

Masterplan for Reiselivssatsinga i Sogn 2020 - 2035

**Kvalifisering for Merket Bærekraftig Reisemål
Sogn Regionråd – Årdal, 15.9.2017**

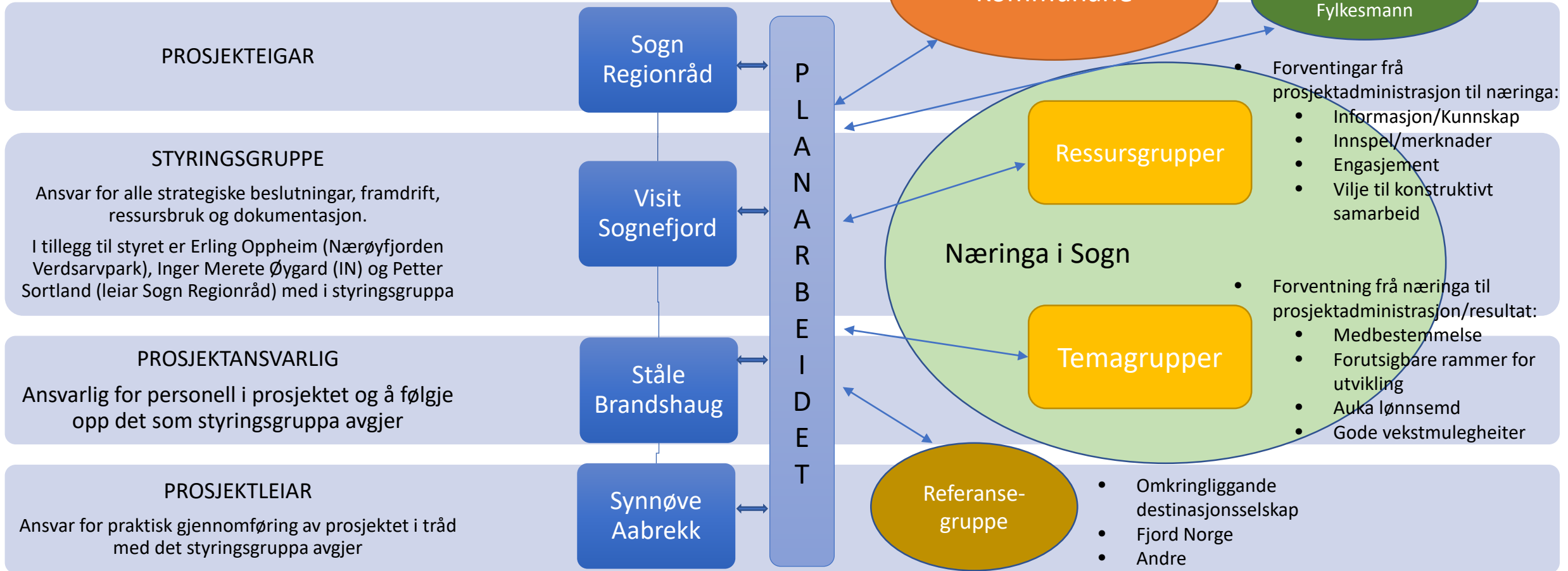


Kvifor Masterplan for Sogn?

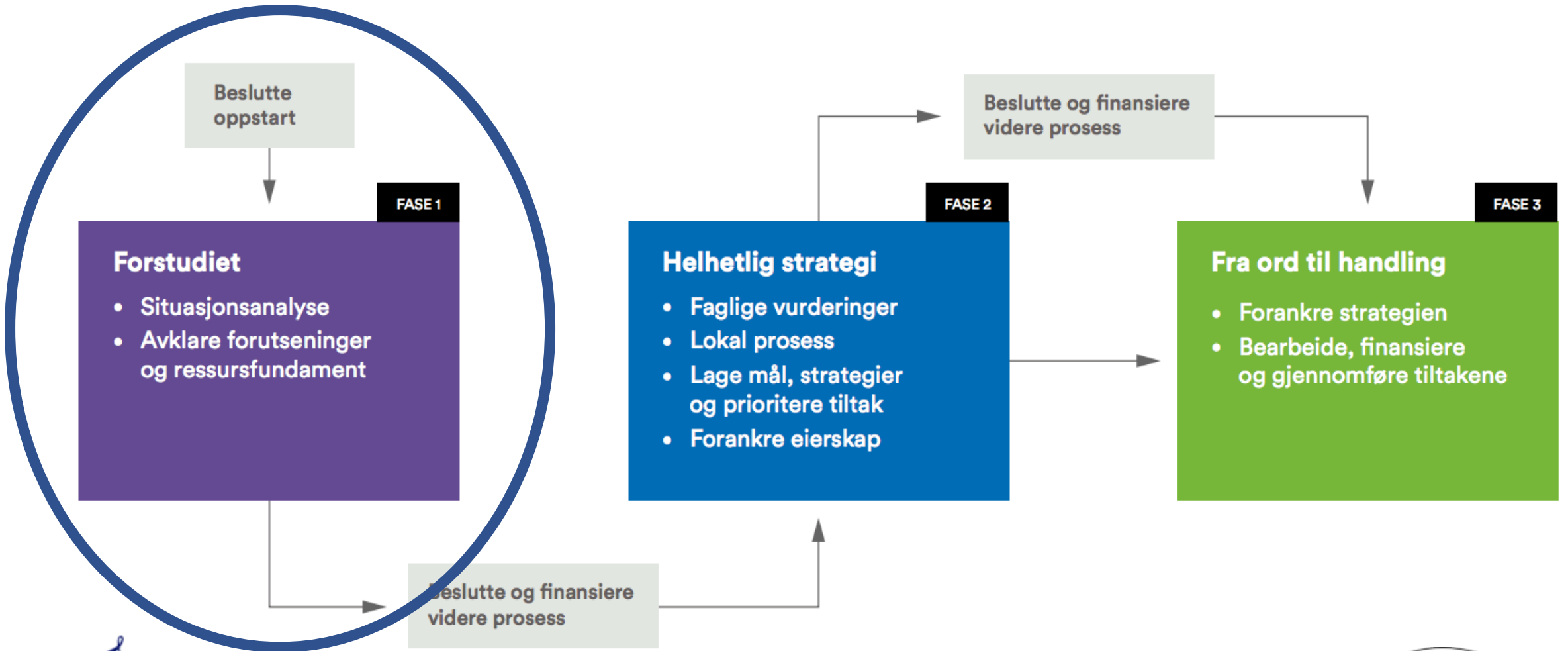
- **Sikre bærekraftig utvikling** av regionen for alle: innbyggjarar og besøkande i Sognefjorden.
- **Identifisere og utnytte moglegheitene** som ligg i ei brei verdiskaping – sette felles målsettingar
- **Styringsverktøy** - oversikt over kva som må til for å nå målsettingane - gapanalyse
- **Optimal arealmessig plassering** av tilbod
- **Avklare mogleg fellesgodefinansiering** og ivaretaking av fellesgoder
- **Faglig forankring/fakta** som grunnlag for val av strategiar
- **Etablere/forsterke nettverk** og kommunikasjonslinjer (offentlig og private) på tvers av bransjar



Transparent prosess - ansvarsforhold



Steg 1: forstudiet 01.08.17 – 08.12.17:



Arbeidsoppgåver i forstudiet

Ferdigstillast til 20. okt.

Ferdigstillast til 8. des.

Oppstart 1. august

- Beskrive VS si næringsklynge
- Beskrive regionen sitt ressursgrunnlag
- Vurdere staden sin profil

Utarbeiding av situasjonsanalyse

Beskrive marknadstrender og utviklingstrekk

- Trender (internasjonale, og nasjonale)
- Statistikk

Involverer i stor grad styret i VS, Sogn Regionråd, tema- og ressursgrupper

Vil også innbefatte innhenting av kommunal informasjon

- Ringverknadsanalyser
- Verdiskapingsanalyser
- Gjesteundersøking
- Big data / Telenor

Gjennomføre statusanalyser

Skal gjennomføres av MENON Economics på vegne av VS

Gjennomføre fase A og B
Kvalifisering for bærekraftmerket

- Forankring hos kommunar / Sogn regionråd
- Forankrings hos destinasjonsselskap, næringsliv
- Utarbeiding av handlingsplan
- Utarbeiding av næringsoversikt
- Utarbeide GAP-analyse

Prosesen er avhengig av stor grad av involvering frå næringssejfar/tiltaksapparat/ ordførarar i kommunane og Sogn Regionråd

Vil omfatte kommunale planar innan m.a.:

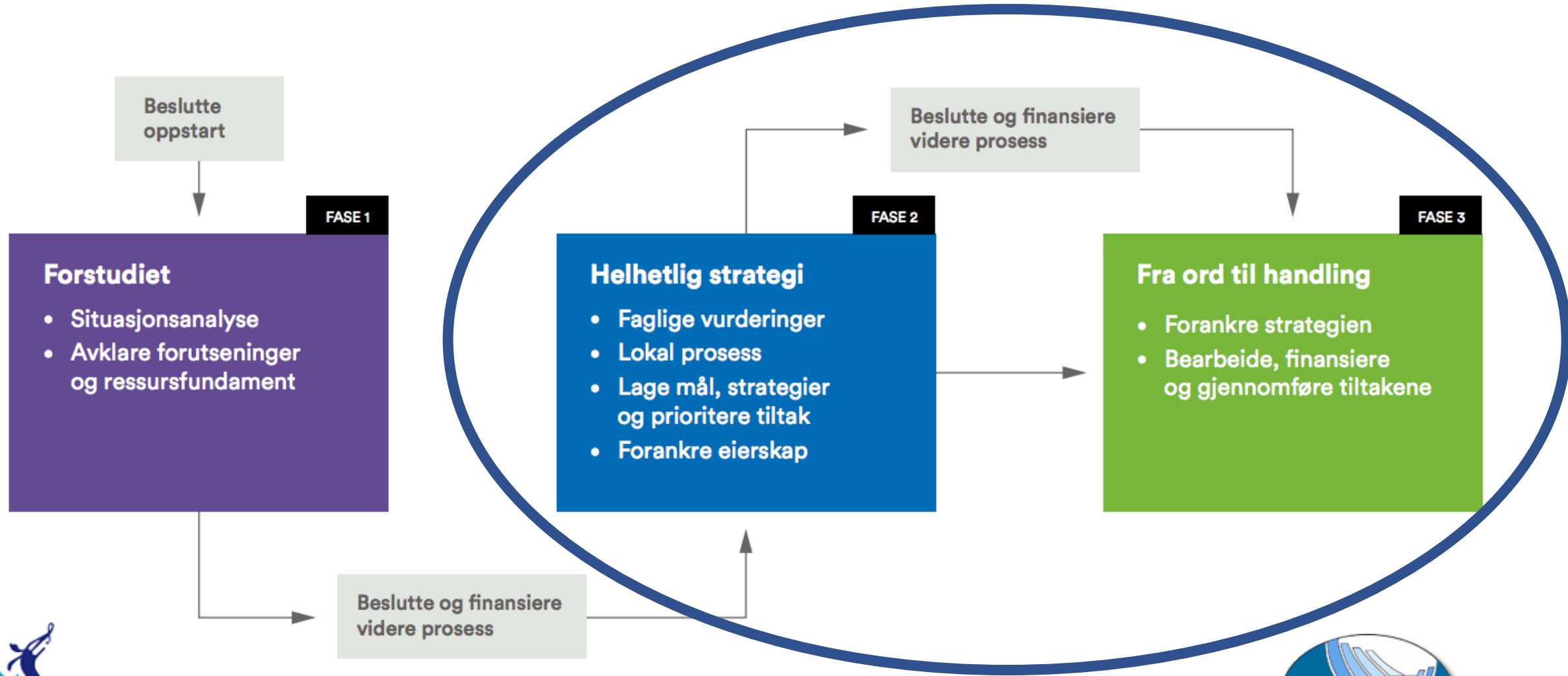
- Reiselivssatsing
- Kulturminner
- Naturmangfaldslov
- Risiko-/klimavurderingar
- Besøksforvaltning

- Avklare vidare prosess
- Finansiering

Innleiande strategivurderingar / Vegen vidare



Steg 2 og 3: Hovudprosjekt (strategi og tiltaksplan) 01.01.18 – 01.07.19:



Hovudprosjekt prosessen

Ambisjonar – stad og prosessutvikling –
opplevingsutvikling – næringspolitikk -
kommunikasjon

- Få på plass felles strategisk plattform som det er einighet om
- Etablere forpliktande samarbeid mellom aktørane
- Fokus på beslutningar og prioritering
- Definere ambisjonsnivå

Brei involvering og forankring av prosessen

Definere hovudaktivitane som er nødvendig for utvikling i regionen

- Marknadsmulegheiter
- Overordna produkt- og marknadskonsept
- Regionavhengige viktige fokusområde definert utifrå strategiske diskusjonar i forstudiet
- Eventuelle analyser av spesielle forhold for regionen

- Sette mål for fysiske, miljømessige, økonomisk, sosialt og kulturell utvikling i regionen
- Sikre jordressursar og kvalitetar i landskapet
- Sikre naturgrunnlaget
- Legge til rette for verdiskaping og næringsutvikling
- Sikre gode leve- og oppvekstvilkår
- Klimafokus
- Samfunnssikkerhet

Planlegging etter kommunelova

Det handlar om å prioritere riktig ut ifrå fakta og analyser som skal gjennomførast i forprosjektet. Einighet mellom offentleg og private aktørar om valgt utvikling.



Næringssejane ein ressurs i arbeidet med kvalifisering for bærekraftmerket

Ein ressurs for å vite kor vi skal henvende oss for å få riktig informasjon

- **Kulturminneplan** (aktiv bruk av og formidling av imaterielle og materielle ressurser)
- **Landskapsanalyse** (landskapsomåders verdier og bruk - kommunens arealdel ?)
- **Dispensasjonssøknader** for bygging i 100-m beltet
- **Besøksstrategi/sårbarhetsanalyser** for kommunen/området
- **Verneområder** og forvaltningsplan
- **Klima, energi og miljøplan**
 - Transport - reduserte energiforbruk
 - Avfallshåndtering, og returpunkt
- **Frivillig arbeid**, organisasjoner, samfunnsansvar
- **Universell utforming**



Bærekraftig Reisemål

Bærekraftig Reisemål er basert på 3 fundament (UNWTO):

1. **Bevaring av natur, kultur og miljø**
2. **Styrking av sosiale verdier**
3. **Økonomiske levedyktighet**

Undersøkingar på reisemål som har gjennomført prosessen og kvalifisert for merket seier at det har ført til:

1. **Betre sikring/effektiv** bruk av ressursar
2. **Styrking av konkurranseevne** – aukande etterspurnad etter bærekraftige destinasjonar (undersøking gjennomført i 2016 viser at 60 % av turoperatørane meiner bærekraftig destinasjon gir et konkurransefortrinn)
3. **Auka lokalt engasjement** og auka lokalt samarbeid og medbestemmelsesrett for eiga utvikling
4. **Auka kompetanse** og motivasjon for ei bærekraftig utvikling



Bevaring av natur, kultur og miljø

- 1 *Kulturell rikdom:* respektere, videreutvikle og fremheve lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg.
- 2 *Landskapets fysiske og visuelle integritet:* bevare og videreutvikle landskaps-kvalitet, både for by og bygd, slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes
- 3 *Biologisk mangfold:* støtte bevaringen av naturområder, dyreliv og habitater, og minimere ødeleggelse av disse.
- 4 *Rent miljø og ressurseffektivitet:* minimere reiselivsbedrifters og turistenes forurensning av luft, vann og land (inkludert støy), samt å minimere genereringen av deres avfall og forbruk av knappe og ikke-fornybare ressurser

Styrking av sosiale verdier

- 5 *Lokal livskvalitet og sosiale verdier:* bevare og styrke livskvaliteten i lokalsamfunnet, inkl. sosiale strukturer, tilgang til ressurser, fasiliteter og fellesgoder for alle, samt unngå sosial degradering og utnyttning.
- 6 *Lokal kontroll og engasjement:* engasjere og gi kraft til lokalsamfunnet og lokale interessenter mht planlegging, beslutningstaking og utvikling av lokalt reiseliv
- 7 *Jobbkvalitet for reiselivsansatte:* styrke kvaliteten på reiselivsjobber inkl lønnsnivå og arbeidsforhold uten diskriminering ut fra kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.
- 8 *Gjestetilfredshet og trygghet; opplevelseskvalitet:* sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer

Økonomisk levedyktighet

- 9 *Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner:* sikre leve- og konkurransedyktigheten til reiselivsdestinasjoner i et langsiktig perspektiv, gjennom å maksimere reiselivets verdiskapning i lokalsamfunnet, inkl hva turistene legger igjen av verdier lokalt
- 10 *Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter:* sikre leve og konkurransedyktigheten til reiselivsbedrifter i et langsiktig perspektiv.

Kilde: Innovasjon Norge

Kvifor kvalifisering for bærekraftmerket?

For destinasjonen:

- 60 % av turoperatørrar seier at kundane deira vil prioritere reisemål som tek bærekraft på alvor
- Betre samhandling mellom innbyggjarar og turistar – det skal vere godt å bu og godt og besøke staden
- Betre produkt – høgare kvalitet – høgare pris
- Kvalitetsstempel for destinasjonen – styrka omdøme

For den enkelte bedrift som miljøsertifiserer seg:

- Aktive og kjøpesterke turistar prioriterer bedrifter som er miljøsertifiserte:
 - Fokus på forvaltning av natur og klima
 - Lokalmat på menyen
 - Kvalitet og godt vertskap
- Økonomisk gevinst:
 - Lågare energiforbruk
 - Mindre svinn på vareforbruk (mat, vask/hygiene, boss)
 - Kan ta ein høgare pris
- Kvalitetsstempel (skal framhevast i destinasjonsmarknadsføringa)



Politisk forankring i kvar kommune

Kvalifisering for Bærekraftig Reisemål fase A og B

Bærekraftig reiseliv skal vere beskreve i kommunal(e)- og/eller regional(e) planer og strategier slik at fremtidig ressursforvaltning og verdiskaping er ivaretatt

Politisk vedtak om å vere ein aktiv bidragsytar for å oppnå merket for bærekraftig reisemål



Kvar kommune/(Sogn regionråd)

I arbeidet med bærekraftmerket må vi ha på plass følgjande frå alle kommunar (med unntak av Lærdal kommune som har gjennomført prosessen):

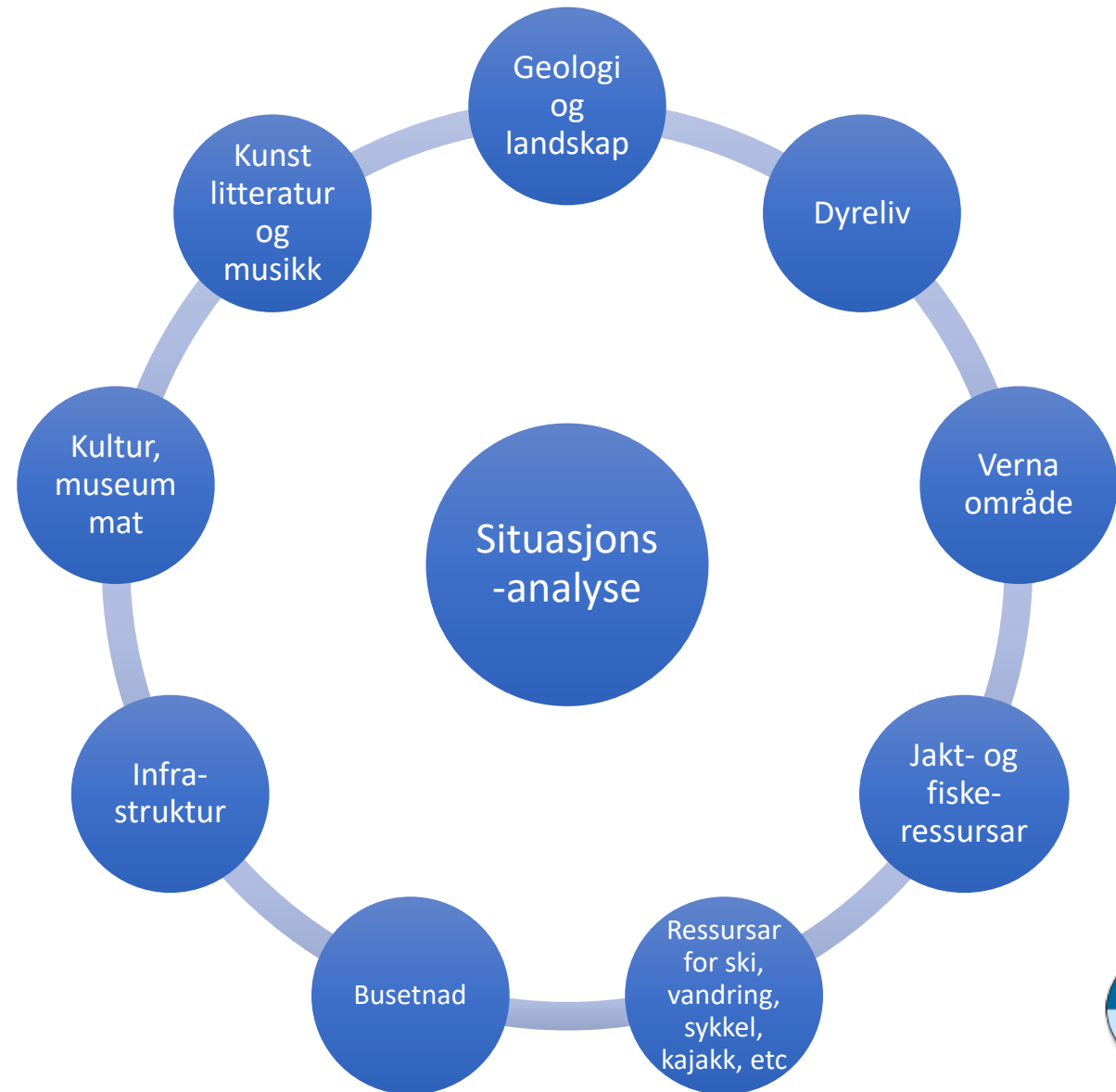
- **Bærekraftig reiseliv** skal vere beskrevet i kommunal(e)- og/eller regional(e) planer og strategier slik at fremtidig ressursforvaltning og verdiskaping er ivaretatt
- **Politisk vedtak** om å vere ein aktiv bidragsytar for å oppnå merket for bærekraftig reisemål



Næringssjefar: status for kvar kommune - masterplan

Vi treng informasjon og opplysingar om alle desse felta spesifikt frå kvar kommune.

Dette for å kunne sikre dei beste og riktigaste utviklingsmulegheitene (med største bærekraftig potensiale) for kvar kommune og for regionen sett under eitt.



Sogn regionråd

- **Prosjekteigar** - eige utviklingsprosessen
- **Forankring** – i kvar kommune
- **Vere ambassadør** – engasjere og motivere



Saken skal behandles i følgende utvalg:

FSK

KST

TROMSØ SOM BÆREKRAFTIG REISEMÅL

::: Sett inn innstillingen under denne linja IKKE SLETT LINJA ↓

Innstilling til vedtak:

Tromsø kommune støtter opp om arbeidet med utvikling av Tromsø som bærekraftig reisemål.

Prosjektet styrker Tromsø som Arktisk hovedstad. Vedtaket er i tråd med kommuneplanens samfunnsdel (KPS 20145-2026) om at vekst skal møtes på en mest mulig bærekraftig måte. Videre er vedtaket forankret i «Strategisk næringsplan, gjennomføringsstrategi 2017-2020» og Tromsø kommunes «Internasjonale strategi. Merket «bærekraftig reisemål» vil øke destinasjonens attraktivitet og styrke verdiskapingen på lang sikt.

::: Sett inn innstillingen over denne linja IKKE SLETT LINJA ↑

Britt Elin Steinveg
Administrasjonssjef

Oddgeir Albertsen
Stabssjef avdeling for finans

Kommunane /destinasjonen – eks på kriterier

Kulturminner:

- Det skal finnes en oversikt over materiell- og immateriell kultur og kulturarv; steder, objekter eller tradisjoner av kulturell interesse, og som kan være en ressurs for reiselivet
- Det skal finnes plan(er), utviklet i en åpen prosess, for formidling og aktiv bruk av materiell- og immateriell kultur og kulturarv; steder, objekter eller tradisjoner av kulturell interesse

Landskapet sitt fysiske og visuelle integritet:

- Det skal tas hensyn til landskapets fysiske og visuelle integritet ved gjennomføring av bygg- og anleggstiltak – arealplaner

Biologisk mangfold:

- Det skal finnes plan(er), utviklet i en åpen prosess, for formidling og bruk av viktige naturområder av særskilt interesse for reiselivet, som minimerer uønsket belastning fra besøkende

