

Foretaksnavn BUNÅVA SA

Kontaktperson

Navn: Hege Hovd

Utfyller

Navn: Hege Hovd

Mottaker: Miljødirektoratet

SØKNAD

REFERANSEN.R.: 21S9EDE5

Utvikling av opplevelsespakker i Vingelen NPL

Varighet: 01.04.2021 - 31.12.2022

Kort beskrivelse av hovedprosjektet og delprosjekter/tiltak:

Hovedmål med tiltaket:

Utvikle faste opplevelsespakker for reiselivet i Vingelen som i større grad kan selges gjennom digitale kanaler og samarbeidspartnere. Tiltaket skal bygge på det som tidligere er utviklet og bidra til den brede verdiskapingen i bygda, samtidig som det ivaretar villreinens område.

Opplevelsespakkene skal utvikles på bakgrunn av natur- og kulturarven og formidle kunnskap om området. Pakkene skal ta utgangspunkt i bruken av randsonen av villreinområdet, og skal ikke komme i konflikt med villreinen. Dette er i tråd med besøksstrategien til Forollhogna nasjonalpark og regional plan for Forollhogna villreinområde (2013 - 2025).

Bunåva ønsker å videreutvikle og styrke sin posisjon som navet for et møtepunkt, informasjonssted og kafé i Vingelen nasjonalparklandsby. Bunåva har en viktig rolle i å bidra til bred verdiskaping gjennom å øke kunnskapen og bevisstheten om lokal kulturarv, særpreg, tradisjoner og symboler som gir grunnlag for en stedlig identitet og stolthet, og koble dette mot utvikle en bærekraftig økonomisk verdiskaping. Dette er også i tråd med gjeldende kommunale planer for Tolga.

Vi er kjent med at flere av bygdene rundt Forollhogna nylig har jobbet med bygdemobilisering, stedsutvikling og infrastruktur. Vingelen nasjonalparklandsby har også jobbet med dette gjennom flere år, men er nå klar til å gå et skritt videre. Vingelen nasjonalparklandsby er gjennom statusen utpekt til å være i førersetet for den brede verdiskapinga, noe som kommer tydelig frem gjennom Miljødirektoratets satsing på utviklingen av nasjonalparklandsbyer for å bidra til styrke områdenes verdiskaping parallelt med kvaliteter som natur og stillhet. I besøksstrategien er det bl.a. trukket frem at det er viktig å bruke bygdene som utgangspunkt for verdiskaping gjennom å ha tilbud som overnatting, aktiviteter og opplevelser i bygdene for å øke grunnlaget for næring året rundt.

Vingelen nasjonalparklandsby vil utvikle en pakkekompetanse for de andre bygdene rundt Forollhogna som de kan ha overføringsverdi av, noe som også kan ha en overføringsverdi til andre mindre steder.

Besøksstrategien peker på at Vingelen har en viktig rolle i å bidra til utvikle bygdene som gode vertsskap og nav for sine bygder.

Delprosjekter:

1. Evaluere de satsingene som har vært, for å bruke erfaringene til hva som skal til for at mindre aktører kan utvikle faste pakketilbud som varer over tid.

a. Det har vært mange små aktører som ikke har tid til å jobbe med pakker og markedsføring. Vi skal bruke

deres erfaringer i å utvikle metoder for hvordan man kan bruke tid og resurser til utvikling, til markedsføring og testing av pakkene.

b. Avklare om det er flere lokale aktører som ønsker å delta i prosjektet.

Det har vært flere tidligere satsinger og prosjekter knyttet til å utvikle opplevelsestilbud, men mange av aktørene har skalert ned eller avvirket virksomheten av ulike grunner. Besøksstrategien for Forollhogna viser til at det viktig å evaluere det arbeidet som er gjort i tidligere prosjekter sammen med de aktørene som har vært med, slik at nye prosjekt og satsinger kan bygge videre på det man allerede har erfart. Det vil være viktig for prosjektet å se erfaringene inn i en helhetlig sammenheng for å forstå hva som skal til for å styrke den lokale verdiskapingen.

2. Utvikle helhetlige pakker som gjør at man kan oppleve en dag, eller en helg i Vingelen. I dette inngår det å finne frem til om pakkene kan utvikles som sesongbaserte pakker eller til helårs bruk.

a. Hvordan kan infrastrukturen som er opparbeidet tas i bruk

b. Hvordan kan natur- og kulturarv formidles og gjøres interessant og bærekraftig

c. Skape vilje til vekst hos den enkelte tilbyder gjennom en lokal prosjektgruppe som er bredt sammensatt

d. Bruke pakkekompetanse fra jaktpakker i Vingelen levert av Vingelen Sameie (villrein og rype)

e. Se om samarbeidsløsninger og bruk av samarbeidspartnere som for eksempel Røros Hotell kan bidra til et større volum

f. Finne fram til riktig prising av pakkene, bl.a. i samarbeid med Destinasjon Røros og hotellene på Røros

g. Avklare lokal bruksrett til pakker/innhold

Reiselivet i Forollhogna-området er totalt sett relativt beskjedent, og i hovedsak knyttet til sommersesongen. Den totale verdiskapingen i området er imidlertid stor når man ser setring, beitebruk, tilleggsnæring til landbruket (mat, handverk, overnatting), jakt, fiske og turisme under ett.

Reiselivsaktørene er små og sårbare og har utfordringer knyttet til å markedsføre seg, og derfor trenger de små aktørene hjelp til å løftes frem. Nettverksbygging og samarbeid for synliggjøring er viktig uten at dette krever for mye ressurser fra den enkelte.

3. Utvikle ferdige foredrag/presentasjoner klare til bruk, på norsk og engelsk, som kan brukes fritt av flere lokale aktører i Vingelen, bl.a. på Bunåva, Vingelsgaard Gjestgiveri, Vingelen Kirke- og skolemuseum, Vingelen fjellførerlag etc

a. Om Forollhogna nasjonalpark, villrein og andre naturverdier

b. Om naturvernområdene rundt parken

c. Om seterområdene/seterhistorie etc

Det er viktig å sikre at kunnskapen og kompetansen om natur- og kulturarv kan styrkes og tas i bruk på alle nivåer for å bidra til å sikre hovedstrategiene i besøksstrategien, som er:

- Helhetlig og langsiktig arealforvaltning
- Sikre og formidle kunnskap og kompetanse
- Tilrettelegge for friluftsliv og opplevelser nært bygdene
- Helhetlig politikk for å bedre lokal verdiskaping
- Styrke lokalt vertskap og lokal styring

4. Utvikle markedsføring og distribuering slik at man kan bli synlig for et større publikum i ulike kanaler. Det skal også utvikles videoproduksjon og foto av testpakker for å skape bevissthet og kjennskap til Vingelen og pakkene

a. Bruke digitale løsninger som gjør det lettere å bestille fra flere aktører og teste potensialet i digital markedsføring, med bistand bl.a. fra Marketmap

b. Utforme en grov struktur og strategi for kommunikasjon i digitale kanaler

c. Teste ulike salgskanaler, bl.a. gjennom Outtt og Destinasjon Røros

Som et ledd i å større grad ta i bruk digitale kanaler for å nå ut til målgruppene, vil video og foto være

viktige virkemidler å ta i bruk. Målet er at dette også kan brukes i arbeidet med å nå hovedstrategiene i besøksstrategien. Det kan for eksempel være viktige virkemidler i det å engasjere og mobilisere innbyggere i Vingelen til å engasjere seg i utviklingen av potensialet i merkevaren.

5. Utvikle pakke tilbud spesifikt mot barnefamilier siden mange av tilbudene i Vingelen brukes av den godt voksne målgruppe.

- a. Innhenting av trender
- b. Ha med yngre og bruke deres preferanser og erfaringer

Jfr. besøksstrategien skal det være et særskilt fokus på barn og unge, og dette er en målgruppe man i større grad ønsker å rette seg mot.

Beskriv samarbeidspartnere:

Rådhuset Vingelen - prosjektledelse - <https://www.radhusetvingelen.no/>

Vingelen Kirke- og skolemuseum - <https://vingelen.com/no/segjore/sommer/vingelen-kirke-og-skolemuseum>

Vingelsgaard Gjestgiveri - overnatting - <http://www.vingelsgaard.no/>

Kari Trøan Sundt med bedriften Budeias - utøvende opplevelsesbedrift - <https://www.budeias.no/>

Vingelen Sameie - samarbeid mht jaktpakker

Marketmap V/Eirik Bækken og Marte Thoresen - <https://marketmap.no/>

Outtt v/Erlend Eggen - <https://outtt.com/no/about>

Gjennom prosjektet vil det også kobles på flere lokale aktører.

Hvem er målgruppe(r) for prosjektet, og hvilken bruk/nytte og verdiskaping ser man for seg?

Målgruppen for prosjektet er alle lokale reiselivsaktører i Vingelen som ønsker hjelp til å utvikle og markedsføre opplevelsespakker. Aktørene er også avhengige av et godt nettverk lokalt - og flere som heier dem frem, så det er en suksessfaktor å involvere flere i prosessen. Vi ser at bygdene er viktige nav for formidling og synliggjøring av det totale tilbudet i bygda si, samtidig er det behov for å løfte frem de som ønsker å satse mer og bli mer synlig i markedet. Besøksstrategien peker på det samme, og i forarbeidet til besøksstrategien kommer det frem at det er flere aktører som ikke er opptatt av å bli «store», men å skaffe et stabilt inntektsgrunnlag som det er mulig å leve av, ofte i kombinasjon med landbruksnæring/annen inntekt. Noen vil holde aktiviteten på dagens nivå, mens andre vil «vokse sakte» uten å bli store. De ønsker å ha lokal kontroll over utviklingen og vil holde fast ved det produktet de selv ønsker å levere og formidle. Det er behov for å se hvordan aktørene kan stimuleres til å se utviklingspotensialet som kan skapes gjennom å se området som en helhet for og ta ny teknologi i bruk.

Målgruppene for de ferdige pakkene er både tilreisende turister, hyttefolk og lokalbefolkning. Både eldre, yngre og barnefamilier. Det legges opp til å utvikle ulike pakker rettet mot ulike målgrupper.

Viser ellers til flere detaljer under beskrivelsen av hovedprosjekt/delprosjekter.

Beskriv hvilken kunnskap/kompetanse som er nødvendig for å realisere hovedprosjektet og delprosjekter/tiltak:

Det er behov for ekstern kunnskap/kompetanse mht de nyeste trendene og løsningene innen digital salg og markedsføring, samt video/fotoproduksjon. Det er derfor ønskelig å kjøpe denne kompetansen fra hhv. Marketmap (Os i Nord-Østerdal) og Outtt (Vang i Valdres).

Beskriv prosjektets overføringsverdi og relevans for andre områder, og hvordan resultater/erfaringer vil bli formidlet:

Vingelen nasjonalparklandsby skal i dette prosjektet utvikle en pakkekompetanse som de andre bygdene rundt Forollhogna kan ha overføringsverdi av. Vingelen har også tidligere hatt ulike samarbeidsprosjekter med de andre bygdene/mindre reiselivsaktører i de ulike bygdene, organisert bl.a. gjennom nasjonalparkstyret for Forollhogna/nasjonalparkforvalter og det er det ønske om å fortsette med.

Resultatene fra dette prosjektet kan også ha overføringsverdi til andre mindre steder som har tilsvarende, små reiselivsaktører.

I hvilket fylke(r), villreinområde(r) og kommuner skal prosjektet gjennomføres:

Innlandet fylke, Forollhogna villreinområde, Tolga kommune

Beskriv om og eventuelt hvordan prosjektet er forankret i en regional plan, og i så fall hvilken:

- Prosjektet er basert på, og bygger opp under «Besøksstrategien for Forollhogna nasjonalpark». Prosjektet er også i tråd med «Regional plan Forollhogna villreinområde 2013-2025». Se nærmere detaljer om dette under beskrivelsen av hovedprosjektet og delprosjekter/tiltak.
- Innlandsstrategien 2020-2024 Prosjektet kommer inn under Innlandsstrategien (Regional planstrategi for Innlandet 2020-2024), og vil komme inn under to av hovedmålene som er:
 - o En bærekraftig ressursforvaltning som gir utvikling og nye arbeidsplasser
 - o Levende lokalsamfunn med bærekraftige byer, tettsteder og bygder
- Satsingen på Vingelen nasjonalparklandsby er forankret i kommunale planer i Tolga, og dette prosjektet er en naturlig videreføring av dette arbeidet. I kommuneplanens samfunnsdel til Tolga kommune (2015 -2027) så kommer dette inn under hovedsatsingsområdene hvor verdiskapingen utvikles på bakgrunn av lokal natur og kulturressurser. Under kapitlet «Som en del av en region» så løftes det frem et mål om å videreutvikle Vingelen nasjonalparklandsby som spydspiss for regionen for Forollhogna nasjonalpark. Her løftes nasjonalparklandsbyen og informasjonssenteret i Bunåva frem som nasjonalparkens foretrukne sentrum for natur- og kulturbasert næringsutvikling.
- Målet med utnevnelsen av nasjonalparklandsbyene (2008) var å kombinere lokal verdiskaping og naturvern. Arbeidet med Vingelen nasjonalparklandsby har økt aktivitetsnivået i Tolga kommune og bygget opp under den eksisterende stoltheten, optimismen og identiteten. Mange stedsutviklings/infrastrukturtiltak er gjennomført, bl.a. bygging av Bunåva (som inneholder bl.a. Forollhogna infosenter og Bunåva kafe), opprusting og forskjønnelse av Vingelen sentrum, tilrettelegging av flere turstier, en natursti, to kulturstier, ulike informasjonstiltak (bl.a. utvikling av nettside) og det er bl.a. gjennomført vertskapskurs.

Hvem eier grunnen der eventuelle fysiske tiltak skal gjøres?

Ikke utfyllt

Beskriv positive og eventuelle negative miljøvirkninger av prosjektet og tiltakene:

I overensstemmelse med Besøksstrategien for Forollhogna nasjonalpark vil prosjektet utnytte randsona til villreinområdet til bred verdiskaping (miljømessig, sosialt, kulturelt og økonomisk). Utvikling av pakketilbudene vil skje i et samarbeid mellom nye og etablerte aktører i bygda, og vil styrke Bunåva som er en viktig sosial og kulturell møteplass i bygda. Mer aktivitet i Vingelen vil styrke det allerede gode omdømmet som bygda har som levende lokalsamfunn. Aktivitetene kan benyttes både av tilreisende turister, hyttefolk og lokalbefolkningen, og kan bidra positivt til mer bolyst etc.

Viser også til «Gøy på landet-en bærekraftig strategi for destinasjonsutvikling i Vingelen» (Bacheloroppgave 2020 i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling av Kari Trøan Sundt/Budeias), som viser at det i Vingelen er et genuint ønske fra lokalbefolkningen om mer aktivitet og turisme i bygda, og at flere kan tenke seg å bidra til dette.

Siden det aldri vil bli snakk om noen masseturisme i Vingelen, men et begrenset antall pakkeopplevelser som skal tilbys, samt at besøket skjer i bygda/i randsonen og ikke i selve villreinområdet/nasjonalparken, ser vi ingen umiddelbare negative miljøpåvirkninger av prosjektet.

Hvem skal eie og vedlikeholde eventuelle fysiske tiltak i etterkant/hvordan skal arbeidet videreføres?
Det planlegges ingen fysiske tiltak i dette prosjektet.

Beskriv hvordan krav om 50% egenfinansiering skal løses:

Det løses ved hjelp av eget arbeid av de ulike deltakerne i prosjektet, i tillegg til dugnadstimer på testing av de ulike pakkene.

Budsjett

Kostnader	Beløp
Timer egne ansatte (188 x kr 840 per time)	157 920
Dugnadstimer frivillige (456 x kr 300 per time)	136 800
Kjøp av tjenester	50 000
Transport (kjøring)	0
Utgifter til investeringer	0
Korrigeringskostnader egne ansatte	18 800
Kjøp av tjenester Outtt	31 000
Utgifter husleie etc	10 000
Utviklingskostnader Budeias	80 000
Sum kostnader	484 520

Finansiering	Beløp
Samlet kostnad	484 520
- Dugnadstimer frivillige (456 x kr 300 per time)	136 800
- Egne midler	106 000
- Andre offentlige tilskudd	0
- Annen finansiering	0
Omsøkt tilskudd	241 720

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

På hvilken måte?

Mindre tilskudd enn omsøkt vil føre til redusert ambisjonsnivå og tilsvarende redusert effekt.

NB! Det er viktig å få tildelt midler for to års arbeid, da det er begrenset hvor mye en rekke å utvikle og teste i sesongen 2021, og da kan vi bruke vinteren på å evaluere 2021-sesongen og planlegge videre for sesongen 2022. Dersom vi må søke nye midler for 2022, og vente på eventuelt tilsagn i løpet av våren, blir det veldig dårlig utnyttelse av tida gjennom vinteren.


Minste tilskuddssum for gjennomføring: 200 000

Eventuelle merknader:

Oppgitte timer "egne ansatte" gjelder arbeidet med prosjektledelse gjennom lokal bedrift Rådhuset Vingelen AS. Søker Bunåva SA har ikke egne ansatte, men et dugnadsbasert styre som sørger for drift og utvikling. Styret har begrenset med tid og økonomiske ressurser til utviklingsarbeid. For å få gjennomført prosjektet etter planen er det derfor nødvendig å kjøpe prosjektleder-tjenester gjennom Rådhuset Vingelen.

Vedlegg

- 📎 Kort beskrivelse av hovedprosjektet og delprosjekter - vedlegg.docx (Prosjektbeskrivelse)
- 📎 Kostnads- og finansieringsplan 2021-2022.xlsx (Økonomi/Finansiering)

 **Hege Hovd for BUNÅVA SA**

Lvert 15.02.2021