

Notat til regionrådet vedr. satsing på reiseliv

Trøndelag Reiseliv v/ Annika Honggard og Orkdalsregionen v/ Kari Frøseth

Bakgrunn

I regionrådsmøtet 4. desember ble det vedtatt at det skulle lages et notat om reiselivssatsingen i regionen. Daglig leder har hatt møte med Trøndelag reiseliv for å følge opp vedtaket. Reiselivssatsning er også drøftet med næringsforeningen. Det er naturlig at en reiselivssatsing for Orkdalsregionen blir en del av arbeidet med SNP. Det foreslås derfor at Trøndelag Reiseliv fasiliteter en workshop med dette som tema som en del av arbeidet med revisjon av SNP. Det foreslås videre at denne workshopen gjennomføres i månedsskifte mars /april som et fysisk arrangement. Det skal i forkant av dette arrangementet sendes ut en «Quest back» til reiselivsaktører i regionen. Trøndelag Vil som del av tilbudet bidra i gjennomføringen av dette.

Det er flere stikkord som er aktuelle for en workshop bla. Identitetsbygging gjennom lakseregionen, konsekvenser for reiselivet i regionen som følge av pandemien, globalt marked for reiseliv i regionen mm. Det er en fordel om samarbeidsavtaler og nytt navn på regionen foreligger når workshop gjennomføres.

Trøndelag reiseliv vil i samarbeid med daglig leder lage et grunnlagsnotat for workshop som legges fram for regionrådet 12. februar. Notat vil være et grunnlag for å gjennomføre workshop.

Scenario 2030

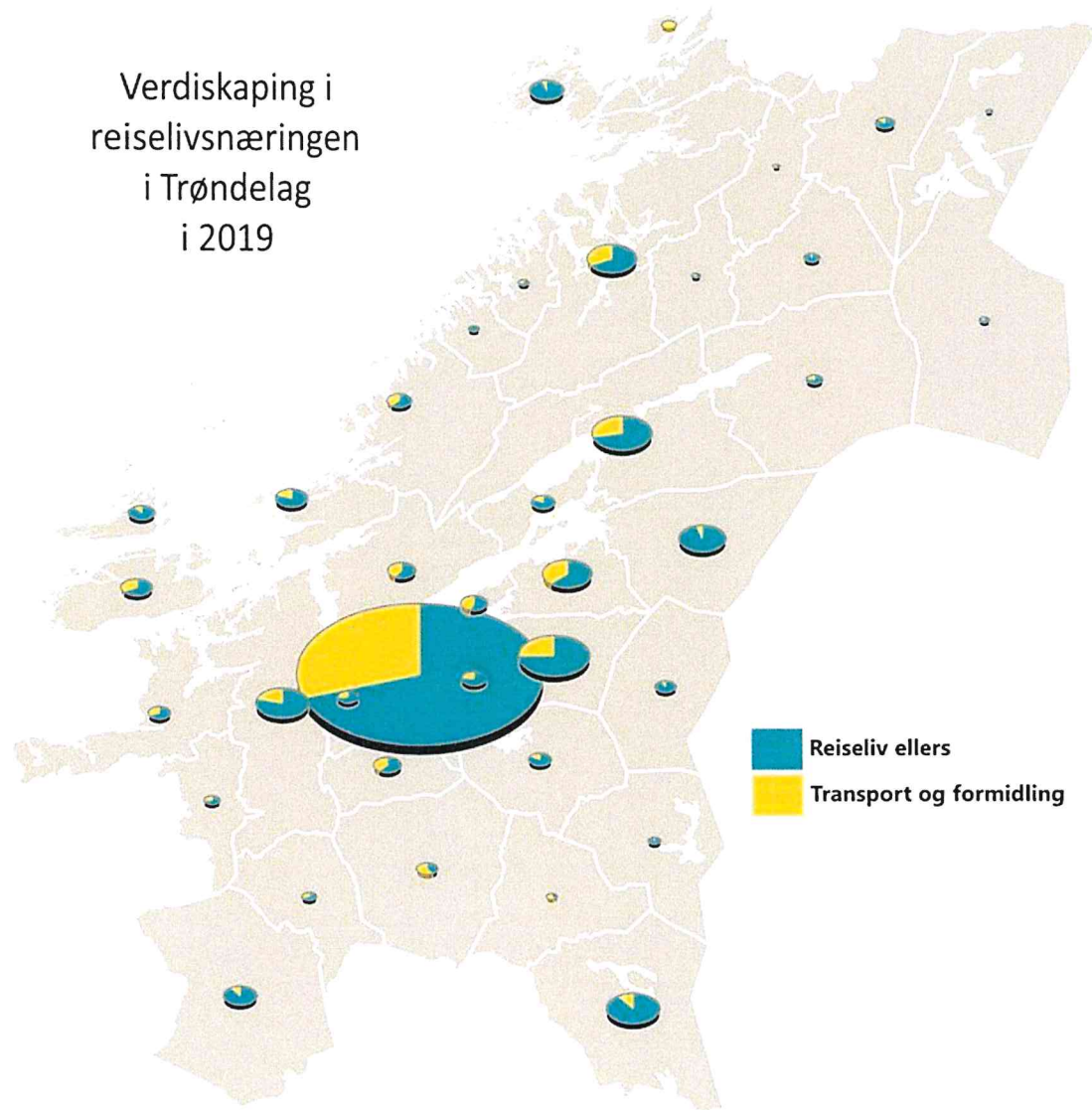
I 2020 samlet opplevelsesnæringen seg rundt et felles scenario for utviklingen av næringen frem til 2030.

Trøndelag som en lite tydelig destinasjon, men også som en region preget av bredde og stort mangfold av drivere for opplevelsesbasert verdiskaping, har gjennom scenarioprojektet definert et felles mål. Scenarioet – der hele Trøndelag skal tas i bruk gjennom den trønderske drivkraften - blir retningsgivende for Trøndelags framtidige posisjon som opplevelses-region frem mot 2030.

De tre konseptene/overbygningene; **trønderske gjestebud, trønderske underverker og trøndersk naturglede** danner et rammeverk for en ny kommunikasjonsplattform for Trøndelag. Disse tre pilarene åpner både for å samle aktører i relevante fellesskap (eksempelvis nettverk, klynger og utviklingsprosjekter) og for å kunne spisse kommunikasjon og leveranser mot bestemte målgrupper og nisjer som Trøndelag har potensial for å tiltrekke seg. De tre konseptene definerer et potensial som ligger i Trøndersk opplevelsesnæring – et mangfold i ressursgrunnlaget knyttet til natur, mat, kultur/kulturarv hvor både by og land må samspille for å utnytte synergiene i et helhetlig og attraktivt opplevelsestilbud.

Trøndelag må ha en aktiv strategi for å skape den ønskede utviklingen mot 2030, en strategi som skaper energi og mulighetsrom. Den må profitere på bredden og mangfoldet, og tenke bærekraft og grønt skifte. Vi må utvikle helhetlige konsepter for gjestene og samarbeide enda bedre.

Orkdalsregionen



Verdiskaping Reiselivet i Trøndelag i 2019

(Kilde: Trøndelag Fylkeskommune, Trøndelag i tall, publisert 8. januar 2021)

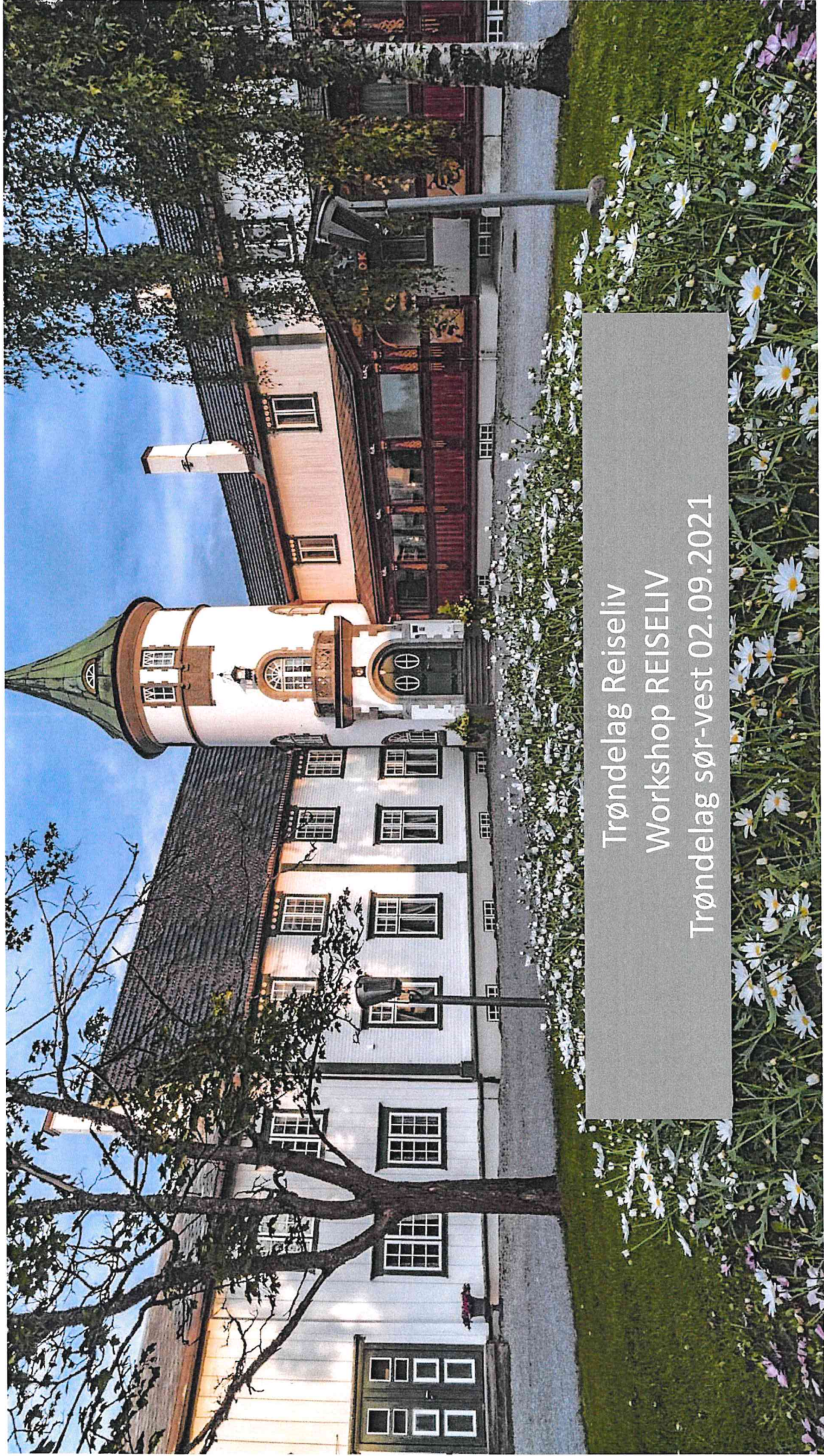
Fordelingen av verdiskapingen fra reiselivsnæringene i Trøndelag henger tett sammen befolkningsstrukturen og det er de store byene som tar mye verdiskapingen. Ca. 63,9 % eller 4,8 milliarder kr av verdiskapingen i reiselivsnæringene i Trøndelag kommer fra Trondheim.

Orkdalsregionen er en del av Trøndelag og må finne sin historie. Regionrådet har vedtatt at Lakseregion skal være en fellesnevner i historiefortellingen / identitetsbyggingen. Regionen er mangfoldig fra Rindal til Frøya. Regionrådet har gjentatte ganger gitt innspill på at reiseliv er et viktig tema. Dette er også et fremhevet tema i forbindelse med revisjon av strategisk næringsplan. Videre

arbeid med reiseliv i orkdalsregionen må ta utgangspunkt i scenario2030 for å finne riktige strategier, mål og tiltak for videre satsing. Det er en rekke aktører som i dag jobber innen reiseliv og opplevelsesnæringen i Orkdalsregionen. Dette må kartlegges gjennom interessentanalyser. Trøndelag reiseliv ønske rå bistå regionrådet i dette arbeidet. I første omgang gjøres dette gjennom en workshop i april 2021. I forkant av workshop lages det en spørreundersøkelse for å kartlegge motivasjon hos reiselivsaktører i regionen. Kartleggingen vil finne sted i mars 2021. I gjennomføring av kartlegging og workshop forutsettes det et nært samarbeid med kommunene og næringsalliansen i Orkdalsregionen. Det er allerede en rekke initiativ innen reiseliv og opplevelser i Orkdalsregionen. Det er viktig å kartlegge dette for en felles forståelse av roller i videre arbeid. Arbeidet med reiseliv må sees i sammenheng med arbeider med Strategisk Næringsplan og tidsplan er koordinert med revisjon av denne.

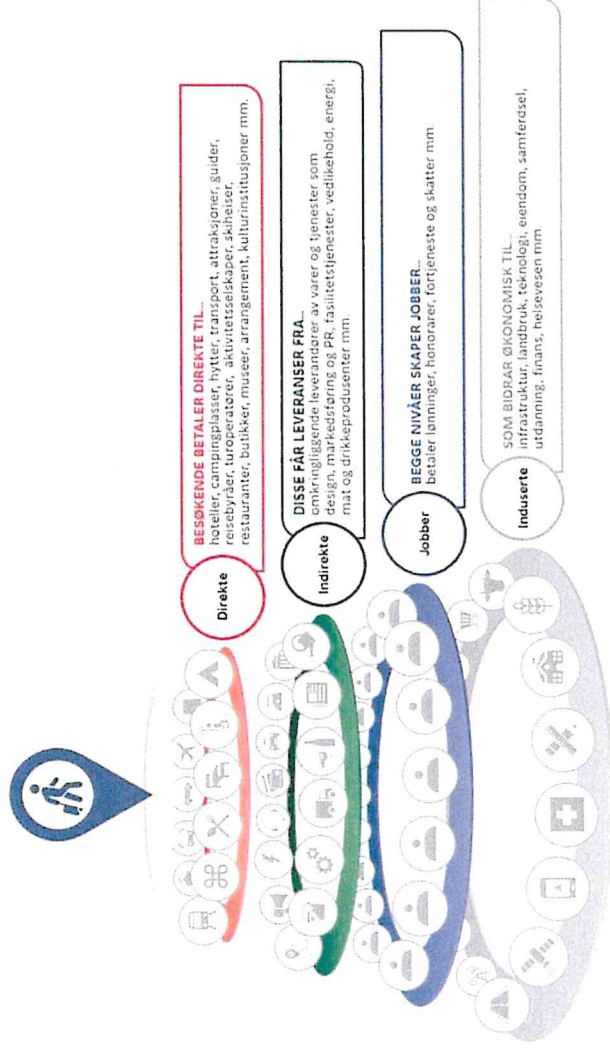
Milepæler og ansvarsfordeling våren 2021:

Tiltak	Når	Hvem
Spørreundersøkelse	Februar /mars 2021	Trøndelag Reiseliv / Næringsalliansen
Dybdeintervju	Februar 2021	Trøndelag Reiseliv / Næringsalliansen
Analyse og forberedelse workshop	Mars 2021	Trøndelag Reiseliv
Gjennomføre workshop	Etter 20 april	Trøndelag Reiseliv / Orkdalsregionen
Bearbeide resultater	Mai 2021-	Trøndelag Reiseliv / Næringsalliansen (SNP)
Presentasjon av resultater og veien videre	Regionrådsmøte juni 2021	Trøndelag reiseliv / SNP



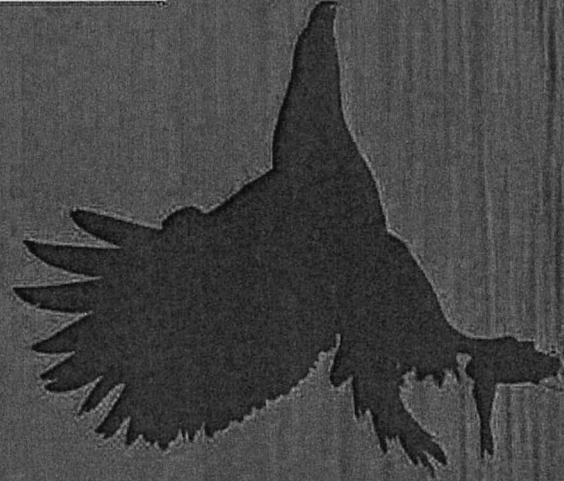
Trøndelag Reiseliv
Workshop REISELIV
Trøndelag sør-vest 02.09.2021

Innledning – reiselivet som økosystem



- Eksportverdi
- Store ringvirkninger og økt verdiskapning, også i andre næringer
- Regional utvikling
- Bærekraft
- Sysselsetting og levende samfunn
- Integrasjon

Vårt mandat



- Videreutvikle Trøndelag som reisemål
- Markedsføring og markedsarbeid
- Bransjeutvikling
- Bidra til samfunnsutvikling



Globale trender

Kvalitetstid

Økende etterspørsel etter autentiske opplevelser og spesialiteter for å komme nær den lokale kulturen

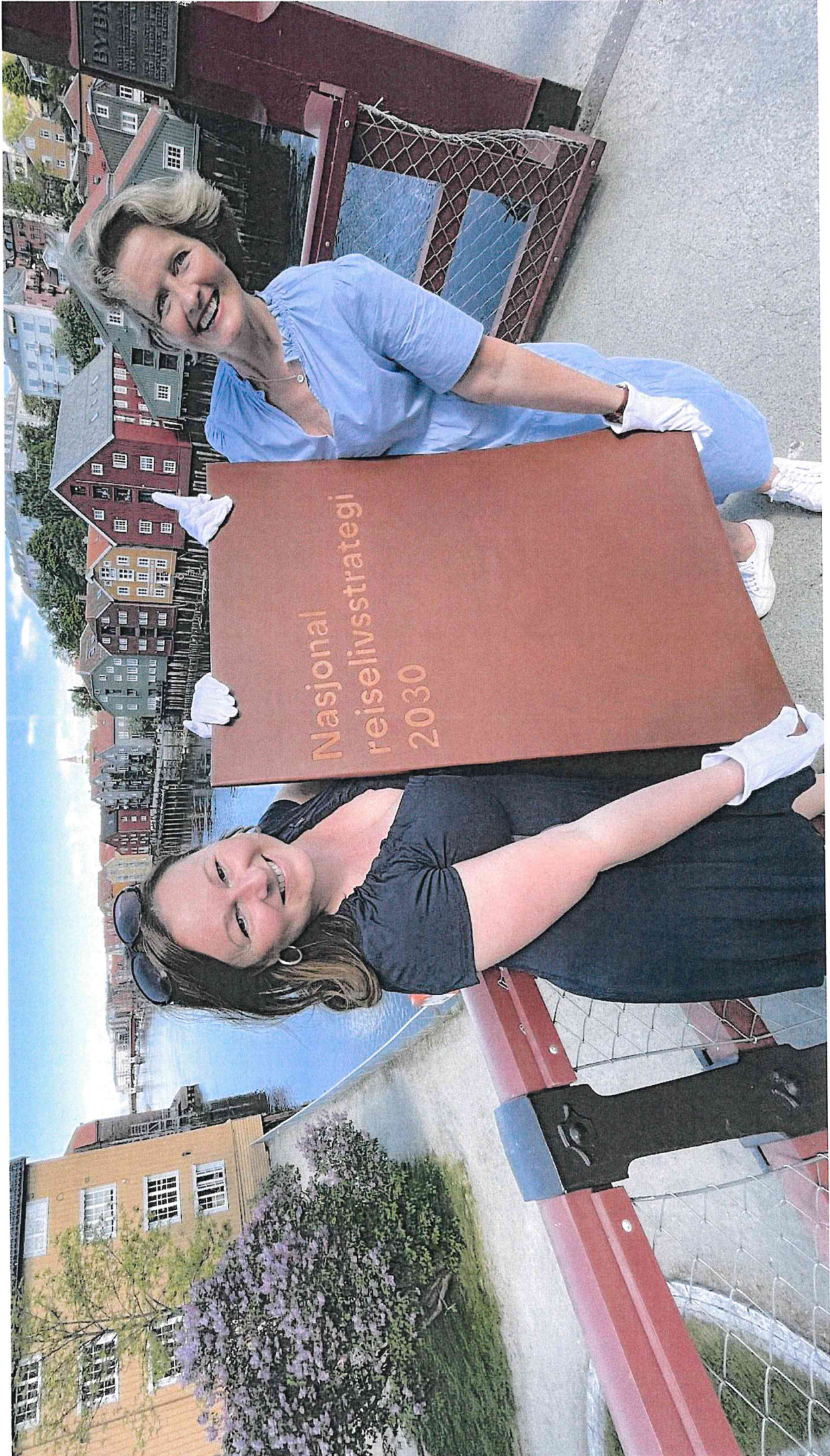
Bærekraft - kortreist

Nye kunde grupper

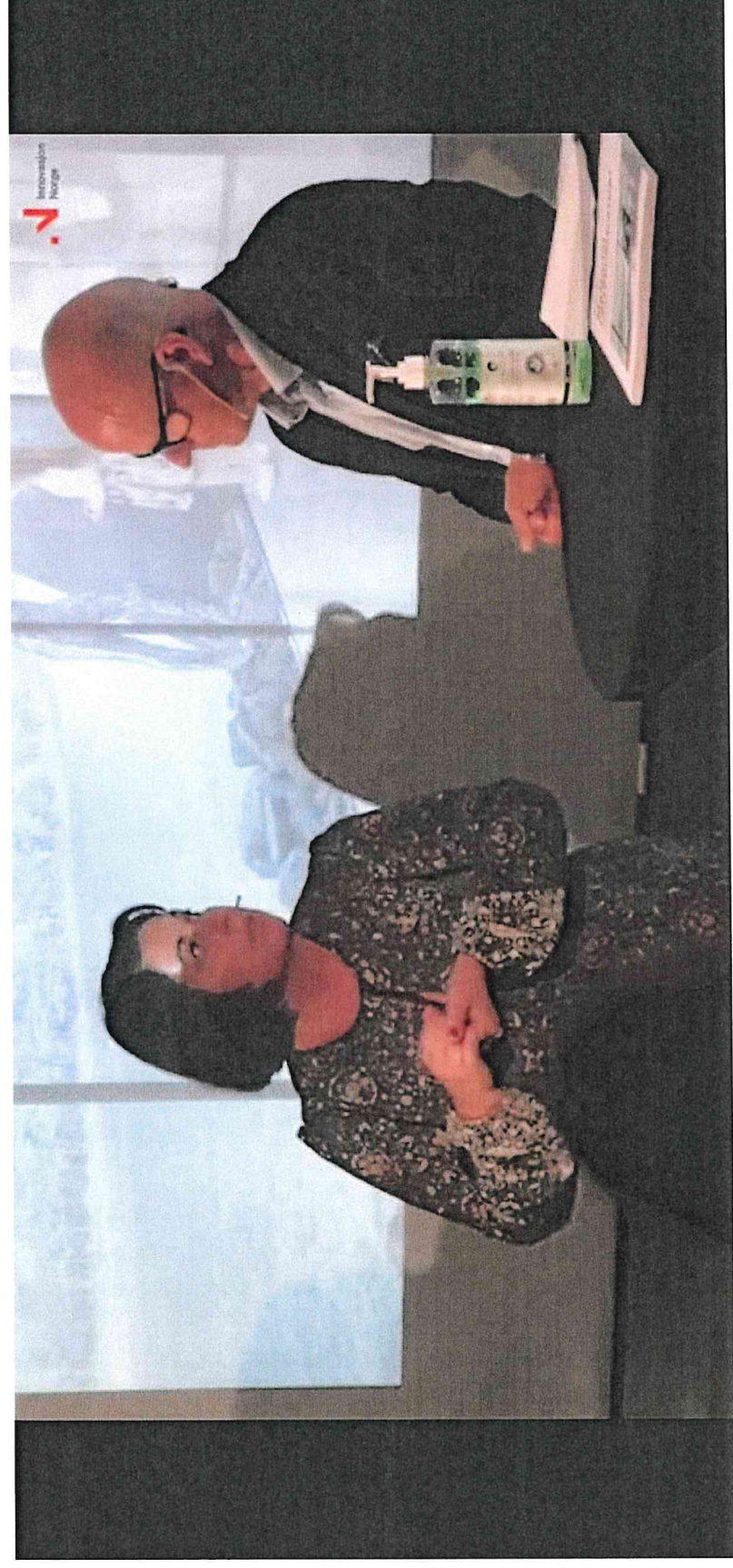
Å lære noe, realisere og eksperimentere. Delta aktiv i hverdagen (like the locals)

Trygge og sikre opplevelser

Digitalisering og mobilitet

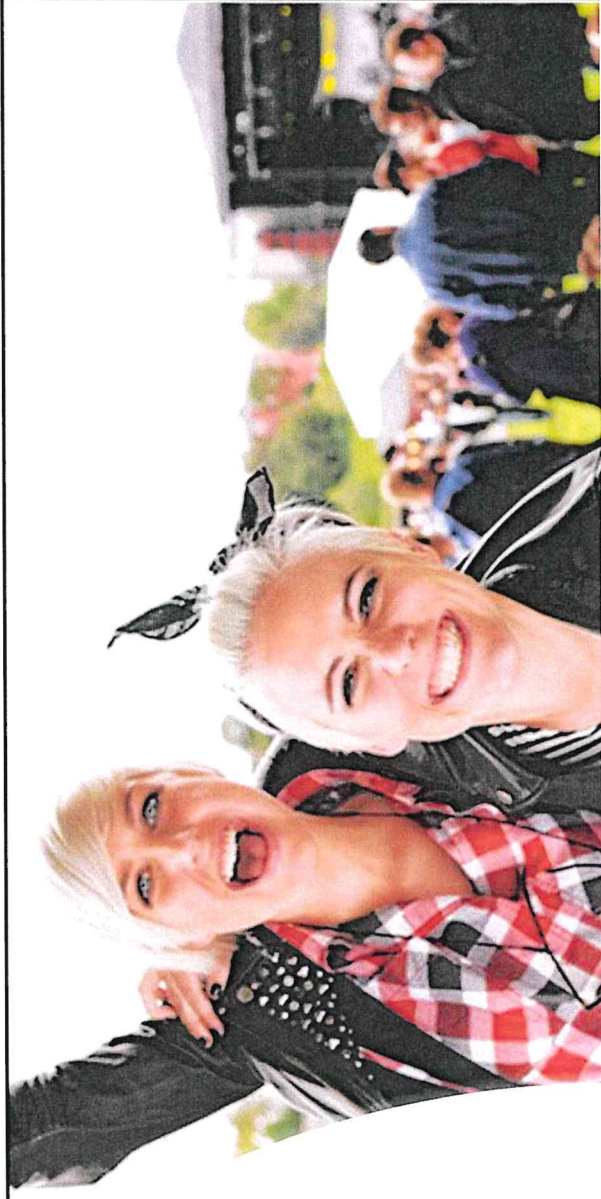


Arendalsuka: Reiselivsdirektør Bente Bratland Holm



Scenario 2030 - Opplevelsesregion Trøndelag

- **Hva?**
- Prosjekt i regi av Trøndelag fylkeskommune
- Politisk vedtatt **rammeverk** (fylkestinget) for utvikling av opplevelsesnæringene
- **Hvorfor?**
- Behov for en utviklingsretning mot 2030

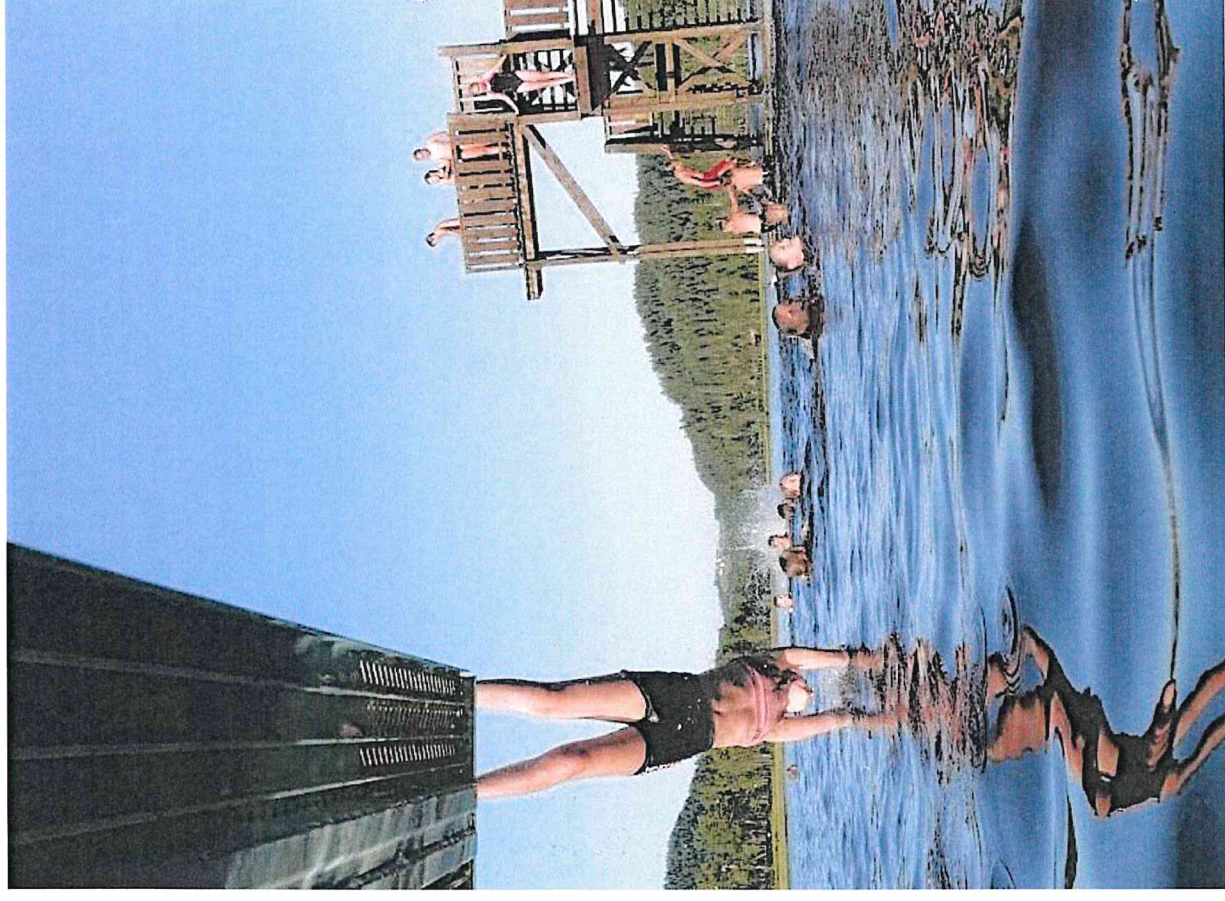


Scenario 2030 - Opplevelsesregion Trøndelag

Noen hovedpunkter - hva lærte vi?

- Hvorfor kommer folk til Trøndelag? Rundreiser og relasjoner til regionen
- Store interne forskjeller
- Vekstpotensialet kan påvirkes mest innen ferie- og fritidstrafikk
- Trøndelag er godt posisjonert gjennom sin strategiske beliggenhet
- Sterk posisjon i det norske markedet
- Bredt og mangfoldig opplevelsestilbud som gir stort potensial for opplevelsesbasert verdiskaping og en styrket posisjon
- Kan bli mer relevant som feriedestinasjon – pandemien gir endrede preferanser

Næringen har valgt mot 2030: «Trønderlaget vinner sammen»



Posisjonering for
Trøndelag -
ledende innen
menneskeskapte
og historiske
hendelser

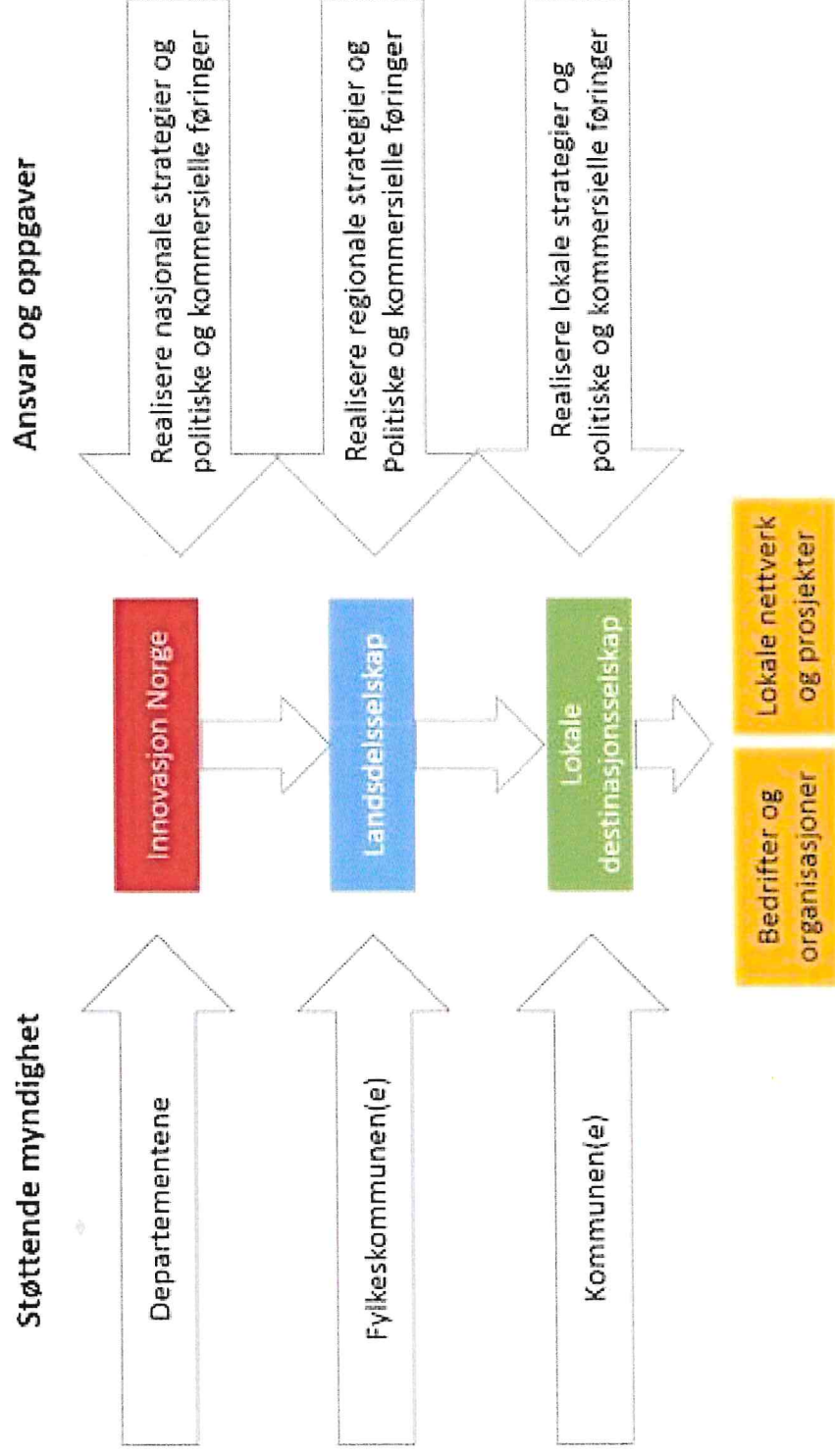
Norway fails to meet some basic holiday expectations

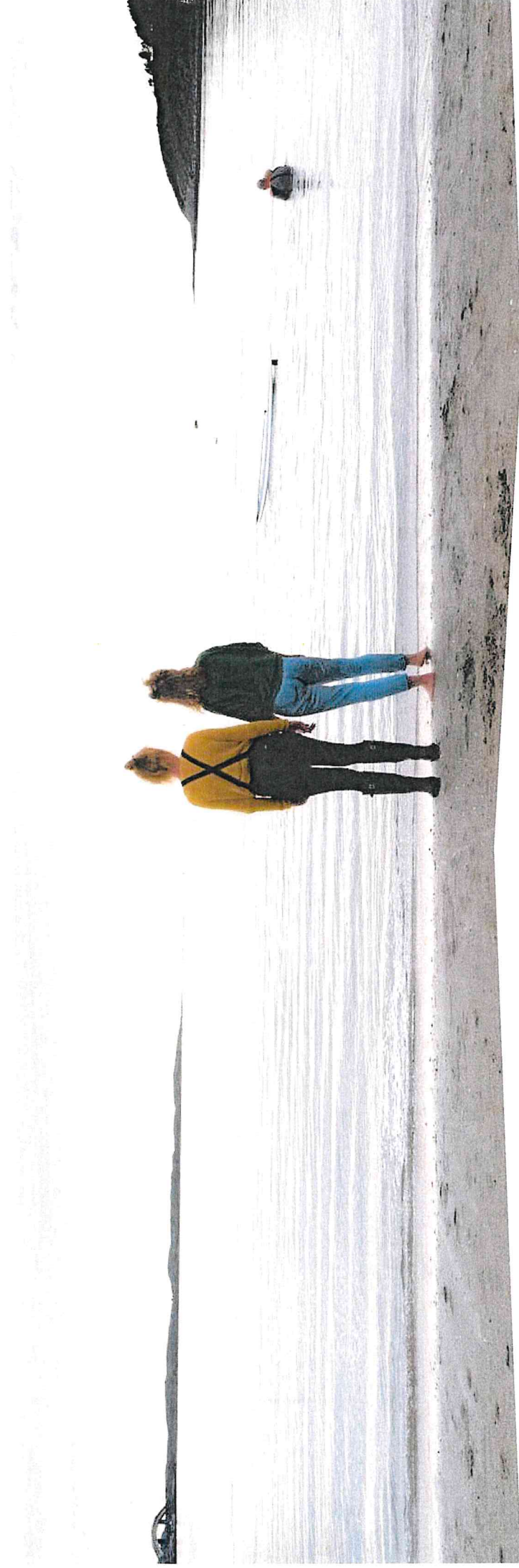




Markedsarb

Organiseringen av reiselivet





Kompetansesenter

- Kunnskapsbasert arbeid for ei ny tid
- Reiseliv er mer enn reiseliv

Muskler i markedsføringa

2020 OPPSUMMERT I TALL

TRØNDELAG HADDE STØRST VEKST I ANTALL SOMMERFERIEGJESTER I NORGE
+40%

FASTE FØLGERE PÅ FACEBOOK
38 395
= 15% ØKNING

TRONDELAG.COM HAR HATT OVER
1,2 MILL
SIDEVISNINGER = 516% ØKNING

VI HAR NÅDD UT TIL OVER
2 MILL
VIA FACEBOOK



KAMPANJENE ER VIST TIL
1,8 MILL
PERSONER (+62%)



FASTE FØLGERE PÅ INSTAGRAM: **10 900**
OG KAMPANJER SOM NÅDDE 816 000 (+84,3%)

GJENNOMFØRTE MØTER MED SALGSLEDD
70

MER ENN PUBLISERTE REISELIVSSAKER
200

TIL SAMMEN OVER BESØKENDE PÅ TRONDELAG.COM
670 000

EGNE KAMPANJE- INNGANGER FOR SOSIALE MEDIER
15

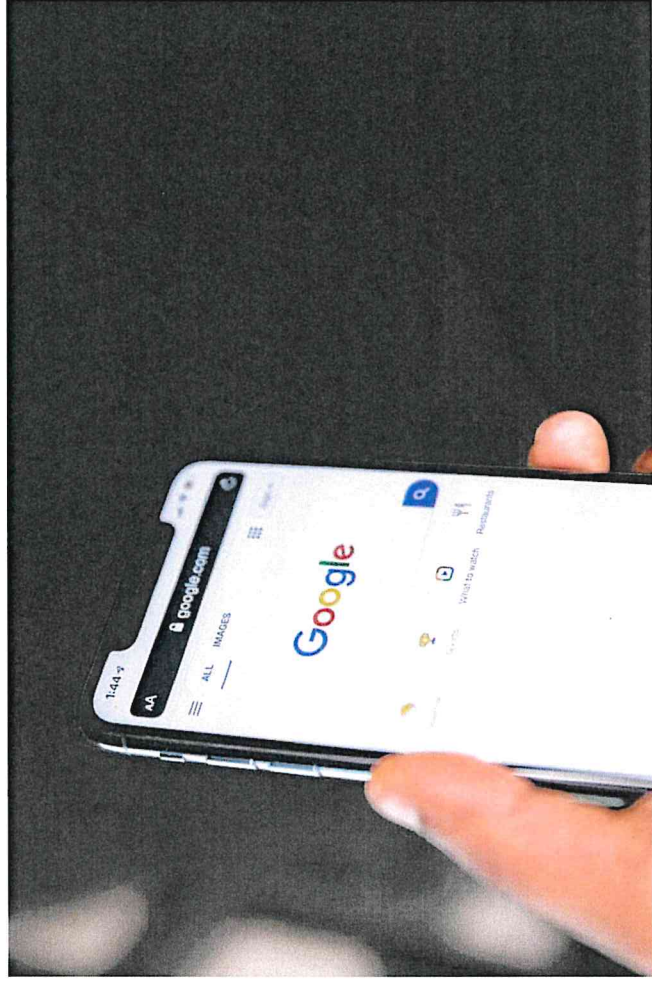


TIL SAMMEN OVER KAMPANJE- EKSPONERINGER
24.5 MILL

PRESENTERT INNHOLD FRA TRØNDELAG PÅ VISIT NORWAY SIN INSTAGRAMKONTO MED
550 000
FØLGERE

DIGITALE KURS- DELTAKERE
100

frøya	6600	camping fosen	320
hitra	5400	overnatting trøndelag	260
fiske	5400	overnatting frøya	260
padlet	4400	camping frøya	210
fosen	2400	hotell hitra	210
naturreservat	1300	rorbu trøndelag	170
råkvåg	1300	naturopplevelser	170
hotell frøya	1000	hotell trøndelag	140
camping trøndelag	1000	overnatting fosen	140
campingplasser trøndelag	720	restaurant hitra	110
dykking	590	øyhopping	110
camping hitra	390	campingplasser frøya	110
padling	390	campingplass fosen	90
seiling	390	fuglereservat	90
overnatting hitra	320	rorbu hitra	90

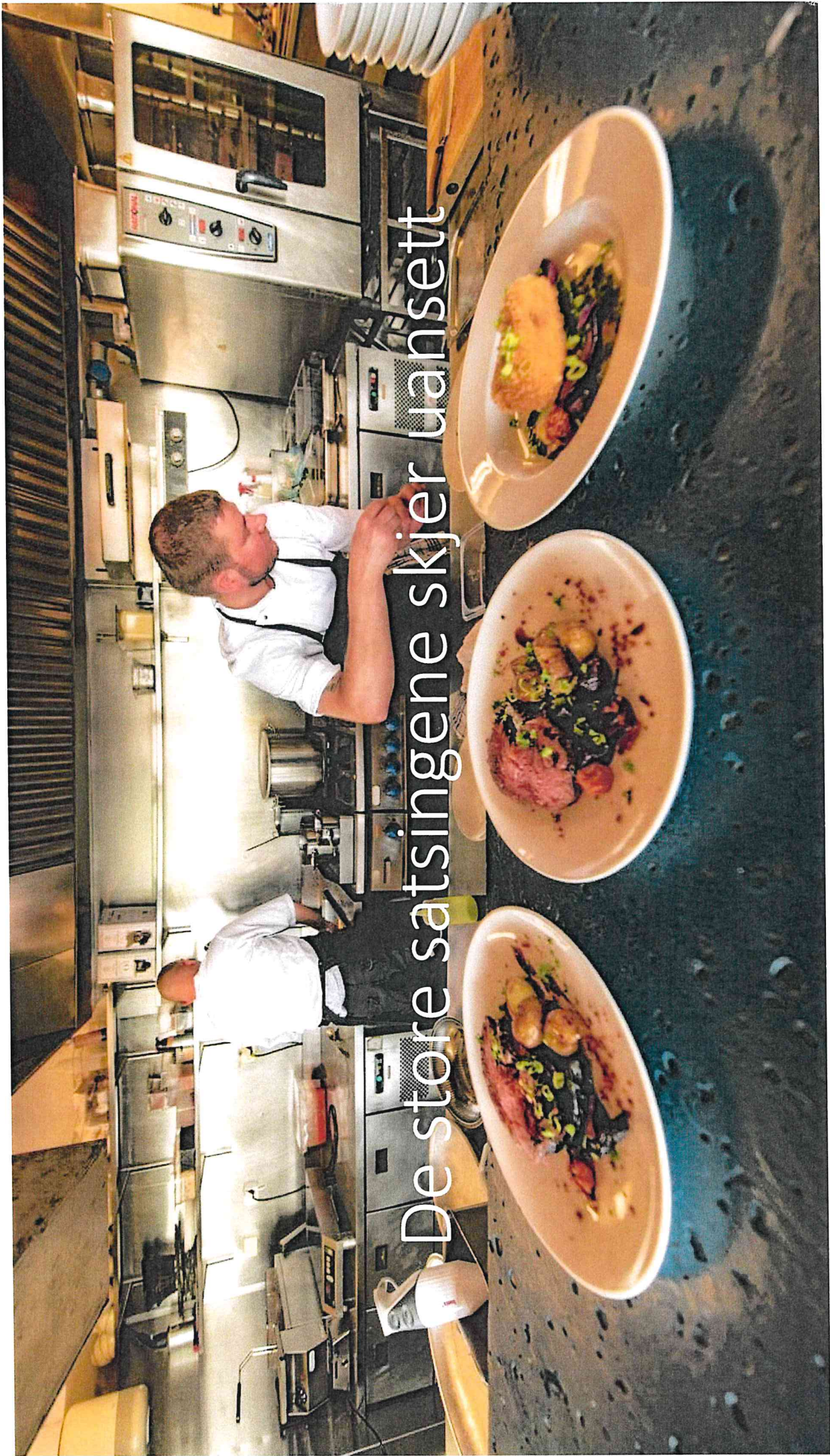


Samarbeid om film, video og materiell

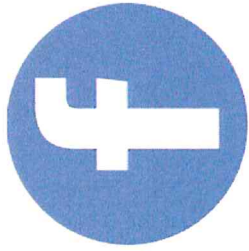


TRONDELAG REISELIV
30
1991-2021





De store satsingene skjer uansett



exploretromdelag
tromdelagreiseliu



Spørreundersøkelse- Reiselivsnæringen Orkdalsregionen

Mars – April 2021

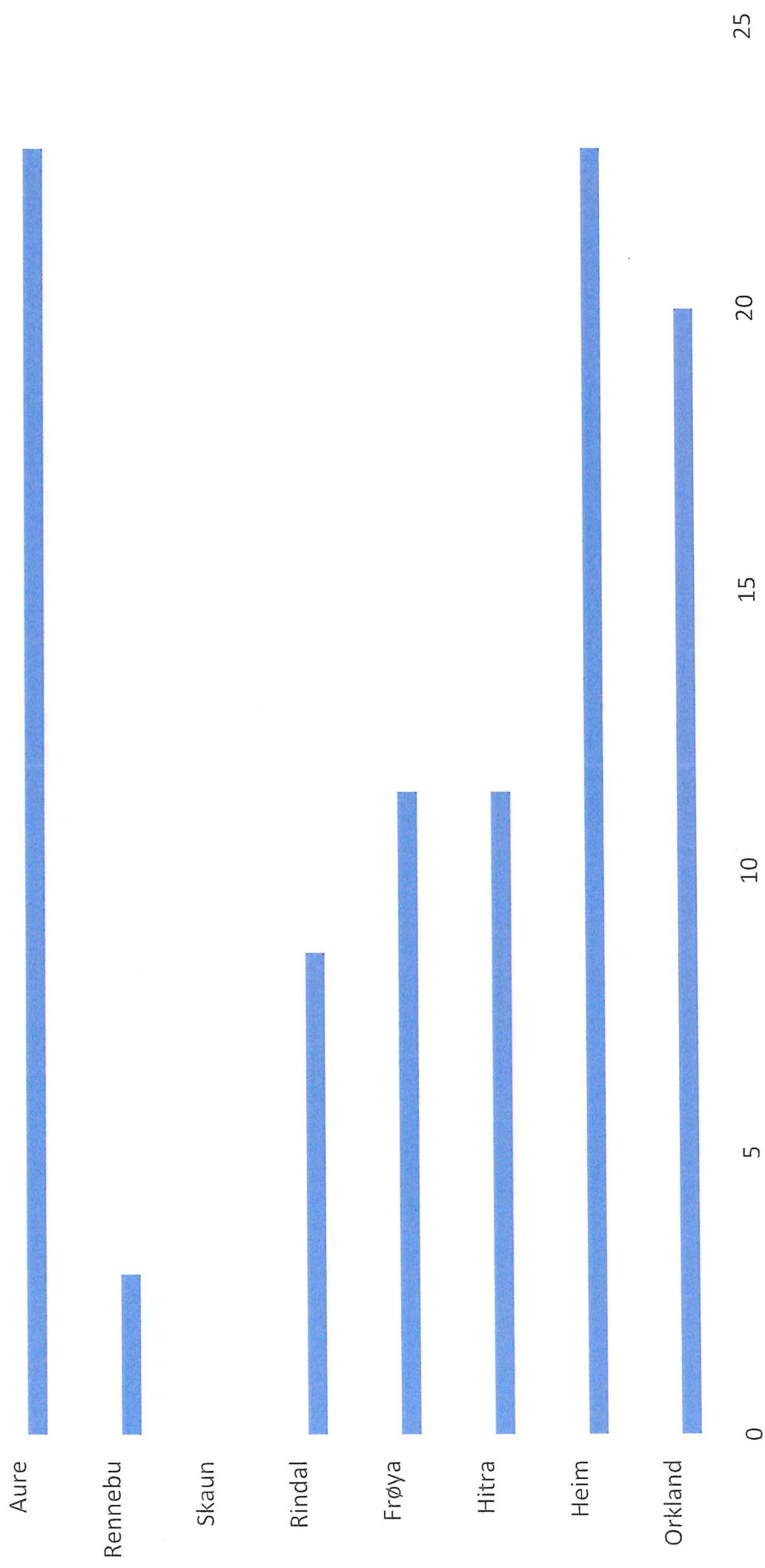
Annika Honggaard,
Prosjekt- og utviklingsansvarlig Trøndelag Reiseliv



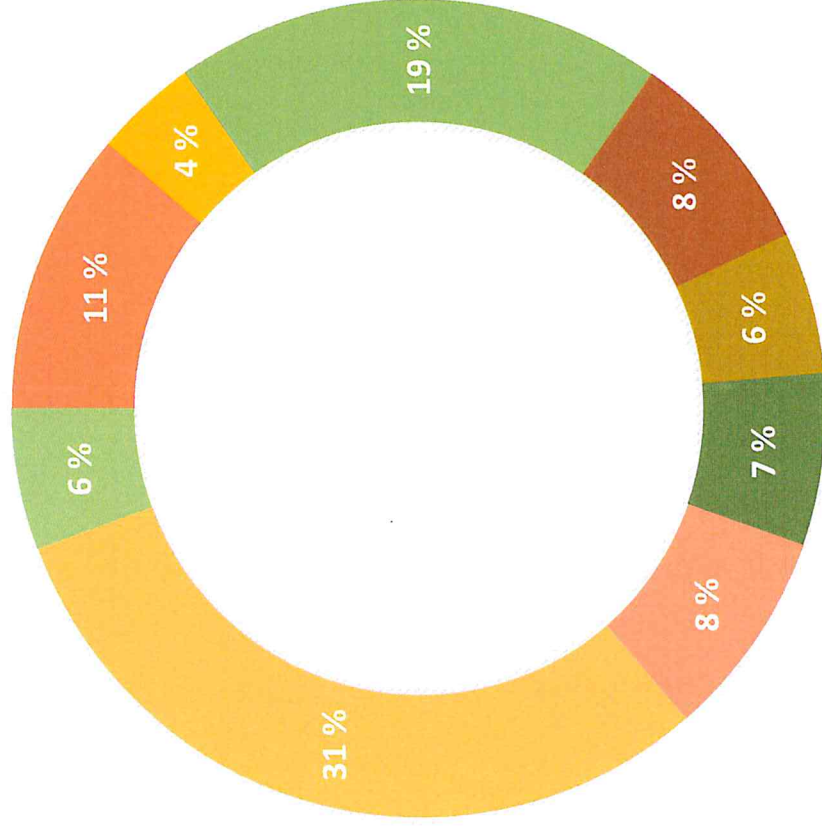
35 respondenter



Respondenter fordelt på kommuner



Reiselivets hovedmarked i Orkdalsregionen



■ Sverige ■ Finland ■ Tyskland ■ Danmark ■ USA ■ England ■ Nederland ■ Har bare norske gjester ■ Ingen av de nevnte

HVILKE BESØKENDE KOMMER TIL DEG OG DIN KOMMUNE I

DAG?

Vet ikke

1 %

Utenlandske arbeidere

8 %

Sjøfisketurister

10 %

Yrkesreisende
(kurs/konferanse)

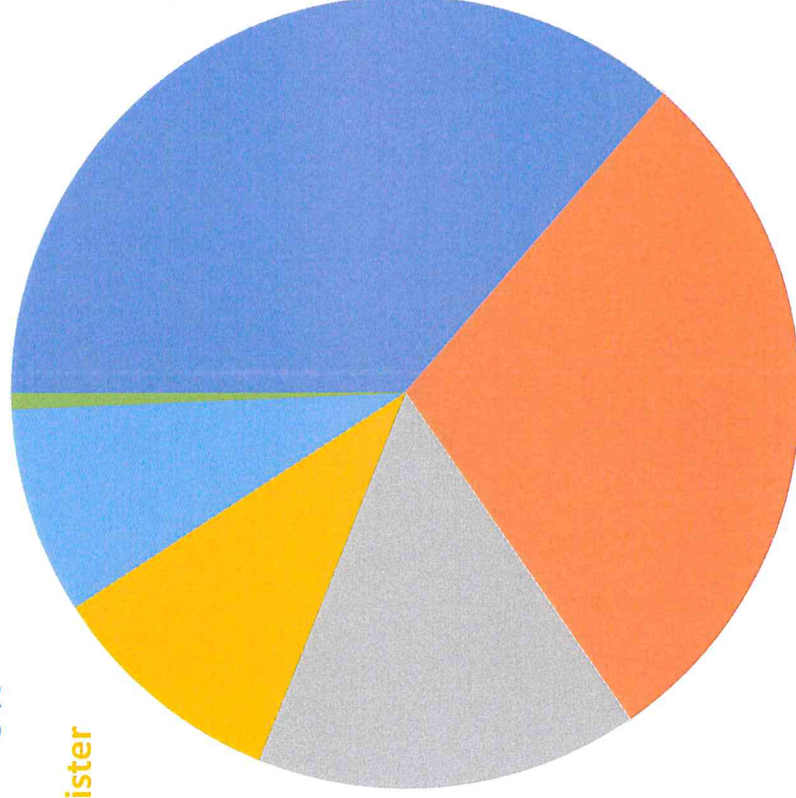
16 %

Lokale tilreisende

36 %

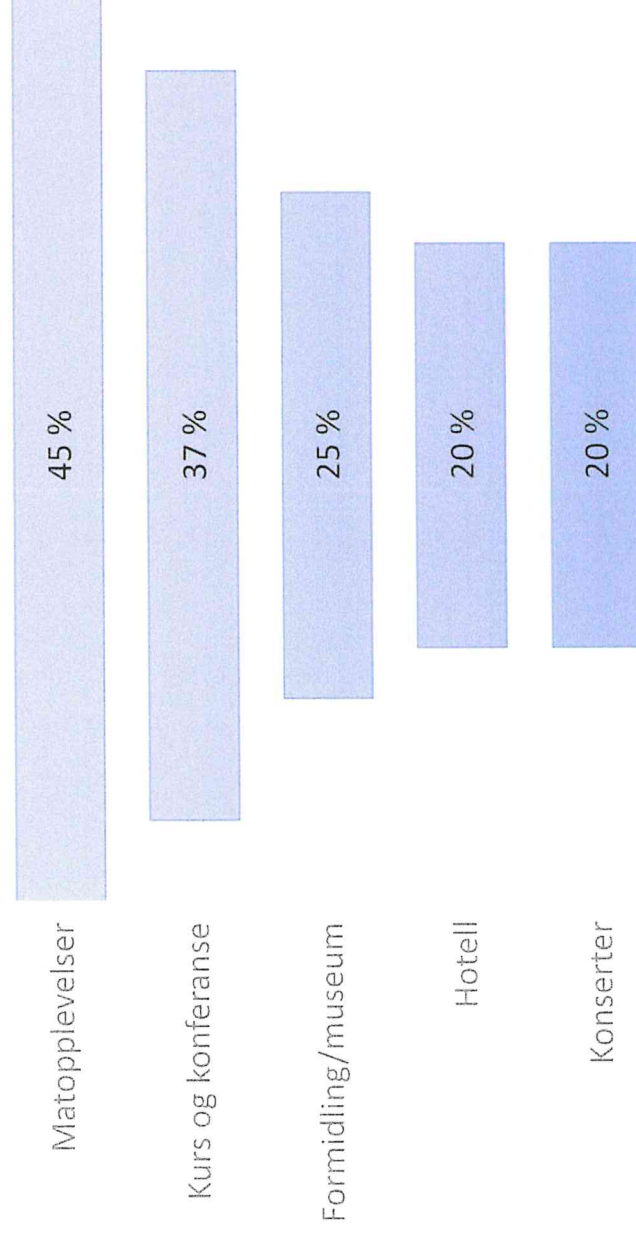
Hyttefolk

29 %



Hvilke produkter har vi i Orkdalsregionen?

Hovedvekt av produkter respondentene leverer



Hva mener du er særegent for Orkdalsregionen?

Stor grad av autentiske, varierte tilbud, variert natur. Nærhet til naturen, lokale mattradisjoner, nærhet til Trollheimen.

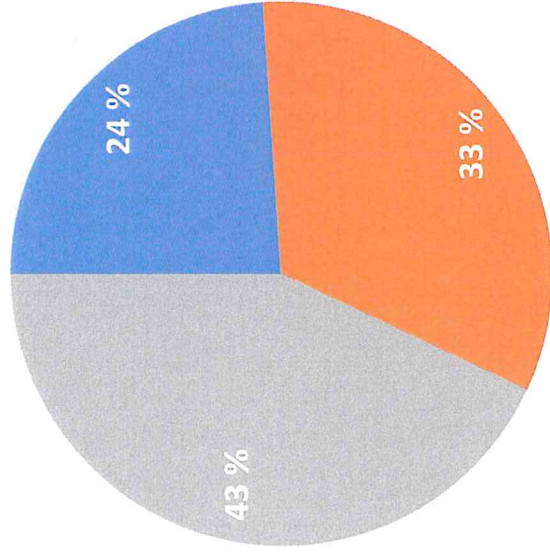
Thams-
historien

De klarer å tilrettelegge for nye aktører som skaper nye arbeidsplasser


Lakseregionen, der vi har laksefiske inne i dalene og oppdrett ute ved kysten.

En "up and coming star" på det trønderske matmarkedet

"The Salmon Region"
Mener du dette er
en riktig tittel for
regionen?



■ Ja ■ Nei ■ Vet ikke



Sitater fra spørsmålet;

- «Meget viktig økonomisk inntekt. Binder kommunene sammen over grensene.»
- «Allerede et kjent «fyrstårn» for området.»
- «Utgjør en liten del av turismen totalt sett.»
- «Orkland er mer enn laks. Pr nå er det ingen som kan si at de har "lokal" lakseproduksjon.»
- «Hvor mange oppsøker lakseturisme opp i mot andre opplevelser som vi tilbyr? Laks er oppdrettslaks på kysten. Elva Orkla er en smal nisje.»
- «Oppdrettsnæringen er en form for monokultur som ennå ikke er miljøvennlig nok, og vi har ikke lyst til å bruke dette som et salgsgument opp mot det vi ser våre turister søker etter - ren, norsk natur.»
- «Synes tittelen er helt håpløs og kan ikke forstå at "The Salmon Region" skal hjelpe oss med å skape reiselyst til vår region. Verken i et nasjonalt eller internasjonalt marked. Jeg tror det er skivebom med tanke på reiselivsbransjen. Tror og det er feil å trekke frem "The Salmon Region" som minner meg personlig kun om oppdrettsnæringen i et bærekraftperspektiv.»

Hvem anser du som konkurrerende bedrifter eller destinasjoner?

Flere nevner Nord-Norge, Røros og Trondheim som konkurrerende destinasjoner.



De aller fleste sier at de ikke anser andre bedrifter som konkurrenter, men som samarbeidspartnere.



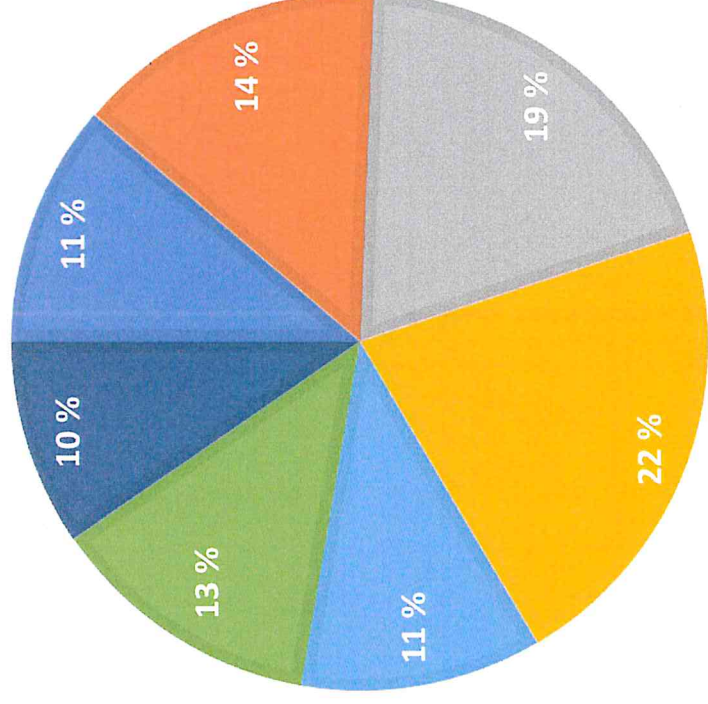
Sitat:

«Jeg ser på alle som samarbeidspartnere, vi må løfte frem hverandre».

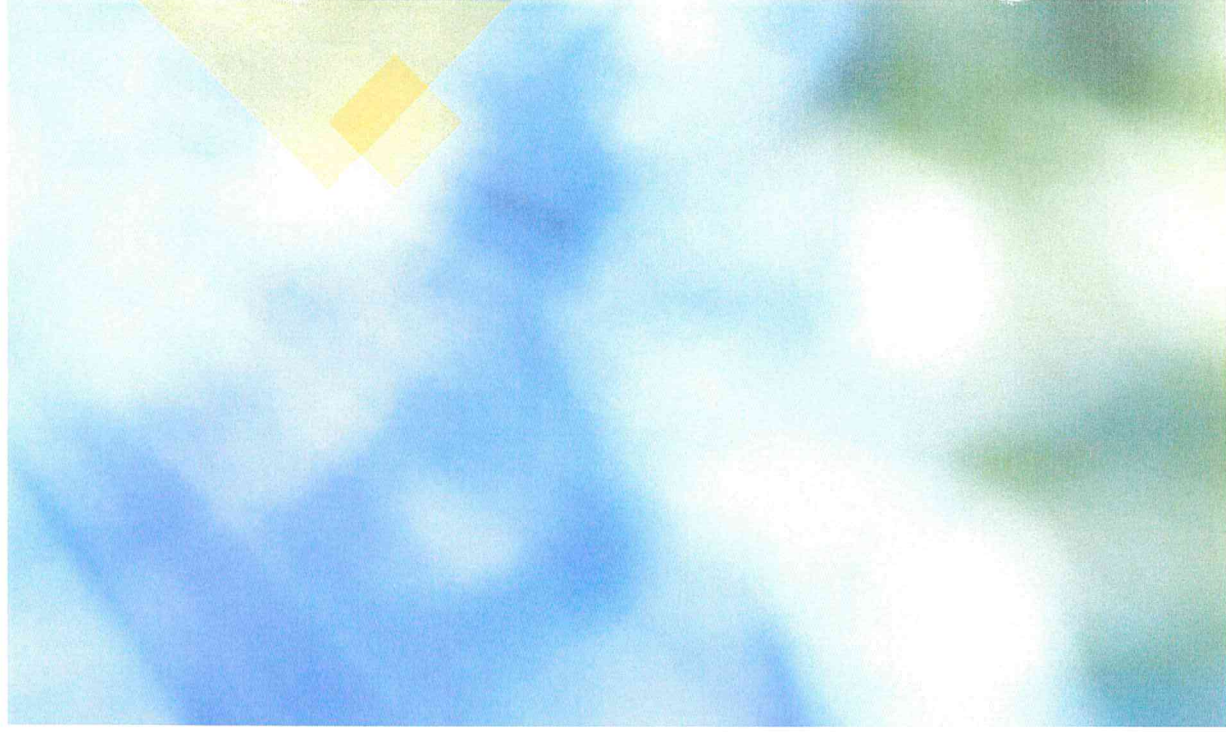
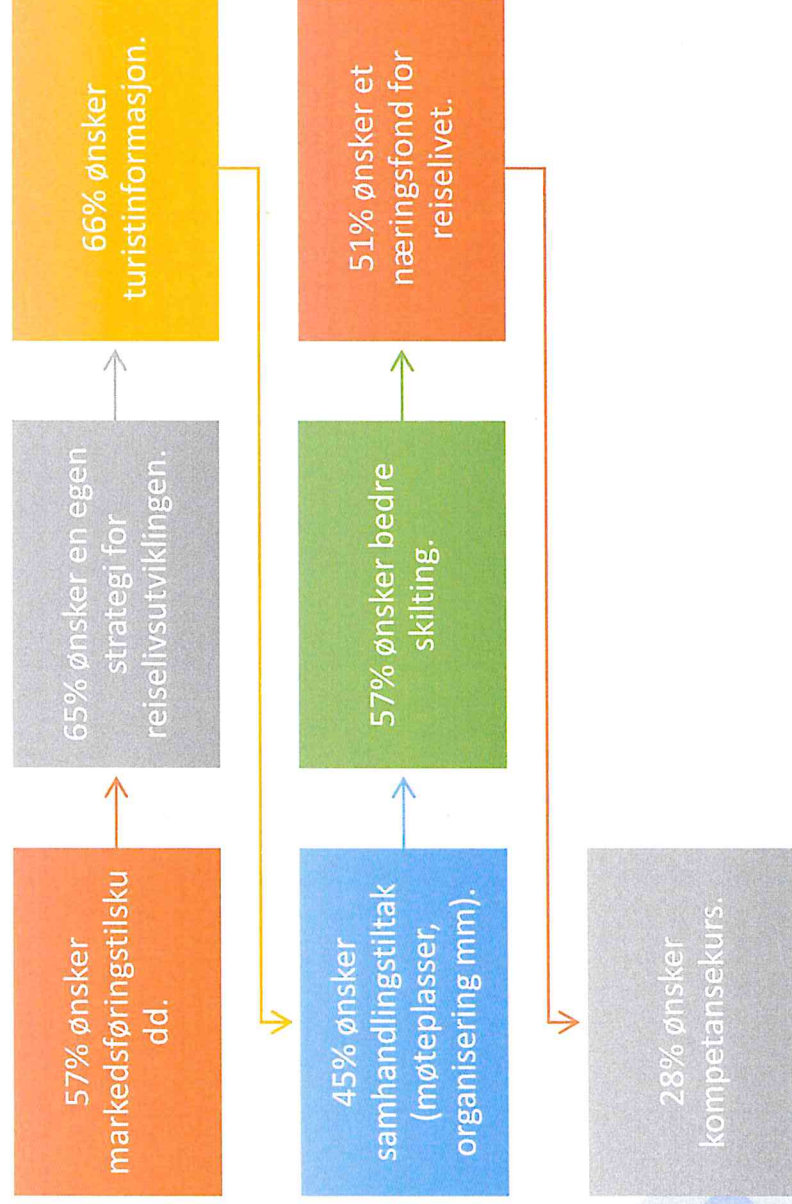


Hvilke målsettinger har din bedrift de neste 5-10 årene?

- Ekspandere
- Nye opplevelser og konsept
- Kompetansepåfyll
- Flere markeder
- Flere eller mer spisset målgrupper
- Samhandling og samarbeid med andre
- Utvide sesong



Hva kan din kommune gjøre for at du skal lykkes i dine målsettinger?



Hva kan din kommune gjøre for å øke attraktiviteten til å besøke din bedrift?

Være stolt over sine egne reiselivsaktører.

Aktiv holdning til reiseliv, markedsføring, næringsfond og en sterk næringsforening.

Støtte reiselivsprosjekter

Støtte utviklingen av vår bedrift, hjelpe med møtepunkt for samarbeid og framsnakking

Vertskapsrollen

Arbeide aktivt med reiseliv og destinasjons arbeid.

Jobbe for at alle innbyggere i kommunen forstår at alle er vertsskap når turister kommer til kommunen. "Smilekurs" og nysgjerrighet. Få på plass ordentlige informasjonsskilt (turistinformasjon) og stedsanvisninger. Kjøre kampanjer ifht opprydding på gård og grunn (Tilby henting av metall og farlig avfall, feks)

Takk for oppmerksomheten!

Prioriteringer nasjonalt og regionalt

- Bredt og mangfoldig opplevelsestilbud
- Felles rammeverk; "Trønderlaget vinner sammen"
- Bærekraft
- Rett gjest på rett sted til rett tid
- 3 konseptuelle overbygg: Trøndersk gjestebud, naturglede og underverk



Prioriteringer reiselivsnæringen ønsker i Sør- Vest regionen:

- Samhandling
- Nye produkter og opplevelser
- Turistinformasjon
- Vertskapsrollen – Innbyggere og aktører
- Kompetansetilbud

Prioriteringer i den strategiske næringsplanen 2021 Sør-Vest regionen (utkast):

- Synlig under Trøndersk Matfestival.
- Utarbeides en «event-kalender» for hele regionen.
- Ledende innen rekruttering, markedsføring og salg av lokalproduserende produkter.
- Synliggjøre aktørene i alle sammenhenger og gi den kunnskapsstøtten som trengs for aktørene i regionen.
- Lokal matproduksjon som satsningsområde inn mot «mat og helse»-fag.
- Regionrådet lager sin egen markedsføringsstrategi.



Saksframlegg

Saksnr.	Utvalg	Møtedato
21/069	Kommunestyre	17.06.2021

INTERKOMMUNALT POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION

Formannskapets innstilling

1. Utvalg for strategi og drift (USD) anbefaler at Ørland kommune blir med som fullverdig medlem i INTERKOMMUNALT POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION.
2. Ørland kommune skal ta del i samarbeidet i Trøndelag Sørvestlakseregionen innenfor områder som samferdsel, næring, kompetanse og reiseliv, og ønsker å være med på å styrke utviklingen i en nasjonal og internasjonal konkurransesituasjon.
3. Som medlem og et varamedlem til representantskapet i POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION velges:
Medlem: Ogne Undertun
Varamedlem: Finn Olav Odde
4. Ørland kommunes medlemskap i POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION iverksettes umiddelbart. Kostnader for medlemskap i 2021 belastes disposisjonsfond. Den årlige kostnaden, ca. kr 270 000,- legges inn i ordinære budsjetter fom 2022.

Sammendrag

Kommunestyre 17.06.2021

Behandling

Sak 21/069, foreslått av Thor Bretting, Høyre

Forslag på Tom Myrvold som fast medlem og varaordfører Ogne Undertun som vara.

Votering nr 2

Forslag: **Opprinnelig forslag**

For: Opprinnelig forslag: 28 stemmer (100%)

Mot: Opprinnelig forslag: 0 stemmer (0%)

Votering nr 1

Forslag: **Sak 21/069**

For: Sak 21/069: 6 stemmer (21%)

Mot: Sak 21/069: 22 stemmer (79%)

KST - 21/069 vedtak

1. Utvalg for strategi og drift (USD) anbefaler at Ørland kommune blir med som fullverdig medlem i INTERKOMMUNALT POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION.
2. Ørland kommune skal ta del i samarbeidet i Trøndelag Sørvestlakseregionen innenfor områder som samferdsel, næring, kompetanse og reiseliv, og ønsker å være med på å styrke utviklingen i en nasjonal og internasjonal konkurransesituasjon.
3. Som medlem og et varamedlem til representantskapet i POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION velges:
Medlem: Ogne Undertun
Varamedlem: Finn Olav Odde
4. Ørland kommunes medlemskap i POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION iverksettes umiddelbart. Kostnader for medlemskap i 2021 belastes disposisjonsfond. Den årlige kostnaden, ca. kr 270 000,- legges inn i ordinære budsjetter fom 2022.

Sakens bakgrunn og innhold

Jfr særutskrift

Vedlegg

INTERKOMMUNALT POLITISK RÅD TRØNDELAG SØRVEST, LAKSEREGION