

Et samarbeidsprosjekt mellom
Fylkesmannen i Troms, Innovasjon Norge/Troms og Troms fylkeskommune

Prosjektrapport

Grønt reiseliv i Troms

gårds- og bygdeturisme

2012 – 2015



Bilde: Lovika, gårdbrukere på studietur til nordre Nordland i 2015 (gårdsdriverordninga)

Tromsø 14.juli 2016 - Ethel Seljevold

	Hovedoverskrift		Underpunkt 1		Underpunkt 2		Side
1	Oppsummering og anbefalinger						4
2	Mål, resultater, effekter og utfordringer						8-11
	2.1	Prosjektets utgangspunkt	2.1.1	Forankring i planer			8-11
	2.2	Forprosjektet					11
	2.3	Visjonen					12
	2.4	Målgrupper					12
	2.5	Formål og mål	2.5.1	Resultatmål			13
			2.5.2	Effektmål			13
	2.6	Exit-strategi	2.6.1	Aktiviteter ved prosjekt slutt			14
			2.6.2	Aktiviteter og roller etter slutt			14-17
3	Gjennomføring erfaring og læring						17
	3.1	Strategi	3.1.1	Forankring			17
			3.1.2	Mobilisere og rekruttere			18
			3.1.3	Legge til rette for råd-/veiledning			19
			3.1.4	Oppmerksomhet i media			19
			3.1.5	Kompetanse og kvalitet			19
			3.1.6	Samarbeid og nettverk			20
			3.1.7	Evaluere måloppnåelse og res			21
4	Tiltak og aktiviteter						21
	4.1	Oversikt over antallet					21
	4.2	Aktiviteter i 2011-2016					22
	4.3	Arktiske perler i Troms					25
	4.4	Avslutningskonferansen					26
	4.5	Aktivitetsplan - avvik					26
	4.6	Tidsplan - avvik					26
	4.7	Målgrupper - avvik					27
	4.8	Suksesskriterier	4.8.1	God interesse			27
			4.8.2	Kontaktpunkt og knutepunkt			27
			4.8.3	Kunnskap og kompetanse			28
			4.8.4	Forankring			28
			4.8.5	Nettverk og samarbeid			29
	4.9	Utfordringer	4.9.1	Næringsutvikling tar tid			29
			4.9.2	Svak oppslutning om kurs			29
			4.9.3	Tilskudd og finansiering			30
			4.9.4	Markedsorientering			30
			4.9.5	Media/presse			31
			4.9.6	Infrastruktur			31
	4.10	Organisering	4.10.1	Prosjektledelse og styring			31
			4.10.2	Nettverk			32
	4.11	Andre erfaringer og læring	4.11.1	Kvalitetssikring og bærekraft			32
			4.11.2	Mat=reiseliv			33
			4.11.3	Kulturminner og kulturlandskap			35
			4.11.4	Samarbeid mellom bedrifter			36
			4.11.5	Samarbeid mellom kommuner			37
			4.11.6	Samarbeid mellom by og land			37
			4.11.7	Samarbeid på Nordkalotten			37
			4.11.8	Andre regioner og andre land			37
			4.11.9	Trender			38
5	Informasjon og publisitet						40
6	Økonomi						40

1. Oppsummering og anbefalinger

Prosjekt grønt reiseliv – gårds- og bygdeturisme i Troms startet som et forprosjekt i regi av Fylkesmannen i Troms i 2011. Troms fylkeskommune og Innovasjon Norge/Troms og Svalbard ble invitert med som eiere, og prosjektet startet 1.1.2012 med slutt 1.9.2015. Total kostnadsramme var NOK 4,6 Mill med totalt 3 årsverk i prosjektperioden.

Gårds- og bygdeturisme bør fortsatt være et prioritert område for utvikling innen forvaltning, forskning, utdanning og virkemiddelapparatet i fylket. Regionale planer, sektorplaner, næringsstrategier og St. meldinger er utarbeidet og skal fortsatt bidra til mer aktivitet og utvikling. Fylkeskommunen, Innovasjon Norge/Troms og Fylkesmannen i Troms har utarbeidet planer som viser retning og satsninger for reiselivet i fylket; regional landbruksplan, regionalt bygdeutviklingsprogram og reiselivsstrategien for Troms. De muligheter som ligger i dette bør bli enda mer synliggjort overfor målgruppene.

Det ble holdt avslutningskonferanse i Tromsø i januar 2016, hvor erfaringer, utfordringer og muligheter ble presentert og diskutert. Reiselivet er i ferd med å innta en sentral plass i Troms. Næringen er økende, og mye tilrettelegging har vært gjort for å bidra til etableringer og utvikling. Det er fortsatt et godt potensiale for gårdsturisme, lokale bedrifter og lokalmat.

Prosjektet har hatt rollen som kontakt- og knutepunkt for gårdbrukere som ønsker å satse på gårdsturisme som tillegg, og kommuner som vil legge til rette for utvikling av reiselivet og samarbeide med andre kommuner. Myndighetene og virkemiddelapparatet har oppgaven med å vise muligheter for tilleggsnæringer som gårdsturisme, Inn på tunet og servicenæringer som kan styrke inntjeningen på gårdene. Dette har vært hovedgrunnen til at prosjekt Grønt reiseliv i Troms ble startet.

Hvor kommer turistene fra?

Overnatting, lokalmat, opplevelser og aktiviteter etterspørres av stadig flere turister fra inn- og utland. For tiden kommer flest turister fra Norge, Sverige, Tyskland og England, mens Russland, Kina, Japan, Korea og USA er i vekst. Norge har et ry på seg for å være et trygt land å reise i, og vi har for tiden lav kronekurs, noe som har bidratt til vekst.

Noen ønsker seg fred og ro, andre ønsker seg fart, spenning og utfordringer

Felles for by og bygd i nord er vår spektakulære natur, kultur og tradisjoner, folk og historie. Dette er de viktigste grunnene til at turister besøker oss i nord. De forventer tilgang til varierte opplevelser knyttet til natur og kultur, en god seng å sove, et rent bad med nok varmt vann, og tilgang på lokalmat og lokale mattradisjoner.

Hva kan bygdene by på, hva er spesielt?

Vår flotte, varierte og rene natur er distriktenes største attraksjon og utgangspunkt for å utvikle spennende og varierte reiselivstilbud. Naturen er en evigvarende ressurs, dersom vi sørger for at bruken er bærekraftig og skjer på naturens egne premisser. Med naturen som utgangspunkt, kan vi designe mange ulike opplevelsesturer, med og uten guider, sommer som vinter.

I tilknytning til turer i naturen, oppstår behov for transport, overnatting, utstyr, mat og informasjon. Om turistene ønsker å nyte fred og ro, ren luft og rent vann i tillegg, er bygdene

absolutt stedet for dette. Andre ønsker kanskje å få vite mer om lokal historie, kultur, folk og festivaler, noe som mange bygder også kan by på.

Værfenomener som nordlyset er trekker nå mye turister til nord, og vintersesongen (fra oktober til mars) er nå større enn sommersesongen. Midnattssola er også en spesiell opplevelse for mange. Midnattssola og Nordlyset er blant våre viktigste varemerker, sammen med spektakulær og ren natur og gjestfrie folk. Turister drar også til distriktene for å komme nærmest mulig værfenomener.

I Troms har vi et rikt tilbud av attraktive aktiviteter og opplevelser. Mange mennesker reiser langt for å oppleve havfiske, elvefiske, vandring i fjellene, sykkelturner, kajakk, gårdsopplevelser, krigsminner, vikinghistorie og kulturlivet for eksempel festivaler på sommeren. På vinteren velges gjerne hundekjøring, toppturer på ski, hvalsafari, rein-kjøring og samisk kultur, spark og trugeturer, mørketiden og nordlyssafari. Alle disse aktivitetene er knyttet til det rurale reiselivet, altså bygdene og distriktene.

Når søppelet flyter og det ikke finnes toaletter og parkering

Ønsker kommunen å satse på reiselivet som en næringsvei, får kommunen rollen som tilrettelegger. Det er en viktig oppgave å sørge for infrastruktur som flere stier og løyper, kart, skilting, parkering, avfallshåndtering, toaletter og informasjon. I enkelte kommuner ser vi at gårdbrukere, eller andre i bygda påtar seg oppgaver med drift og vedlikehold.

Mange kommuner har kommet godt i gang med reiselivsplaner, prosjekter og viser interesse for å samarbeide med andre kommuner, gjerne nabokommunene.

Å bygge opp en kunnskapsintensiv, kompleks og ressurskrevende næring er ingen rask og enkel oppgave, det tar tid å bygge opp reiselivet til å bli en betydelig distriktsnæring. Vi har ingen mulighet til å virkeliggjøre en lønnsom distriktsnæring, uten å arbeide målrettet med tilrettelegging i kommunene.

Troms – et fylke det er greit å reise rundt i?

Troms fylkeskommune har utarbeidet en strategi for reiselivet i Troms. Denne har klarlagt hva vi har, og hva som må tas tak i. I prosjektet har vi stadig møtt problemstillinger knyttet til manglende veivedlikehold og skilting. Også skilting på flere språk mangler, noe som gjør det vanskelig å være turist fra utlandet.

Vi har 4 flyplasser i Troms (Tromsø, Evenes, Bardufoss og Sørkjosen). Dette er et godt utgangspunkt for rask kommunikasjon til/fra distriktene, men turistene er ofte ikke klar over at dette finnes.

Hurtigruten og hurtigbåtene er flotte kommunikasjonsmuligheter, hvor en tur på sjøen gir en ekstra opplevelse i seg selv. Disse mulighetene kunne gjerne vært mer synliggjort overfor turister som allerede er her, de som ser etter opplevelser og aktiviteter utenfor byene.

Buss og fergeforbindelser er viktige for de som vil oppleve noe utenfor byene, men ruteinformasjonen er vanskelig å finne frem i, og er gjerne bare på norsk.

Det nordnorske kjøkken – turister søker matopplevelser

I dag er vi bevisst på Troms fylke sine mange og unike kvaliteter, - ikke bare natur og aktiviteter, men også ekte naturlig lokalmat. Vi kan by på fersk villfisk av mange slag, skalldyr av sjelden god kvalitet, lammekjøtt fra dyr som beiter på landets beste utmark og eksotisk reinkjøtt, bare for å nevne noe. Vi har all grunn til å være stolt av våre matkvaliteter og mattradisjoner. Lokal mat og lokale mattradisjoner er en viktig del av reiseopplevelsen. Om du reiser til Hellas, forventer du å få tilgang til gresk mat på kafeer og restauranter, ikke bare de samme hamburgere og pizza som du får hjemme. Multekremen, lammelåret, de arktiske rekene, brunosten, vaflene og gulløye poteter er eksempler på gode lokale mattradisjoner.

Vi ser også at turistene ikke har tilgang på godt nok utvalg av lokalmat, matminner, matsuvenirer og lokale håndverksprodukter som de kan ta med hjem etter ferien. Her ligger et potensiale for tilleggs-salg. Her kan vi gjerne se til Island. De er svært gode på å profilere og selge lokalt håndverk og lokale matminner/matsuvenirer.

Bensinstasjoner og kiosker har betydning for reiselivet. Her kjøper både turister og andre reisende mat. Mattilbudet på disse stedene kunne gjerne utvikles til å bli mer spennende, med mer mat fra lokale produsenter og mer mat basert på våre egne mattradisjoner. Her selges mange pølser fra leverandører sørpå sammen med ferdigpizza og kebab. Hva med å tilby hvalburger, reinkjøttburger, fiskeburger, snackspakker av fenalår med litt rømme og flatbrød osv.

Er nabogården og nabobygda din konkurrent?

Et mangfold av tilbud knyttet overnatting, lokalmat, opplevelser og aktiviteter bidrar til sterkere vekst og flere gjester. Det er ingen grunn til å være redd for konkurranse fra andre i bygda eller i nabokommunen, tvert i mot er dette gunstig. Turister trekker mot steder som har flere tilbud og muligheter for opplevelser. De som starter opp bør heller søke samarbeid og nettverk med andre gårdbrukere og tilbydere, sammen står de sterkere og blir enda mer attraktive for gjestene.

Å involvere lokalbefolkninga i utvikling av reiselivet i bygda, kan vise seg også å være en styrke. Innbyggerne representerer ressurser ved at flere kan bidra med tjenester, eller være vikar om et akutt behov skulle oppstå. Vi har sett eksempler på at en engasjert lokalbefolkning er med på å framsnakke bygda. De kan bli gode ambassadører, de får en større interesse og et forhold til næringsutviklingen, slik at dette er noe som angår dem personlig. Lokalbefolkninga kan ha gode ressurser å bidra med; som guider, innen transport, historiefortelling, kultur, husflid, lokalmat, servering, håndverkstradisjoner, utleie av utstyr, renhold, vedlikehold med mer.

Fra feskarbonden til reiselivsbonden.....

I dag er det omlag 135 gårder i Troms som har reiselivstilbud som overnatting, aktiviteter, opplevelser og/eller lokalmatproduksjon, altså ca 14 % av gårdsbruk i fylket. Prosjekt Grønt reiseliv i Troms har bidratt til etablering av 43 reiselivstilbydere (knyttet til gårder med og uten drift) i prosjektperioden. Prosjektmålet var 20 etableringer.

De siste 15 år er antallet gårdsbruk i halvert, fra om lag 1890 gårdsbruk i år 2000 til dagens 920 gårder i drift. I Nord-Norge har vi en lang historie og tradisjon for mange og små bruk, hvor kombinasjonsdriften til den tidligere «feskARBonden» var mest vanlig. Gårdsbrukene har hatt, og har en viktig funksjon som hjørnesteinsbedrifter i distriktene, og omleggingen av landbruket til færre og større enheter, gjør det nødvendig å se etter nye næringsveier i distriktskommunene.

Mange gårdbrukere har andre hel- eller deltidsjobber utenom gårdsdriften, og har lite tid å avse til forarbeid og planlegging, noe som gjør at det tar tid å komme i gang med gårdsturisme. Vi ser at studieturer for å lære av andre som har startet, er gode og målrettede tiltak for å komme et steg videre med planer. Et møte med andre som har fått seg erfaring med reiseliv og gårdsturisme, gir innsikt, ideer og motivasjon til å satse. I tillegg er studieturer godt egnet for å bygge nettverk og bidrar svært ofte til samarbeid etterpå.

Hvordan skal turistene finne tilbudene på bygda?

Er formålet med reisen til Tromsø å oppleve Nordlyset, vil opplevelser som hvalsafari, hundekjøring, skitur eller en overnatting i lavvu, kanskje være opplevelser turistene kunne ha lyst til å få med seg når de først er her. Tilbudene må være tilgjengelige og synlige for turistene på egen hjemmeside, nettsteder, visitselskaper, turistkontorer, distriktshotellet og kanskje på den lokale kafeen og nærbutikken. Jo mer synlighet, jo bedre.

Skal du få bestillinger, må du være orientert mot det turistene har behov for og etterspør, og gjøre deg kjent med hvilke kanaler turistene søker etter informasjon på når de planlegger sine reiser. Det finnes gode kilder til kunnskaper om dette.

Skaff deg kunnskap – meld deg på korte relevante kurs

Gårdbrukere har god kunnskap om gårdsdrift og landbruk, og må skaffe seg innsikt i reiselivsnæringen. Dette bidrar til at god kvalitet bygges inn i reiselivsproduktene, og er med på å sikre salg, godt omdømme og lønnsomhet over tid. Hvert år kjører Innovasjon Norge i Troms en kursrekke med relevante temaer.

Samarbeid - nøkkel til suksess

Å utvikle et godt samarbeid mellom by og land, mellom kommuner og mellom gårder og andre aktører på bygdene, kan bli en betydelig ressurs for utvikling av reiselivsfylket Troms.

Å utvikle reiseliv som betydelig næring for distriktene tar tid, og prosjekt Grønt reiseliv i Troms har vært en god start. Vi har fått høstet erfaringer knyttet til hva som skal til for at gårdbrukerne og andre etablerere i distriktene skal lykkes, hva som skal til av målrettet innsats og fokus fra myndigheter, kommuner og virkemiddelapparat for å legge forholdene til rette for videre utvikling av reiselivsnæringen.

Prosjektets råd til

- Etablerere (gårdbrukere og andre)

Skaff deg kunnskaper og kompetanse, sats på kvalitet, lær deg godt vertskap og samarbeid med andre aktører i bygda/kommunen. Dette er viktige nøkler for å lykkes med reiselivstilbud.

- Kommunene

Ta med reiselivet i de kommunale planene, arealplan og samfunnsdelen.

Sørg for at både næring- og landbruksansvarlige samarbeider og er oppdatert på reiselivsnæringen og utviklingen.

Kunnskaper om tilskudds- og låneordninger og oversikt over fagmiljøer er viktig for å kunne gi råd- og veiledning til etablererne

Ta en aktiv rolle for tilrettelegging av infrastruktur som løyper, kart, parkering, avfallshåndtering, toaletter, informasjon med mer.

Samarbeid med andre kommuner kan gi gode effekter og resultater

- Stat og fylkeskommune

Prosjektet har sett at kunnskaper og kompetanse, samarbeid mellom aktører i bygda, samarbeid mellom kommuner og samarbeid mellom statlige institusjoner, utdanning og fylkeskommunen er viktig for å lykkes. Stat og fylkeskommune bør ha en rolle i å legge til rette for kompetanseutvikling, synliggjøre næringsutvikling og potensiale, tilrettelegge for virkemidler og tilskuddsordninger og sørge for at alle museer i fylket har nettinformasjon på minimum norsk, engelsk og tysk.

Når det gjelder større nødvendige investeringer til infrastruktur som veier, kommunikasjon og skilting har det offentlige en avgjørende rolle for videre satsningen og utvikling i reiselivet. Også ansvaret for samfunnssikkerhet og beredskap knyttet til reiselivet er det offentliges oppgave, informasjon må gjøres på flere språk og i relevante kanaler.

Viktige suksessfaktorer for videre utvikling av det rurale reiselivet er målrettet satsning på kvalitet og kompetanseoppbygging, fokus på samarbeid og nettverk, synliggjøre gode og tilgjengelige fagressurser, legge til rette for målrettede tilskudd og finansieringsordninger og sørge for nødvendig infrastruktur som veier og annen kommunikasjon.

Figur – illustrasjon urbant og ruralt reiseliv. Prosjekt grønt reiseliv har arbeidet med råd- og veiledning til gårdbrukere og andre etablerere på bygdene.



Landbruksavdelinga hos Fylkesmannen i Troms vil fortsatt være kontaktpunkt for gårdbrukere og andre på bygdene som ønsker å gå i gang. Vi henviser videre til fagmiljøer som kan gi råd- og veiledning.

2. Mål, resultater, effekter og utfordringer

2.1 Prosjektets utgangspunkt

Regjeringens intensjon var den gang, og er fortsatt, å videreutvikle Norge som reiselivsdestinasjon, med basis i Norges natur- og kulturressurser (se punkt 2.1.1 forankring under). Ivaretagelse av disse ressursene er en forutsetning for en positiv utvikling av reiselivsnæringen i framtiden. Reiselivsnæringen må derfor sees i sammenheng med andre viktige politikkområder som kultur, landbruk, samferdsel og distriktpolitikk.

Landbruket i Troms har over lengre tid hatt en altfor stor tilbakegang i antall gårdsbruk og etter hvert også i produksjonsvolum. Mange gårdbrukere ønsker å skaffe seg større inntjening på gården.

Myndighetene har gitt Fylkesmannen i oppgave å bidra til utvikling av nye næringer i landbruket, og stimulere til økt satsing innenfor landbruksbasert vare- og tjenesteproduksjon, bla grønt reiseliv. Som et svar på dette startet landbruksavdelingen hos Fylkesmannen i Troms et forprosjekt i mars 2011 for å avklare ansvar, satsning og mulig samarbeid for et tidsavgrenset grønt reiselivsprosjekt i Troms fylke. Innovasjon Norge og Troms fylkeskommune har interesser i å bidra til bedriftsetableringer og reiselivsutvikling i fylket, og ble invitert med som prosjekteiere.

2.1.1 Forankring i overordnede planer

Stortingsmeldinger

Regjeringen har laget tre stortingsmeldinger som har vist vei og retning i prosjektet. Stortingsmelding nr 31 er kommet til i prosjektperioden, og prosjektet har gitt innspill til utarbeidelsen av denne.

Landbruks- og matdepartementet, St meld 31 – Garden som ressurs – marknaden som mål. Vekst og gründerskap innen landbruksbaserte næringer.

<https://www.regjeringen.no/contentassets/a01332bd91cd4261a439fc27397c483d/nno/pdfs/stm201420150031000dddpdfs.pdf>

Landbruks- og matdepartementet, St meld nr 9 – velkommen til bords, punkt 8.4 grønt reiseliv: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/dok/regpubl/stmeld/2011-2012/meld-st-9-20112012/9.html?id=665151>

Regjeringen la i desember 2012 fram Meld. St.9 (2011-2012) Landbruks- og matpolitikken – *”Velkommen til bords”*. Meldinga omfatter mat og matsikkerhet, bygdenæringer, skogbruk og reindrift og definerer 4 overordnede mål de viktigste områdene under hvert overordnet mål:

Meldinga legger opp til en årlig økning i den landbaserte matproduksjonen i takt med befolkningsøkningen, dvs 1 % pr år. Det er ikke definert regionale produksjonsmål. Derimot varsles en sterkere satsing på distriktslandbruket og *”arktisk landbruk”*.

Matsikkerhet	Landbruk over hele landet	Økt verdiskaping	Bærekraftig landbruk
Økt bærekraftig matproduksjon	Sikre bruk av landbruksarealer	Konkurransedyktige verdikjeder og robuste enheter	Beskytte arealressursene
Trygg mat og fullverdig kosthold	Styrke og bidra til sysselsetting og bosetting	Gode kompetansemiljø	Produksjon av miljøgoder
Ivareta forbrukerinteresser	Politikk tilpasset regionale muligheter og utfordringer	Konkurransedyktige inntekter	Sikre naturmangfold
Norge som konstruktiv internasjonal aktør			Klimautfordringene – landbruket en del av løsningen
Videreutvikle Norge som matnasjon			Redusere forurensingen fra jordbruket

Videreutvikle eksisterende og skape ny næringsvirksomhet med økt lønnsomhet, ved å ta i bruk mangfoldet av landbrukets menneskelige og materielle ressurser.

Nærings- og handelsdepartementet, *Destinasjon Norge – regjeringens reiselivsstrategi*:
http://www.regjeringen.no/nb/dep/nhd/dok/rapporter_planer/rapporter/2012/destinasjon-norge.html?id=677870

Fylkesmannen i Troms, Troms fylkeskommune, Innovasjon Norge/Troms

De årlige oppdragsbrev fra Landbruks- og matdepartementet gir føringer på hvilke oppgaver Fylkesmannen i Troms skal prioritere og utføre. Å arbeide for å styrke og synliggjøre potensial innen landbruksbaserte tilleggsnæringer har vært en av oppgavene.

Regional plan for landbruk i Troms

<https://www.fylkesmannen.no/Documents/Dokument%20FMTR/LANA/Regional%20plan%20for%20landbruk%20i%20Troms%202014-2025%20.pdf>

Planen skal være et styringsverktøy som er retningsgivende for utviklingstiltak, prosjekter og virkemiddelbruk på regionalt og kommunalt nivå. Næringen står overfor mange utfordringer i tida fremover, og planen skal systematisere og skissere løsninger gjennom tiltak som kommer til uttrykk i handlingsprogrammet. Videre skal planen være grunnlag for utforming av regionale og kommunale strategidokumenter.

I planen er det gjort rede for muligheter og utfordringer knyttet til *Grønt reiseliv* som bygdenæring. Det er viktig å se dette i sammenheng med reiselivsstrategien til Troms fylkeskommune.

Regionalt bygdeutviklingsprogram – «Ta Troms i bruk» 2013-2016

<https://www.fylkesmannen.no/Troms/Landbruk-og-mat/>

De store utfordringene i landbruket i Troms er sterk tilbakegang i antall produsenter, produsert volum samtidig med sviktende rekruttering. Marginale produksjonsvilkår, kraftig effektivisering i næringa og klimaendringer stiller store faglige krav til den enkelte næringsutøver. Det er derfor et stort behov målrettet innsats for å styrke kompetanse og nettverk innad i næringa, et kompetanseløft.

Tromslandbruket består tradisjonelt av kombinasjonsbruk. Også i dag må de aller fleste gårdbrukerne skaffe inntekter fra andre sysler enn landbruket. Utvikling av bygdenæringer blir derfor viktig, også i et rekrutteringsperspektiv. Landbruk og bygdenæringer står derfor i et gjensidig avhengighetsforhold til hverandre selv om det aldri må være tvil om at det er det tradisjonelle landbruket som er og blir bærebjelken.

Hovedsatsingsområdene for landbruket i Troms i programperioden er (jfr kap 8.4):

1. Rekruttering og kompetanse
2. Produksjon av mat
3. Skog, trevirke og bioenergi
4. Bygdenæringer

Rekrutteringen til landbruket svikter i for stor grad. Samtidig er det viktig å framheve landbruksnæringa som ei spennende næring for ungdom som liker utfordringer og vil drive sin egen bedrift i pakt med naturen der to dager ikke er like og der en i stor grad styrer sin egen hverdag. Landbruket har også store materielle og menneskelige ressurser som i langt større grad enn hittil med fordel kan nyttes i kommunenes og andres tjenesteproduksjon innen oppvekst, helse og omsorg. Landbruk og reiseliv i kombinasjon har et potensial for verdiskapning og bedriftsetableringer, og kan dermed ha betydning som distriktsnæring.

Reiselivet er ei viktig næring i Nord-Norge, og verdi-skapningen var i 2011 på kr. 6,5 milliarder (reiselivsrelatert shopping er ikke medregnet). Reiselivsutviklingen for Nord-Norge viser at de fleste piler peker oppover. Flere kåringer har brakt norsk natur til topps i internasjonale rangeringer av verdens beste reisemål, men det betyr ikke at norsk natur selger seg selv. Den økonomiske utviklingen med økt velstand og høyere utdanningsnivå, fører til økt etterspørsel og vilje til å bruke ressurser på kultur, opplevelse og reiser. Turistene ønsker å involveres, overraskes, underholdes og begeistres, involveres gjennom opplevelse.

Reiselivsnæringen må dreies fra enkeltstående tradisjonelle reiselivsprodukter, til et samarbeid om helhetlige opplevelsesprodukter som inkluderer kultur, mat, historie, natur og aktiviteter, i tillegg til transport og overnatting.

Flere kommuner i Troms har nå valgt ut reiseliv som satsningsområde i sine strategiske næringsutviklingsplaner, og er oppmerksom på infrastruktur og tilrettelegging som må til.

Strategi for reiselivet i Troms 2013-2017

<http://www.tromsfylke.no/Tromsfylke/media/1830/2013-09-24-strategi-for-reiselivet-i-troms.pdf>

Reiseliv er en betydelig næring i forhold til sysselsetting og omsetning i Troms, i Nord-Norge utgjør reiselivsnæringa 7,3 % av sysselsettinga og i 2011 ble det omsatt for 6 milliarder i Troms fylke. Næringa er viktig for utvikling i distriktene i tillegg til at reiselivsproduktene gir viktige bidrag til at Troms er et attraktivt og godt sted å bo. Troms fylkeskommune er en regional utviklingsaktør hvor samarbeid i det regionale partnerskap og økonomiske virkemidler til kommunal tilrettelegging, bedriftsrettet utvikling, FOU og innovasjon er viktig. Troms fylkeskommune har eierskap i NordNorsk Reiseliv AS, www.nordnorge.com

Prosjektet har bidratt til planarbeidet og gitt grønt reiseliv og gårdsturisme synlighet i de overordnede nevnte dokumenter.

2.2 Forprosjektet

I tilknytning til arbeidet med å definere, vurdere og begrunne prosjektet har vi foretatt noen undersøkelser:

- Det ble sendt ut en spørreundersøkelse til gårdbrukere i 2012, med spørsmål om de hadde startet med grønt reiseliv og/eller lokal mat.
- Det ble innhentet opplysninger fra alle kommuner og laget oversikt over reiselivstilbud og gårder med reiseliv og/eller lokalmat. I 2015 oppdaterte vi listene.
- Relevante kompetansemiljøer i fylket ble kartlagt.
- Et utvalg av interessenter ble inviterte (kompetansemiljøer, faglag, kommuner, visitselskaper og andre) til å gi innspill til innretning av prosjektet.
- Erfaringer fra Fylkesmannen i Nordland sitt grønt reiselivsprosjekt ble tatt med i prosjektutforming, blant annet en reiselivsundersøkelse som de fikk gjennomført i regi av Nordlandsforskning.

2.3 Visjonen

Landbruket er en hjørnestein for utvikling av et spennende og variert reiseliv som næring i distriktene. Landbruket har stor betydning for kulturlandskapet, lokalmat, historie, tradisjoner, opplevelser og aktiviteter.

Prosjektets langsiktige mål og retning har vært å styre mot visjonen: *Livskraftig landbruk i levende bygder*

Mange gode krefter må virke sammen for å nå denne visjonen for Troms, og det er et spørsmål om vi faktisk har et mer livskraftig landbruk og levende bygder i fylket, etter prosjektslutt. Det har ikke fastsatt vurderingskriterier for å måle tilstand sett opp mot ambisjoner og behov i landbruket og distriktene.

2.4 Målgrupper

Prosjektet har hatt kontakt med gårdbrukere med og eiere av landbrukseiendom uten drift, samt andre på bygdene som driver lokalmat, aktiviteter og opplevelser, guiding, servering og transport.

Prosjektet har arbeidet for å få til en kopling mellom gårdbrukerne og andre lokale tilbydere for å danne nettverk og få til samarbeid.

2.5 Formål, mål og resultater

Hensikten med dette prosjektet har vært å motivere og mobilisere gårdbrukere med interesse og forutsetninger til å satse på grønt reiseliv, for å styrke inntektgrunnlaget på gården og utnytte lokale ressurser. Tilleggsnæringer (bygdenæringer) som grønt reiseliv, lokal mat, Inn på tunet, bygdeservice kan være viktige tilleggsnæringer og har et inntjenings- og lønnsomhetspotensial.

Økt inntjening kan demme opp for nedlegginger av mindre gårdsbruk, samt å bidra til generasjonsskifte på gårder i Troms.

For å bidra til økt inntjening og lønnsomhet har prosjektet hatt som hovedoppgaver å vise muligheter, gi råd- og veiledning og å være knutepunkt for gårdbrukere og andre som ønsker å satse på grønt reiseliv (bygdenæring/tilleggsnæring).

2.5.1 Resultatmål

Prosjektet startet ut med et mål om utvikling og etablering av minst 20 nye lønnsomme gårdsturismevirksomheter i Troms i løpet av prosjektperioden.

Metode for resultatmåling har vært utsending av e-poster til hele kontaktlisten ved starten av hvert prosjektår med spørsmål om gården har startet opp med tilbud om overnatting, aktiviteter, opplevelser, servering eller lokalmat. Resultatene har vært synliggjort i årsrapportene.

Det har vist seg vanskelig å få tilbakemeldinger på henvendelser til gårdbrukere med og uten gårdsdrift, om oppstart, etableringer og utvidelser av eksisterende tilbud knyttet til overnatting, opplevelser, aktiviteter og lokalmat.

Vi har klart å identifisere 43 gårder som har startet, men tror at det kan være flere ut fra den oppmerksomhet og interesse prosjektet har fått. Hvorvidt disse etableringene allerede er lønnsomme er vanskelig å anslå, da reiselivsdriften oftest inngår i gårdsdriften. Dermed kan vi ikke hente ut tall fra Brønnøysundregisteret for å finne ut om de har oppnådd lønnsomhet så langt.

Den gode mottakelsen og responsen prosjektet har fått, tyder på at det har blitt vurdert som viktig og riktig å satse på å stimulere til næringsutvikling i distriktene, knyttet til landbruket.

2.5.2 Effektmål

Prosjektet har definert flere effekter av satsning på denne type næringsutviklingsprosjekt.

Prosjektet var også ment å bidra til

- å utvikle landbruket og etablere nye næringer
- økt lokal aktivitet som gir økt lokal verdiskapning
- å skape nye muligheter for lønnsomhet og sysselsetting i landbruket og på bygdene
- at gårdene kan styrke sitt inntekstgrunnlag gjennom å utnytte egne og andre lokale ressurser
- skape bolyst og inspirere unge til å velge å overta gårdene og satse videre

Troms fylke som helhet har utviklet et mangfoldig spekter av mat og opplevelse som kan knyttes til sjø, land, fjell og vann, både sommer og vinter. Mange gårder og småskala bedrifter har utviklet lokalmat- og opplevelsesprodukter. Flere og varierte tilbud til reisende er etablert.

Gjennom prosjektperioden har vi sett at Nord-Norge og Troms etterspørres som reisemål av stadig flere turister fra inn- og utland. Nordlyset og midnattssola er blant hovedattraksjonene og en «reason to go». Tromsø har hatt sterkest økning av alle byer i nord, og det er særlig nordlyset som har bidratt til det. Noe av denne etterspørselen i vintersesongen, tilfaller også distriktene. Det er likevel for svakt utviklet samarbeid mellom by og land, og dette er en viktig årsak til at grønn turisme (gårds- og bygdeturisme) ikke har fått en enda større vekst.

Det viser seg vanskelig å måle direkte effekter av prosjektet, ut fra at det ikke finnes tilgjengelig:

- a) tallmateriale/statistikk i reiselivet for å kunne dokumentere vekst i utleie av overnatting i så små skala som vi her arbeider med, dvs gårder som leier ut rom, våningshus, små hytter, stabbur med mer.

- b) økonomisk oversikt som viser økt lokal verdiskapning knyttet til reiselivet ut fra flere forhold, blant annet at gårdene ikke registrerer egne reiselivsbedrifter, men at aktivitetene inngår i gården.
- c) data som viser hvordan gårdene utnytter egne og andre lokale ressurser
- d) tallmateriale som belyser bolyst og at unge flytter til bygdene, det er kun trender i samfunnsdebatten gjennom media som peker i retning av at unge har en mer rural orientering.

En mer konkret og tydelig vurdering av effektmålene som kunne ha illustrert effekter, hadde vært gjennomføring av spørreundersøkelse til målgruppene. Prosjektet har imidlertid ikke satt av midler og personell til en slik undersøkelse, og det har vært en kost/nytte vurdering av hva og hvor viktige kunnskaper man får igjen.

Det har vært en klar oppfatning i reiselivsnæringen om at lokalmat, opplevelser og aktiviteter utgjør stolper i reiselivsutviklingen som peker i svært positiv retning for Nord-Norge og for Troms fylke.

2.6 Exit-strategi

2.6.1 Aktiviteter ved prosjektslutt

- A) Det ble utarbeidet et hefte/brosjyre som viser et utvalg av 24 reiselivsbedrifter pluss små referanser til ytterligere 52 gårder/bedrifter i fylket. Hftet «Arktiske perler i Troms» ble utviklet for å vise fram et utvalg av flotte steder, gårder og bedrifter i Troms. Dette skal stimulere til reiselyst, ønske om samarbeid mellom by og land og øke etterspørsel etter rurale reiselivstilbud.
Prosjektet har dekket alle utviklingskostnader av heftet, og alle som ønsker kan få trykket det opp og distribuere det. Trykkeriet Nordby & Konsept kan kontaktes.
- B) Det ble utarbeidet en kalender, hvor 13 gårder, en rekke gründertips og informasjon om prosjektet ble presentert. Kalenderen har varighet på to år (2016 og 2017). Den er sendt ut til nær 1000 gårdbrukere pluss mange andre forbindelser.
- C) Prosjektet ble avsluttet med en konferanse i januar 2016, hvor vi presenterte erfaringer, muligheter og utfordringer for grønt reiseliv i Troms fremover. 102 deltakere, herav 30 gårder og 10 kommuner.
- D) Prosjektrapporten skal utarbeides og legges ut på Fylkesmannens hjemmeside.

2.6.2 Aktiviteter og roller etter prosjektslutt

Fylkesmannen i Troms

Fylkesmannen prioriterer oppgaver spesifisert i de årlige oppdragsbrev fra Landbruks- og matdepartementet. Oppgavene varierer noe fra år til år.

Landbruksavdelingen hos fylkesmannen i Troms er i hovedsak kompetansesenter for kommunene, dette gjelder også for tilleggsnæringer som grønt reiseliv (gårdsturisme). Kompetansesenterfunksjonen innebærer blant annet:

- Råd- og veiledningsoppgaver, herunder henvisninger
- Delta på møtearenaer med presentasjoner og innlegg på forespørsel
- Være faglig oppdatert på utvikling, forskning, muligheter og utfordringer
- Delta i faglige nettverk, herunder også Fylkesmennenes nettverk i Nord-Norge og nasjonalt for lokal mat og grønt reiseliv.
- Bidra til samarbeid mellom forvaltning og forskning og andre fagmiljøer
- Hvert år vil vi vurdere å invitere gårdbrukere til å delta på gårdsdrivordninga i Nordland, eller invitere en mindre gruppe med på studietur.

Innovasjon Norge i Troms

Innovasjon Norge forvalter programmer og virkemidler knyttet til grønt reiseliv, og har et ansvar for å inspirere, tilrettelegge og vise muligheter.

- Skape og organisere møtearenaer som seminarer, gårddriverordning, studieturer kan være formålstjenlig.
- Råd- og veiledning for etablerere og gårder
- Synliggjøre finansieringsprogrammer og virkemidler i Innovasjon Norge
- Utvikle og formidle kurstilbud for målgruppen
- Stimulere til og bidra til samarbeid mellom fagmiljøer, forvaltning og virkemiddelapparat.
- Rådgivning, veiledning og kompetanseheving for ansatte i kommunene innen landbruk og næring.
- Videreformidle aktuelle nyheter, statistikker, trender
- Formidle kvalitetskrav og kvalitetssystemet til IN
- Formidle Hanens bærekraft sertifisering

Troms fylkeskommune

Troms fylkeskommune er del av virkemiddelapparatet og har en del finansieringsordninger som er aktuelle for etablerere og kommuner. Troms fylkeskommune er også aktør for videreutvikling og tilrettelegging for reiselivet i fylket i samarbeid med staten og kommunene.

- Delta på møteplasser for informasjon og inspirasjon
- Veiledning og rådgivning knyttet til utvikling, tilrettelegging og virkemidler

- Være samarbeidspartner for kommunene i spørsmål om tilrettelegging av infrastruktur i kommunene som støtter opp om reiselivet
- Veiledning og rådgivning innen kulturminner, bygningsvern og kulturlandskap
- Synliggjøre bærekraftig bruk av naturen, miljøhensyn, mangfold og kultur og historie
- Kontaktknutepunkt for kommunene, bidra til samarbeid og utvikling
- Ansvar for iverksetting av strategi for reiselivet i Troms som gjelder rural turisme

Kommunene i Troms – landbruks- og næringskontorene

- Førstelinjetjeneste for gårdbrukere og etablerere, gi råd- og veiledning
- Formidle finansieringskilder, virkemidler og kompetansetilbud til etablerere og gårder i kommunen
- Legge til rette for og være pådriver for utvikling og etablering av aktiviteter, infrastruktur og samarbeid mellom bedrifter/gårder i kommunen
- Råd- og veiledning for etablering av bedrift, bedriftsutvikling og henvisning til fagmiljøer
- Samarbeid mellom kommunene for å utnytte muligheter og samarbeide om tilrettelegging for næringsutvikling for reiselivet
- Videreformidle behov for tiltak til Troms fylkeskommune
- Synliggjøre oversikt over egne reiselivsaktører og gårdsturismeaktører på hjemmesiden, slike oversikter fremmer samarbeid, tilbud, nettverk og mangfold lokalt og mot nabokommuner
- Holde kontakt med fagmiljøer, forvaltning og virkemiddelapparat

Forskning og utdanning

Forskning- og utdanningsmiljøer har interesse av å lytte til utfordringer som etablerere og kommunene opplever i tilknytning til reiseliv som distriktsnæring, for utøvere og innbyggere. Institusjoner som Norges arktiske universitet/Universitetet i Tromsø, Nifl, Nibio og Universitetet i Nordland har god kontakt med forvaltning og virkemiddelapparat i fylket. Formidling av forskningsresultater og utvikling er sentrale oppgaver, og det samme gjelder å bidra med kunnskap på seminarer, kurs og konferanser. Fagpersoner er viktige kilder og veivisere til studenter som ønsker seg praksisplass, eller fordypning i oppgaver.

Andre fagmiljøer

Fagmiljøer som landbrukets interesseorganisasjoner, Norsk Landbruksrådgivning, visitselskaper, Hanen, Din Tur og andre gir innspill om behov og utfordringer knyttet til etablering og utvikling. Fagmiljøene inviteres til å delta på seminarer/andre møteplasser og til samarbeid og i nettverk.

3. Gjennomføring, erfaring og læring

3.1 Strategi

Strategien ble valgt for å bygge opp under og bidra til måloppnåelse på beste måte:

- Forankre prosjektet
- Mobilisering - få ut informasjon til gårdbrukere og andre på bygdene som har forutsetninger og ressurser til å satse på grønt reiseliv
- Legge til rette for rådgivning og veiledning
- Skaffe oppmerksomhet i media
- Stimulere til kompetanse- og kvalitetsutvikling
- Bidra til å etablere samarbeid/nettverk
- Evaluere prosjektets måloppnåelse og resultater

Prosjektet har utarbeidet en exit-strategi, som synliggjør oppgaver som må ivaretas etter prosjektslutt. Exit-strategien foreslår også ansvarlige for videreføring av reiselivsatsningen. Se vedlegg 1.

3.1.1 Forankring

I prosjektets initierings- og planleggingsfase var det ønske om en god forankring og medvirkning fra aktører i næringa, selv om ikke alle hadde representanter i styringsgruppen.

Vi nevner her aktører som prosjektet har vært i kontakt med for samarbeid og informasjon

- Fylkesmannen i Troms (flere avdelinger) og Fylkesmennene i Finnmark og Nordland
- Troms fylkeskommune (næringsavdelingen og fylkesarkeolog)
- Innovasjon Norge i Troms (reiselivsrådgiver og lokalmat-rådgivere)
- Nordnorsk reiseliv (leder for Troms)
- NIBIO tidligere Bioforsk
- Norges arktiske universitet/Universitetet i Tromsø
- Troms bondelag
- Troms bonde- og småbrukarlag
- Hanen, Troms
- Gårdbrukere i Troms
- Andre reiselivsaktører i fylket
- Jordbruks- og næringssjefer i 14 av kommunene i Troms
- Visit og destinasjonsselskaper i fylket
- NHO reiseliv Troms
- Statens vegvesen
- Sametinget
- Landbruk Nord
- Prosjektet har hatt 482 personer på sin kontaktliste. Disse har fått informasjon, nyhetsbrev og kompetansetilbud av ulike typer gjennom prosjektperioden.

3.1.2 Mobilisere og rekruttere

3.1.2.1 Innsamling av data – oversikter

- a) Vi har skaffet oversikt over hvem som har startet med gårdsturisme og andre småskala reiselivsaktører på bygdene. Det er laget oversikt over de driver med turisme i alle 24 kommunene i Troms. Oversikten ble laget første gang i 2012 og ble oppdatert i 2015. Oversikten har vært tilgjengelig på prosjektet sin nettside, og har vært et hjelpemiddel for etablerere for å se hva som finnes av tilbud både i egen kommune og i nabokommuner. Oversikten har vært et ledd i arbeidet med å legge til rette for samarbeid og nettverk.
- b) Det ble sendt ut spørreundersøkelse til alle gårdbrukere i Troms (1081 gårder) i 2012 med spørsmål om de hadde etablert gårdsturisme og/eller lokalmat som tilleggsnæring. 155 gårder svarte på undersøkelsen, og 135 svarte at de hadde utleie for overnatting, aktiviteter eller lokalmat som tillegg.

3.1.2.2 Mobilisering

Prosjektet har arbeidet for å komme i kontakt med gårdbrukere og andre på bygdene som har forutsetninger og ressurser til å satse på grønt reiseliv.

Vi arrangerte 5 info/mobiliseringsmøter i ulike regioner i 2012:

Deltakere (de fleste gårdbrukere, men også noen få ansatte fra kommunene):			
18. april	LYNGEN	23 deltakere	sted Stigen Vertshus, Lyngseidet
24. april	NORDREISA	26 deltakere	sted Reisafjord hotell, Sørkjosen
29. september	SKÅNLAND	40 deltakere	sted Tjeldsund kro & hotell, Tjeldsund
30. september	SØRREISA	25 deltakere	sted Krogstadtunet, Sørreisa
12. september	BALSFJORD	33 deltakere	sted Malangen brygge, Mortenhals
SUM		147 deltakere	

Som et produkt fra serien med mobiliseringsmøter har vi laget en liste med gode hjelpere (verktøykasse) som etablererne kan kontakte. Listen dekker flere felt innen markedsføring, profilering, salg og økonomi.

En del av deltakerne har i etterkant tatt kontakt med prosjektleder for å få råd og veiledning til å komme videre.

I forkant av møtene arbeidet vi mot lokal og regional presse, noe som ga avisoppslag i Nordlys og i Nye Troms.

3.1.3 Legge til rette for råd- og veiledning og informasjon

I prosjektets daglige drift har prosjektleder arbeidet med

- rådgivning til forretningsplaner, søknader og nettverk etter henvendelser
- veiledning og videreformidling til virkemiddelapparat, faginstanser, ressurspersoner m.m.

- gitt bidrag til planer, presentasjoner, kommunemøter, stortingsmeldinger, strategier m.m
- synliggjort utvikling og utfordringer
- holdt kontakt med relevante faginstanser og fulgt med på utviklingen av næringen
- bistått studenter med bachelor- og masteroppgaver
- formidlet kontakt til fagmiljøer og finansieringskilder
- sendt ut nyhetsbrev på epost
- produsert og videreformidlet informasjon, tips, råd og rapporter
- formidling via egen hjemmeside for prosjektet:
 - Legge ut relevante reiselivsnyheter
 - Synliggjøre fagstoff som planer, artikler, statistikker, utviklingstrekk, rapporter, bøker, dr grader, mastergrader, konferanser, virkemidler, tilskuddsordninger, kontaktpersoner, nettverk og samarbeid.

3.1.4 Oppmerksomhet i media

Prosjektet har fått oppmerksomhet i media i forbindelse med info-/mobiliseringsmøtene i Nordlys og Nye Troms. I tillegg fikk vi oppslag i Nye Troms med artikkel over 2 sider i forkant av studietur til Island.

3.1.5 Kompetanse- og kvalitetsutvikling

Kunnskaper og kompetanse er blant de viktigste komponentene for å lykkes med satsning i reiselivsnæringen. Det er med på å sikre god kvalitet og dermed også inntjening og lønnsomhet over tid.

Prosjektet har videreformidlet kurstilbud fra Innovasjon Norge i Troms og NIBIO via nyhetsbrev og eposter til prosjektets kontaktliste.

Det er utviklet og gjennomført program for

- studieturer til Island, Den Gylne Omvei, Røros
- gårddriverordninga i Nordre Nordland
- seminarer for etablerere
- årlige seminarer for kommunene
- gårdsbesøk for kartlegging av ressurser og rådgivning
- sluttkonferanse

Prosjektet har fremskaffet en «verktøykasse» bestående av fagpersoner som har meget god kompetanse innenfor ulike spesialområder og som har vært villig til å bistå etablererne.

Prosjektleder har bidratt i utarbeidelse av flere planer i forvaltningen, til stortingsmeldinger og i overordnede strategier, hvor formålet har vært å sette fokus på utfordringer og problemstillinger som etablerere og kommuner møter i satsning på reiselivsnæringen. I disse sammenhenger har prosjektleder bidratt med fokus på produktutvikling, markedsføring,

organisering, innretninger av virkemidler, kvalitetssikring, bærekraft og miljø, kulturminner og lokalmat.

Vi har også hatt 3 studenter som har fått følge prosjektet, intervjuet deltakere og produsert kunnskaper i bachelor- og masteroppgaver.

Gårdsbesøk

I løpet av prosjektperioden så vi et behov for hjelp og støtte for å kartlegge gårdenes ressurser og muligheter. Etablererne var ofte ikke så godt kjent med hva gården har som kan være av verdi for å satse på reiselivet. Vi satt sammen et fagteam på tre personer med ulik og komplementær kompetanse innen reiseliv, økonomi, markedsføring og bygninger. Fagteamet forberedte gårdsbesøkene gjennom en kort analyse av kommunens ressurser, infrastruktur og muligheter innen reiselivet, samt kommunens reiselivsaktører og gårder og mulige samarbeidspartnere. I løpet av gårdsbesøket hadde fagteamet fokus på menneskelige og materielle ressurser, attraktivitet, landbruksdrift og andre muligheter og begrensninger på gården og i området/bygda. Etter besøket fikk gårdbrukeren oversendt rapport med anbefalinger. Teamet gjennomførte 24 gårdsbesøk i prosjektperioden. Prosjektet fikk gode tilbakemeldinger etter gårdsbesøkene, og flere er kommet i gang eller planlegger å satse på reiseliv.

3.1.6 Samarbeid/nettverk

De positive effektene av samarbeid og nettverk har hatt sterkt fokus gjennom hele prosjektperioden i alt vi har deltatt i og formidlet. Småskala reiselivsaktører er sårbar og mindre robust, enn hva de er ved samarbeid med andre i mange sammenhenger. Det handler om typer av samarbeid der man anbefaler hverandre, bruker hverandres produkter og går sammen om arrangementer og markedsføring.

I prosjektet har vi sett oppstart av flere typer samarbeid, vi kan nevne bedriftsnettverk, samarbeidsnettverk mellom kommuner, fagnettverk mellom fylkesmannsembeter. Vi har også sett en klar sammenheng mellom å bli kjent med hverandre på studieturer til at man i etterkant holder kontakt og finner frem til samarbeidsformer. Gjennomføring av studieturer er et godt virkemiddel for bedriftsetableringer, bedriftsutvikling og nettverk.

3.1.7 Evaluere måloppnåelse og resultater

Prosjektet har fremlagt årlige rapporter for styringsgruppen, og i flere tilfeller har vi justert innretningen av tiltak ettersom vi har evaluert nytte og effekter. Vi har ikke satt av midler til ekstern evaluering av prosjektets mål og innretning. Hvert år har vi sendt ut forespørsel til hele kontaktlisten om etableringer og planer om oppstart, men ser at responsen ikke er i nærheten av forventningene.

Vi har også hatt en forventning om at gårdene ville sende søknader om tilskudd og/eller finansiering til Innovasjon Norge i Troms. På den måten ville vi kunne finne antallet som etablerer, eller videreutvikler sine tilbud. Nå erfarer vi at mange gårdbrukerne ikke ønsker å

bruke tid på planlegging og søknader, men bruker av gårdens ressurser og midler. Vi kan derfor ikke basere antallet som har startet opp på søknader til IN.

4. Tiltak og aktiviteter

4.1 Oversikt over antall som har deltatt

Deltakelse

- 480 står på prosjektets kontaktlister og har mottatt nyhetsbrev og kurstilbud i perioden
- 147 gårder har deltatt på 5 info/mobiliseringsmøte
- 24 gårdsbesøk for å kartlegge ressurser og muligheter og gi rådgivning
- 35 gårdbrukere/andre har deltatt på våre studieturer
- 8 har deltatt på gårddriverordning (besøksordning)
- 24 kommuner - utarbeidet kommuneoversikt over reiselivsaktører i 2012, oppdatert 2015.
- 14 kommuner har reiseliv som satsningsområde og har deltatt på våre seminarer
- 2 seminarer for kommunene
- 4 seminarer i regioner (Nordreisa, Ibestad, Balsfjord, Nordkjosbotn)
- Sluttkonferanse med 101 deltakere, herav 30 gårder og 10 kommuner

4.2 Aktiviteter gjennomført fra 2011-2016

Status Utført = x	2011 – Aktiviteter forprosjekt
x	Analysere og vurdere prosjektet opp mot sentrale føringer og myndigheter.
x	Kartlegging av reiselivsvirksomheter og småskalaprodusenter i alle kommuner i Troms fylke. Excel fil utarbeidet.
x	Møte med samarbeidspartnere og interessenter er avholdt
x	Prosjektplanen utarbeidet og godkjent av samarbeidsparter
x	Finansieringssøknader utarbeides og sendes
x	Forberede spørreundersøkelse til alle bønder i Troms
x	Start nettverksarbeid (gårdbrukere, institusjoner, organisasjoner, kommuner m.v.)
x	Kompetanseutvikling for prosjektleder og sette seg inn i reiselivsnæringas og landbruksnæringas system og struktur og viktige samarbeidspartnere.

Status Utført=x	2012 – Aktiviteter	Avvik
x	Finansieringen er avklart	
x	Prosjektstart	
x	Nettverksetablering Fylkesmennene i Troms, Nordland og Finnmark og Sametinget	
x	Etablere styringsgruppe og avholde første møte + 2 møter i løpet av året	Plan 3 møter Gjennomført 2 møter
x	Kompetanseutvikling for prosjektleder	
Nei	Etablere referansegruppe og avholde første møte + 2 møter i løpet av året	Prosjektet vurderer behov for slik gruppe opp mot alternativer
x	Gjennomføre spørreundersøkelse for å kartlegge reiselivsaktiviteter hos gårdbrukere i Troms.	
x	Lage logo og kort infobrosjyre	
x	Etablere og drive hjemmeside	
x	Nyhetsbrev	Plan 8 Gjennomført 4
løpende	Veiledning og rådgivning	
x	Møteserie 1 - Arrangere mobiliseringsmøter i regionene – 4 møter	Plan 4 møter Gjennomført 5 møter
x	Første runde studieturer	
x	Lage elektronisk oversikt over småskalaprodusenter	
x	Spesial tilpasse kurs «ett steg videre – fra ide til virkelighet»	
Ikke gjennomført	Reise til utvalgte gårdbrukere i fylket	Hektisk prosjektaktivitet har ført til at dette er skjøvet frem i tid.
x	Lage årsrapport for 2012 inkl årsregnskap	

Status Utført = x	2013 – Aktiviteter	Kommentarer
x	2 studieturer	Den Gylne Omvei/Røros – juni Island – september
Utsatt	1 større fagkonferanse	Arr i 2014 eller 2015
1 utført	3 Nettverkssamlinger	Tromsø - Februar Møte med kommunene – info om reiselivsprosjekter og bygdenæringer
Utsatt	1 Nettverksmøte med Nordland og Finnmark	
x	2 styringsgruppemøter	Lyngen - Februar Tromsø – oktober
2 utført	Få avisoppslag, minst 3	Artikkel i Nye Troms - september Artikkel i Nye Troms – oktober
x	Oppdatere oversikt over bygdeturismeaktører	Lansert på hjemmesida i – september. Sendt e-post til kontaktlista i september
Utsatt	Markedsorienteringskurs, sjekke med NNR	
Utsatt	Hospiteringsordninger vurderes	
x	Legge fram årsrapport inkl regnskap for 2012	Styringsgruppemøte i februar 2013

Status Utført = x	2014 – Aktivitet	Kommentarer
Utsatt	Opprette facebookside	
1	2 nettverkssamlinger	1 samling gjennomført 31.1.2014 i Nordreisa med tema markedsorientering og samarbeid. 27 deltakere
x	1 nettverksmøte med Fylkesmannen i Nordland og Finnmark	10.5.2014
x	2 styringsgruppemøter	5 mars og 24 oktober
x	Gårdsbesøk med tilhørende seminar i hver region	23 gårdsbesøk gjennomført
	Hospiteringsordning vurderes	
x (merk!)	Kurs i samarbeid med Innovasjon Norge	Prosjektet har formidlet kurstilbud på epost og hjemme- side, arrangerer ikke kurs selv
nei	Få mediadekning	
Utsatt til 2015	Oppdatere oversikt over gårds- og bygdeturismeaktører i fylket	
x	Prosjektrapport for 2013	Godkjent 5 mars
x	Mastergradsstudent har fulgt prosjektet	Prosjektleder har bidratt

Status Utført = x	2015 – Aktiviteter	Kommentarer
Utgår	Studietur for kommunene	Gjennomføres ikke pga av manglende midler.
Utsatt til januar 2016	Sluttseminar hvor fagmiljøene inviteres	fagmiljøene og kommunene sammen med etablerere og andre skal samles til en felles sluttkonferanse. Program ferdig, gjennomføres i januar 2016
Utgår	Facebook vurderes opprettet	Facebook utgår, vi har ikke ressurser til oppfølging
Utgår	Bidra til gjennomføring av reiselivskonferanse for Nordkalotten i regi av Bioforsk	Nibio besluttet å ikke gjennomføre konferansen. Vi har bidratt til tema.
x	Gårddriverordning for Troms	8 gårder deltok i april på gårddriverordningen i nordre Nordland.
x	Lage brosjyre/hefte – Arktiske perler i Troms	Brosjyren arktiske perler i Troms
x	Lage og distribuere kalender (toårig)	Presentere 13 gårder og gründer tips. Opplag 2500 stk
x	Oppdatere oversikt over reiselivstilbud i alle kommuner i fylket,	og arbeide for at kommunene selv har slik oppdatert oversikt på sine egne nettsider. Oversikten er oppdatert i 2015
utgår	Digitalt kart utarbeides av IN	
x	Utarbeide exit-strategi for prosjektet	
x	Prosjektrapport for 2014	Utarbeidet og godkjent 11.5.2015
utsatt	Sluttrapport for prosjektet	Siden sluttkonferansen ble utsatt til januar 2016 blir sluttrapport ferdigstilt i mars 2016.
x	2 styringsgruppemøter	Møte 11 mai. Siste møte kommer etter ferdig sluttrapport for prosjektet i 2016
Utgår	Questback undersøkelse	Undersøkelsen utgår da nytte og effekt ikke samsvarer med de ressursene vi må bruke på dette.

Status Utført = x	2016 – Aktivitet	Kommentarer
x	Sluttkonferanse for prosjektet	14-15 januar i Tromsø. 102 deltakere
x	Utsending av kalendere	Alle gårdbrukere pluss flere
x	Distribusjon av hefte/brosjyre Arktiske perler	Kontaktet en rekke aktører
x	Gårddriverordninga – studietur til nordre nordland	Juni 2016
x	Prosjektrapport 2011-2016	
x	Siste styringsgruppemøte	Møte 9 juni
pågår	Undersøke grunnlaget for å opprette et grønt reiseliv nettverk for Troms etter modell fra lokalmatnettverket	I løpet av året

4.3 Brosjyren arktiske perler i Troms

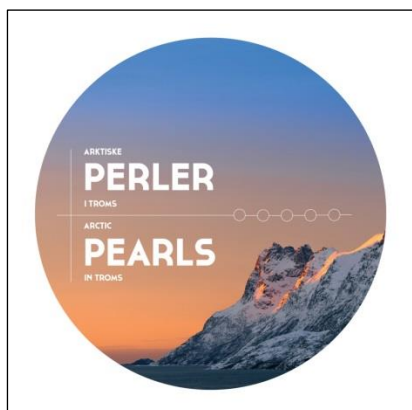
Prosjekt Grønt reiseliv i Troms har utarbeidet en brosjyre som viser et lite utvalg av flotte steder, gårder og reiselivsbedrifter i Troms fylke. Hensikten er å stimulere reiselyst og utforskertrang gjennom å vise gjester, turister og tilreisende noen utvalgte steder i vårt fylke. Vi tror at brosjyren kan bidra til å vise vei til enda flere opplevelser, aktiviteter, overnatting og lokalmat.

Brosjyren er ett av tiltakene i prosjektet for å fremme næringsutvikling knyttet til gårds- og bygdeturisme og lokal mat. Vårt ønske er at brosjyren også kan bidra til økt samarbeid mellom by og land. 24 store perler og over 50 små perler er presentert.

Vårt mål er at brosjyren skal bli å finne på fylkets flyplasser, Hurtigruten, hurtigbåtene, turistkontorene, hotellene, opplevelsesbedrifter, kafeer, biblioteker og museer som et bidrag til å fremme reiselivsutviklingen i Troms.

Du kan bla i brosjyren ved å følge linken:

https://issuu.com/norbyekonseptra/docs/perler_pearls/1



4.4 Avslutningskonferanse i januar 2016

Prosjektet ble startet 1. januar 2012 og ble avsluttet med en konferanse i januar 2016. Konferansen ble planlagt og utviklet i løpet av høsten 2015, og gjennomført 14-15 januar 2016 i Tromsø på Scandic Ishavshotellet. Invitasjon ble sendt til alle gårdbrukere i Troms, alle som står på prosjektets kontaktliste, alle kontakter, alle kommuner og interessenter i fylket. 101 personer deltok, herav 30 gårder, 10 kommuner, private reiselivsaktører, Troms fylkeskommune, Norges arktiske universitet, Innovasjon Norge i Troms, Fylkesmannen i Sør-Trøndelag, Hanen og Destinasjon Harstad. 14 innledere/foredragsholdere; gründere, forskning, forvaltning, visitselskaper, politikere/fylkesråd for næring, kommuner med fler. Under ser du forsiden til konferanseinvitasjonen.



4.5 Aktivitetsplan – avvik

Styringsgruppen har for hvert år gjennomgått, evaluert og justert innretningen av aktiviteter.

Her er noen av de viktigste endringene i aktiviteter:

Gårdsbesøk har erstattet samlinger/seminarer

Heftet/brosjyren arktiske perler i Troms er nytt tiltak

Kalender for 2016/2017 er nytt tiltak

Avslutningsseminar ble til stor avslutningskonferanse

Opprette facebookside ble oppført som nytt tiltak, men ble ikke gjennomført.

Innspill til planer, strategier og stortingsmeldinger har tatt tid og var ikke planlagt aktiviteter. De var likevel viktig for å få formidlet erfaringer og utfordringer som prosjektet ble kjent med under veis.

Årlige artikler til Fylkesnytt, informasjon fra LMD for hvert fylke opptil to ganger i året, var ikke planlagt, men ble levert.

4.6 Tidsplan – avvik

Prosjektet var planlagt slik: prosjektstart 1.1.2012 med prosjektslutt 1.1.2015

2011: - forprosjekt og finansiering

2012 – 2013 – 2014: - prosjektgjennomføring

I april 2013 var prosjektleder i en ulykke og prosjektet gikk med redusert fart frem til sommeren 2014. Det ble dermed besluttet å forlenge prosjektperioden til 1.9.2015.

Avslutningskonferansen ble planlagt til desember 2015, men ble utsatt til januar 2016. Prosjektrapporten er utarbeidet vår/sommer 2016.

4.7 Målgrupper – avvik

Prosjektet har hatt kontakt med både gårdbrukere og andre eiere av landbrukseiendom, samt andre på bygdene som driver med lokalmat, aktiviteter og opplevelser. Gårdbrukerne har vært viktigste gruppe og flere har fått råd- og veiledning knyttet til etablering og utvidelse. De øvrige vi har hatt kontakt med, har i hovedsak fått nyhetsbrev, samt tilbud om kurs og seminarer.

Jordbruks- og næringsansvarlige i kommunene viste seg å bli en viktig målgruppe. Kommunene har en sentral rolle i å legge til rette med infrastruktur og utvikle reiselivsnæringen i sin kommune. Vi har sett at flere kommuner har startet egne reiselivsprosjekt og flere har utarbeidet egne strategier og planer for reiselivet. For denne gruppen har vi arrangert årlige seminarer og de har mottatt tilbud om studieturer, nyhetsbrev og kurs/seminarer. Det er også kommunisert ut hvilken viktig rolle kommunen har som førstelinjetjeneste for oppfølging og kontakt med etablerere når prosjektet er avsluttet.

4.8 Suksesskriterier

Det er ofte et helt sett av forhold som sammen virker til at et prosjekt oppnår forventet suksess. Det er likedan forhold som kan oppstå som man i planleggingen ikke var oppmerksom på, eller som har sammenheng med endringer i samfunnsmessige forhold utenfor prosjektets kontroll.

Prosjekt grønt reiselivs nøkler til suksess har vært:

4.8.1 God interesse

Fylkesmannen i Troms sin landbruksavdeling har oversikt og kontakt med gårdbrukere i fylket, og prosjektet nådde ut med informasjon og tiltak. Prosjektet startet ut med

mobiliseringsmøter i flere regioner. Disse ble annonsert i lokalaviser og invitasjoner sendt ut. I tillegg la vi stor vekt på å utvikle godt program med plass til diskusjoner.

4.8.2 Kontaktpunkt

Det har vært viktig å ha prosjektleder på heltid. Dette har bidratt til at det har vært enkelt å ta kontakt med prosjektet. Prosjektleder har vært tilgjengelig og har hatt tid til råd- og veiledning samt oppfølging.

Det ble lagt stor vekt på å synliggjøre muligheter innen gårdsturisme og vi har ofte formidlet erfaringer fra andre steder i landet og fra enkelte andre land.

Prosjektets sin hjemmeside og nyhetsbrev har synliggjort av utvalgte reiselivsnyheter, rapporter, tilbud om kurs og seminarer, studieturer, tilskuddsordninger med mer. Dette har holdt kontakt og interesse ved like hos målgruppene.

Prosjektleder har ikke selv hatt kompetanse innen alle fagfelt som prosjektet omfatter, men har skaffet kunnskap om, og et kontaktnett av fagpersoner som etablererne har kunnet kontakte ved behov.

4.8.3 Kunnskap og kompetanseheving

a) Studieturer og gårdsdrivordning

Vår erfaring er at studieturer og deltakelse på gårdsdrivordningen er svært god anledning til å lære av andre som har startet opp, og for å danne nettverk og samarbeid med de andre i gruppen som reiser på studieturen. Dette tror vi er en stor motivasjon til å gå videre med planer og satsning.

b) Gårdsbesøk – gårdens ressurser og muligheter

Som et tiltak for å få mer innsikt i hva gårdbrukerne har utfordringer med i planleggingsfasen, gikk vi ut med tilbud om gårdsbesøk for å avklare gårdens ressurser og muligheter. Det ble satt sammen et fagteam på tre personer med erfaring og kompetanse innen reiseliv, økonomi, markedsføring, pedagogikk og landbruksdrift/bygninger. Som forberedelse til besøkene studerte vi reiselivet og demografien i kommunen, samt mulige samarbeidspartnere. Etter hvert besøk ble det skrevet rapport med anbefalinger til gården vi besøkte. Vi ser at flere er kommet i gang etter besøkene.

c) Korte relevante kurs og seminarer

Innovasjon Norge i Troms utviklet en årlig kurs-portefølje på mange ulike fagområder for etablerere innen småskala reiseliv. Ett av kursene «ett steg videre – fra ide til virkelighet» ble arrangert i et samarbeid mellom Innovasjon Norge i Troms og prosjekt Grønt reiseliv. Dette kurset hadde 24 deltakere.

Seminaret «markedsorientering» ble avholdt i Nordreisa og hadde 27 deltakere.

4.8.4 Forankring

Prosjektet har hatt gode medspillere og interessenter i hele perioden. Vi kan nevne faglagene, forskning- og utdanning, andre fylkesmannsembeter, Troms fylkeskommune, Nordnorsk reiseliv, Innovasjon Norge i Troms, kommunene i Troms med flere. Dette har vært særlig viktig for omtale, oppmerksomhet og omdømme.

4.8.5 Nettverk og samarbeid

Det er vårt inntrykk at nettverk og samarbeid er blitt et mer aktuelt tema i løpet av prosjektet, flere ser nytten av dette. Tidligere var flere etablerere skeptisk til å dele sine ideer og planer med andre, men flere ser at det heller kan være et pluss å involvere andre etablerere, kommunen og lokalsamfunnet. Nettverk og samarbeid bidrar til et større mangfold av tilbud, noe som er attraktivt for turistene.

Bedriftsnettverk har vært en av satsningene til Innovasjon Norge i prosjektperioden, vi ser nå at flere små nettverk er under etablering, selv om det gikk sent i starten av prosjektet.

4.9 utfordringer

4.9.1 Næringsutvikling tar tid

I prosjektet har vi sett at det foreligger gode og godt gjennomtenkte planer og virkemidler for å kunne utvikle reiselivet som lønnsom næring også i distriktskommunene. Regionalplaner og programmer har kommet til underveis i prosjektperioden, og trenger tid på seg til å bli implementert og iverksatt i utviklingsmiljøene. Virkemidler og satsninger trenger å formidles og forankres både i kommunene, næringslivet, gårdene og lokalsamfunnet. De fleste gårdene i Troms er småbruk, dette er også en del av vår historie og struktur gjennom lang tid, en arv fra feskarbonde-tiden.

Det er en langsiktig prosess å utvikle nye næringer, og særlig næringer som skal utvikles i næringssvake områder, slik mange distriktskommuner i Troms er. Vi ser også at tilleggsnæringer krever ekstra tid, da fokus og innsats for etablererne først og fremst ligger i gårdsdriften.

De som ønsker å satse på gårdsturisme må gjøre seg kjent med mulighetene i reiselivs næringen, vurdere gårdens ressurser og muligheter, avklare muligheter for å kombinere sesongene i gårdsdriften opp mot sesongene i reiselivet.

Gårdbrukere har gjerne god innsikt i landbruksnæringen. Mange har en krevende hverdag med gårdsdrift og arbeid utenom gården for eksempel som lærer, i barnehage, sykehjem osv. De har praktiske ferdigheter på mange områder, og vil gjerne utføre alt arbeid selv på bygninger, arealer og mat. I tillegg har de fleste kunnskaper om historie, tradisjoner og

naturen i nærmiljøet. Mange sier de har ønsker om å kunne utvikle gården til helårs arbeidsplass for minst en av eierne, og de trenger mer lønnsomhet og inntjening på gården. Å satse på tilleggsnæring er gjerne et familieprosjekt, og alle parter må ønske å satse og bidra med engasjement og arbeidsinnsats.

Til tross for dette gikk flere gårder i gang med gårdsturisme (registrert 43) enn det som var satt som prosjektmål (20). Årsaken kan ligge i nær og tett oppfølging av de som kontaktet oss, de som fikk motivasjon via samlinger, gårdsbesøk, studieturer og informasjon i prosjektet.

4.9.2 Svak oppslutning om kurs i regi av Innovasjon Norge/Troms

I prosjektet har vi sett at det har vært god oppslutning om studieturer, seminarer, gårdsbesøk og gårdsdrivordningen, mens Innovasjon Norge rapporterer om lav deltakelse på deres kursportefølje knyttet til reiselivet. Kompetanseheving i form av korte aktuelle kurs er viktig for kvalitetssikring og trygghet i etableringsfasen. Prosjektet har hele veien fremholdt betydningen av at etablerere skaffer seg kunnskaper og benytter kurstilbudene. Både Innovasjon Norge/Troms og NIBIO har hatt årlige kursprogrammer på en rekke temaer, som støtter opp om kunnskaper innen reiseliv og lokalmat. Prosjektleder har gitt innspill på kurstemaer hvert år, ut fra den kjennskap hun har til behovene

For å stimulere til deltakelse, har vi gjennom nyhetsbrev og prosjektets kontaktliste synliggjort og oppfordret til kursdeltakelse til stadighet. Dette har ikke hjulpet på antall kursdeltakere i særlig grad, og vi antar at årsaken må ligge i andre forhold for eksempel at kurs ikke prioriteres på grunn av lite tid, manglende avløsning, at kursavgiften inkludert kost/losji/avløser blir for høy eller annet.

4.9.3 Tilskudd og finansiering

Det er en utfordring for gårdbrukerne å prioritere tid til å skaffe seg kunnskaper om reiselivsnæringen og å finne frem til samarbeidspartnere og nettverk. De trenger ofte litt tilskudd i starten for å kunne bruke tid på planlegging, relevante kurs knyttet til oppstart og markedsføring. Det viser seg at det er få som søker tilskudd til etablering, markedsanalyser og produktutvikling gjennom Innovasjon Norge. En del av de vi har hatt kontakt med, har oppgitt at de synes søknadsprosessen er for omstendelig og uklar. Dette kan være en hindring for å få lokale reiselivstilbydere til å etablere seg, og dermed en svakere næringsvekst i kommunene.

Prosjektet har anbefalt Innovasjon Norge å endre ordningen med etablerertilskudd i retning av en enkel søkeprosess for et «lavterskeltilskudd» for planlegging/oppstartfasen. Innovasjon Norge innførte en slik ordning i 2015, noe som kan bety flere etablerere i etterkant av prosjektet.

4.9.4 Markedsorientering

Gårdbrukerne har en utfordring med å se hva gården, naturen rundt, lokalsamfunnet og kommunen har som kan benyttes til å sette sammen opplevelser og lokalmatprodukter.

Det er lett å undervurdere betydningen av markedsføring og å knytte seg til visitselskap og andre markedsføringskanaler. En del gårdbrukere oppgir at visitselskapene er for dyre å bruke, da de tar rundt 30 % av inntektene fra salget, i tillegg til at de mener de får lite synlighet igjen og heller ikke oppfølging og støtte.

Mange gårder har nå fått seg hjemmeside, med fine bilder og tekst om gården og livet der. Dette er en stor endring fra prosjektet startet, og vår melding om å skaffe seg gode hjemmesider som et minimum i markedsføringen, har nådd frem. Vi har også fremholdt betydningen av å velge riktige søkeord.

Gårdbrukere og alle andre som skal etablere seg med tilbud til reiselivet må stille seg spørsmålet om hvordan turisten/gjesten/den tilreisende skal kunne finne dem på nettet. Dette spørsmålet er like viktig nå som tidligere, og det er en utfordring å velge de riktige og best tjenlige visitselskaper, markedsføringskanalene og markedsføringsaktivitetene.

4.9.5 Media/presse

Det har vært mye media-dekning i aviser og TV/radio om turisme, reiseliv og utvikling i løpet av prosjektperioden. For det meste har byer og regioner vært trukket frem, mens det distrikts-baserte (rurale) reiselivet ikke har vært like synlig i mediebildet. Prosjektet har sendt forslag til artikler og invitert pressen til ulike arrangementer. Det er sannsynlig at det skulle vært allokert mer ressurser og en større innsats mot media for å profilere prosjektet. På den annen side har prosjektet oversikt over gårdbrukere med gårder i drift, og har skaffet seg oversikt over andre småskala reiselivsaktører i alle kommunene. På den måten har vi nådd ut til målgruppene med informasjon og kompetansetilbud. Hvor mye mer prosjektet kunne ha oppnådd gjennom høyere medieprofilering, er usikkert.

4.9.6 Infrastruktur

Reiselivet er avhengig av tilrettelegging og infrastruktur, også i nord. I Troms fylke har vi 4 flyplasser, hurtigbåt-, hurtigrute-, buss- og fergeforbindelser. Innenfor denne type kommunikasjon har vi et godt grunnlag å bygge videre på. Når det gjelder veistandard og skilting langs veiene, er det i mange områder ikke godt nok for reiselivsnæringen. Vi mangler også skilting og stell av gamle kulturminner og historiske steder, løyper, stier og naturområder.

Museene i fylket må sørge for at deres hjemmesider er på flere språk, minimum engelsk og tysk i tillegg til norsk. Det er behov for ytterligere tilrettelegging med merkede stier og løyper, parkeringsplasser, avfallshåndtering og offentlige toaletter. Netthinformasjon, kart, turistkontorer er også viktig infrastruktur.

Mange kommuner har tatt initiativ til samarbeid og tilrettelegging for reiselivet. Dette er et viktig arbeid som må fortsette og styrkes. Prosjektet har hatt kontakt med 14 kommuner, hvor vi har bistått med informasjon om nødvendig infrastruktur og fremholdt betydningen av samarbeid. Vi har arrangert årlige seminarer hvor dette temaet sammen med kommunal planlegging, har vært tatt opp. Kommunen må også bidra til å ivareta natur, miljø og kulturminner.

4.10 Organisering av prosjektet

Prosjektet ble utviklet, gjennomført og finansiert i et samarbeid mellom Fylkesmannen i Troms, Troms fylkeskommune og Innovasjon Norge/Troms, disse er prosjektets eiere.

4.10.1 Prosjektledelse og styring

- 1 representant fra hver av eierne (Innovasjon Norge/Troms som observatør)
- 1 representant fra Troms bondelag og Troms bonde- og småbrukarlag (felles representant)
- 1 representant fra kommunene
- 1 representant for gårdbrukerne
- 1 representant for landbruksavdelingen hos Fylkesmannen i Troms

Navn	Arbeidssted	Virketid
Underdirektør Marianne Vileid Uleberg	Fylkesmannen i Troms (styreleder)	2012-2015
Næringssjef Svein Eriksen	Lyngen kommune	2012-2014
Gårdbruker Brita Kjelstrup Køhl	Troms bondelag/Troms bonde- og småbrukarlag	2012-2015
Rådgiver Rune Eliassen	Troms fylkeskommune	2012-2015
Fagsjef Arve Kleiven	Fylkesmannen i Troms	2012-2013
Rådgiver Marit Gåre	Fylkesmannen i Troms	2013-2015
Rådgiver Ann-Kristin Gjelsten	Innovasjon Norge (observatør)	2012-2015
Gårdbruker Tor Erik Lind	Aa gård	2013-2015

Seniorrådgiver Ethel Seljevold fra Fylkesmannen i Troms har vært prosjektleder.

4.10.2 Nettverk

Prosjektet har deltatt i nettverk mellom Nordnorsk reiseliv, Troms fylkeskommune og Innovasjon Norge i Troms. Det har også vært god kontakt med nettverket for lokalmat i Nord-Norge.

Fylkesmennene i Nordland, Troms og Finnmark opprettet nettverksgruppe for grønt reiseliv og har hatt årlige møter. Fylkesmennene initiativ til å utvide nettverket til hele landet, og første møte ble holdt i Stjørdal i 2015.

Den valgte organiseringen fungerte godt, det ble gjennomført 2-3 styringsgruppemøter per år. Sammensetningen av kompetansen i gruppen var komplementær, og prosjektet fikk god nytte av den kompetansen som representantene fra landbruks- og reiselivsnæringen, kommunesektoren, etablerererfaringer og interesseorganisasjonene hadde.

Kontakt med fagorganisasjoner, utdanningsinstitusjoner, forskere og fagpersoner rundt om i landet har gitt prosjektet bredere innsikt og økte kunnskaper, større kontaktflate og flere fagressurser for råd- og veiledning.

4.11 Andre erfaringer og læring

4.11.1 Kvalitetssikring og bærekraft

Prosjektet har fremholdt betydningen av kvalitetssikring og bærekraft. Disse begrepene var lite i fokus i starten av prosjektet, men har kommet svært høyt på banen etter hvert. En bevisst og målrettet satsning bidrar til å utvikle reiselivet som en god næringsvei i et langsiktig perspektiv, både for by og bygd. Prosjektet har skaffet seg kunnskaper om kvalitetssikringsordninger i Norge og om bærekraft/miljømerking.

Miljøbevisste turister som er oppmerksom på dyrevelferd, ren natur og ivaretagelse av miljøet, økologisk drift og produkter, ren luft og vann, er blant våre mest solide og gjenkjøpende gjester. Ren luft, rent vann og ren natur er ikke lenger en selvfølge, men kan fortsette som et varig gode om vi evner å ta vare på det.

Forsterket utvikling og innsats på disse feltene er i gang i regi av Arena lønnsomme vinteropplevelser i nord.

4.11.2 Mat = reiseliv

I prosjektet har vi underveis sett den nære koplingen og betydningen av mat og matopplevelser med reiselivet, og fremveksten av restauranter, kafeer og veikroer som satser på lokalmat og tradisjonsmat. Lokalmat er blitt mer etterspurt, og det er kommet flere lokalprodusenter av kjøtt, fisk og ost i Troms. Prosjektet har i mange sammenhenger fremholdt behovet for en lokalmatportal for hoteller, restauranter og kafeer slik at de kan få tak i lokalprodusert mat og matspesialiteter fra ulike regioner. Denne portalen er nå etablert, www.lokalmat.no

Nord-Norge er fortsatt en liten reiselivsdestinasjon, og vårt nordnorske kjøkken er ikke godt kjent utenfor Norge. Reiselivsnæringen arbeider med å bygge opp matservering som holder høy kvalitet og gir gode matopplevelser. Mange turister setter stor pris på å få fortalt

tradisjon og historien knyttet til maten de skal spise, for eksempel lutefisken, rømmegrøten eller lammesteiken. Nord-Norge har lammekjøtt i verdensklasse, eksotisk reinkjøtt, flere typer vilt og fersk fisk rett utenfor stuedøren. Vi har de aller beste muligheter til å kunne tilby ekte og svært god kvalitetsmat.

I prosjektet har vi fanget opp at det er lite tilbud av matminner og matsuvenirer. Turister ønsker gjerne å ta med hjem; krydder, oster, syltetøy og kjøttprodukter som egner seg for det. Det er lite av slike tilbud på hotellene i byene og ellers, med unntak av det som finnes på flyplasser. Vi tror at det er et potensiale for matminner og matsuvenirer.

Vi er blitt mer bevisste på matopplevelser og ser at her er flere segmenter, fra de som ønsker gourmetmat på den dyreste restauranten, de som ønsker å oppleve vår lokale husmannskost til de som ønsker å være med å lage maten i naturen ved bålet.

Det er fortsatt reiselivsbedrifter som serverer industrihamburgere og Grandiosa pizza, noe vi tror har sin årsak i at de trenger litt hjelp til å legge om, uten at det skal bli for krevende.

I Troms har vi svært gode produsenter som tilbyr tradisjonsmat av kvalitet og med nord-norske råvarer, vi nevner blant annet:

- Mydland kjøtt og delikatesser
- Ingebrigtsen kjøtt
- Aron mat
- Eide handel
- Bomstad gård
- Vildenvang gård
- Bull gård
- Dragøy
- Reinøy sjømat
- Brødrene Karlsen
- Halvors fisk

I tillegg ønsker vi å vise til noen av de beste veikroene vi kjenner til:

- Bios kafe
- Senjastua
- Vollan gjestestue
- Tjeldsund veikro
- Lapphaugen veikro

Vi ser for øvrig at Tromsø har hevet seg betraktelig på servering av lokal tradisjonsmat, og nevner nyetableringer som Kystens Hus og Mathallen.

Prosjekt Grønt reiseliv ønsker å trekke frem:

- Reiselivsnæringen må strekke seg lenger for å nå ut til de som ikke holder høy nok på kvalitet på overnatting, opplevelser og matservering.
- Vi trenger flere produsenter av matminner og matsuvenirer, og disse må tilbys på hotellene.

- Ta gjerne turistene med i matlaging der det kan la seg gjøre, dette gir sterkere matopplevelse
- Vis stolthet og fortell om våre mattradisjoner
- By gjerne på det lille ekstra, noe som er uventet, for eksempel en smakebit av lokalproduserte produkter – en lefsebit til kaffen, litt fenalår med rømme osv.
- Vi trenger flere lokalprodusenter av ost, grønnsaker, urter og bær.

4.11.3 Kulturminner og kulturlandskap

Velholdte kulturlandskap gjør bygda vakker og utmarka tilgjengelig. Gårdenes og bygdas historie er knyttet til kulturlandskap og kulturminner, og gir grunnlaget for lokal historiefortelling.

Gamle bygg og fjøs som ikke er i bruk kan ha et potensiale for å skape spesielle og unike miljø. Turister velger gjerne å besøke fjøskafeer og gårdsbutikker der de finnes, men der er ikke mange.

Opplevelsen rundt kjøpene er ofte like viktig som selve varen.



Elgsnes gård ved Harstad, med flott restaurert hus fra 1700-tallet for overnatting og havfisketilbud.

Vi ser at kulturminner knyttet til vikingtiden og krigen blir stadig mer etterspurt. Fylket har mange kulturminner og spor fra vikingtiden. Det er først og fremst museene i fylket som har utstillinger og informasjon om tidsepokene, mens kulturminner som graver og tufter ofte ikke er merket og skiltet.

Gårdenes og lokalbefolkningas historie er interessant for turister i passe doser. Opplevelser knyttet til historiske steder, minnesmerker og lokalsamfunnets historie er også interessant.

Fylkets museer er viktige i reiselivssammenheng og bør ha gode nettstedet på minimum norsk, engelsk og tysk. Turister orienterer seg gjerne både før de kommer, og etter de er kommet hjem på museenes hjemmesider. I Troms har vi disse hovedmuseene.

- Tromsø museum
- Trondenes historiske senter
- Nord-Troms museum

- Midt-Troms museum
- Sør-Troms museum
- Båtmuseet i Gratangen

I tillegg har vi bygdemuseer og gårdsmuseer.

Turistene vil gjerne høre mer om vår samiske kultur, historie og reindriften. Museene har en del informasjon. Aller best er det om samer selv formidler sin kultur og historie, gjerne i tilknytning til en siida.

Prosjekt Grønt reiseliv ønsker å trekke frem:

- Ta vare på potensialet i gamle hus og bygninger, sett i stand og bruk dem i reiselivet. De gir særpreg og spennende miljø for eksempel til gårdskafeer, gårdsbutikker, restauranter, gallerier med mer.
- Styrk brukervennligheten og språkalternativene på museenes hjemmesider. Våre museer i regionene tilbyr også en rekke aktiviteter særlig om sommeren, som er attraktive for turistene. Informasjon om disse aktivitetene når ikke frem til turistene.
- Satse på mer tilpassede åpningstider, gjerne på kvelder og i helger.
- Det trengs mer skilting og tilrettelegging av kulturminner
- Synliggjøre flere minner og historie fra vikingetiden og fra 2. verdenskrig
- Synliggjøre gamle håndverkstradisjoner på en bedre måte, gjerne også i byene.

4.11.4 Samarbeid mellom bedrifter

Den store betydningen av samarbeid og nettverk innen reiselivet kan ikke fremheves nok. Småskala etablerere og tilbydere blir sterkere av å stå sammen om markedsføring og utfyller gjerne hverandre med variasjon av produkter. Den klassiske samarbeids-/nettverksmodellen er ofte knyttet til pakketering av produkter, som betyr at flere leverandører på en strekning går sammen og tilbyr sine produkter og tjenester til grupper.

I prosjektet har vi trukket frem at kommuner og bygder stimulerer til at stedene får et variert tilbud innen overnatting, opplevelser og lokalmat, og at bedriftene anbefaler og «fram-snakker» hverandre.

Vi har også sett at lokalbefolkningens medvirkning og involvering kan bidra positivt, bygda får et eierskap og kan tilby hjelp og støtte ved behov.

En del bedriftsnettverk er etablert og under etablering etter inspirasjon fra Den Gylne Omvei på Inderøy i Sør-Trøndelag. Kvæfjord på menyen og Rundt neste sving er etablert. På Kvaløya og i Balsfjord er nettverk under etablering.

Prosjektet har også arbeidet for å få etablert et hestenettverk i fylket for å synliggjøre og tilby variert turistridning. Hestenettverket er så langt ikke formelt etablert, men kan være avgjørende for næringsutvikling knyttet til reiselivsnæringen.

4.11.5 Samarbeid mellom kommuner

Det distrikts-baserte samspillet mellom landbruks- og reiselivsnæringen er hovedpilaren i utvikling av grønt reiseliv. Vi har i økende grad sett ønske og vilje til samarbeid mellom distriktskommuner for en sterkere utvikling av reiselivet. Dette gjelder både for tilrettelegging av infrastruktur, informasjon og markedsføring. Her kan vi nevne samarbeidet mellom Lyngen, Kåfjord og Storfjord og mellom Salangen og Lavangen.

4.11.6 Samarbeid mellom by og land

Prosjektet har i mange sammenhenger trukket frem betydningen av samarbeid mellom by og land. Vi har ønsket at hotellene i byene samarbeidet med distriktsbedriftene blant annet ved å synliggjøre opplevelser utenfor byene for å gi turistene enda flere opplevelser og ferieminner. Vi er kjent med at enkelte opplevelsesbedrifter er knyttet til hoteller, dette gjelder blant annet nordlyssafari, hvalsafari, hundekjøring, reinkjøring, havfiske og golf. Her er et stort potensiale for salg og samarbeid, og eksotiske opplevelser sommer og vinter kan gjerne oppleves på isfiske i Balsfjord, på hesteryggen i Nordreisa, på vandring i indre Troms, på elvefiske i Målselv eller på vikingesafari i Vågsfjorden.

4.11.7 Samarbeid på Nordkalotten

Det er nå igangsatt et samarbeid på Nordkalotten under ledelse av Nord-norsk reiseliv. Et grenseløst og mer variert tilbud kan komme ut av samarbeid over landegrensene. Dette samarbeidet kan også knyttes til samisk reiseliv som er en del av samme område. Folkeslagene på Nordkalotten har gjerne ulike kulturer og egne historier, næringsveier, tradisjoner og kunsthåndverk. I sum har Nordkalotten enda flere gode ressurser å ta i bruk for å utvikle spennende og lønnsomt næringsliv.

4.11.8 Andre regioner og andre land – hadde de noe å lære oss?

Gjennom prosjektperioden har det vært kontakt med og studieturer til andre land og regioner for å lære av erfaringer og undersøke hva suksessfaktorene har vært. Her trekkes frem noen som vi fått kunnskaper om:

- *Grindelwald, Sveits*

Grindelwald er en bygd med om lag 5000 fastboende, og med landbruk og reiseliv som hovednæringer. Hovedaktiviteter er fjellvandring på sommer, ski på vinteren. De fleste gårdene tilbyr overnatting, i tillegg finnes det mange hoteller. Grindelwald kan minne om Lyngen med sine alper og produksjon av lokalmat (ost og kjøtt). Sveits er et høykostland som Norge, men kvalitet og standard er jevnt over god i Grindelwald. Kommunen har et tett samarbeid mellom landbruk og reiseliv, og oppga å bruke 70 mill per år på markedsføring mot utvalgte land i Asia. Til gjengjeld får den lille bygda 1,5 mill turister årlig. Fjellet Eiger og mulighet for å ta tog helt til toppen på 3600 meter er en av attraksjonene.

Tett samarbeid mellom landbruk og reiseliv og satsning på målrettet markedsføring, ser ut til å være en nøkkel til suksess for begge næringer.

- *Det rurale Island*

Distriktene på Island har mye å lære distriktene i Troms. Island har en blomstrende reiselivsnæring i distriktene, med variert tilbud og god standard. Suksessfaktorene kan knyttes til at alle som driver gårdsturisme er organisert under én paraply, Icelandic farm holiday. Organisasjonen er eid av gårdene, og de driver markedsføring, pakketering, kompetanseheving og kvalitetssikring. Vi møtte svært gode verter, god lokal mat, som oftest fiskeretter, tilgjengelige opplevelser og muligheter til å kjøpe håndverksprodukter over alt. Island har 240 000 islandshester og er stor på turismeridning, en næring som er lønnsom og godt drevet.

En felles organisasjon for markedsføring, kompetanseheving og kvalitetssikring ser ut til å være en viktig nøkkel til suksess for det distrikts-baserte reiselivet på Island.

- *Den Gylne Omvei, Inderøy, Sør-Trøndelag*

Den Gylne Omvei er et nettverk av 14 gårder og andre småskala reiselivsbedrifter som ligger et stykke fra E6, en times kjøring fra Trondheim. Reiselivslaget i Innherred pakketerer gruppene som ønsker å besøke DGO, og her får du overnatte på gamle gårder, nyte lokalmat, handle gårdsprodukter og kunst og få historiene om gårdene, folket og livet der. De bruker hverandres produkter og anbefaler andre i nettverket når de selv er fullbooket.

DGO fremstår i dag som et eksempel for andre bygder som ønsker å samle og markedsføre flere småskala tilbydere og gårder.

- *Nordland*

Nordland har lang erfaring fra det rurale reiselivet. Lofoten har i mange år vært en motor i reiselivet knyttet til historie, kultur, fiske og vandring. Nordland er kommet lenger enn Troms fylke når det gjelder gårds- og småskala turisme, fylket er større, har flere innbyggere og har flere gårder. Det er nå kommet til flere lokalproduserte oster av svært god kvalitet og flere satser nå på gårdsturisme.

Fylkesmannen i Nordland har nylig avsluttet sitt andre Grønt reiseliv prosjekt, og har også tidligere hatt prosjektet «lys i fjøsan» som har bidratt til å ta vare på fjøsbygninger som ikke lenger er i drift, og finne nye muligheter for disse.

Et av suksesskriteriene er målrettet satsning på kvalitet og kompetanseoppbygging over tid, sammen med gode fagressurser.

- *Røros*

Den lille byen i Sør-Trøndelag var tidligere en gruveby og som nå satser på reiseliv. Røros står på verdensarvlisten og du får følelsen av å tre inn i det 17 århundre når du ankommer. Byen

har mange turister som får tilbud om naturopplevelser, guidede historiske vandringer, lokalmat og fred og ro.

Røros har satset på reiseliv over lang tid, noe som har ført til både ambassadørprogram for lokalbefolkningen, kompetanseheving, bærekraftsatsning, produksjon av lokalmat, økologisk mat og lokalt ølbryggeri.

4.11.9 Trender



Naturbasert turisme øker

Det er anslagsvis 3000 reiselivsbedrifter i Norge, 1000 av dem er i Nord-Norge.



Gårdsopplevelser og gårdsbutikker er etterspurt. Det er plass til langt flere



Turister søker ekte og annerledes natur- og kulturopplevelser



Det samiske: eksotisk attraksjon kulturarv matgleder historie folket



Lokal historie, tradisjoner lokal mat og opplevelser er i skuddet



Nord-Norge er eksotisk – lyset, fred og ro, rent vann, storslagen natur

På samme måte som vi opplever en stillehavsoy som eksotisk, opplever turister at Nord-Norge er eksotisk med sin storslåtte natur, reindriften og det samiske, nordlyset, hvalsafari, fjellturene, lyset og det ekte og naturlige i dagliglivet her i arktisk. Vi har enda ikke masseturisme noen steder, og køer og trengsel for turistene er ikke noe stort problem. Mange søker fred og ro, stillhet, ren luft og rent vann. I nord har vi alt dette, og mere til....

Ikke bare se, men gjøre – turisten som deltaker og ikke bare som tilskuer

Trenden går mot at flere turister ønsker å være med på aktiviteter av ulike slag, noe som er knyttet til dypere sanseopplevelser og sterkere ferieminner. Vi har tilbydere som har invitert turister med på morgenstellet i fjøset, sauesanking, strandrydding, fiske på fjorden med påfølgende sløying og matlaging, bare for å nevne noe. Vertskap som vektlegger at turistene skal delta i tilpassede aktiviteter, får de mest fornøyde gjestene.

Fiske

Havfiske og elvefiske er fortsatt svært etterspurt i nord, men ressursene i havet vil sette begrensninger på etableringer etter hvert.

Naturopplevelser

Hvalsafari og fugletitting, sammen med nordlys-safari er opplevelser som vokser. Det arbeides med å pakke ulike opplevelsesturer, for eksempel sykkel, vandring, kajakk, toppturer og fjellklatring. I slike pakker organiseres, overnatting, mat, transport og evt guide.

5. Informasjon og publisitet

Prosjektleder har fungert som knutepunkt og førstelinje for gårdbrukere som vil se nærmere på en etablering. For å formidle og velge ut fagstoff har prosjektleder skaffet seg innsikt i reiselivsnæringen, dens utfordringer, trender, organisering, etterspørsel, behov, markedsføringskanaler og muligheter.

Prosjektleder har skaffet denne innsikten gjennom å etablere nettverk, delta på seminarer og konferanser, lese rapporter og forskningsoppgaver, lese daglige reiselivsnyheter og hente erfaringer fra andre fylker, regioner og land.

Et utvalg av nyheter, gründertips, trender og kompetansetilbud er videreformidlet til de 480 som står på kontaktlisten gjennom prosjektets hjemmeside og nyhetsbrev.

Gjennom informasjonsmøter, nyhetsbrev, prosjektets hjemmeside og spørreundersøkelse fikk vi formidlet informasjon om prosjektet, virkemidler, tilrettelegging, kurs- og studieturtilbud med mer.

Kalender for 2016/2017 som presenterer 13 gårder som har satset på grønt reiseliv og/eller lokal mat ble utarbeidet og distribuert til alle gårdbrukere i Troms for å vise fram muligheter innen gårdsturisme.

Heftet/brosjyren Arktiske reiselivsperler i Troms ble laget for å vise frem et utvalg av interessante steder og bedrifter i fylket, og for å stimulere andre etablerere til å se muligheter og bidra til reiselyst og utforskertrang i distriktene hos turistene.

Prosjektet kan vise til presseoppslag i Nye Troms, Troms folkeblad og Nordlys.

6. Økonomi

Prosjektet har brukt 3 årsverk totalt over prosjektperioden fra 2012-2015, og har hatt en samlet kostnadsramme på NOK 4,67 Mill.

Prosjektet er finansiert i et samarbeid mellom Fylkesmannen i Troms, Troms fylkeskommune og Innovasjon Norge i Troms, samt deltakeravgifter på konferanse og seminarer.

Prosjektet ble gjennomført uten kostnadsoverskridelser.