

Foretaksnavn NAMSSKOGAN KOMMUNE

Kontaktperson

Navn: Bjørn Tore Nordlund

Utfyller

Navn: Bjørn Tore Nordlund

Mottaker: Miljødirektoratet

Kopimottaker: Statsforvalteren i Trøndelag

SØKNAD

REFERANSENØR.: 21S1F061

SØKNAD OM MULIGHETSSTUDIE FOR BRUK AV MERKEVAREN

I hvilket fylke skal tiltaket gjennomføres? Trøndelag

Anslå varighet for tiltaket: 02.03.2021 - 31.12.2021

Beskrivelse av tiltaket:

Beskrivelse av tiltaket

Namsskogan kommune er godkjent nasjonalparkkommune som aktør under merkevaren Norges nasjonalparker.

Nasjonalparkkommunen ønsker å bruke merkevaren aktivt for å øke verdiskapning i lokalsamfunnet med utgangspunkt i lokale naturkvaliteter. Dette ved at nasjonalparkkommunen og lokale tilbydere blir en del av kundereisen til merkevaren og representerer merkevarens vertskap i Namsskogan og Børgefjell. Gjennom merkevaren legges det opp til et utstrakt samarbeid mellom aktørene i en kundereise fra informasjon på nett, via besøk i nasjonalparkkommunen og tilhørende aktører, Besøkscenter rovdyr, Namsskogan familiepark til startpunkt ved Smalvatnet.

Hensikten er å gjøre alle aktørene mer tilgjengelige for besøkende, men ikke minst legge til rette for at besøk hos en aktør fører til besøk hos en annen.

Namsskogan har mange mindre tilbydere hvor utfordringen er knapphet på ressurser og kompetanse til å markedsføre sine tilbud og aktiviteter, tilsvarende er det utfordrende for små aktører uten markedsorganisasjon å få oppmerksomhet i markedet. Gjennom å bli aktør under merkevaren ønsker nasjonalparkkommunen å bidra til at disse aktørene lettere får tilgang til markedet, samt økt kompetanse for å bli et bedre vertskap.

Vi skal etablere et fellesskap gjennom nasjonalparkkommunens bruk av merkevaren. Realiseringen av dette skjer ved å tilpasse webdesignet til merkevaren Norges nasjonalparker for bruk på nasjonalparkkommunens turistinformasjon. Ved at nasjonalparkkommunen og lokale aktører informerer de besøkende på samme grensesnitt som norgesnasjonalparker.no og borgefjellnasjonalpark.no fremstår tilbyderne som en samlet

enhet ovenfor de besøkende, det er hos disse den lokale verdiskapningen skal skje og det er derfor viktig at disse blir synliggjort. Tilsvarende er det godt vertskap ovenfor de besøkende å gi den informasjonen som etterspørres ift. aktiviteter, opplevelser, overnatting, bespisning og andre servicetilbud. Dette må også ses i lys av at det uansett vil bli mer besøk pga. trender og at en lokalt må være bevist på at dette vil kreve mer vertskap.

Vi ønsker å synliggjøre at de besøkende kommer til en nasjonalparkregion. Norges hovedferdselsåre, E6 går gjennom kommunen hvor en stor andel av veifarende til og fra Nordland, Troms og Finnmark kjører gjennom kommunen og regionen. Disse blir i liten grad gjort oppmerksom på at de kjører forbi nasjonalparker og et område som tilbyr aktiviteter/opplevelser. Ved omfattende bruk av merkevaren i skilting på bygg, veiskilt, flagg/vimpler ol. skal vi kommunisere mot de besøkende om at de nå har kommet til et område med spesielle kvaliteter. Vi ønsker gjennom merkevaren å få gjennomreisende til å stoppe i kommunen for å oppdage hvilke tilbud som finnes, da ikke bare i Namsskogan, men også i de andre nasjonalparkkommunene rundt Børgefjell. Med bakgrunn i skiltplan er det mål om å skilte alle innfartsårene til kommunen med merkevaren, samt at bygninger som er relevante ift. merkevaren skiltes med logo for merkevaren.

Beskriv samarbeidspartnere:

Beskriv samarbeidspartnere

Lokalt næringsliv, dvs. tilbydere av varer, tjenester, overnatting, aktiviteter og opplevelser.

Kommunal turistinformasjon. Visit Namsskogan, Namsskogan utvikling og nasjonalparkforvaltningen.

Hvem er målgruppen og hvilken bruk ser man for seg?

Hvem er målgruppen og hvilken bruk ser man for seg?

Målgruppen er todelt.

1. Skape reiselyst hos de besøkende slik at disse ønsker å komme til regionen for å bo, spise, oppleve og lære. Derigjennom bidra til økt lokal verdiskapning uten å belaste verneområdene. De besøkende skal få gode opplevelser ved sine besøk ved at de finner informasjon om hva som tilbys.

2. Lokalt næringsliv/tilbydere. Skape ett fellesskap under merkevaren som gir merverdi for den enkelte gjennom samarbeid. Styrke næringsgrunnlaget for eksisterende og nye tilbydere, samt så en mer robust næring ift. økt besøkstrykk.

Beskriv hvilken kunnskap/kompetanse som er nødvendig for å realisere tiltaket:

Beskriv hvilken kunnskap/kompetanse som er nødvendig for å realisere tiltaket

Kunnskap om merkevaren Norges nasjonalparker, lokalt næringsliv med tilhørende utfordringer.

Hvem eier grunnen der tiltaket skal gjøres (dersom det er et fysisk tiltak):

Hvem eier grunnen der tiltaket skal gjøres (dersom det er et fysisk tiltak)?

Skal avdekkes som en del av studiet.

Hvem skal eie og vedlikeholde tiltaket i etterkant/hvordan skal arbeidet videreføres:

Hvem skal eie og vedlikeholde tiltaket i etterkant/hvordan skal arbeidet videreføres?

Skal avdekkes som en del av studiet.

Beskriv hvordan krav om 50% egenfinansiering skal løses:

Beskriv hvordan krav om 50% egenfinansiering skal løses?

Egeninnsats

Egenkapital

Fremdriftsplan:

Fremdriftsplan

2021

Budsjett

Kostnader	Beløp
Prosjektleder	90 000
Timer konsulent kompetanse	120 000
Administrative kostnader	21 000
Reise og opphold	20 000
Sum kostnader	251 000

Finansiering	Beløp
Samlet kostnad	251 000
- Egne midler	63 000
- Andre offentlige tilskudd	0
- Annen finansiering	63 000
Omsøkt tilskudd	125 000

Beskrivelse av annen finansiering må oppgis når det er oppgitt beløp under andre offentlige tilskudd eller annen finansiering:

Ikke utfylt

Beskriv hvordan krav om egenfinansiering løses?

Ikke utfylt

Kan tiltaket/deler av tiltaket gjennomføres med mindre tilskudd enn omsøkt? Nei


Eventuelle merknader:

Ikke utfylt

Vedlegg

 BUDSJETT MULIGHETSSTUDIER.xlsx (Økonomi/Finansiering)

 SØKNAD OM MULIGHETSSTUDIE FOR BRUK AV MERKEVAREN.pdf (Prosjektbeskrivelse)

 Bjørn Tore Nordlund for NAMSSKOGAN KOMMUNE

Leveret 13.01.2021