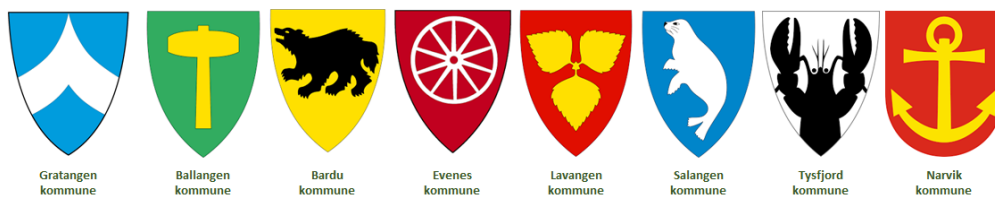


Visit Narvik 2019 - 2021

Handlingsplan

For bærekraftig reisemålsutvikling
i Narvikregionen



Forord

Handlingsplanen for bærekraftig reisemålsutvikling i Narvikregionen er en omfattende plan som skal sikre at aktørene i regionen tar et samlet tak i konkrete utfordringer, og jobber målrettet for at Narvikregionen skal bli et mer bærekraftig reisemål.

Planen har et langsiktig perspektiv, der målet er å involvere bredt for å oppnå kontinuerlige forbedringer innen de ti prinsippene for bærekraft. Handlingsplanen er gjeldende for destinasjonsselskapet Visit Narviks nedslagsfelt, som strekker seg over Ballangen kommune, Bardu kommune, Evenes kommune, Lavangen kommune, Salangen kommune, Tysfjord kommune, Gratangen kommune og Narvik kommune. I tillegg involverer den regionrådene i områdene.

Det er gjennom prosessarbeid og innspillmøter med aktører fra næring, kommuner og frivillige, utarbeidet fire hovedmål og tiltaksområder for bærekraftig reisemålsutvikling i Narvikregionen. Under hovedmålene er det skissert en rekke delmål og konkrete tiltak.

Innhold

Forord.....	2
Innhold.....	3
Målsetting for prosjektet.....	5
Prosjektorganisering.....	6
Hvordan jobbe med bærekraftig reiselivsutvikling.....	7
Ti prinsipper for bærekraftig reiseliv.....	8
Bred forankring og involvering.....	8
Veien til merket for bærekraftig reisemål.....	9
Gjennomføring.....	9
Revidering.....	9
Fire tiltak for et bærekraftig reisemål.....	10
Besøksforvaltning og miljøansvar.....	10
Helårsbasert reiseliv og produktutvikling.....	12
Kompetanseheving.....	13
Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid.....	15

Bakgrunn

Handlingsplanen tar utgangspunkt Strategisk Næringsplan for Ofoten 2018-2021 sitt mål om en bærekraftig reisemålsutvikling i regionen, med konkret mål om å kvalifisere for Innovasjon Norges Merke for Bærekraftig reisemål.

Futurum – som er Narvik kommunes næringsselskap – har tatt initiativ til at Narvik og Narvikregionen skal merkes som bærekraftig reisemål. Narvikregionen skal bruke dette merket som et kvalitetsstempel i markedsføring og omdømmebygging, og skal bygge en standard som setter tydelige krav til destinasjonens evne til bærekraft og utvikling. Vi ønsker at Narvikregionen som reisemål skal bli mer attraktiv, gi troverdighet hos turistene, og skape engasjement og verdiskaping i lokalmiljøet.

Reiselivsmeldinga, [st. mld 19](#), understreker at bærekraft skal være en premiss for all utvikling.

Målsetting for prosjektet

Hovedmålsettingen med prosjektet

- Styrke konkurranseevnen til Narvikregionen som reisemål, samt de ulike næringsaktørene.
- Skape en bærekraftig reiselivsutvikling hvor reiselivsnæringa og kommunene samarbeider om å sikre at Narvikregionen er et attraktivt reisemål.
- Sikre at alle som besøker Narvikregionen skal møte bærekraft i hele verdikjeden, med god service og spennende aktiviteter.



Overordnet mål for Narvikregionen som bærekraftig Reisemål

Skape en bærekraftig utvikling hvor reiselivet og kommunene samarbeider om å sikre at Narvikregionen investerer i fremtiden. Ta vare på det ekte og uberørte i vår region.

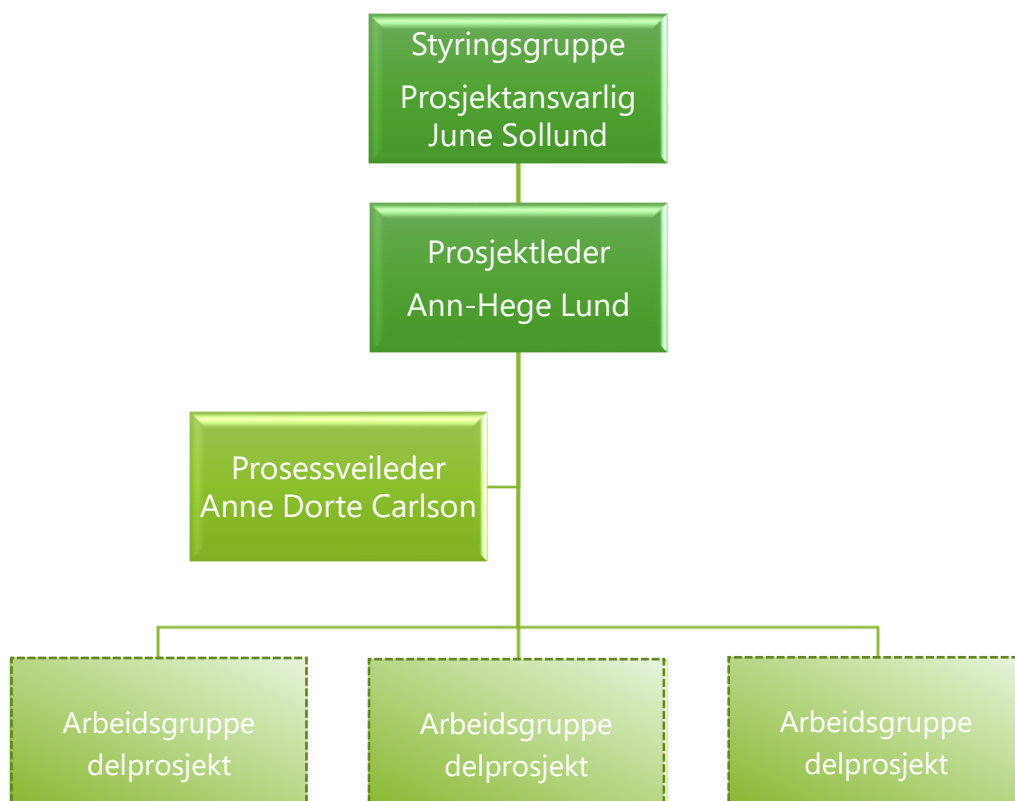
Legge til rette for tiltak som kommer gjester og lokalbefolkningen til gode. Et godt sted å bo er også et godt sted å besøke!

Det er vår jobb å sikre at naturen kan nytes av fremtidige generasjoner.



Prosjektorganisering

Til å bistå arbeidet har Futurum knyttet til seg prosessveileder Anne Dorte Carlson (Occasio Consulting.) Carlson er sertifisert veileder innenfor merkeordningen til Innovasjon Norge, og har bidratt i prosessen på mange av reisemålene. Prosjektansvarlig er June Sollund i Visit Narvik. Prosjektleder er Ann-Hege Lund i Futurum, som skal gjennomføre forprosjektet. Arbeidsgruppene skal jobbe med tiltakene, og vil settes i hovedprosjektet.



STYRINGSGRUPPE FOR BÆREKRAFTIG REISEMÅL NARVIKREGIONEN:

- Ragnar Norum, Forte Narvik
- June Sollund, Visit Narvik
- Cathrine Kristoffersen, Narvik kommune
- Hilde Normark, Narvikregionen Næringsforening
- Ann-Hege Lund, Futurum

Hvordan jobbe med bærekraftig reiselivsutvikling

Futurum besluttet, i tråd med arbeidet med Strategisk Næringsplan for Ofoten 2018-2021, å gå i gang med å kvalifisere for Innovasjon Norges merke for bærekraftig reisemålsutvikling høsten 2017. Våren 2018 fikk Futurum innvilget forprosjekt fra Innovasjon Norge på vegne av Visit Narvik. I tillegg til å utarbeide Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling, skal prosjektet avklare status på reisemålet i dag, i lys av de ti prinsippene for bærekraftig reiseliv utviklet av UNWTO (World Tourism Organization).



Merkeordningen består av en standard og en arbeidsprosess, som sammen skal bli et verktøy for reisemålet i å planlegge, iverksette og måle arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling. Reisemålet med sitt destinasjonsselskap gir den geografiske "rammen" for arbeidet, og både næring, lokalsamfunn og kommunene involveres i en prosess som tar cirka to år.

Sertifiseringer og kvalitetssystemer hviler på målinger, god dokumentasjon, og på åpenhet og transparens på det man oppnår. I merkeordningen er det krav om at 10 årlige indikatorer må besvares, dokumenteres, og publiseres.

Bakgrunnen for dette er ønsket om å skape bevissthet på reisemålet for det kontinuerlige arbeidet og prioriteringen som kreves for en mer bærekraftig utvikling. Samtidig må omverdenen og gjestene se at bærekraft tas på alvor.

Merket for bærekraftig reisemål er gyldig i tre år fra godkjenning. For å opprettholde merket må reisemålet oppdatere sin besvarelse og dokumentasjon hvert tredje år.

Etter at Merket for bærekraftig reisemål er tildelt, vil handlingsplanen videreføres, og før prosjektets slutt må det besluttes hvordan bærekraftarbeidet skal videreføres.

Destinasjonsledelsen skal arbeide for økt antall merker og sertifiseringer for miljø, kvalitet og bærekraft i reiselivsbedriftene. Medlemsmøter i regi av Visit Narvik, og Næringskafé med reiselivstema, i regi av Futurum og Narvikregionen Næringsforeninger, er relevante arenaer hvor det vil være naturlig å sette fokus på bærekraftarbeidet.

Ti prinsipper for bærekraftig reiseliv

Bevaring av natur, kultur og miljø:

1. Kulturell rikdom
2. Landskapets fysiske og visuelle integritet
3. Biologisk mangfold
4. Rent miljø og ressurseffektivitet

Styrking av sosiale verdier:

5. Lokal livskvalitet og sosial verdiskaping
6. Lokal kontroll og engasjement
7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte
8. Gjestetilfredshet og trygghet, opplevelseskvalitet

Økonomisk levedyktighet:

9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping
10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter

Bred forankring og involvering

Handlingsplanen er utviklet med utgangspunkt i de ti prinsippene for bærekraftig reiseliv og utfordringer som er identifisert for Narvikregionen. Utfordringene er kommet frem gjennom det åpne innspillsmøtet som ble holdt den 14. juni 2018 i Narvik. Invitasjonen til det åpne møtet gikk til medlemsbedrifter i Visit Narvik og Narvikregionen Næringsforening, til ordfører og næringssjef i kommunene Tysfjord, Ballangen, Narvik, Evenes, Gratangen, Bardu, Lavangen, og Salangen, samt alle relevante samarbeidspartnere og aktører. Rundt femti

deltakere var påmeldt. Det er kommet tilbakemeldinger basert på flere omtaler i lokalavisen Fremover, fremlegg for Ofoten regionråd og for styringsgruppa høsten 2018.

Innspill har også fremkommet under statusgjennomgangen av [Standard for Bærekraftig reisemål](#) og hvilke tiltak som må iverksettes for å kvalifisere for merket.

Visit Narvik, bystyrene og kommunestyrene i Narvikregionen skal behandle og tilslutte seg planen.

Planen er i tråd med Nordland Fylkeskommunes Strategi for reiseliv- og opplevelsesnæringer i Nordland 2017-2021, som også tar utgangspunkt i de 10 prinsippene for bærekraftig reiseliv, samt Veikartet mot et bærekraftig reiseliv, fra reiselivsnæringen i Norge.

Planen er forankret i [Strategisk Næringsplan for Ofoten 2018-2021](#), og i [Masterplan for Narvik](#), hvor det er lagt til grunn at reisemålet skal tuftes sin framtid på prinsipper om en bærekraftig utvikling.

Veien til merket for bærekraftig reisemål

Basert på denne handlingsplanen og rapport som besvarer 42 kriterier og 104 indikatorer om statusen på Narvikregionen som reisemål i dag, vil det søkes om et hovedprosjekt fra Innovasjon Norge for å koordinere og lede iverksettelsen av handlingsplanen. Aktuelle samarbeidsaktører er destinasjonsselskapet Visit Narvik, kommunene i Narvikregionen, medlemsbedriftene, Nordland Fylkeskommune, Ofoten og Sør- og Midt-Troms Friluftsråd, Statens Vegvesen, Hålogaland Ressursselskap, UiT Narvik, Nordlandsforskning, og andre aktører som Norsk Folkehjelp, Røde Kors og andre frivillige lag og organisasjoner. Listen er ikke uttømmende. Det vil settes ned arbeidsgrupper for aktuelle delprosjekter i tiltaksområdene i hovedprosjektet.

Gjennomføring

I denne handlingsplanen legges det opp til ansvarsfordeling, utførelse og oppfølging. Det er prosjektleders ansvar å påse at planlagte tiltak blir iverksatt, fulgt opp og gjennomført.

Aktørene i arbeidsgruppene skal forplikte seg til å engasjere seg i gjennomføringen av tiltakene.

Visit Narvik vil årlig rapportere status i arbeidet med bærekraftig reisemålsutvikling til kommunestyrene i de involverte kommunene.

Visit Narvik vil gi medlemsbedriftene halvårlig orientering om status i henhold til reisemålsstrategi og bærekraftig reisemålsutvikling.

Revidering

Arbeidet med bærekraftig utvikling er en prosess som skal videreføres også etter prosjektperioden. Denne første handlingsplanen for bærekraftig reiselivsutvikling skal derfor oppdateres/revideres innen utgangen av prosjektet som grunnlag for remerking 3 år senere. Styringsgruppen og Visit Narvik vurderer behov for endringer med bakgrunn i erfaringer gjort i prosjektperioden, tiltak som er gjennomført fjernes og nye tiltak i regionen legges til. Revisjon av planen bør også involvere kommunene.

Fire tiltak for et bærekraftig reisemål

Handlingsplanen inneholder fire tiltaksområder:

- Besøksforvaltning og miljøansvar
- Helårsbasert reiseliv og produktutvikling
- Kompetanseheving
- Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid

Tiltaksområde 1: Besøksforvaltning og miljøansvar

Hvordan forbereder vi oss på økt antall besøkende? Kan vi påvirke utviklingen og styre hvem som kommer? Hvor de skal ferdes? Hvordan kan vi legge til rette for at gjestene opplever våre områder på en bærekraftig måte – som også ivaretar lokalbefolkningen?

Besøksforvaltning og miljøansvar		
Tiltak	Tidsramme	Aktuelle ansvarlige og medvirkende
Utarbeide handlingsplan/strategi for besøksforvaltning for kommunene. - Sikre at alle avfallspunkter har sortering av søppel, gjelder rasteplasser, parkeringsplasser langs E6, avfallspunkter i bygater, på kjøpesenter, hotell og naturlige stoppesteder - Offentlige toalett ved severdigheter, i bykjernen og rasteplasser. Tømmestasjoner for camping/bobilturister - Tilrettelegge for god skilting av turstier, vedlikehold av turstier, severdigheter, kulturminner, museer	2019	Friluftsråd, SVV, kommunene, næringa, grunneiere

- Involvere relevante aktører og lokalbefolkning i planarbeid om mottak av turister; hvor ønsker vi å «styre» turisten - Velge ut 2 til 3 stier i hver kommune for nasjonal skiltstandard (med vanskelighetsgrad, fysisk tilrettelegging) - Masterplan for Stier (Narvikfjellet) - Jobbe for at skilting og informasjon bygger opp under merkevaren for Narvikregionen – Sterke Opplevelser. Aktiv bruk av skilting for økt tilgjengelighet og fremkommelighet - Legge til rette for flere fasiliteter; bord/benker, bålplasser - Utvikle og formidle helhetlig kart med oversikt over tilrettelagte turer i hele regionen - Utvikle parkeringsplasser med utkikkspunkt		
Utarbeide plan for fellesgodefinansiering. Kan inngå i plan for besøksforvaltning. «Miljøfond.»	2019	Kommunene i samarbeid med reiselivsnæringen
Involvere reiselivsnæringen i kommunale planer.	2018-2019	Kommunene og næringen selv
Motivere alle kommunene til å bli Miljøfyrtårnkommuner, sertifisere egen virksomhet (minimum administrasjonsbygg)	2018-2019	Futurum, Visit Narvik, destinasjonsledelsen
Arbeide for å motivere bedriftene i reiselivsnæringen til miljøsertifisering	2018-2019	Futurum, Visit Narvik, kommunene
Arbeide for at arrangement og arrangører sertifiseres, herunder miljøsertifisering, grønt arrangement, tydelig fokus på miljø	2018-2019	Futurum, Visit Narvik, destinasjonsledelsen
Felles påvirkningsarbeid og samarbeid når det gjelder utbygging av nye vann- og vindkraftprosjekt, veiprojekt og annet som forringer natur og kulturverdier	2018-2019	Futurum, Visit Narvik, kommunene og reiselivsnæringa
Symbol/signaltiltak plastfri kommune eller et annet tiltak. Se på muligheten for et interkommunalt signaltiltak for hele regionen som kan bidra til å løfte oss som reisemål.	2019	Futurum, Visit Narvik, kommunene
Utarbeide rabattordninger for miljøvennlig transport, familierabattordninger. Noen bedrifter har allerede denne rabatten.	2018-2019	Reiselivsbedriftene
Legge til rette for samarbeid om kjøring av turister til og fra hotell, til og fra aktivitet	2018-2019	Reiselivsbedriftene
Smart cities-prosjektet: - Jobbe for å koble reiselivet til Narvik kommunes prosjekt	2018	Futurum, kommunene

Tiltaksområde 2: Helårsbasert reiseliv og produktutvikling

*Hvordan kan reiselivet i vår region opprettholde sin levedyktighet i overskuelig fremtid?
Hvordan kan vi skape økt lønnsomhet i reiselivsnæringen? Hvordan kan vi legge til rette for lokalt samarbeid for å skape helhetlige og bærekraftige reiseopplevelser?*

Helårsbasert reiseliv og produktutvikling		
Tiltak	Tidsramme	Aktuelle ansvarlige og medvirkende
Utvikle planer for cruiseindustrien - mobilisering og strategisk organisering av cruise-satsingen - God samhandling med Visit Narvik - Begrense utslipp og negative miljøkonsekvenser innenfor cruisetrafikken, landstrøm, sette krav	2018-2019	Narvik Havn, Visit Narvik, Cruise Narvik
Jobbe for å igangsette revisjon av Masterplan for reiseliv Narvik, se til regionen (utvidet region/kommunesammenslåing) - Videreutvikle fyrtårnene i regionen, utvikle nye	2019	Futurum, Visit Narvik, kommunene, involvering fra aktører i reiselivsnæringen
Bærekraftig produktutvikling: - Overnattingsbransjen: Utvikle attraktive produkter for forretningsmarkedet - Opplevelses- og serveringsbransjene: Utvikle smarte produkter som også appellerer til lokalbefolkning og lokalt næringsliv - Utleie av el-kjøretøy (RIB, scooter, andre el-løsninger) - Utvikle sesongvariasjoner i aktivitetsbasert turisme, ta i bruk opplevelseskonsepter som innovativt verktøy for å styrke konkurransekraften og verdiskapingen ved bruk av «personas» - Redusere matsvinn, bli med i «Too Good To Go» - Utvikle flere naturbasert opplevelser - Utvikling av konsepter for toppturdestinasjoner - Videreutvikle eksisterende tilbud, fokus på krigshistorie, rallarhistorien - Ofotbanen – tilrettelegge for sykkel, ski, pulk, barnevogner på toget, miljøvennlig transport-fokus	2018-2019	Reiselivsnæringen i samarbeid med Visit Narvik

- Identifisere muligheter rundt satsingen av film/serien Slaget om Narvik - Utvikle flere arrangementskonsepter hele året i tillegg til det vi har (grønne arrangement) - Identifisere og utvikle leverandører av kortreist mat, utvikle samarbeid mellom reiselivsnæring og produsent - Tilrettelegge for vekst i lavsesong - Bedriftene må se på muligheter for samarbeidsprosjekter innenfor produktutvikling - Arbeide for å maksimere bruken av kommersielle sesonger		
Se sammenheng med transport, mat, kulturminner, forretningsmodeller og IKT for å åpne for synergier og helhetlig satsing.	2019	Reiselivsnæringen i samarbeid med Visit Narvik og Futurum.

Tiltaksområde 3: Kompetanseheving

Hvordan kan vi møte økt turistvekst på en bærekraftig måte? Hvordan kan reiselivet i vår region møte trender som digitalisering og delingsøkonomi? Hvordan kan vi øke verdiskapingen i reiselivet gjennom økt kompetanse på bærekraft?

Kompetanseheving		
Tiltak	Tidsramme	Aktuelle ansvarlige og medvirkende
Legge til rette for en mer helhetlig og samordnet FoU satsing på reiseliv, få et felles kunnskapsgrunnlag som kan legge føringer for fremtidig satsing.	2019	Kommunene og Futurum i samarbeid med destinasjonsselskapet og næringen.
Kartlegge kompetansebehov og lage opplæringsprogram for reiselivet i et bærekraftperspektiv samt for økt jobbkvalitet for reiselivsansatte - Vertskapskurs (nettbasert, søke støtte IN) - Servicekurs - Språkkurs - Re-etablere Narvikskolen	2018-2019	NRNF i samarbeid med Visit Narvik og Futurum.

- Skape ambassadører - Hvordan bli en mer bærekraftig bedrift - Opplevelseskurset - Pakking av opplevelser - Miljøfyrtårnsertifisering - Etablererkurs - Opplæring i samfunnsansvar for reiselivsnæringen - Kompetansehevende tiltak for bedriftene innen miljø og bærekraft		
Legge til rette for lærlingeplasser og trainee-stillinger	2018-2019	NRNF
Jobbe for å få reiselivsutdanning på UiT i Narvik.	2018-2019	Futurum
Styrke Visit Narvik, utvikle et bærekraftig destinasjonsselskap med langsiktige planer.	2019	Futurum, Visit Narvik
Gjennomføre undersøkelser og analyser: - Gjesteundersøkelse - Bedriftsundersøkelse - Innbyggerundersøkelse - Hyttebrukerundersøkelse - Innbyggerundersøkelse (lokalsamfunnets meninger, ambisjoner, bekymringer, tilfredshet mm) - Risikoanalyse for gjester på reisemålet og tiltaksplan for å minimere identifisert risiko - Ringvirkningsanalyse for Narvikregionen - o Det vil lages en veiledning til ringvirkningsanalyse som skal bidra til å besvare indikatorer. Denne veiledningen kan benyttes av reisemålet i en tilbudsinnhenting. Reisemålet må være bevisst på spørsmålsstillinger de ønsker besvart, også uten det indikatorene etterspør.	2019	Visit Narvik, Futurum, NRNF, næringen, kommunene

Tiltaksområde 4: Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid

Hva skal til for å få en samkjørt reiselivsnæring i vår region? Hvordan kan man utvikle konkurransekraften innenfor reiselivet i vår region ved målrettet og helhetlig markedsføring? Hvordan kan vi sammen markedsføre og skape en total reiseopplevelse?

Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid		
Tiltak	Tidsramme	Aktuelle ansvarlige og medvirkende
Visit Narvik - Utvikle konkurransekraften ved sterk og konsekvent merkevarebygging, profilering og markedsføring med et miljøvennlig avtrykk, gjennom prosjektet Sterke Opplevelser - Prioritere satsing mot reisende som gir stor verdiskaping og lav miljøbelastning - Bruk av og utvikling av digitale medier for å markedsføre og spre trafikk i alle sesonger. - Etablere felles data og billedbank - Etablere én felles arrangementsside gjennom prosjektet Sterke Opplevelser - Jobbe for samarbeid hele aksen Lofoten – Kiruna – Luleå - Synliggjøre Nord-Norsk Reiselivs' arbeidsmetoder og ta i bruk strategien med «personas» - Innarbeide tiltak som bidrar til gode holdninger til samfunnsansvar og fremme god gjestetatterd - All markedskommunikasjon skal være autentisk, realistisk og respektfull overfor gjester og lokalsamfunn	2018-2019	(Deltakere i utviklingene av prosjektet Sterke Opplevelser er Visit Narvik, Narvikfjellet, Narvik golfklubb, Vinterfestuka og Futurum.) Visit Narvik, reiselivsnæringa.
Hvilke områder kan det samarbeides om på tvers av kommunene når det gjelder planer og strategier som skal utarbeides? Interkommunalt samarbeid? - Planer, herunder temaplan reiseliv, besøksforvaltning mm - Besøksstrategi bærekraft	2018-2019	Visit Narvik, Futurum, kommunene
Påvirke fylkeskommunen til å se samferdselsløsninger som reiselivsprodukt og styrke markedsføringen av disse.	2018-2019	Visit Narvik, kommunene,