



Fylkesmannen i
Nordland

Prosjekt Grønt reiseliv i Nordland 2013-2015



www.fylkesmannen.no/nordland



Landbruksavdelinga

Innhold

1. Bakgrunn og gjennomføring	3
1.1 Hovedmål, delmål og strategier	3
1.2 Målgrupper	3
2. Organisering	4
2.1 Prosjektleder	4
2.2 Styringsgruppe	4
2.3 Prosjektgruppe	4
3. Tiltak/tidsplan	5
3.1 Tiltak	5
3.1.1 Entreprenørskap	5
3.1.2 Utvikle allerede eksisterende tilbydere	6
3.2 Tidsplan	10
4. Budsjett/finansiering	11

Vedlegg: Handlingsplan for grønt reiseliv i Nordland

Bilde- og fotografoversikt:

Med mindre annet er spesifisert er alle bilder tatt av Bjørn Erik Rygg Lunde, Pressefoto as/Fylkesmannen i Nordland. Lite bilde forside med motiv fjøs er tatt av Torger Karlsen

1. Bakgrunn og gjennomføring

1.1 Hovedmål, delmål og strategier

Prosjektets hovedmål er:

Bidra til å styrke og utvikle det totale reiselivsproduktet i Nordland fylke ved å stimulere til økt utnyttelse av gårdenes samla ressurser i opplevelsessammenheng.

Bakgrunnen for denne prosjektsøknaden er Handlingsplan for Grønt reiseliv i Nordland 2012-2015. I denne planen er følgende fire strategiområder med tilhørende delmål valgt ut for de kommende 4 årene:

- Kompetanse
 - **Delmål:** *Å styrke kompetansen i og kunnskapen om grønt reiseliv som næring*
- Innovasjon
 - **Delmål:** *Å legge til rette for økt lønnsomhet og verdiskaping i det grønne reiselivet gjennom å bidra til økt innovasjon*
- Mobilisering
 - **2 Delmål:**
 - *1) Å jobbe videre med alle de som meldte sin interesse for en reiselivsetablering i det forrige prosjektet, i den hensikt i å få dem fram til startstreken for en etablering*
 - *2) Dernest å oppmuntre de som eier gårder i Nordland til å vurdere en etablering av reiselivsopplevelser med utgangspunkt i gården (og stedet)*
- Profilering og markedsutvikling
 - **Delmål:** *Å ta i bruk ervervet kunnskap, samarbeide mer med kolleger og skaffe til veie mer informasjon om markedsmuligheter*

Handlingsplanen som er et samhandlingsdokument mellom Fylkesmannen i Nordland og Nordland fylkeskommune viser bakgrunnen for hvordan man er kommet fram til delmål innenfor de fire strategiene og bakgrunn for valg og tiltak.

1.2 Målgrupper

Det er to målgrupper for dette prosjektet: de som allerede er etablert i reiselivsnæringen og de som kan være på tur inn i samme næring. Prosjektet har således både karakter av mobilisering (av nye produsenter), men også i høy grad kompetanseheving (både av de som skal inn i næringa, men også de som har holdt på en stund og trenger inspirasjon og kunnskapsheving)

2. Organisering

2.1 Prosjektleder

Fylkesmannen i Nordland vil benytte seg av en fast ansatt medarbeider med reiselivskompetanse som skal være ansvarlig for prosjektet Grønt reiseliv i Nordland. I tillegg til prosjektleder, vil også andre fagpersoner ved landbruksavdelinga bli involvert i gjennomføringen av prosjektet. Prosjektansvarlig og prosjekteier vil være Fylkesmannen i Nordland, men prosjektet skal gjennomføres i samarbeid med partnerskapet – som her defineres som styringsgruppen.

Prosjektleder skal i de fleste tilfeller utvikle og gjennomføre tiltakene som er skissert i prosjektet sammen med eksisterende nettverk og tiltaksapparat. På en del områder vil likevel også muligheten for eksterne bidrag i form av innleid hjelp, bidra til prosjektets gjennomføring. Prosjektleder skal ha ansvar for økt aktivitet og bevisstgjøring omkring etablering av nye gårdsturismetilbydere, og utvikling av de allerede eksisterende ”reiselivsbøndene” i fylket. Prosjektet vil være avhengig av lokalt engasjement fra først og fremst produsentene, men også fra landbruksrådgivningen, næringsorganisasjonene, kommunal landbruks- og næringsforvaltning m.fl.

2.2 Styringsgruppe

Det skal oppnevnes en egen styringsgruppe for prosjektet. Gruppen har møter minimum fire ganger i året. Prosjektleder har den daglige ledelsen av prosjektet og ansvar/myndighet gitt av styringsgruppen. Gruppen ledes av en ansatt fra Fylkesmannens landbruksavdeling (styringsgruppeleder). Styringsgruppen vil bestå av ressurspersoner fra:

- Fylkesmannen i Nordland
- Hanen Nordland
- Næringsorganisasjonene i landbruket
- Nordland Fylkeskommune/Nordland Reiseliv

Ved behov vil styringsgruppen oppnevne referansegrupper. Prosjektperioden vil strekke seg fom 01.01.2013 tom 31.12.2015.

Dette er et utviklingsprosjekt. Dette betyr at styringsgruppen er ansvarlig for og skal ta avgjørelser i viktige prosjektspørsmål (f.eks. revidering av mål og omdisponering av ressurser). Det er også styringsgruppens ansvar å se til at sluttevaluering blir gjennomført på en forsvarlig måte. Styringsgruppens medlemmer har også ansvar for å formidle om prosjektets framgang til sine respektive organisasjoner som de representerer på en informativ og god måte.

3.3 Prosjektgruppe

I utviklingsammenheng har vi internt hos Fylkesmannen gode erfaringer med å ha en intern prosjektgruppe som tar de løpende diskusjoner og utfordringer som måtte oppstå. Dette sørger for kunnskapsoverføring internt, samt også kvalitetssikring av prosjektets gjennomføring.

3 Tiltak/tidsplan

3.1 Tiltak

3.1.1 Entreprenørskap

Mobilisering:

Informere om GR på naturbruksskolene

Å treffe ungdom på naturbruksskolene og informere dem om mulighetene innenfor bygdenæringene generelt, og grønt reiseliv spesielt er svært viktig. Ingen av de to naturbruksskolene i Nordland har noe eget tema i løpet av tre skole år om grønt reiseliv og behovet er derfor stort for å orientere litt rundt dette med fokus på muligheter og utfordringer.

Resultatmål: Alle avgangsklasser skal i løpet av tre år besøkes og informeres om mulighetene innen grønt reiseliv

Studietur i Norge for nye tilbydere

Fylkesmannen har svært god erfaring med å gjennomføre studieturer med ulike tema. Hovedgrunnen til dette er at det og «riste» sammen folk som tenker i samme baner har noen uante synergieffekter som vi ikke var klar over i utgangspunktet. En ting er at man ser og opplever andre som har satset og virkelig har fått det til innen for grønt reiseliv som fagområde, en annen ting er det få kontakt med likesinnede i sin region. Dette ser vi er viktig, spesielt siden det ofte er langt mellom tilbyderne av grønt reiselivs tjenester og at de derfor har lite nettverk å støtte seg på i utgangspunktet.

Resultatmål: 25 deltagere på studietur i Norge, der gårdsopplevelser står som hovedtema

Studietur Europa for nye tilbydere

Fylkesmannen ønsker å forsterke sin utviklerrolle i forhold til å tilrettelegge for at nye etablerer seg innenfor bygdenæringene. Når dette i praksis kommer til tiltaket studieturer betyr dette at vi satser på å få med oss de som tenker at dette kanskje kunne ha vært noe for dem, og de som står i startgropa for etablering. Dette gjelder både turen i Norge og turen til Europa. Begrunnelsen for å kjøre en lengere tur til Europa er den samme som over: Inspirasjon, produkttesting og nytenking på den ene siden, og nettverksbygging og samhandlingsarena på den andre siden.

Resultatmål: 25 deltagere på studietur i Europa, der gårdsopplevelser står som hovedtema

Brosjyre "Har du en opplevelse for salg?"

Det er viktig å presentere de gode eksemplene i forsøket på å mobilisere eiere av gårdsbruk til å starte med nyetableringer. En god måte å gjøre dette på er å lage en pen, informativ og inspirerende brosjyre som kan distribueres vidt i fylket. Her satser vi på å få fram de som har satset på de gode ideene sine i opplevelsessammenheng.

Resultatmål: Distribudere 5000 brosjyrer til eiere av gårdsbruk i Nordland (direkte og indirekte)

Hospiteringsordning

Videre var et av de mest populære tiltakene i det forrige prosjektet hospiteringsordningen i Hattfjelldal og Grane. Dette var ett lavterskeltilbud som var beregnet på familier som ville sjekke ut om grønt reiseliv var noe for dem ved å følge 3-4 av de mest suksessfulle grønt reiselivs- og småskala matprodusentene i det gjeldende området. Dette har så til de grader vist seg å være et populært tiltak, at vi ønsker å fortsette med dette. Fortrinnsvis i nordfylket¹ denne gangen.

Resultatmål: 20 eiere av gårdsbruk skal gjennomføre denne ordningen

3.1.2 Utvikle allerede eksisterende tilbydere

Kompetanse:

Oppfølgingskurs opplevelsesproduksjon

I det første grønt reiselivsprosjektet ble det avholdt mange kompetansegivende tiltak. I dette prosjektet tar vi sikte på å følge opp disse kursene for både å se hvor langt tilbyderne er kommet med produktutvikling, hjemmesider og opplevelsesproduksjon – og dernest å inspirere dem til å fortsette jobben som utvikler av egen bedrift.

Resultatmål: 40 deltagere skal gjennomføre oppfølgingskursene

Forskningsprosjekt «Hvem er konsumenten?»

I forhold til VRI² satsingen framover er det viktig å skaffe til veie forskningsbasert kunnskap som gir oss noen klare indikatorer på noen sentrale problemstillinger:

- Hva utløser salg?
- Markedspotensiale
- Hvem er gårdturisten?
- Kundeundersøkelse, der også image testes

Resultatmål: Initiere og gjennomføre et forskningsprosjekt, der vi tar sikte på å lage et «bilde» av hvem det er som kjøper grønt reiselivsprodukter i fylket

¹ Med nordfylket menes det her nord om Saltdalen

² Virkemidler for regional innovasjon

Nye kurs

Det å skulle starte opp med reiseliv enten på et nedlagt bruk eller som kombinasjon til tradisjonell drift på gården, medfører at eierne må tilegne seg helt ny og ukjent kompetanse. Dette er en høy terskel som må forseres for overhodet å komme i gang og lykkes. En annen terskel som kanskje er enda vanskeligere å overkomme er å utvikle driften i lønnsom retning ved å finne gode salgskanaler, lære seg elektronisk markedsføring og pakke produkter sammen med andre i bygda som gjør at akkurat ditt opplegg blir spesielt. Og på toppen av det hele ha det nødvendige opplevelsesperspektivet på det hele. Her er det tydelige utfordringer på kompetansesiden som må løses

Resultatmål: Gjennomføre kurs i opplevelsesproduksjon for 40 deltagere

Innovasjon

Fagdag om innovasjon for landbruksansatte i kommunene

Overfor kommunen som er førstelinjetjeneste i etableringssammenheng vil det være naturlig å følge opp med en fagdag om innovasjon i reiselivsnæringen som et resultat av kommunerunden som vi kjørte i det forrige prosjektet. Her må det være fokus på opplevelser og produkter, inspirasjon til handling og fokus på hvordan nye ideer skal følges opp fra kommunenes side.

Resultatmål: Gjennomføre to fagdager (en i nordfylket og en i sørfylket) for ansatte som har ansvar for førstelinjetjenesten i kommunene

Avslutningskonferanse

En fin måte å runde av et prosjekt på er og avholde en avslutningskonferanse der resultatene fra dette prosjektet blir formidlet, samt at vi søker å se om det kan være andre prosjekt som kan være verdt å presentere. Vi tar også høyde for å se nærmere på det siste innen forskning på reiselivsområdet og tradisjonen tro bør alle slike konferanser ha en inspirasjonsbit som trekker folk og fenger interessen.

Resultatmål: Avholde en avslutningskonferanse for min. 40 deltagere fra Nordland

Fotokonkurranse

I løpet av perioden søkes det å avholde en fotokonkurranse med en partner fra media som kan hjelpe til med selve det tekniske arrangementet. Hele kostnaden med dette tiltaket er tenkt å gå til premie for beste bilde. Bildene som er med i konkurransen skal Fylkesmannen kunne bruke framover fritt mot byline.

Resultatmål: Arrangere fotokonkurranse med tema Grønt reiseliv i Nordland

Beste nettside-konkurranse

Siste prosjektår er det lagt inn et beløp som i sin helhet skal gå til premie i en «beste nettside i det grønne reiselivet» for Nordland. Konkurransen er tenkt slik at det settes ned en jury med personer som har erfaring både fra reiselivet og fra nettmarkedsføring som skal ta stilling til innsendte bidrag. Det skal jobbes ut noen enkle kriterier i henhold til det siste tiltaket i prosjektet som heter «Test av hjemmesider», som skal ligge til grunn for vurderingen.

Resultatmål: Kåre vinneren(e) av konkurransen »Hvem har beste nettside innenfor grønt reiselivsnæringa i Nordland«

Profilering og markedsutvikling:

Utvikle en opplevelsespakke

I en markedssammenheng er det viktig å få til noe konkret som oppfattes som nyttig for grunneieren, og som kan være et eksempel til etterfølgelse for andre. Vi ønsker å tilby pakker med ulike opplevelser – i ett område i Nordland, og da er det viktig å gjøre dette i et område der det er forutsetninger for å klare dette – med gode samarbeidspartnere og helst også en trafikkdriver av en viss størrelse. Opplevelsespakkene bør være av en slik karakter at de bare kan tilbys i Nordland. Eks ”Der ingen skulle tru at nokon kunne bu - pakke”. Denne pakken skal produkt-testes og markedsføres etter å ha identifisert ulike delmarkeder. Det er en forutsetning at det lokale destinasjonsselskapet, kommunen(e) og andre næringsaktører også deltar med sin kompetanse inn i dette tiltaket. Denne pakketeringen vil skje i samarbeid med Nordnorsk reiseliv as, og man søker i denne sammenhengen å ta i bruk nye sosiale media.

Resultatmål: Få en klynge i opplevelsessammenheng opp å gå som område i forhold til bookbare produkter til gitt definert marked

Kollegamarkedsføring - utvikle en liten sammenleggbar brosjyre

Etter modell fra Arena-prosjektet ønsker vi å lage en liten, hendig brosjyre som har til hensikt å presentere grønt reiselivs bedrifter. Denne er tenkt trykt opp i et relativt stort opplag og skal ligge lett tilgjengelig hos den enkelte bedrift sånn at den plukkes med av gjester som går forbi for eksempel i et resepsjonsområde.

Resultatmål: Trykke opp et større opplag av en liten grønt reiselivs-brosjyre for gjester

Linke-kampanje - "vær en god kollega!"

Dette er et tiltak som ikke har noen kostnader forbundet med gjennomføringen. Her tenkes det å få fart på linkingen hos den enkelte bedrifts hjemmesider. Dette er i dag altfor dårlig, og man kan ved noen enkle grep reklamere for en kollega uten at det koster noe som helst.

Resultatmål: Få flest mulig av de grønne reiselivsbedriftene til å gå gjennom linke-funksjonen og reklamere for kolleger i samme situasjon

Test av hjemmesider

Det å søke etter reiser er en av de mest populære aktiviteter på Internett. Det er derfor viktig at grønt-reiselivsbedrifter utvikler attraktive nettstedet og får den kunnskap og de ferdigheter som er nødvendig for å utnytte teknologien effektivt. En BIT Reiseliv Nettest kan bidra til dette:

- Et konkret og nyttig verktøy for evaluering av reiselivets nettsteder
- Utviklet i samarbeid med Vestlandsforskning
- Gjennomføres av BIT Reiseliv eller av brukeren selv
- 45 indikatorer for å evaluere teknisk løsning, innhold og kundedialog
- Vurderer kvalitet og gir karakter i prosent og form av stjerner fra 1-6
- Gir kunden en rapport i pdf med redegjørelse for oppnådde resultater
- Kan brukes som kravspesifikasjon ovenfor IT-leverandører

Resultatmål: 40 grønt reiselivsleverandører skal gjennomføre en slik BIT nettest

3.2 Tidsplan

Tema:	År Kvartal	2013				2014				2015			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entreprenørskap													
Mobilisering:	Ansvar:												
Informere om GR på naturbrukskolene			x			x				x			
Studietur Norge for nye								x					
Studietur Europa for nye												x	
Brosjyre "Har du en opplevelse for salg?"							x						
Hospiteringsordning								x	x	x	x		
Utvikle allerede eksisterende tilbydere													
Kompetanse:													
Oppfølgingskurs opplevelsesproduksjon				x	x	x	x						
Forskningsprosjekt «Hvem er konsumenten?»		x											
Nye kurs								x		x			
Innovasjon:													
Fagdag om innovasjon for landbruksansatte i kommunene											x		
Avslutningskonferanse													x
Fotokonkurransen							x	x					
Beste nettside-konkurransen										x			
Profilering og markedsutvikling:													
Utvikle en opplevelsespakke						x							
Kollegamarkedsføring - utvikle en liten sammenleggbar brosjyre			x										
Linke-kampanje - "vær en god kollega!"		x											
Test av hjemmesider										x			

4 Budsjett/finansiering

År	Kapittel	Faktiske utgifter	Budsjetterte utgifter
2013	Lønn	kr 0,00	kr 460 400,00
	Driftskostnad kontorhold	kr 0,00	kr 190 000,00
	Reise PL og styringsgruppe + annet	kr 0,00	kr 160 000,00
	Mobilisering	kr 0,00	kr 12 000,00
	kompetanse	kr 0,00	kr 380 000,00
	Innovasjon	kr 0,00	kr 0,00
	Profilering og markedsutvikling	kr 0,00	kr 100 000,00
Bruk 2013		kr 0,00	kr 1 302 400,00

Finansiering	Budsjetterte inntekter	
FM lønn	-kr 460 400,00	
FM kontor	-kr 190 000,00	
BU midler	-kr 122 000,00	
NFK	-kr 500 000,00	
Egenandel deltageravgift	-kr 30 000,00	
		UB 2013
Finansiering 2013	-kr 1 302 400,00	-kr 1 302 400,00

	IB 2014		
		-kr 1 302 400,00	
2014	Lønn	kr 0,00	kr 470 004,00
	Driftskostnad kontorhold	kr 0,00	kr 190 000,00
	Reise PL og styringsgruppe + annet	kr 0,00	kr 160 000,00
	Mobilisering	kr 0,00	kr 725 000,00
	Kompetanse	kr 0,00	kr 360 000,00
	Innovasjon	kr 0,00	kr 50 000,00
	Profilering og markedsutvikling	kr 0,00	kr 200 000,00
Bruk 2014+IB 2013		-kr 1 302 400,00	kr 2 155 004,00

FM Lønn	-kr 470 004,00	
FM kontor	-kr 190 000,00	
BU midler	-kr 860 000,00	
NFK	-kr 500 000,00	
Egenandel deltageravgift	-kr 135 000,00	
		UB2014
Finansiering 2014	-kr 2 155 004,00	-kr 3 457 404

	IB 2015		
		-kr 3 457 404,00	
2015	Lønn	kr 0,00	kr 480 000,00
	Driftskostnad kontorhold	kr 0,00	kr 190 000,00
	Reise PL og styringsgruppe + annet	kr 0,00	kr 160 000,00
	Mobilisering	kr 0,00	kr 525 000,00
	Kompetanse	kr 0,00	kr 180 000,00
	Innovasjon	kr 0,00	kr 240 000,00
	Profilering og markedsutvikling	kr 0,00	kr 160 000,00
Bruk 2015+ IB		-kr 3 457 404,00	kr 1 935 000,00

FM lønn	-kr 480 000,00	
FM kontor	-kr 190 000,00	
BU midler	-kr 530 000,00	
NFK	-kr 500 000,00	
Egenandel deltageravgift	-kr 235 000,00	
		Saldo 2015
Finansiering 2015	-kr 1 935 000,00	-kr 5 392 404

Totalt	Utgifter:	Resultat	Budsjetterte:
	Lønn	kr 0,00	kr 1 410 404
	Driftskostnad kontorhold	kr 0,00	kr 570 000
	Reise PL og styringsgruppe + annet		kr 480 000
	Mobilisering	kr 0,00	kr 1 262 000
	Kompetanse	kr 0,00	kr 920 000
	Innovasjon	kr 0,00	kr 290 000
	Profilering og markedsutvikling	kr 0,00	kr 460 000
Bruk Totalt		kr 0,00	kr 5 392 404

Totalt Inntekter	Budsjetterte	Resultat:
FM lønn	-kr 1 410 404,00	
FM kontor	-kr 570 000,00	
BU midler	-kr 1 512 000,00	
NFK	-kr 1 500 000,00	
Egenandel	-kr 400 000,00	
Finansiering Totalt:	-kr 5 392 404,00	kr 0

Budsjettmodellen over foreslår at Nordland fylkeskommune og Fylkesmannen i Nordland deler kostnadene med 50% hver. På grunn av tekniske behov har fylkeskommunen ytret ønske om å bevilge 500.000,- pr. år. Dette gjør at BU-bevilgningene varierer sterkt fra år til år, men til sammen kommer begge finansieringene likt ut på sluttregnskapet.

Styringsgrupprepresentanter som er aktivt utøvende gårdbrukere kan kreve møtehonorer pålydende kr. 1500,- pr møte. Dette skal være en kompensasjon for de utgifter det antatt vil koste å leie landbruksvikar. Hvis styringsgruppen ønsker å foreta en studiereise i forbindelse med et styringsgruppemøte frafaller møtehonorerer over. De resterende styringsgruppedeltagerne kan ikke påregne betalt arbeidstid/honorar for jobben som medlem av gruppa. Rapporteringen for prosjektet skal skje for et år av gangen, og etter de retningslinjer som Nordland fylkeskommune for øvrig krever.

Fylkesmannen står selv for kontorutgifter og lønn til prosjektleder i perioden, men kostnadene (og inntektene) ved dette er tatt med for å synliggjøre de faktiske utgiftene som påbeløper (men som ikke inntekts- eller utgiftsføres prosjektregnskapet). Fylkesmannen ønsker på grunn av begrensninger i eget regnskapssystem og ikke føre egeninnsats i forhold til medgått tid til deltagerne som en del av regnskapet. Likevel ønsker vi å understreke at dette er betydelig når man legger alle tiltakene sammen.

Det foreligger et detaljert budsjett for dette prosjektet, som kan fås på anmodning.