Til Nordland Fylkeskommune

02. januar 2023

Strategi for reiseliv og opplevelser i Nordland – høringssvar

Visit Vesterålen gir med dette felles høringsuttalelse til strategi for reiseliv og opplevelser i Nordland for perioden 2023-2027, som NFK sendte på høring 16. november 2022.

NFK har utarbeidet en innovativ og fremtidsrettet strategi, som tar utgangspunkt i usikre verdensmarkeder og at vi er i en post-pandemifase. Vi registrerer at NFK har en strategisk tilnærming til hvordan reiselivet kan rigges for å håndtere stadig skiftende markedssituasjon og rammevilkår.

Vi ser positivt på at NFK setter et hovedfokus på hvordan den offentlig sektor og aktørene i reiselivet kan løse oppgavene i forpliktende fellesskap.

NFK presiserer at strategien like mye er en samfunnsstrategi, som den er en næringsstrategi. Vårt høringssvar har destinasjonsselskapets perspektiv på reiselivsstrategien.

Til høringsversjonen av 16. november 2022 har vi følgende forslag:

REISEMÅLSUTVIKLING, ROLLER

Det henvises i strategien til reiselivets rolle som steds- og samfunnsutvikler. Strategien har et overordnet perspektiv på bolyst, blilyst og rekruttering, samt beredskap, samfunnssikkerhet, infrastruktur og tilgjengelighet. Dette er sentrale ansvarsområder for fylkeskommunen og kommunene.

Destinasjonsselskapene er etablert for å løse viktige oppgaver for kommunene og for reiselivsnæringen. Reisemålsutvalget kommer med en NOU, våren 2023, og har mottatt en rapport (Epinion og Gyger) om dagens organisering av destinasjonsselskapene.

> *Norske reisemål drives på ulike måter, men alle steder har kommunen og reiselivsnæringen nøkkelroller. Reiselivsnæringen representeres som regel ved det lokale/regionale destinasjonsselskapet, som har som rolle å løse fellesfunksjoner for reiselivet, ofte knyttet til vertskap, produktutvikling og/eller markedsføring. Norske destinasjonsselskaper har imidlertid ulike oppgaver på ulike reisemål, ettersom det er opp til selskapenes eiere å gi mandat og rammer for virksomheten, ut fra behov og finansielle forutsetninger. Destinasjonsselskapene ventes uansett å være viktige verktøy for lokal reisemålsutvikling også i fremtiden.*
>
> - *Mandat for NOU om reisemålsutvikling og besøksforvaltning i norske kommuner, statsråd 26. august 2021*

Oppgavene varierer mellom selskapene, også i Nordland. Vi viser til det pågående arbeidet med Destinasjon 3.0, i regi av Destinasjonsforum nord, hvor dette har fått stor oppmerksomhet.

> **NFK bør utsette behandling av strategi for reiseliv og opplevelser i Nordland til NOU fra reisemålsutvalget, og anbefaling fra Destinasjonsforum nord om Destinasjon 3.0 foreligger. Dette for å kunne innarbeide elementer fra disse i egen strategi.**
>
> **Beskrivelsen av destinasjonsselskap er noe mer nyansert enn det kommer frem i dokumentet. Vi mener det vil styrke strategien å implementere funnene gjort av «Destinasjon 3:0».**

BEGREPSAVKLARINGER

Det er viktig med en god definisjon av reisemålsutvikling, opp mot det nasjonale. Det brukes ulike begreper. I nasjonal strategi brukes destinasjonsledelse, mens det nå er satt ned et reisemålsutvalg, hvor det i mandatet brukes både begrepet reisemål og destinasjon. Det kan også være vanskelig å forstå forskjellen mellom destinasjonsselskap og destinasjonsledelse.

> **Vi foreslår derfor at NFK konsekvent bruker *reisemålsledelse* om de som jobber med reisemåls- og destinasjonsutvikling. Videre *destinasjonsselskap* om selskapene som er eid av kommuner og/eller reiselivet.**

REGENERATIVT REISELIV

At NFK har tatt inn regenerative prinsipper i strategien anser vi som bra. Det vil bidra til å løfte fokuset videre mot fornyelse og positiv merverdi, utover perspektivene for bærekraftig utvikling som dreier seg mer om bare å kompensere.

Destinasjonsselskapene er en viktig og etablert ressurs, i utviklingen av reisemålene i en mer bærekraftig retning. Dette sammen med kommunene, og i balanse med lokalsamfunnene. Vi vil kunne være en viktig ressurs, som bidrar sterkt til å nå målene i NFKs strategi.

> **Det er i dag ingen representanter fra lokalt næringsliv/destinasjonsselskaper med i NFKs ressursgruppe reiseliv. Destinasjonsselskapene bør bidra i NFKs ressursgruppe reiseliv, som representant på lokalt/kommunalt nivå.**

SAMFERDSEL/TRANSPORT

Kontinuitet og forutsigbarhet innenfor transport er viktig – også for flybuss. Ruteplaner må legges i god tid. Dette som en forutsetning for utvikling i distriktene. I dag gjøres endringer i ruteplaner som får store lokale konsekvenser med kort varsel. For en næring som jobber langsiktig med innsalg til eksempelvis turoperatører, er dette ikke økonomisk bærekraftig. Vi ønsker en enda større tydeliggjøring at man i strategien ønsker å fremme nettopp forutsigbarhet og kontinuitet.

I anbud må også de midlertidige innbyggerne, gjestene, og med i behovsspesifikasjonen. Det ønskes også et fokus på lokal verdiskaping i anbudsprosesser innen transport.

VIRKEMIDLER/FINANSIERING

Fire av fem destinasjonsselskaper i Nordland er merket som bærekraftige reisemål. Dette betyr ikke at destinasjonene er bærekraftig, men at man lokalt har forpliktet seg til å jobbe kontinuerlig for en mer bærekraftig utvikling i et helhetlig perspektiv. Det regenerative perspektivet inngår i dette. Visit Vesterålen forvalter merket for bærekraftig reisemål og skal rapportere hvert 3. år, samt innfri på de målsettingene som settes. Etter bærekraftsertifisering kreves kontinuerlig oppfølging. Utfordringene kommer uansett form for sertifiseringsprosess, når sertifiseringen er gjennomført, og en skal iverksette bærekraftsarbeidet i løpende kommunalt og regionalt arbeid, uten at dette er finansiert.

Virkemidlene kanaliseres oftest via SMB eller innovasjonsselskaper, næringshager, m.fl. Skal man få til utviklingen beskrevet i gjeldende strategi er det viktig at fylkeskommunen også finansierer reisemålsutvikling direkte gjennom destinasjonsselskaper, og andre prosjektorganisasjoner som driver reisemålsutviklingen lokalt.

BESØKSFORVALTNING

Bærekraft og besøksforvaltning løftes opp som viktige grunnsteiner i utviklingen. Nordland fylkeskommune har lagt et godt grunnlag for at dette skal tas ut i den enkelte kommune. Samtidig etterspørres det konkrete verktøy og en «bruksmanual», slik at man enklere kan ta dette ut i konkrete handlingsplaner regionalt/kommunalt.

Med Vennlig hilsen

Astrid Berthinussen
Daglig leder/CEO
Visit Vesterålen AS • M: 0047 90 14 80 96
Internet • Facebook • Instagram