

Foretaksnavn **NORDVEGGEN AS**

Kontaktperson

Navn: Laila Maria Hjellvoll

Utfyller

Navn: Laila Maria Hjellvoll

Mottaker: Miljødirektoratet

Kopimottaker: Statsforvalteren i Møre og Romsdal

SØKNAD

REFERANSEN.R.: 22S211CD

Reiselivsutvikling etter bærekraftige prinsipper

I hvilket fylke skal tiltaket gjennomføres? Møre og Romsdal

Anslå varighet for tiltaket: 01.01.2022 - 31.12.2022

Beskrivelse av tiltaket:

INNLEDNING/ BAKGRUNN

Åndalsnes med Norsk Tindesenter, Trollstigen, Trollveggen, Raumabanen, Romsdalseggen, Romsdalsgondolen og Rampestreken har ett økende press av turister gjennom hele året.

Især har økningen av turiststrømmen vært stor de siste to år med Covid-19, der den norske innbygger har valgt å være turist i eget land. I tillegg har den populære serien Kompani Lauritzen satt Romsdalen på kartet, da serien i sin helhet er filmet inn i Rauma.

Vi ser en spesielt stor økning i antall turister som vil bruke naturen på ulike måter, og prognosene for naturbasert reiseliv er økende i årene som kommer.

Tiltak er nødvendig for å hindre interessekonflikter mellom reiselivsaktører, turister, lokalbefolkning og naturforvaltning. Utfordringene knyttet til interessekonflikter, sammen med ivaretagelsen av naturverdier og verdiskaping er det vi ønsker å legge vekt på i denne søknaden. Kort sagt en bærekraftig utvikling der både økonomiske, sosiale og miljømessige hensyn tas.

Besøksstrategien for Reinheimen nasjonalpark er: «Reinheimen er attraksjonen - verdiskapinga skjer utanfor» . I besøksstrategi for Dovrefjell - er kanalisering av besøkende på Dovrefjell til attraksjoner, opplevelser og kommersielle tilbydere i randsonen til verneområdene ett viktig strategisk grep for å kunne opprettholde en livskraftig villreinbestand/leveområde.

En kanalisering av besøkende er spesielt viktig i vekstområdene til disse nasjonalparkene der besøket er såpass stort. Det er også her verdiskapingen kan skje - en vinn-vinn situasjon for både reiselivet og nasjonalparkene.

Det er også viktig å informere om verneverdiene i nasjonalparkene og med dette skape en bedre forståelse av vernet. På en sømløs klimavennlig reise fra endestasjonen av Raumabanen, er målet å tilrettelegge for gode naturopplevelser i randsonene av nasjonalparkene.

I 2021 ble Rauma kommune sertifisert som bærekraftig reisemål.

I samarbeid med regionalt næringsliv og forvaltere for verneområdene, ønsker Nordveggen AS å iverksette

en rekke tiltak som i sum bidrar til en bærekraftig besøksforvaltning.

Felles målsetting for alle tiltakene vi søker om støtte til i 2022 er at tiltakene skal bidra til langsiktig positiv effekt både for naturmiljøet, lokalsamfunnet og de næringsdrivende.

Miljømessig bærekraft

- kanalisere ferdsel til randsoner av verneområdene
- styrke samarbeidet mellom naturforvaltning og næring
- øke den naturfaglige kompetansen i reiselivet og med dette øke forståelsen av vernet
- styrke nasjonalparkene som merkevare

Sosial bærekraft

- planlegge for en utvikling av reiselivet som ikke fortrenger de fastboende sine behov

Økonomisk bærekraft

- kommersialisere gode opplevelser for ett etter hvert miljøbevisst og kravstort marked.

BESKRIVELSE AV DE ULIKE TILTAKENE

T1. Tiltak for å bedre samarbeidet mellom lokalsamfunnet mellom lokalsamfunn, naturforvaltning og næring. Kartlegge et felles kunnskapsgrunnlag og skape et samarbeidsforum for å ta tak i utfordringene omkring interessekonflikter mellom natur, miljø, næring og turister.

Interessekonfliktene i Rauma kommune har eskalert som følge av økt turisttrafikk. Allemannsretten blir tolket som at man som besøkende har alle rettigheter, men ingen plikter. Vi ser mer og mer tendensen til at turister «tar seg til rette» i forhold til telting og camping på innmark, badeplasser blir «hengekøyparker», laksefiskere kommer med udesinfisert utstyr, bålforbud respekteres ikke og søppel blir liggende igjen m.m.

Vi ønsker å innhente mer informasjon og mer utdypende fakta rundt disse ulike interessekonfliktene, slik at vi kan finne tiltak for å løse allerede oppståtte konflikter og for å unngå fremtidige konflikter i størst mulig grad. Dette arbeidet vil igjen være grunnlag for utarbeidelse av en besøksstrategi som skal utarbeides for kommunen.

Tiltak:

- Dialogmøter og interessentanalyse med ulike reiselivsaktører, naturforvaltningen og grunneiere for å kartlegge de reelle problemstillingene.
- Hente erfaringer / inngå samarbeid med andre destinasjoner med samme utfordring

T2. Informasjon og tiltak overfor besøkende og brukere av naturen for utvikling av besøksforvaltning, nasjonalparker og andre verneområder som merkevare. Kartlegging av informasjonsbehovet i Rauma kommune

Grunnet interessekonflikter som skrevet om i tiltak 1, er det også behov for mer informasjon ut til turistene som kommer til Rauma kommune.

Vi ønsker å kartlegge blant annet:

- Hvilken informasjon det er behov for
- Hvor informasjonen skal plasseres
- Hvordan skilt og annen informasjon skal utformes

Vi vil jobbe for å ha en samordnet skiltplan for hele kommunen, slik at det blir en gjenkjennelig og tydelig informasjon ut til besøkende. Vi vil se på muligheten for å bruke Nasjonalparkene sin merkevare på skilt og informasjon (profilhandbok til Nasjonalparkene).

Tiltak:

- Kartlegging av hvilken informasjon som må ut til turistene
- Finne ut utforming av en felles skilt- og informasjonsplan for hele kommunen
- Kartlegge hvor denne informasjonen skal plasseres

T3. Naturfaglig kompetanseheving i reiselivsvirksomheter

Produsere en digital vertskapsmanual for reiselivsdestinasjonen Rauma/ Romsdalen: «Raumaverten».

Som så mange andre turistdestinasjoner har også Rauma kommune sin høysesong i primo juni, til medio august. Alle reiselivsbedrifter må ansette sesongarbeidere og vikarer for å kunne møte den økende mengden besøkende i en kort periode av året. Sesongarbeiderne er sjelden fagarbeidere, er unge fra både inn- og utland og har i de fleste tilfeller lite kunnskap om stedet. De skal lære seg arbeidsrutiner i den enkelte bedrift, i tillegg til å være vertskap og gi informasjon til besøkende. Problemet er at de ikke får tid til å bli kjent godt nok kjent med området før turistsesongen er over.

En digital informasjonsbrosjyre/ manual som alle reiselivsaktører, sesongarbeidere, vikarer (og andre) kan bruke som et arbeidsverktøy og oppslagsverk. Lett tilgjengelig for ansatte i resepsjonene, på spisesteder og andre arbeidsplasser. Denne kan oppdateres hvert år og dermed være et levende dokument.

Tiltak:

- Samle inn informasjon om alle punkter som beskrevet over
- Produsere manualen
- Formidle den ferdige manualen til alle reiselivsbedrifter

T4. Kanalisering av ferdsel. Utvikling av Kløvstien som turmål

Som et ledd i kanalisering av turisttrafikken i Rauma, ønsker vi å satse mer på Kløvstien som et turmål for flere besøkende. Turen er tilrettelagt med Sherpatrapp og har høy tåleevne sammenlignet med andre turmål.

Trollstigplatået har i dag et Nasjonalt Turistveganlegg med kafé, suvenirbutikk og toalettfasiliteter. God tilrettelegging og skilting av utvalgte vandreturer inn i naturområdet rundt platået.

Besøksstrategien til Reinheimen nasjonalpark vil være en førende plan for dette arbeidet. Målsettingen er å skape gode opplevelser for besøkende uten å gå på kompromiss med naturområdet.

Tiltak:

Utvikling av kommersielle produkt som:

- guidede turer i samarbeid med naturvegledere i regionen
- kollektivtransport til og fra turmålet
- kunnskapsformidling om Kløvstien og naturområdet rundt

T5. Sykkel- og matkonsept Lesja

Vi søker her om midler til et forprosjekt for å se på muligheten for å utvikle et sykkel- og matkonsept på Lesja. Om forprosjektet viser at dette er et aktuelt produkt å utvikle, vil vi i neste omgang se på sammenkobling med el-sykkel satsingen i Reinheimen.

Lesja kommune er over fem mil lang. Veggen har mye trafikk, og Lesja kommune har løst dette på en god måte ved å bygge gang- og sykkelveg langs nesten hele strekningen. Langs alle disse vegene ligger det lokale mat- og kulturopplevelser, som gir mulighet til å utvikle nye produkter.

Tiltak:

- Vi må se på muligheter for samarbeider mellom næringsaktører, samt foreninger som drifter interessante steder for ruta.
- Det må gjennomføres markedsundersøkelser og testturer.

Beskriv samarbeidspartnere:

Søknaden er diskutert i samarbeidsarena følgende parter:

- Reiselivsaktører (Norsk Tindesenter, Visit Nordvest, Romsdal Reiseliv, Romsdalen AS, Åndalsnes sentrum)
- Rauma kommune og Lesja kommune
- Naturforvaltere i Reinheimen/Dovrefjell
- Naturveiledere
- Lokalbefolkning/grunneiere

Hvem er målgruppen og hvilken bruk ser man for seg?

T1. Tiltak for å bedre samarbeidet mellom lokalsamfunnet mellom lokalsamfunn, naturforvaltning og næring. Kartlegge et felles kunnskapsgrunnlag og skape et samarbeidsforum for å ta tak i utfordringene omkring interessekonflikter mellom natur, miljø, næring og turister.

Målgruppe: Kommune, reiselivsaktører, grunneiere og naturforvaltere

Bruk: Kartlegge interessekonflikter og finne løsninger for å unngå eskalering av konflikter

T2. Informasjon og tiltak overfor besøkende og brukere av naturen for utvikling av besøksforvaltning, nasjonalparker og andre verneområder som merkevare.

Kartlegging av informasjonsbehovet i Rauma kommune

Målgruppe: Besøkende/ turister som kommer til kommunen

Bruk: Kartlegging av informasjon

T3. Naturfaglig kompetanseheving i reiselivsvirksomheter

Produsere en digital vertskapsmanual for reiselivsdestinasjonen Rauma/ Romsdalen: «Raumaverten».

Målgruppe: Sesongansatte, vikarer og fast ansatte innen reiselivsnæringen

Bruk: Digitalt oppslagsverk

T4. Kanalisering av ferdsel

Utvikling av Kløvstien som turmål

Målgruppe: I dette prosjektet vil vi ha turistverter som har vist interesse og har tilhørighet i området som målgruppe. Målgruppe for et evt endelig produkt vil være turister/ besøkende som ønsker et naturbasert aktivitetstilbud

Bruk: Kløvstien som nytt naturfaglig guideprodukt med høy opplevelsesverdi.

T5. Sykkel- og matkonsept Lesja

Målgruppe: I dette prosjektet vil vi ha turistverter i Lesja som målgruppe. Målgruppe for et evt framtidig produkt vil være hytteeiere i kommunen. Turister som er interessert i mat, landbruk, historie, fiske og sykkelaktivitet

Bruk: Kartlegging av muligheter og interesse i markedet

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

T1. Tiltak for å bedre samarbeidet mellom lokalsamfunnet mellom lokalsamfunn, naturforvaltning og næring. Kartlegge et felles kunnskapsgrunnlag og skape et samarbeidsforum for å ta tak i utfordringene omkring interessekonflikter mellom natur, miljø, næring og turister.

Nødvendig kunnskap/ kompetanse:

- Naturfaglig
- Reiselivsfaglig
- Innbyggerinvolvering
- Prosjektlederkompetanse

T2. Informasjon og tiltak overfor besøkende og brukere av naturen for utvikling av besøksforvaltning, nasjonalparker og andre verneområder som merkevare.
Kartlegging av informasjonsbehovet i Rauma kommune

Nødvendig kunnskap/ kompetanse:

- Naturfaglig
- Reiselivsfaglig
- Marked og kommunikasjonsfaglig
- Prosjektlederkompetanse

T3. Naturfaglig kompetanseheving i reiselivsvirksomheter

Produsere en digital vertskapsmanual for reiselivsdestinasjonen Rauma/ Romsdalen: «Raumaverten».

Nødvendig kunnskap/ kompetanse:

- Naturfaglig
- Reiselivsfaglig
- Design
- Prosjektlederkompetanse

T4. Kanalisering av ferdsel

Utvikling av Kløvstien som turmål

Nødvendig kunnskap/ kompetanse:

- Reiselivsfaglig (markeds kunnskap, opplevelsesutvikling)
- Naturfaglig
- Prosjektlederkompetanse

T5. Sykkel- og matkonsept Lesja

Nødvendig kunnskap/ kompetanse:

- Markedsfaglig
- Naturfaglig
- Reiselivsfaglig
- Prosjektlederkompetanse

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

Ikke utfyllt

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

T1: Rauma kommune og reiselivsaktørene

T2: Rauma kommune

T3: Rauma Reiselivslag, Nordveggen, Rauma kommune

T4: Reiselivsaktører

T5: Sammenslutning av aktører

Beskriv hvordan krav om 50% egenfinansiering skal løses:

Egenfinansiering dekkes gjennom midler i Nordveggen, av kommunen og egeninnsats til det lokale

næringslivet.

Se vedlagte søknad for budsjett per tiltak og finansieringsplan

Fremdriftsplan:

FREMDRIFTSPLAN 2022

Alle datoer nedenfor er for 2022

T1: Kartlegge et felles kunnskapsgrunnlag og skape et samarbeidsforum for å ta tak i utfordringene omkring interessekonflikter mellom natur, miljø, næring og turister.

Fremdrift: Februar - des

Frist: 15. desember

Ansvar: Prosjektleder

T2: Kartlegging av informasjonsbehovet i Rauma kommune

Fremdrift: Februar - des

Tidsfrist: 15. desember

Ansvar: Prosjektleder

T3: Produsere en digital vertskapsmanual for reiselivsdestinasjonen Rauma/ Romsdalen: «Raumaverten».

Fremdrift: Februar - juni

Frist: 01. juni

Ansvar: Prosjektleder

T4: Utvikling av Kløvstien som turmål

Fremdrift: April - desember

Frist: 15. desember

Ansvar: Prosjektleder

T5: Sykkel- og matkonsept Lesja

Fremdrift: April-desember

Frist: 15. desember

Ansvar: Prosjektleder

Budsjett

Kostnader	Beløp
Tiltak 1: Kartlegge et felles kunnskapsgrunnlag og skape et samarbeidsforum for å ta tak i utfordringene omkring interessekonflikter mellom natur, miljø, næring og turister.	240 000
Tiltak 2: Kartlegging av informasjonsbehovet i Rauma kommune	280 000
Tiltak 3: Produsere en digital vertskapsmanual for reiselivsdestinasjonen Rauma/ Romsdalen: «Raumaverten».	115 000
Tiltak 4: Utvikling av Kløvstien som turmål	150 000
Tiltak 5: Sykkel- og matkonsept Lesja	175 000

Administrasjonskostnader totalt for alle 5 tiltak	40 000
Sum kostnader	1 000 000

Finansiering	Beløp
Samlet kostnad	1 000 000
- Egne midler	100 000
- Andre offentlige tilskudd	200 000
- Annen finansiering	200 000
Omsøkt tilskudd	500 000

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

Andre offentlige tilskudd:

Rauma Kommunale Kraftfond

Annen finansiering:

Aktører innen reiselivsbedrifter i Rauma kommune

- Norsk Tindesenter, Visit Nordvest, Romsdal Reiseliv, Romsdalen AS, Åndalsnes sentrum

Beskriv hvordan krav om egenfinansiering løses?

Ikke utfyllt

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

På hvilken måte?

Om vi ikke får tilskuddet vi har søkt om må vi kutte ut noen tiltak.

Dette vil være svært uheldig, da de fleste tiltak beskrevet i søknaden henger tett sammen.

De er alle et grunnlag for videre arbeid med bl.a besøksstrategien.

Sammen med handlingsplan for bærekraftig reisemål, blir besøksstrategien grunnmuren for videre utvikling av reiselivet og naturforvaltningen i Rauma kommune. Det er viktig å få laget denne besøksstrategien, slik at alle reiselivsaktører, kommunen og alle involverte kan ha et styringsverktøy for de videre utviklingen av Rauma kommune sin reiselivsstrategi.

Vi ser med skrekk på den negative utviklingen av reiselivet flere steder i landet, så som Lofoten, Trolltunga m.m.

Vi ønsker å ta fatt på arbeidet med interessekonflikter, informasjon, kanalisering av ferdsel før problemstillingene som står beskrevet i denne søknaden blir uhåndterbare. Uten støtte fra Miljødirektoratet får vi ikke utløst andre midler.

Minste tilskuddssum for gjennomføring: 400 000

Eventuelle merknader:

Ikke utfyllt

Vedlegg

📎 Søknad MD 2022 - Budsjett og finansiering.xlsx (Økonomi/Finansiering)

📎 Søknad MD - Verdiskaping basert på naturarven 2022.pdf (Prosjektbeskrivelse)

 **Laila Maria Hjellvoll for NORDVEGGEN AS**

Lvert 14.01.2022