jordbruk og fiske, og spesielt oppdrett som i dag er den bærende næringsveien i Ibestad.

Kulturhistoriske reiselivsprodukter Kultur rundt fortiden som nordgrensen for Norge i vikingtiden. Her er det mye å bygge på fra historiesiden i Astafjord bygebokprosjekt, med kirken, kystkultur, gamle bilder, redskap med mer. En slik satsing bør konsentreres rundt Ibestad kirkested,

Hamnvik handelssted, Gammelbanken og det nyrestaurerte hotellet. Produktutvikling innen havbruksturisme, og opplevelsesguiding i naturen med innslag av kultur og historie bygger opp om konseptet.

Lokal og kortreist mat - en naturlig del av opplevelsen Ibestad Utviklingen av matopplevelser for tilreisende. Herunder utvikling av egne matretter basert på hva øyene har å tilby av lokale råvarer.

KOMPETANSE

- Øke servicenivået i næringen
- Øke den generelle kunnskapen av hva "de besøkende" forventer seg i ulike turistsegmentene innen det overordnede produktkonseptet: "Naturbasert turisme".
- Kursing ⇒ "Ut å se" - framfor å finne opp kruttet på nytt.
- Utvikle matkompetanse ved å trekke til seg kjente og dyktige kokkenavn med lokal tilhørighet for og, utvikling/ivareta lokale matskikker, "finne" opp lokale retter...

SAMARBEID

- Utvikle et bedre samarbeid i reiselivsnæringen som fremmer samarbeid og rasjonell funksjonsdeling på alle nivå. Herunder må man vurdere å utvikle et enda tettere samarbeid for å markedsføre hverandres tilbud å holde de tilreisende innen regionen.

- Styrke samarbeidet mellom kultur, friluftsliv og reiseliv i kommunen og regionen. Her kan Tour De Andørja spille en viktig rolle, spesielt dersom de lykkes i å etablere en egen profesjonell utviklingsorganisasjon. Andørja Adventure AS er en sentral aktør som er i ferd med å etablere seg som en ledende aktør inn havfisketurisme i Troms.

MARKEDSFØRING

- Tilknytning til et destinasjonsselskap eller etablere et selv?

Nyttegjøre satsingen på Tour De Andørja og Sommer i Ibestad- arrangementene, ikke bare for å trekke turister til kommunen under arrangementene, men også resten av året. I tillegg kan en effekt av

Tour de Andørja være at en tiltrekker seg investorer til øya, både personer som vil etablere sin feriebolig (potensial for utleie, guidede turer og serveringsnæring), og gå inn i egne reiselivsprosjekt.

Dersom en velger og ikke knytte seg opp til et eksisterende reiselivsselskap, kan en bygge opp sitt eget. Enten ved å videreføre noe eksisterende eller stille med blanke ark

En sentral aktør med allerede fungerende opplegg er Andørja Adventures AS. Ved opprettelsen av et lokalt reiselivsselskap kan en dra nytte av allerede etablert markedsposisjon framfor å starte med blanke ark. Domenet www.andørja-adventures er et alternativ som er etablert i på det internasjonale reisekartet. Tour De Andørja gir mulighet til markedsføring på internett på domenet www.letour.no som allerede er godt innarbeidet i presentasjoner, mediaoppslag, annonser, messer og arrangementsaviser. Eventuelt kan en etablere et eget reiselivsdomene: www.visitibestad.com.

TILTAKSPLAN

Det overordnede tiltaket er å utvikle den langsiktige strategien, som skal:

- **Gjennomføre nærmere analyser** av destinasjonens muligheter, og potensialet for videre utvikling
- **Bestemme retningen** for destinasjonens videre utvikling
 - SKAL VI FORSTERKE DAGENS SITUASJON MED STØRRE VOLUMER PÅ SAMME PRODUKTER?
 - SKAL VI GÅ MOT NYE MÅLGRUPPER PÅ NYE PRODUKTKONSEPTER.
- **Definere mål og strategier** samt prioriterte tiltak for utviklingen av hver enkelt destinasjon.
- **Forankre de valgte strategier og tiltak** gjennom avtaler, partnerskap, selskapsetableringer, innspill og endringsforslag i forhold til offentlige planer etc.

Dette beskrives i tiltakene:

Å ETABLERE EN ORGANISASJON, SOM REELT EVNER Å TA PROSESSEN FRA ORD TIL HANDLING

- ❑ Avklare behov blant de ulike reiselivsaktørene.
- ❑ Kommunen må avklare om en skal etablere samarbeid med et /eller flere av de eksisterende reiselivs- destinasjonsselskapene, og/eller utvikle sitt eget konsept med lokalt destinasjonsselskap. Gjerne med utgangspunkt i aktører som allerede i dag er etablert, for eksempel Andørja Adventures sammen med Tour de Andørja, og et etablert samarbeid med Arctic Norway (nyetablert selskap for hele Nord-Norge).
- ❑ Gjennomføre **prioriterte (felles)tiltak** i tråd med utviklingsstrategien etter hvert som disse fastsettes. Kan forankres i kommuneplanen.
- ❑ Herunder også kunne være bidragsyter i forhold til å bidra til å skaffe finansiering (søknad/presentasjoner etc.), samt gjennomføring.
- ❑ Etablere finansiering som sikrer gjennomføring.

UTVIKLING AV GAMLE IBESTAD TIL ET REISELIVSMÅL MED FOKUS PÅ KOMMUNENS SÆREGNE HISTORIE, FRA STEINALDER TIL VIKINGTID, OG GJENNOM PERIODEN SOM GAMMELT HANDELSSENTRUM

Å skaffe finansiering til et forprosjekt som skal utvikle et presentasjonsprospekt som skal selge ideen inn til investorer, grunneiere og andre samarbeidspartnere/ interessegrupper. Prospektet skal ta utgangspunkt i å:

- ❑ Utvikle en hovedidé for et konsept med basis i øyenes historie, og muligheter. Herunder bruk av Hamnvik Handelssted med ”Donsegården”, ”Gammelbanken”, Ibestad kirke og ”Dyrstad Mølle” som senter for historiebaserte opplevelser. Et hovedfokus kan være middelalderhistorien og glanstiden på 17-18-19 hundre tallet, med Ibestad som handles- og kirkesentrum i Astafjord. Det vil også være aktuelt å fokusere på øyenes geografiske betydning i tidlig steinalder, jernalderen og vikingtiden i forhold til ferdselsåren på havet og handelen mellom nord og sør. Vurdere om det er ønskelig å initiere til nye utgravninger på bakgrunn av tidligere funn, som kan bidra til økt forståelse av Ibestad-øyenes betydning for ferdselsårene på havet i et historisk perspektiv.

- ❑ Avgjøre hvilke aktivitetstilbud som skal innlemmes i konseptet.
- ❑ Avgjøre hvilke turistgrupper en skal satse mot og hvilket konsept som skal tilbys.
- ❑ Avgjøre potensialet i konseptet.
- ❑ Avgjøre hvilke typer overnattings- og andre fasiliteter som skal utvikles. Skal en sette av områder der en bare tillater spesiell ferie-/fritidsbebyggelse for å sikre at denne ”passer inn” i utviklingen av gamle Ibestad Handelssted? Disse ”ferieleilighetene” kan også leies ut til turister i toppsesongen, og gi økt potensial for guiding på kultur og naturbaserte opplevelser, og skape bedre grunnlag for serveringssteder.
- ❑ Å bli enige om hvordan ulike reiselivsaktører i kommunen kan samarbeide for å utvikle kultur-/og historie reisemålet Hamnvik. Herunder å avgjøre hvilke felles(iltak) som må iverksettes. Avklare om slike fellestiltak må forankres i kommuneplanen.
- ❑ Utvikling av ”Sommer i Ibestad”
- ❑ Gjennomføre prioriteringer, og bestemme rekkefølge i utviklingen.
- ❑ Gjennomføre avklaringer i forhold til offentlig plan-/rammeverk PBL (se tiltak 8.).

UTVIKLING AV ”NATURBASERTE OPPLEVELSER” I IBESTAD KOMMUNE

150-200.000 mennesker kan nå Engenes innen 2 timer (hurtigbåt/bil), 50.000 innen 1 time. Avstanden fra Oslo til Hemsedal er 3-4 timer (pr. vei).

Bruke eksisterende fasiliteter og etablerte virksomhet på Engenes til å videreutvikle havfiske turisme og fjellvandring herunder:

- ❑ Havfisketurisme fra Engenes, guidet opplegg med kultur og matopplevelser eller utleie av alle nødvendige fasiliteter for at turistene kan klare seg selv.

- ❑ Utvikle et guideopplegg med utgangspunkt fra Engenes, med utfart til hele kommunen (utdanne guider, lage egen konsept som kan inneholde aktiv naturopplevelse, kultur /historie og lokal mat).
- ❑ Etablere opplegg med guide turer opp på Langlitinden, Norges høyeste øytind.
- ❑ Bruke suksessen til Andørja Adventures og Tour De Andørja, med deres kontaktnett, for å markedsføre Engenes, og kommunen som reisemål for helårs turisme for naturbaserte opplevelser.

Utvikle Engenes som startsted for en Alpindestinasjon som over tid kan utvikle seg til å omfatte større deler av Middagsheia, i tillegg til å utvikle et Straumbotnprosjekt. Herunder:

- ❑ Finansiere et prosjekt som skal utvikle et presentasjonsprospekt en framtidig storsatsing for området Engenes, Nappen, Middagsheia, Nettet og Straumbotn. Dette skal bli et virkemiddel for å selge inn ideen til investorer, grunneiere og samarbeidspartnere/ interessegrupper. Prospektet skal:
 - ❑ Utvikle en overordnet plan, som presenterer hvordan en kan videreutvikle det tradisjonsrike fiskeværet på Engenes til at det på ny kan ta sin historiske plass, sentralt i ferdselsåren i Vågsfjord- bassenget, og en sentral brikke i en satsing der en skal utvikle stedet til et helårs reiselivsmål.
 - ❑ Avklare bruken av arealer på Engenes, rundt Nappen, Middagsheia og Straumbotn. Hva skal til for å utvikle Engenes/ Nappen/Middagsheia til Vintersportsdestinasjon? Hvilke arealer til hva? Hvilke fellestiltak må iverksettes? Hvilke behov har den tilreisende? hvem er konkurrentene,? Hvordan tenker investorene/samarbeidspartnerne? Hvordan gjøre Andørja attraktiv som vintersportsdestinasjon?
 - ❑ Avklare hvilken type overnatting skal tilbys i ulike utviklingstrinn? I hvilken grad skal en legge til rette for utvikling av ferieleiligheter med utleieklausul for lokale reiselivsbedrifter? Hvordan skille fastbebyggelse, næringsliv og turisme, fritidsboliger?

Arealplanlegging av Engenes => hvordan videreutvikle et helhetlig senter som ivaretar de etablerte fisketradisjonene i hamna med havbruksturisme, og nye tanker om å utvikle en levedyktig alpin-/vintersportsdestinasjon, som kan legge et bedre grunnlag for helårsturisme. (eget avsnitt)

- ❑ Hvordan kan ferie-/fritids bebyggelse være med å utvikle Engenes?
- ❑ Vurdere løsninger der en ser på å etablere en plan for fritidsbebyggelse, som finansierer fellesgoder som deler av en alpingsatsing, samtidig som den kan tilrettelegges for å utvikle havneområdet uten at dette forringer bomiljøet til de fastboende, og havbruksbasert næringsvirksomhet
- ❑ Fritidsboliger/hytter kan ta toppene, og på sikt også bidra til utvikle et bredere tilbud gjennom hele året. Potensial innen guidede opplevelser og utvikling av helårs serveringssteder. Dette er også viktig for at Tour de Andørja skal nå sine mål innen etablerte og nye arrangementer som er under planlegging.
- ❑ Avklare hvilke fellestiltak som må gjennomføres, og hvordan samarbeidet mellom ulike grunneiere og andre interessenter skal fungere.
- ❑ Gjennomføre avklaringer i forhold til offentlig plan-/rammeverk PBL (se tiltak 8.).
- ❑ Hva er mulighetene i Straumbotnprosjektet => synergieffekter mot Engenes?
- ❑ Utfartsparkering ved Mjøsundet, Fornes, Ånstadbotn, Engenes, Straumen, Straumbotn, Vasskar, Klåpheaia, Årbostad(tinden), Nordrollnes, Sørrollnes, Vik, Bolla. Alle med karttavler og ruteopplysninger. Etablere tur-/sykkelkart.
- ❑ Etablering av Sykkeltraseer/ oppmerkede vandrestier på begge øyene.

SAMFERDSEL

- ❑ Etablere daglige anløp Engenes – Harstad med Hurtigbåt
 Mulighet for rundreiseturister med hurtigruten til å ta del i aktiviteter i kommunen, mulighet for MICE – turister (møtevirksomhet og aktiviteter på Engenes) og Hotell næringen i Harstad til å supplere sitt tilbud til gjestene. Mulighet for rundreiseturister for å ha lett tilgjengelighet til Engenes. Det samme for ferie-/weekend turister som ønsker å etablere seg med ferie-leilighet/hytte med mulig utleie på stedet. Også viktig som kombinert pendlerbåt for å opprettholde bosetningen på stedet, samt kunne trekke til seg arbeidskraft fra Harstad.

Etter hvert helt sentralt i utviklingen av Engenes som reiselivsdestinasjon for alpin-/vinter aktiviteter, havfiske, vandre- og sykkelturnisme.

- Utvide fergefrekvens Sørrollnes – Harstad med raskere ferge.

Med en ½ times ferjetur til Sørrollnes, kan dette området utvide omlandet for turister som har Harstadregionen som destinasjon. I tillegg vil utvidet frekvens og kortere reisetid også gjøre det mer attraktivt for bilturister å ta et avbrekk på sin reise mot Harstad. En bieffekt vil være at arbeidskraften lettere kan utveksles mellom Harstad og Ibestad, noe som vil bidra til et mer velfungerende arbeidsmarked i regionen. En bedre fergeforbindelse vil også bidra til samt at muligheten for å etablere seg med bolig i kommunen vil oppleves som “tryggere” for yngre folk.

Å UTVIKLE AKTIVITETSKONSEPTER RUNDT OMKRING I KOMMUNEN

- Opplæring av guider (sommerjobber for ungdommen i sesongen for å ta høysesongen), ungdom er ofte også mer undrende/interessert i hvordan andre gjør det (reiser også mer ut for å få impulser).
- Søke finansiering til opplæringsprosjekt for kompetanseheving gjennom Innovasjon Norge.
- Utvikle kompetanse for å kunne tilberede lokal mat, gjerne egne retter utarbeidet av Kari Innerå og/eller Espen Jørgensen, som ”utdanner” utvalgte lokale kokker får lov til å lage/servere de lokale spesialrettene (menyene) for eksempel Hamnvik handelssted, ”Sommerfjørsrestaurant”. Bruke ”kortreist mat” (lokal mat) som råvarer. Søke finansiering til utviklingsprosjekt gjennom Innovasjon Norge.
- Videreutvikle aktivitets ”events” under Tour de Andørja- og Sommer i Ibestad- paraplyen, gjennom å ta i bruk anlegg til Ibestad Motorsportklubb på Ibestad, Ibestad golfklubb i Ånstadalen, nappen Skytebane og aktivt bruke kulturminner som for eksempel Fjellhøyden og naturopplevelser som Drangen og Langlitinden som basis for aktivitetstilbudet.
- Utvikling av Sommer i Ibestad og Tour de Andørja, med mer fokus på mulighetene for profilering av det lokale næringslivet.
- Utvikling av stall Meyer og Astrids Oase med relasjonsopplevelser hest, hund og husdyr

- ❑ Utvikling av Rollnesdagan.

Å UTVIKLE KOMPETANSE RUNDT REISELIV I KOMMUNEN

- ❑ Studieturer for å se hvordan andre relevante aktører jobber (Lofoten og Målselv), eventuelt også steder i Sverige/Finland (Boliden /Riksgrensen og Levi), som har lyktes tiltross for helt andre naturgitte forutsetninger enn hos oss). Hva tilbys andre steder som ”ferdigpakker” for guidede turer? Hva kan en ta betalt? Hva er ”suksessformelen” for utviklingen av deres reiselivsdestinasjon, deres ”fortrinn”? Søke gjennomføring av utviklingsprosjektet gjennom Innovasjon Norge og lokale krefter.
- ❑ Gjennomføre ”brainstorming” med lokale personer, som har reist rundt og fått sett hvordan andre land og personer behandler ”gjester”, samt hvilke tilbud ulike destinasjoner tilbyr. Blant annet innspill for hva som en mener er en god vintersportsdestinasjon? (Påstand: Nord-Norge har ingen i dag...). Tour de Andørja Triple Challenge og Sommer i Ibestad er i dag samlingspunkter for lokale og utflyttede Ibestad væringer. I tilknytning til arrangementet etableres et nettverksted for utflyttede Ibestadværingene for å etablere kontakt med resurspersoner.

KURS- OG KONFERANSE, LEGGE TIL RETTE FOR PROSJEKTER A LA ”POINT OF NO RETURN”

- ❑ Erfaringsutveksling på bakgrunn av resultatet av prosjektet, herunder å vurdere å utvikle aktiviteter for eksisterende og framtidige samarbeidspartnere til Tour de Andørja.
- ❑ - Videreutvikling av etablerte konsepter sammen med hotellnæringene i byen.

AVKLARINGER MED KOMMUNEN

- ❑ I den videre prosess er det viktig å foreta nødvendige avklaringer med kommunen i forhold til kommunal planlegging, arealdisponeringer, saksbehandling i reiselivssaker og andre relevante forhold. Resultatet av en langsiktig utviklingsstrategi for reisemålet, er et viktig bidrag til den strategiske arealdiskusjonen i kommunen, og det påfølgende arbeidet med en kommunal arealplan.

- ❑ Et viktig tiltak er å foreta avklaringer i forhold til hvilken bebyggelse skal være hvor, og hvilke krav en skal sette til ny bebyggelse slik at den skal kunne utvikle reiselivsdestinasjonen Ibestad, med de særtrekkene som vi ønsker å få fram på ulike steder i kommunen. Hvilke områder i kommunen skal ikke bygges ned for å ivareta opplevelsen av ”uberørt natur”, slik at den tilreisende turist også i framtiden kan oppleve ”naturbaserte opplevelser” i uberørt natur.

- ❑ Innovasjon Norge påpeker at; – *Det er en klar erfaring at kommunene må spille en sentral rolle i reisemålsutviklingen på steder som setter i gang en mer omfattende lokal reiselivsaktivitet. Der er samspill med kommunal planlegging og kommunalt utviklingsarbeid helt nødvendig.*

ETABLERE FORPLIKTELSER MELLOM AKTØRENE (GJELDER ALLE TILTAK)

- ❑ Dette i forhold til gjennomføring og til finansieringsordninger rundt organisering, fellestiltak og fellesgoder.

VEDLEGG I:

STYRKER, SVAKHETER, MULIGHETER, TRUSLER FOR REISELIVET PÅ IBESTAD (SWOT)

Det er gjennomført en samling på vårparten 2008 der reiselivsaktørene i kommunen gjennomgikk Ibestad Kommune sine styrker, svakheter, muligheter og trusler (SWOT) som reisemål. Resultatet fra samlingen er sammenfattet i analysen sammen med nye innspill.

Styrkene og mulighetene er noe man bør både utnytte og forsterke slik at Ibestad kommune styrkes som reisemål. De svakhetene som er nevnt må man gjøre mest mulig med for å eliminere dem. Når det gjelder truslene, så er dette faktorer som stort sett ligger utenfor egen påvirkningsmulighet, men som man likevel kan ta forhåndsregler i forhold til slik at de kan reduseres

STERKE SIDER

- Svær sentralt plassert i region (sjøveien v/ Engenes). Hurtigruta og Hurtigbåt, RV 848.
- Engenes har etablert posisjon med stort innrykk på havfisketurister. Mulighetene på fisketurisme er store.
- Små avstander internt i kommunen (tilrettelagt for baseferie)
- Positiv innstilling hos befolkningen.
- Utflyttede personer vil bidra for å utvikle hjemkommunen.
- Mange små bedrifter gir stor fleksibilitet
- God bredbånddekning
- Mulighet til å bruke Tour de Andørja som virkemiddel/drivkraft i destinasjons markedsføring.
- Positiv markedsføring av kommunen gjennom Tour de Andørja (lokalt, regionalt, nasjonalt) etter hvert også internasjonalt?
- Sommer i Ibestad
- Variert natur, fjellflora, vann på Rolla, Naturreservat, orkideer (18 arter), Årbostadtinden, Straumbotn, Vasskar, Mjøsundet.
- Langlitinden er Norges høyeste øytind,
- Historisk steder – Handelsstedet Ibestad, helleristninger, steinalderen, vikingtiden, middelalderen (kirkegården). Øyene som knutepunkt sjøveien i handelen mellom nord og sør. (Engenes/Straumen, Nordrollnes, Sørrollnes m.fl.).
- Krigsanlegg (Nordrollnes / Engenes)

- Nærhet til 2 flyplasser
- Nærhet til Harstad – Kan dette brukes til å supplere hotellene i byenes tilbud (dagsopplevelser av turister og/eller MICE). Eventuelt opphold over flere dager.
- Sterk havbruksnæring i kommunen kan gi nye muligheter innen turisme

SVAKHETER

- ”Handlingslammet ” kommune
- Dårlig samferdsel, mangler daglig anløp til Engenes og bussforbindelser, ferga Stangnes-Sørrollnes går for sjelden, og er for lita (flaskehals).
- Få ut informasjon, kommunen er ikke med i noe destinasjonsselskap. Mangler felles markedsføring, å ha bredden med seg er ingen hindring i forhold til den spesielle.
- Manglende arealplan, med strategi for utviklingen av kommunen (hvilke arealer brukes til hva?) Ingen styring, overlatt til tilfeldigheter => ingen ”kurs” etablert for å bringe kommunen framover som reiselivsdestinasjon => etablere framtidstro og økt vilje til å investere tid og penger i nye prosjekter.
- Janteloven – fy
- For lite åpne servicetilbud
- Møteplass for ungdom mangler
- Lite i media med de positive nyhetene. Noe i media, men få 1. side oppslag utenom Tour de Andørja.
- For liten overnattingskapasitet i forhold til framtidige behov (gjelder spesielt for å ta toppene i besøket). Pr. dato sengekapasitet på 200 pr/døgn (helårstilbud). Hva en har av fleksibelt tilbud i sesongen er ikke kartlagt.
- Liten kompetanse innen å utvikle helhetlig tilbud
- Liten sesongkapasitet på overnatting (vanskelig å etablere guidede opplevelsesturer)
- I for liten grad har aktørene vært ute og sett hvordan andre gjør det... hva gjør svensker, finner, dansker... (hvorfor finne opp kruttet på nytt?)
- Ingen samordning av tilbudene.

MULIGHETER

- Fjelland – 11 tinder over 1000 m, landets høyeste øytind ...
- Sykkelturisme ”Andørja’s tak ---”å sykle til Åtind”, etablere sykkeltraseer i terrenget i hele kommunen. Sykkelsti rundt Straumbotn, i Ånstaddalen og på Rolla.
- Blåisen, etablere sti opp fra Mjøsundet, over isen og opp til Langlitinden, Norges Høyeste øytind.

- ❑ Mjøsundet (eneste sted på Europeisk Shell bilatlas avmerket som attraksjon i kommunen...)
Etablere overnattingssted/ kafé/ spisested, i samarbeid med aktør som utvikling av Kråkrøprosjektet (gruvedrift)?
- ❑ Golfbane i Ånstad dalen. Areal - sametinget – landbruk ok – Tippemidler – lovverk?
- ❑ Havet – vannsport, dykking, kajakk, håkjerringfiske.
- ❑ Historie – spill om lokalhistorie – Gudbrand Gløtt, Russevika, Hårek, Hamnvik Handelssted,
- ❑ Kompetansemiljø – leirskole, læringsarena,
- ❑ Natur – GPS - nettnavigasjon, lagt ut GPS punkter for vandre turister ”XXX”
- ❑ Friluftsområder – Vasskar, Furnes – Jektevik – Årbostad, Ånstad marka, Drangen, vannene på Rolla.
- ❑ Opplevelsessenter for eldre (Solstad, med rundreiser for tilreisende rundt omkring i kommunen)
- ❑ Scooterløyper, skiløyper.
- ❑ Guidede turer til fjells (opplæring om: innhold, service og pris)
- ❑ Turgåing, merking av stier
- ❑ Straumbotn prosjektet (gjøre bruk av eksisterende egenart, og/eller tilrettelegging?)
- ❑ Verdens beste fjellbeite for sau – ”Ibestad lam”
- ❑ Aktiviteter for ledsagere – barn
- ❑ Gårdsturisme
- ❑ Badestrender – Silsand, Laupstad, Straumbotn, Årnes
- ❑ Krigsanlegg (Engenes – Nordrollnes)
- ❑ Årnes friluftspark
- ❑ Kobbetjønn
- ❑ Samisk gravplass – kunne ikke begraves i vigslet jord
- ❑ Fjellhøyden (godt bevart samisk boplass)
- ❑ Kraftproduksjon – Oteraa
- ❑ Vannrikeste øy med masse fiskemuligheter
- ❑ Småviltjakt
- ❑ Gjestejakt på elgjakt opplevelsen
- ❑ Havfiske på dypt hav
- ❑ Lomtjønn myrene – natur reservat
- ❑ Offpiste – ski på nakken opp for så å kjøre ned vakre hvite vinterfjell ned mot den blå fjorden
- ❑ Økologisk landbruk
- ❑ Bergartssafari
- ❑ Sykkel i terreng
- ❑ Fugleliv – masse ørn
- ❑ Safari; Elg safari – elg titting, Vær safari – nordlys, rokk, lys, Øy safari

- ❑ Fotomaraton – kunst malere
- ❑ Hest i utmark, Helsefarm (i tilknytning til lokaler til tidligere Ibestad kompetansesenter)
- ❑ Turisme rettet mot personer med handikap
- ❑ Historie – øyenes posisjon for handelen og sjøveien, med historiske funn fra steinalderen – jernalder og vikingtid - Framheve rolle i nasjonaldannelsen Norge før vikingtiden? – samisk bosetting – kirke – administrasjonssenter med tingsted og sorenskriver – handelssenter – landbruk og fiskehistorie (Astøingen) – industri historie. Etablere 1000 års sted med egen bauta nede i Hamnvik sentrum, tilknyttet gamle Ibestad.
- ❑ Kulturaktiviteter – idrett, musikk, teater,
- ❑ Bussturister – få en rundtur over øyene med aktiviteter
- ❑ Toppturer, utdanning til guider, Fjellklatring/rappellering
- ❑ Lofast gjør det lettere å tiltrekke seg rundreise- /baseturister fra Lofoten
- ❑ ”Solgården” i Ibestad
- ❑ Doktor avhandling i geologi, Veldig ”ren luft”, ”Forskningsturisme” (luft, geologi)
- ❑ Sørrollnes – spesiell botanisk forekomst
- ❑ Klåpheaia, oppstilling bobil, utfartsområde, midnattsol.
- ❑ Videreutvikle Engenes som destinasjon i forhold til helårs turisme; jfr. alpint (Nappen /Middagsheia), langrenn, fjellturisme, fiske, TDA- Events, MICE. Gunstig klimamessig, transportmessig (båt) beliggenhet. MICE opplevelser, videreutvikle pakker, som eksempelvis utvikles mellom reiselivsaktører i Harstad, næringsliv og Andørja Adventures. Stort potensial for dagsprogram
- ❑ Etablere severdighet i Straumen, Straumbotn / Straumbotnprosjektet
- ❑ Etablere planlagt fritidsbebyggelse (målgruppe 1 er utflyttede øyværinger), kan ta sesongtopper, samt ha tilbud hele året ved etablering av reiselivsdestinasjon.
- ❑ Kultur – særegne mattradisjon, lokal mat med egne råvarer – matretter (silda??), elgkjøtt, vilt
- ❑ Utvikle 4 spesialretter (meny er) i kommunen, med navn tilknyttet steder/opplevelser i kommunen. Torsk fra Mjøsundet. Ibestadlam, ”Alpinelg” fra Andørja, Sild/ rekerett fra Ibestad, rekefabrikken. Alle retter med egnet drikke til. En Mesterkokk med tilhørighet (Espen Jørgensen eller ”Kokkekari”), lager en komplett middagsrett (patentbeskyttet?) av hver rett, og gir opplæring til utvalgte ”assistenter” som får ”kokkebevis”. Rettene gjerne etablert med økologiske lokale matvarer; ”Kortreist mat” er også et annet nytt begrep som kan være et potensiale
- ❑ Utvikle eksisterende og nye opplevelsessarrangementer under Tour de Andørja paraplyen.
- ❑ Bruke Tour De Andørja arrangementene, deres profilering, markedsføring og nettstedet: www.letour.no til å fronte reiselivsdestinasjonen Ibestad. Øke belegget under, foran og etter arrangementene.

- ❑ Etablere ”pakker” for dag - turister med hurtigruten. Båt til Engenes (pendlerute), (ankomst 07.30) sjøbaserte -/ naturbaserte opplevelser i 3t, derifra direkte til Hurtigruten fra Finnsnes kl 12. på Finnsnes. Mulighet for andre reisende å være med (supplerende tilbud til hotellnæringen i Harstad og/ eller overnattingssteder i kommunen)
- ❑ Leirosen hyttefelt, Nordrollenes ved Roe Jensen
- ❑ ”Rollnesdagan”
- ❑ Hundekjøring – sommer og vinter
- ❑ Bruk av etablerte nettsted for å markedsføre kommunen og tilbudene:
www.andorja-adventures.no, www.letour.no, www.ibestadportalen.no
- ❑ Astøingan som sjøfolk og fiskere spiller en sentral rolle i folkelig fortellertradisjon og bør kunne videreutvikles som del av et historisk produkt.

TRUSLER

- Janteloven – bygdedyret og konflikten mellom øyene; viktig å jobbe for å begrave janteloven.
- Myter – blir sannheter
- Få unge mennesker – tror vi ...
- Foreldrene til de unge må slutte å anbefale sine unge å flytte
- Fallende folketall og skjev alderssammensetning
- Vanskelig å etablere forståelse for fellestiltak, større satsinger krever forståelse for alternative framtidsoppfatninger
- Synet på Ibestad fra utsiden er ikke positivt (?) Er det behov for å jobbe med omdømmet vårt?
- Lettere å se begrensninger enn muligheter
- Sutre mentalitet
- Liten kreativitet – alle skal gjøre suksess på det samme
- Kommunen klarer ikke å enes om en helhetlig plan, hvilke områder skal brukes til hva? Ingen drivende visjon for hva kommunen skal utvikle seg til, som kan bidra til at ”kreftene” samles, og iverksetter tiltak som virker i samme retning (prioriteringer => bevist eller ubevist)
- Liten vilje til å la krefter utenfra slippe til. ”Her vet vi selv best er den rådende tanken...”
- Visuell forsøpling av landskapet, fare for at turister ikke opplever produktet ”naturopplevelser i ren natur”.
- Er byggeskikk og næringsetableringer ”fine å se på”? Eller ligger det skrot og rask overalt? Skal en skille fritidsbebyggelse fra fastboende?

- Konflikt mellom vår tilsynelatende trang til fri scooterferdsel og behov fra tilreisende som søker det "uberørte"?
- Konflikt masseturisme ⇔ økoturisme (begrensinger på fritidsfiske og installasjoner i utmark?)