



Saksframlegg

Utvalg	Utvalgssak	Møtedato
Formannskapet		

Evaluering av destinasjonssamarbeidet reiseliv på Innherred

Kommunedirektørens forslag til vedtak

- Evalueringsrapporten tas til orientering.
- Formannskapet ønsker å videreføre det interkommunale reiselivssamarbeidet på Innherred på samme nivå som i siste periode.
- Kommunedirektøren bes utlyse anbud for ny periode

Vedlegg

1 Sluttrapport - evaluering destinasjonssamarbeid Innherred

Andre saksdokument – ikke vedlagt:

- [Fylkestingets sak om scenario innen opplevelsesnæringene.](#)

Bakgrunn

Kommunene på Innherred (Levanger, Verdal, Inderøy, Steinkjer og Snåsa) betaler for felles markedsføring av regionen i det nasjonale og internasjonale markedet. Dagens avtale ble inngått i 2017, med to års varighet med mulighet for fire års forlenging (1+1+1+1).

Oppdraget er sagt opp med virkning fra 1. mars 2022. Kommunene må avklare om man ønsker felles reiselivsmarkedsføring og i hvilket omfang. Ønsker man fortsatt samarbeid får det budsjettmessige konsekvenser i 2022.

Siden det er en rekke kommuner som har vært med, og flere som man ønsker med i en framtidig fellesavtale, legges det opp til en to trinns behandling. I første trinn evaluering og signaler på om man ønsker å utvide eller redusere oppdraget. I andre trinn – på nyåret – en konkretisering av et nytt anbud med eventuelt flere partnere.

Reiseliv er en nettverksnæring. Det betyr at bedriftene er gjensidig avhengig av hverandre for å skape en helhet som klarer å tiltrekke seg mange nok gjester. Dette oppstår på alle nivåer. Vil du ha lokale gjester i byen din, må du ha overnatting, spisesteder og opplevelser. Skal du trekke nasjonale eller utenlandske gjester til regionen din må du også samarbeide fordi en severdighet sjelden er så god at gjestene kommer for den alene.

Få bedrifter i bransjen har så solid økonomi at de klarer å ta på seg felleskapsansvaret i markedsføring for en hel region. Derfor er reiselivsbransjen sterkt støttet opp av nasjonale, regionale og lokale offentlige enheter.

I Norge er reiselivsbransjen organisert i tre nivåer: Visit Norway som har et internasjonalt ansvar for markedsføring av Norge, regionale selskaper som Trøndelag reiseliv som skal markedsføre landsdelen innenlands og utenlands, og lokale destinasjonsselskaper som Visit Innherred, Visit Namdal og Visit Trondheim skal koordinere markedsarbeidet i lokale regioner.

Helt siden 2007 har Innherred hatt et felles markedssamarbeid innen reiseliv. Det startet med Levanger, Verdal, Inderøy og Steinkjer. Snåsa knytte seg til avtalen i 2014. Den avtalen som løper nå er fra 2017. Den var på 2+1+1+1+1. Vi er nå inne i det tredje opsjonsåret. Kommunene har sagt opp avtalen med virkning fra 1. mars 2022 for å lage en ny utlysning.

Økonomi:

Kommunene betaler et fast beløp per kommune på 150.000 kroner, og en variabel del avhengig av innbyggertall. I anbudsperioden kan prisen reguleres etter konsumprisindeksen.

Kommune	Årlig beløp etter prisjustering sept. 2020
Snåsa	180 737
Steinkjer	501 915
Inderøy	247 721
Verdal	364 027
Levanger	436 446
Totalt	1 730 846

I prosessen gikk man seg på at anbudsgrunnlaget stort sett har vært identisk de siste 15 år. Det har skjedd store endringer i reiselivsbransjen på den tiden. Trender er endret, markedsføring er endret, og måten turister orienterer seg og booker opphold på er også endret. En større andel reiser individuelt (ikke pakketurer), og mer av markedsføring, booking og kundekontakt har blitt digital.

Derfor ble det denne gang gjort en grundig evaluering. Proneo ble engasjert for å spørre alle aktørene i bransjen på Innherred om dagens avtale og hvordan de kan tenke seg et framtidig samarbeid. En spørreundersøkelse ble sendt ut til 269 aktører med en svarprosent på 20. I tillegg til en kvantitativ undersøkelse ble også ti bedrifter - to fra hver kommune - dybdeintervjuet.

Rapporten viser følgende:

- Hovedinntrykket er at destinasjonsselskapet presterer bra. De er kompetente og kan reiselivsnæringen og jobber godt i nettverket. Her er de minste aktørene minst fornøyd.
- De fleste mener dagens ordning fungerer bra. Det er en tendens at de største reiselivsaktørene mener destinasjonssamarbeidet er viktigere enn de små.
- Kunnskapen om innholdet i avtalen mellom kommuner og destinasjonsselskap er lav hos aktørene.
- Kommunene må ta et utvikler- og tilretteleggingsansvar for reiselivsnæringa i regionen sammen med næringsforeningene og valgt destinasjonsselskap.
- Dagens bestilling til destinasjonsselskapet er for uklar og det kan virke som den ikke er tuftet på felles strategi.
- Kommunenes eierskap til samarbeidet og avtalen med destinasjonsselskapet er svært ulik. Inderøy har flest fornøyde reiselivsbedrifter, Levanger er minst fornøyd.

- Mange har vansker for å forstå at det er de som har egen avtale med destinasjonsselskapet som får best synlighet.
- De aller fleste sier de vil ha mer samarbeid og nettverksarbeid. Men det prioriteres ikke av aktørene når de får sjansen.
- Etterlyser kommunevis nettverksarbeid, ikke bare på tvers av kommunene.
- Næringsforeningene bør trekkes sterkere inn.
- Tendensen er at et flertall mener det ikke er behov for et fysisk turistkontor. Turistene orienterer seg digitalt.

Proneo anbefaler:

- Destinasjonssamarbeidet må fortsette. Bestiller-rollen på utvikles. Bestillingen må tuftes på felles strategi.
- Viktig med forventningsavklaring og dialog mellom kommune- aktør – destinasjonsselskap.
- Tydelig kontaktperson i hver kommune.
- Enklere bestilling – felles destinasjonsutvikling, felles markedsføring med fokus på digital, inkludert representasjon på messer og lignende. Nettverksbygging og kompetanseutvikling.
- Krav om rapportering på måloppnåelse. Målene må være tydelige.
- Næringsforeningene bør ha koordinerende rolle lokalt. Kanskje bør de ha en rolle i utvikler- og bestiller-rollen. Lokalt nettverksarbeid i hver kommune er viktig.
- Organisasjonene for lokalmat- og reiselivsbransjen må ta eierskap og involveres i arbeidet.
- Aktørene ber kommunene å øke oppdragets størrelse for å sikre økonomisk fundament hos selskapet, slik at de kan gjøre en god jobb for alle aktører i regionen.
- Krav om dedikerte kommunekontakter hos valgt leverandør.

Utvikling framover:

UNWTO har beregnet at [internasjonal reiselivsbransje er ned 70 prosent i år](#). De tror den tidligst begynner å komme i aktivitet igjen først i tredje kvartal 2021. Reiserestriksjoner vil være den største barrieren for å få stablet bransjen på beina igjen. En del mener det først kan begynne i 2022.

Trøndelag fylkeskommune og Innovasjon Norge har siden 2018 jobbet med et scenarioprojekt for opplevelsesnæringene i Trøndelag. Tema er hvordan opplevelsesnæringene skal utvikle seg fram mot 2030. En rapport fra arbeidet ble behandlet i hovedutvalg for næring og næring 25. november. Saken sluttbehandles i fylkestinget 16. desember. Der slutter man seg til de tre konseptene «trøndersk gjestebud», «trønderske underverker» og «trøndersk naturglede».

Sommeren 2020 var god for reiselivet i Trøndelag. Siden 80 prosent av turistrfikken her er nordmenn, hadde Trøndelag den største veksten sist sommer av alle fylker, med 40 prosent. Mangfoldet ga en styrket posisjon. Likevel har næringen fått et betydelig tilbakeslag fordi yrkestrafikk, kurs og konferanse er sterkt redusert som følge av pandemien.

Lokalt er erfaringen er at Innherred mangler de store attraksjonene som gjør at turistene blir mer enn ett døgn. En av de store suksessene var Den gyldne omvei på Inderøy, der nettverket mellom en rekke bedrifter er det som gir så stor attraktivitet at de blir et stort reisemål. På Stiklestad legges det store planer for perioden fram mot 2030.

Vurdering

Reiselivsnæringen er en bransje i vekst som sysselsetter mange. Den kan gi verdiskaping både i byen og i distriktet. Målgruppene er mange. Trøndelag har et meget differensiert tilbud, men ikke de spektakulære opplevelsene. Det gjør at få bruker Trøndelag for en lengre ferie, men bruker kort tid i regionen. For å få turisten til å bruke mer tid er det viktig å bygge nettverk mellom aktørene slik at man kan framstå som et mer helhetlig tilbud. Ingen enkeltaktører i regionen er sterk nok til å klare

det. Derfor må det offentlige bruke penger for å understøtte denne næringen. Tilbakemeldingen fra aktørene er at de ønsker mer fellesskap, de ønsker større styring av prosjektet og mener det er viktig at kommunene finansierer det.

Internasjonal turisme før korona skulle vokse med 50 prosent i løpet av få år. Korona vil ha langtidsvirkninger. Kurs- og konferansemarkedet har fått seg en langvarig knekk. Vi har blitt så digitaliserte at vi oftere vil møtes på nett enn før korona. Flybransjen blir også satt mange år tilbake. Et viktig marked for Trøndelag blir da Norge og Europa. For å unngå å miste flere arbeidsplasser i reiselivsnæringen er det viktig at kommunene forplikter seg til en lengre satsing gjennom et felles markedssamarbeid.

Trøndelag fylkeskommunes satsing på de tre pilarene «trøndersk gjestebud», «trønderske underverker» og «trøndersk naturglede» passer vår region godt. «Trøndersk gjestebud» handler om å skape de gode lokale matopplevelsene. Et eksempel på dette er Den gyldne omvei. «Trønderske underverker» bygger på de kjente attraksjonene i Trøndelag. Nidarosdomen med pilegrimsleden, Røros bergstad og Stiklestad er sentrale i dette. Men det er åpent for å skape flere lokale underverk. «Trøndersk naturglede» åpner for mangfoldig opplevelsesturisme. Det kan være alt fra fiske, skivandring, fotvandring i nasjonalparker, kajakkpadling, sykkelturner, moskussafari. Fleksible opplevelser tilpasset den enkeltes ferdighetsnivå.

Erfaringen med dagens avtale er at den er underfinansiert. Det betyr at Visit Innherred har hatt få frie midler til videreutvikling og har brukt mye tid på å skrive søknader og gjennomføre prosjekter for å ha ressurser til å utvikle bransjen på Innherred.

Matopplevelser og natur framstår som et satsingsområde for reiselivet i Trøndelag. Innherred er det trønderske matfatet. Her er det et stort potensial både i å utvikle flere lokale matprodusenter, men ikke minst utvikle historier rundt dem som trekker et betalingsvillig marked. Trøndelag som europeisk matregion i 2022 er det første målet. Her er kommunene i samarbeidet allerede i gang med å se på hvordan Innherred kan ta en posisjon i 2022. Samtidig vokser aktiviteten rundt Trøndersk matfestival i Trondheim.

Lengre fram er det et stort jubileum på Stiklestad i 2030. SNK har konkrete planer for hvordan man kan involvere hele landet fram mot jubileet. En slik sterk merkevare vil hele Innherred dra nytte av hvis man jobber systematisk og koordinert.

Kommunedirektøren ser at dette samarbeidet er verdifullt for de små reiselivsaktørene i kommunen og det er viktig å samarbeide på tvers av kommunegrensene. Selv om det hadde vært behov for å styrke satsingen, tilrås ikke en utvidelse nå sett i lys av kommunens økonomiske situasjon. Kommunedirektøren foreslår derfor at det interkommunale reiselivssamarbeidet på Innherred videreføres på samme nivå som i siste periode og at Levanger kommune deltar i neste anbudsrunde.

Kommunedirektøren mener det vil være naturlig å vurdere om det skal settes av utviklingsmidler til medfinansiering av felles utviklingsarbeid innenfor lokal mat, reiseliv og destinasjonsutvikling i den årlige saken om bruk av NTE-overskuddet.

Konklusjon

Se kommunedirektørens forslag til vedtak.