STRATEGISK REISELIVSPLAN IBESTAD KOMMUNE

2009 =>

Januar 2009

INNHOLD

Sammendrag
1.0 **Definisjon av reiselivet**
1.1 Innledning
1.2 Utvikling av Ibestad kommune som reisemål /destinasjon
2.0 **Organisering**
3.0 **Status for reiselivet i Ibestad**
4.0 **SWOT**
4.1 Sterke sider
4.2 Svake sider
4.3 Trusler
4.4 Muligheter
4.5 Markedsmuligheter og trender
4.5.1 Ferie- & fritidsreiser
4.5.2 Kurs & konferanse
5.0 **Hovedutfordringene til Ibestad**
6.0 **Visjon**
6.1 Målsettinger for reiselivsplanen
6.2 Kommunens rolle
7.0 **Strategier – veien mot målet**
7.1 Produktutvikling
7.2 Kompetanse
7.3 Samarbeid
7.4 Markedsføring
7.5 Regjeringens satsinger, jfr. nasjonal strategi for reiselivsnæringen.

8.0 TILTAKSPLAN
- **Å Etablere en organisasjon, som reelt evner å ta prosessen fra ord til handling.**
- **Utvikling av gamle Ibestad til et reiselivsmål med fokus på kommunens særegne historie, fra steinalder til vikingtid, og gjennom perioden som gammelt handelssentrum.**
  - Å utvikle et presentasjonsprospekt, som virkemiddel for å selge inn ideen til investorer, grunniere og andre samarbeidspartnere/ interessegrupper herunder:
- **Utvikling av Engenes som senter for *"Naturbaserte Opplevelser"* i kommunen.**
  - Bruke eksisterende fasiliteter på Engenes, med videreutvikling av havfiske turisme og oppstart fjellvandring herunder.
  - utvikle et presentasjonsprospekt for Engenes og området fra Nappen til Middagsheia og Straumbotn, med fokus på å videreutvikle området til også å omfatte vintersport – en framtidig alpindestinasjon.
- **Samferdsel**
  - Etablere daglige anløp Engenes – Harstad med Hurtigbåt
  - Utvidet fergefrekvens Sørrollnes – Harstad og Raskere ferge.
- **Utvikle aktivitetskonsepter rundt omkring i kommunen.**
- **Utvikle kompetanse rundt reiseliv i kommunen.**
- **Kurs- og konferanse, legge til rette for prosjekter ala "point of no return"**
- **Avklaringer med kommunen.**
- **Etablere forpliktelse mellom aktørene (gjelder alle tiltak)**

Sammendrag

Reiselivet i Ibestad har store muligheter framover. Mulighetene er arbeidet fram gjennom en rekke år med solid innsats av ulike private aktører, men er som resten av Ibestad samfunnet avhengig av en målrettet innsats av så vel offentlige, som private aktører i årene framover for å lykkes. Reiselivet skal bidra til å skape vekst, og stor framtidstro i kommunen i et nært, og forpliktende samarbeide, mellom privat og offentlig virksomhet. Reiselivet vil sammen med øvrig næringsliv være bærebjelken dersom kommunen på sikt skal lykkes i å opprettholde og utvikle lokalsamfunnene i kommunen.

Det forventes en oppfølging av den strategiske reiselivsplanen i arbeidet med kommuneplanen, samt at det pågående utviklingsprosjektet for Ibestad Kommune, også vil legge forholdene til rette for framtidig vekst i reiselivet. Utfordringen fremover blir å gjøre Ibestad til et sterkere reisemål også utenom hovedsesongen (mai – september). I tillegg til utfordringer rundt finansiering av nye tilbud/aktiviteter, og en organisasjon som skal omsette ord til handling i forhold til tiltakene i den strategiske reiselivsplanen.

I visjonen for reiselivsplanen; "dristighet, villskap og nytelse" skal vi gjenskape dristigheten, og villskapen til våre forfedre i forhold til det å tenke stort, for på ny å bli en pådriver i utviklingen av Sør-Troms regionen. Vi skal utvikle et reisemål som gir den enkelte feriereisende aktive, dristige naturbaserte ferieopplevelser. Ibestad som reiselivsdestinasjon skal markedsføres som innovativ, med tilrettelagte dristige aktiviteter i vill og vakker natur. Vi skal tilby lokale matretter av kortreist mat som nytes, og blir husket.

Ved å legge til rette for å få fram historiske beretninger og severdigheter, gjerne ved å initiere utgravinger på bakgrunn av tidligere historiske funn, skal vi synliggjøre vår historiske posisjon, som knutepunkt for handelen og ferdselsåren på havet mellom nord og sør.

Kommunens rolle er å være en tilrettelegger i forhold til etableringer. Både når eksisterende reiselivsbedrifter utvider, og når nye etablerer seg, må kommunen sørge for å være beste kommune i forhold til saksbehandling og tilrettelegging. Kommune må sørge for tilstedeværelse på arenaer av betydning for reiselivet, arbeide for bedrede kommunikasjoner mot Engenes og Sørrollnes, samt avklare hvorvidt kommunen skal etablere et lokalt reiselivsselskap eller knytte kommunen opp mot andre destinasjonsselskaper.

Planen har satt opp en tiltaksliste som tar utgangspunkt i Engenes og Hamnvik for å fronte utviklingen av reiselivet i kommunen. Et sterkt reiseliv med utvikling av tilbud til turister og fastboende kan utfylle tilbudene til våre nabokommuner, og gjøre Ibestad attraktiv som samarbeidspartner i regionen.

1.0 Definisjon av reisemålet:

Regjeringens nasjonale strategi for reiselivsnæringen "Verdifulle Opplevelser" som ble lansert 18. desember 2007, Kapitel 1.1, Regjeringens visjoner og mål for reiselivspolitikken, sier:

- Reiselivsnæringen må ta steget fra å produsere tradisjonelle reiselivsprodukter til å samarbeide om å skape helhetlige opplevelsesprodukter som inkluderer kultur, mat, historie, natur og aktiviteter, i tillegg til transport og overnatting. Vår visjon er at vi, gjennom å tilby verdifulle opplevelser, skal skape verdier for de besøkende, bedriften, de ansatte, lokalsamfunnet, miljøet og fellesskapet. Dette skal bidra til økt verdiskaping innen reiseliv i Norge.

Regjeringens nasjonale strategi for reiselivsnæringen er som følger:
Visjon: *Verdifulle opplevelser*
Hovedmål
- Økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen
- Levedyktige distrikter gjennom flere helårs arbeidsplasser innenfor reiselivsnæringen
- Norge – et bærekraftig Reisemål

Innsatsområder
- Innovasjon
- Et bærekraftig reiseliv
- Kvalitet
- Kompetanse
- Områdeutvikling
- Markedsføring
- Organisering

I den nasjonale reiselivsstrategien henvises det videre til regjeringens nordområdestrategi som ble lagt frem i desember 2006, hvor det står følgende:

- Strategien legger opp til en helhetlig, koordinert og langsiktig nordområdepolitikk. Reiseliv er i økende grad en kilde til sysselsetting og verdiskaping i nordområdene. Reiselivet i nord har utviklingsmuligheter knyttet til ren og frisk natur, levende kystkultur og muligheter for naturbaserte opplevelser. Som i andre områder, er en samlet organisering og tett samarbeid mellom aktørene sentralt. ***Regjeringen ser nordområdene som Norges viktigste strategiske satsingsområde i årene fremover. Reiseliv har en naturlig plass i denne satsingen.***

1.1 Innledning

Strategisk Reiselivsplan for Ibestad har sin forankring i kommunens Strategiske Næringsplan vedtatt i kommunestyret i 2007. Denne beskriver reiseliv og turisme som en voksende næring i kommunen. Det påpekes at det finnes store muligheter, men at det kreves en tilrettelegging av aktiviteter og økt profesjonalitet blant aktørene. Strategisk Reiselivsplan skal være et felles mål- og strategidokument for hele reiselivet i Ibestad.

Formålet er å utarbeide et strategisk rammeverk som skal:
- Gi rammene for en langsiktig utvikling av Ibestad som reisemål i et produkt/markedsperspektiv (basert på en grunnleggende enighet mellom aktørene for å utvikle reiselivsdestinasjonen Ibestad (visjoner, mål, strategier). Herunder også samspill med kommunal planlegging og offentlig forvaltning.
- Gjennomføre en prosess som gir aktørene en felles plattform i arbeidet med å utvikle Ibestad som reiselivsmål, både på en lønnsom og bærekraftig måte.
- Etablere forpliktende ordninger eller "spilleregler" mellom reiselivsaktørene. Hvem gjør hva og hvordan ift: "arbeidet i kulissene", "fellestiltak", "dialogen med omverdenen". Hvilke gjensidige forpliktelser (partnerskap) inngås for å nå felles mål?

Det strategiske grepet skal beskrive en utvikling som:

- Sikrer at kommunen som reisemål er attraktivt i et langsiktig perspektiv, og tilrettelegger for at aktørene har næringsmessig lønnsomhet.
- Definerer hva, som gjør/skal gjøre kommunen til et attraktivt reisemål, og hva utviklingen framover skal tuftes på? (hva som er våre bærende produktkonsept).
- Legger langsiktige strategiske føringer til grunn for å nå ønskede mål.
- Optimaliserer ressursbruken (markedsføring, produktutvikling, infrastruktur, fellesgodeløsninger).

Helhetsperspektivet er vist nedenfor (fig 5.1 fra "Hvitebok for reisemålsutvikling" Innovasjon Norge)

Planen skal være et grunnlag for utforming av handlingsplaner for reiselivet generelt i Ibestad, og skal også gi innspill til nødvendige avklaringer i forhold til fremtidig arealbruk og planlegging i kommunen (strategidiskusjon rundt kommuneplanen, og kommuneplanens arealdel).

1.2 Utvikling av Ibestad kommune som reisemål/ destinasjon

Innovasjon Norge sin hvitebok for bedre reisemålsutvikling, sluttført i januar 2008, fanger opp de overordnede føringene i regjeringens nye nasjonale reiselivsstrategi. Kap. 1.5 i "hviteboka" sier;

*- Begrepet **reisemålsutvikling** brukes om en styrt langsiktig, og helhetlig utvikling av et steds potensial som reisemål. I et markedsorientert perspektiv betyr dette at man kartlegger, og systematiserer forutsetningene, og skaffer seg et bilde av hva som gir stedet attraksjonskraft, og grunnlag for å skape næringsvirksomhet (behovsforståelse, salgbare produktkonsepter, lønnsom reisemålsutvikling). Hele veien forankret i et realistisk bilde av forutsetningene for å lykkes. I en slik prosess er det viktig å stille spørsmål som:*

*- I hvilken grad er det **gitte forhold som setter grenser for reisemålets utvikling** (å kunne skape større attraksjonskraft), og i hvilken grad det er forhold som kan endres gjennom god strategi og for utviklingen?*
*- Hvilke forhold kan endres på **kort sikt**?*
*- Hvilke forhold er **kritisk** for den videre utviklingen sett i forhold til markedsmuligheter og utviklingen av salgbare produkter?*

Naturbasert turisme
Primærmålgruppen for Norge som ferieland, er definert som personer med ulike behov innen *naturbaserte ferieopplevelser*. De opplevelsene Norge kan tilby skal først og fremst dekke følgende behov:

- Behov for opplevelser i vakker og ren natur
- Behov for opplevelse av lokal kultur og levemåte
- Behov for aktive naturopplevelser

I arbeidet med å utvikle Ibestad til en attraktiv reiselivsdestinasjon, vil en derfor kunne legge til rette for utvikling av reiseliv innen de fleste av Norges satsingsområder innenfor kategorien **naturbasert turisme.** Alle produktkonseptene (definert av Innovasjon Norge); baseferier, rundreiser, temaferie og kortferie kan tilrettelegges i Kommunen. I tillegg vil det være muligheter innen forretningsturisme gjennom produktkonseptet MICE (Møter, Incentiv, Kongresser, Utstillinger og Events) rettet mot naturbasert turisme.

- Baseferie, *hvor turisten oppholder seg lengre tid på ett sted og gjerne foretar dagsutflukter til områder i nærheten, er et stort og viktig segment for norsk reiseliv. Dette er ofte turister som leier feriehus/hytte, men det finnes også en mer eksklusiv versjon av dette segmentet, der de bruker hotell som base for ferien.*

- Rundreiser *har alltid vært en svært viktig del av norsk sommerturisme, og omfatter både organiserte bussgrupper så vel som individuelle som reiser med bil, bobil eller motorsykkel. Rundreiseturister bor like gjerne på campinghytter som på hotell. Turer med hurtigruta er også en del av rundreisemønsteret i Norge.*

-Temaferie: - *Innovasjon Norge vil bygge videre på erfaringene man har gjort fra landbruksbaserte temaprosjektene innen blant annet: vandring og sykkelferie.*

- Kortferie: - *Antall kortferier har hatt stor vekst de siste årene, og har tatt større andeler av den økte etterspørselen, mens Norge ikke har klart å utnytte potensialet på tilsvarende måte. Målgruppen for vår kortferiesatsing er ressurssterke forbrukere som søker en blanding av kultur – og naturopplevelser, både blant førstegangsbesøkende og dem som allerede har vært i Norge.*

"MICE-segmentet". Møter, Incentiv, Congresser, utstillinger og Events.
MICE-segmentet er et voksende segment der forbruket pr. reisende er høyere enn i ferie- og fritidsmarkedet. Dette kan være en viktig rekrutteringsarena for fremtidige feriereisende.

2.0 Organisering

Reiselivet er organisert på ulike nivå i Norge. I Organiseringen av det felles nasjonale og internasjonale salgs- og markedsføringsapparatet i Norge har *Innovasjon Norge* hovedansvaret for den generelle profileringen av Norge og norsk reiseliv i utlandet. Virksomheten ledes fra Oslo. Organisasjonen har kontorer i ca. 35 land, og har distriktskontorer rundt omkring i landet. Et kontor er etablert i Tromsø

Arctic Norway
Regjeringen er i god dialog med de nordligste fylkeskommunene og reiselivsnæringen i dette området for å se på muligheten for etablere en samarbeidsarena for reiseliv i landsdelen (Arctic Norway). Et reiselivsselskap er nå vedtatt opprettet av de tre fylkeskommunene i nord.

Troms Reiseliv A/S

Et sentralt selskap i koordineringen av reiselivet i Troms, er *Troms Reiseliv A/S* – (www.visittroms.no). Selskapet skal samordne og koordinere arbeidet innenfor reiseliv i Troms. Selskapet skal markedsføre og profilere Troms som reisemål.

Selskapets formål

Formålet med selskapet er å skape et samordnet og koordinert arbeid innenfor reiseliv i Troms fylke. Troms Reiseliv ønsker å være en strategisk motor for reiselivsutvikling, og skal koordinere og samordne oppgaver innen markedsføring og markedsrettet produktutvikling, vertskap og kompetanseutvikling. Troms Reiseliv ønsker å være en organisasjon som dekker medlemmenes behov, og som gjennom arbeidet er tillitsvekkende og profesjonell.

Selskapets oppgaver

Markedsføring og profilering av Troms fylke. Selskapet skal koordinere og utvikle det felles markedsføringsarbeidet for reiselivet i Troms fylke. Det er en målsetning å skape et tett samarbeid med næringsaktørene i regionen for å oppnå en bred deltakelse og samordnet innsats.

Troms Reiseliv ønsker å være en pådriver for økt samarbeid innenfor den nordnorske fellessatsingen på markedsføring, slik at Nord-Norge i stadig sterkere grad står frem som ett produktområde. Det er viktig å ha et tett samarbeid med Nordland Reiseliv og Finnmark Reiseliv.

Utarbeidelse, finansiering og gjennomføring av *markedsplan* for reiselivsnæringen i Troms. Denne innbefatter de markedsrettede tiltakene næringa og bedriftene skal gjøre i fellesskap og utarbeides i samarbeid med næringa og øvrige samarbeidspartnere. Herunder ligger også å ivareta koordinering av lokale/regionale markedsgrupper, og et arbeid for å involvere flere aktører i markedsarbeidet.

Andre Aktører:

- Destinasjon Harstad (http://www.destinationharstad.no/)
- Tromsø Reiseliv as (http://www.virtualtromso.com)
- Forsøket med "Det ville ekstra" http://www.visittroms.no (Samarbeid mellom Polar Zoo - verdens nordligste rovdyrpark, Elvelund camping- grottevandring, Lapphaugen Turiststasjon, Foldvik Brygger, Gratangsfjellet Hotell, Nordnorsk Fartøyvernsenter/ museum, Arctic Husky – hundekjøring, Alf Furuly - busstransport)
- Rute 69°Nord – prosjekt i regi av Sør Troms Regionråd

Ibestad kommune er pr i dag ikke tilknyttet noe destinasjonsselskap, og bør avklare hvorvidt en skal inngå et forpliktende samarbeid med en eller flere av disse aktørene, og/eller etablere sin egen modell for utviklingen av kommunen som reiselivsdestinasjon.

3.0 Status for reiselivet i Ibestad

Utviklingen av reiselivet i kommunen er i en tidlig fase, men har mange prosjekter på gang som kan gi store muligheter framover. Her kan nevnes Andørja Adventures, etablert som en av de ledende aktørene i Troms innen havfiske, med sterk internasjonal profilering i tidsskrifter innen fisk og naturopplevelser. Bedriften er også en sentral aktør i MICE-prosjektet "point of no return" i samarbeid med reiselivsnæringen i Harstad. Andre aktører er Stall Meyer som tilbyr aktive naturopplevelser med hest, Donsgården med gamle Ibestad handelssenter og gjennombyggingen av gamle Hamnvik Hotell, Astrids Oase's husdyrpark blant annet tilrettelegging for ferieopplevelser for handikappede samt en rekke. I tillegg har Tour De Andørja utviklet en profesjonell plattform, og et nettverk som kan være nyttig for å utvikle Ibestad kommune som reiselivsdestinasjon. Utviklingen av Tour de Andørja kan gi en eksplosiv økning i tilreisende til kommunen, ikke bare innenfor eksisterende arrangementer, men også innenfor nysatsinger en jobber med å etablere.

Andørja har vært reisemål for svenske fisketurister siden 1999, og er godt kjent spesielt i Sverige via ulike reportasjer i svenske fiskeblad og nettsteder for sportsfiskere. I tillegg har også spesielt finske fisketurister funnet Andørja og er et betydelig innslag blant kundene. Volumet av denne type turister i dag utgjør ca 5000 overnattingsdøgn. Salg og markedsføring skjer i hovedsak gjennom samarbeid med operatører i de enkelte land. Samarbeidet mellom aktørene på Engenes har vært avgjørende for den utvikling som har skjedd.

Reiselivet påvirkes for øvrig av den generelle utviklingen i næringsliv og offentlig virksomhet. Det forventes at arbeidet med kommuneplanen (strategisk del og arealdel) og oppfølgingen av denne vil stimulere reiselivsnæringen så vel som øvrige næringer. Utfordringen fremover blir å gjøre Ibestad til et sterkere reisemål også utenom hovedsesongen (mai - september).

En strategi for Ibestad fremover, kan være blant annet å satse på utvikle en reiselivsdestinasjon i kjølvannet/sammen med av satsingen til Tour de Andørja. Tour De Andørja har en sterk merkevare i Nord-Norge, og er i sterk utvikling. Strategiene framover viser en profesjonalisering, med nasjonale og internasjonale nysatsinger, som kan åpne nye dører for reiselivet i kommunen. I tillegg må en å stimulere, og tilrettelegge for produktutvikling. En annen innfallsvinkel kan være å bygge videre på nærmere 10 års utviklingsarbeid på Andørja Adventures, et arbeid som bærer frukter og har utviklet Engenes til en av de ledende havfiskedestinasjonene i Troms.

Plandokumentet inneholder flere strategier, men i stikkord faller disse inn under følgende hovedkategorier:

- Markedsføring
- Kompetanseutvikling
- Produktutvikling

Avslutningsvis inneholder planen er rekke konkrete forslag til tiltak, hvor siktemålet er at arbeidet med å realisere disse få år. Noen er allerede i gang.

4.0 Styrker, Svakheter, muligheter, trusler for reiselivet på Ibestad (SWOT)

Det er gjennomført en samling på vårparten 2008der reiselivsaktørene i kommunen har gjennomgått Ibestad Kommune sine styrker, svakheter, muligheter og trusler (SWOT) som reisemål. Resultatet fra samlingen er sammenfattet i analysen sammen med nye innspill.

Styrkene og mulighetene er noe man bør både utnytte og forsterke slik at Ibestad Kommune styrkes som reisemål. De svakhetene som er nevnt må man gjøre mest mulig med for å eliminere dem. Når det gjelder truslene, så er dette faktorer som stort sett ligger utenfor egen påvirkningsmulighet, men som man likevel kan ta forhåndsregler i forhold til slik at de kan reduseres

4.1 Sterke sider:

- Svær sentralt plassert i region (sjøveien v/ Engens). Hurtigruta og Hurtigbåt, RV 48.
- Engenes har etablert posisjon med stort innrykk på havfisketurister. Mulighetene på fisketurisme er store.
- Små avstander internt i kommunen (tilrettelagt for baseferie)
- Positiv innstilling hos befolkningen.
- Utflyttede personer vil bidra for å utvikle hjemkommunen.
- Mange små bedrifter gir stor fleksibilitet

- Snart 100 % bredbånd
- Mulighet til å bruke Tour de Andørja som virkemiddel/drivkraft i destinasjons markedsføring.
- Positiv markedsføring av kommunen gjennom Tour de Andørja (lokalt, regionalt, nasjonalt) etter hvert også internasjonalt?
- Sommer i Ibestad
- Variert natur, fjellflora, vann på Rolla, Naturreservat, orkideer (18 arter), Årbostadtinden, Straumbotn, Vasskar, Mjøsundet.
- Langlitinden er Norges høyeste øytind,
- Historisk steder – Handelsstedet Ibestad, helleristninger, steinalderen, vikingtiden, middelalderen (kirkegården). Øyene som knutepunkt sjøveien i handelen mellom nord og sør. (Engenes/Straumen, nordrollnes, Sørrollnes m.fl).
- Krigsanlegg (Nord-Rollnes/Engenes)
- Nærhet til 2 flyplasser
- Nærhet til Harstad – Kan supplere Byhotellenes tilbud (dagsopplevelser av turister og/eller MICE). Eventuelt opphold over flere dager.
- Sterk havbruksnæring i kommunen kan gi nye muligheter innen turisme

4.2 Svakheter

- ”Handlingslammet ” kommune
- Dårlig samferdsel, mangler daglig anløp til Engenes og bussforbindelser, Sørrollnesferga går for sjelden, og er for lita (flaskehals).
- Få ut informasjon, kommunen er ikke med i noe destinasjonsselskap. Mangler felles markedsføring, å ha bredden med seg er ingen hindring i forhold til den spesielle.
- Manglende arealplan, med strategi for utviklingen av kommunen (hvilke arealer brukes til hva?) Ingen styring, overlatt til tilfeldigheter => ingen ”kurs” etablert for å bringe kommunen framover som reiselivsdestinasjon => etablere framtidstro og økt vilje til å investere tid og penger i nye prosjekter.
- Janteloven – fy
- For lite åpne servicetilbud,
- Møteplass for ungdom mangler
- Lite i media med de positive nyhetene. Noe i media, men få 1. side oppslag utenom Tour de Andørja.
- For liten overnattingskapasitet i forhold til framtidige behov (gjelder spesielt for å ta toppene i besøket). Pr. dato sengekapasitet på 200 pr/døgn (helårstilbud). Hva en har av fleksibelt tilbud i sesongen er ikke kartlagt.
- Liten kompetanse innen å utvikle helhetlig tilbud
- Liten sesongkapasitet på overnatting (vanskelig å etablere guidede opplevelsesturer)
- I for liten grad har aktørene vært ute å sett hvordan andre gjør det….. hva gjør svensker, finner, dansker…. (hvorfor finne opp kruttet på nytt?)
- Ingen samordning av tilbudene.

4.3 Muligheter

- Fjellan – 11 tinder over 1000 m, landets høyeste øytind …
- Sykkelturisme ”Andørja’s tak ---”å sykle til Åtind”, etablere sykkeltraseer i terrenget i hele kommunen. Sykkelsti rundt Straumbotn, i Ånstaddalen og på Rolla.
- Blåisen, etablere sti opp fra Mjøsundet, over isen og opp til Langlitinden, Norges Høyeste øytind.
- Mjøsundet (eneste sted på Europeisk Shell bilatlas avmerket som attraksjon i kommunen…) Etablere overnattingssted/kafe/spisested, i samarbeid med aktør i.f.m utvikling av Kråkrøprosjektet (gruvedrift)?
- Golfbane i Ånstad dalen. Areal - sametinget – landbruk ok – Tippemidler – lovverk?
- Havet – vannsport, dykking, kajakk, håkjerringfiske, ..
- Historie – spill om lokalhistorie – Gudbrand Gløtt, Russevika, Hårek, Handelsstedet Hamnvik,
- Kompetansemiljø – leirskole, læringsarena,

- Natur – GPS - nettnavigasjon, lagt ut GPS punkter for vandre turister "XXX"
- Friluftsområder – Vasskar, Furnes – Jektevik – Årbostad, Ånstad marka, Drangen, vannene på Rolla.
- Opplevelsessenter for eldre (Solstad, med rundreiser for tilreisende rundt omkring i kommunen)
- Scooterløyper, skiløyper.
- Guidede turer til fjells (opplæring om: innhold, service og pris)
- Turgåing, Naturstier – merking
- Straumbotn prosjektet (gjøre bruk av eksisterende egenart, og/eller tilrettelegging?)
- Verdens beste fjellbeite for sau – "Ibestad lam"
- Aktiviteter for ledsagere – barn
- Gårdsturisme
- Badestrender – silsand, laupstad, straumbotn, årnes
- Krigsanlegg (Engenes – Nordrollnes)
- Årnes friluftspark
- Kobbetjønna
- Samisk gravplass – kunne ikke begraves i vigslet jord
- Fjellhøyden (Godt bevart samisk boplass)
- Kraftproduksjon – oteraa
- Vannrikeste øy med masse fiskemuligheter
- Småviltjakt
- Gjestejakt på elgjakt opplevelsen
- Havfiske på dypt hav
- Lomtjønn myrene – natur reservat
- Offpist – ski på nakken opp og kjøre ned
- Økologisk landbruk
- Bergart safari
- Sykkel i terreng
- Fugle liv – masse ørn
- Safari; Elg safari – elg titting, Vær safari – nordlys, rokk, lys, Øy safari
- Fotomarathon – kunst malere
- Hest i utmark , Helsefarm (i tilknytning til lokaler tik tidligere Ibestad vg skole)
- Handicapturisme
- Historie – øyenes posisjon for handelen og sjøveien, med historiske funn fra steinalderen – jernalder og vikingstid - Framheve rolle i nasjonaldannelsen Norge før vikingtiden? – samisk bosetting – kirke – admsenter med tingsted og sorenskriver – handelssenter – landbruk og fiskehistorie (astøingen) – industri historie. Etablere 1000 års sted med egen bauta nede i Hamnvik sentrum, tilknyttet gamle Ibestad.
- Kulturaktiviteter – idrett, musikk, teater,
- Bussturister – få en rundtur over øyene med aktiviteter
  Toppturer, utdanning til guider, Fjellklatring/rappellering
- Lofast gjør det lettere å tiltrekke seg rundreise- /baseturister fra Lofoten
- "Solgården" i Ibestad
- Doktor avhandling i geologi, Veldig "ren luft", "Forskningsturisme" (luft, geologi)
- Sørrollnes – spesiell botanisk forekomst
- Klåpheia, oppstilling bobilturisme?, utfartsområde, midnattsol.
- Videreutvikle Engenes som destinasjon i forhold til helårs turisme; jfr. alpint (Nappen /Middagsheia), langrenn, fjellturisme, fiske, TDA- Events, MICE. Gunstig klimamessig, transportmessig (båt) beliggenhet. MICE opplevelser, videreutvikle pakker, som eksempelvis utvikles mellom reiselivsaktører i Harstad, næringsliv og Andørja Adventures. Stort potensial for dagsprogram
- Etablere severdighet i Straumen, Straumbotn / Straumbotnprosjektet
- Etablere planlagt fritidsbebyggelse (målgruppe 1 er utflyttede øyværinger), kan ta sesongtopper, samt ha tilbud hele året ved etablering av reiselivsdestinasjon.

- Kultur – særegne mattradisjon, lokal mat med egne råvarer – matretter (silda ??) , elgkjøtt , vilt Utvikle 4 spesialretter (meny er) i kommunen, med navn tilknyttet steder/opplevelser i kommunen. Torsk fra Mjøsundet. Ibestadlam, "Alpinelg" fra Andørja, Sild/ rekerett fra Ibestad, rekefabrikken. Alle retter med egnet drikke til. En Mesterkokk med tilhørighet (Espen Jørgensen eller "Kokkekari"), lager en komplett middagsrett (patentbeskyttet?) av hver rett, og gir opplæring til utvalgte "assistenter" som får "kokkebevis". Rettene gjerne etablert med økologiske lokale matvarer; begrepet "Kortreist mat" er et nytt begrep >>> jfr egen lokal mat
- Utvikle eksisterende og nye opplevelsesarrangementer under Tour de Andørja paraplyen.
- Bruke Tour De Andørja arrangementene, deres profilering, markedsføring og nettstedet: www.letour.no til å fronte reiselivsdestinasjonen Ibestad. Øke belegget under, foran og etter arrangementene.
- Etablere "pakker" for dagsturister med hurtigruten. Båt til Engenes (pendlerute), (ankomst 07.30) sjøbaserte -/ naturbaserte opplevelser i 3t, derifra direkte til Hurtigruten på Finnsnes kl 12. på Finnsnes. Mulighet for andre reisende å være med (supplerende tilbud til hotellnæringen i Harstad og/ eller overnattingsetablisementer i kommunen)
- Roe Jenset prosjektet
- "Rollnesdagan"
- Hundekjøring – sommer og vinter
- Bruk av etablerte nettsteder for å markedsføre kommunen og tilbudene: www.andorja-adventures.com, www.letour.no, www.ibestadportalen.no
- "Djeveløya", kan vi bruke dette positivt???, Astøingan var beryktet på havet.

4.4 Trusler

- Janteloven – bygdedyret, bor han Ibestad?---samspillet mellom øyene, viktig å jobbe for å begrave janteloven.
- Myter – blir sannheter
- Få unge mennesker – tror vi ….
- Foreldrene til de unge må slutte å anbefale sine unge å flytte
- Fallende folketall og skjev alderssammensetning
- "Grunneiertyrani" klarer ikke å etablere forståelse for fellestiltak, og forståelse for alternative framtidsoppfatninger, ting skal være som de alltid har hvert.
- Synet på Ibestad fra utsiden er ikke positivt ?? er vi sikker på dette ? hvorfor ?
- Lettere å se begrensninger enn muligheter
- Sutre mentalitet
- Liten kreativitet – alle skal gjøre suksess på det samme
- Kommunen klarer ikke å enes om en helhetlig plan, hvilke områder skal brukes til hva? Ingen drivende visjon for hva kommunen skal utvikle seg til, som kan bidra til at "kreftene" samles, og iverksetter tiltak som virker i samme retning (prioriteringer => bevist eller ubevist)
- Liten vilje til å la krefter utenfra slippe til. "Her vet vi selv best er den rådende tanken…"
- Visuell forsøpling av landskapet, fare for at turister ikke opplever produktet "naturopplevelser i ren natur".
- Er byggeskikk og næringsetableringer "fine å se på"? Eller ligger det skrot og rask overalt? Skal en skille fritidsbebyggelse fra fastboende?
- Konflikt mellom vår tilsynelatende trang til fri scooterferdsel og behov fra tilreisende som søker det "uberørte"?
- Konflikt masseturisme ⇔ økoturisme. (begrensinger på fritidsfiske og installasjoner i utmark?)

4.5 Markedsmuligheter og trender

4.5.1 Ferie- & fritidsreiser

Det moderne liv utøver økende press på menneskers daglige liv og stimulerer ønsket om mer fritid og avslapning. Etter hvert blir det et behov å "lade batteriene" og med det vil etterspørselen øke. Med hjelp av dagens lavprisfly selskap, tar man kortere og hyppigere ferier. Fokus på familien fører til et ønske om felles opplevelser gjennom ferier/reiser. Dagens turist har liten tid til å sette sammen turer selv og ønsker i større grad å velge mellom ferdigpakkede turer. Et annet element som kan få innvirkning framover er at de økonomiske nedgangstidene rundt om i verden kan gjøre det mer attraktivt

Markedets behov:

Målgruppen for Norges internasjonale markedsføring er i utgangspunktet personer som tidligere har reist til på ferie til utlandet. Begrunnelsen for dette er at de færreste reiser til Norge på sin første utenlandsreise, slik at målgruppen derfor består av erfarne reisende. Sannsynligheten for å reise til Norge vil variere med hvor i verden en kommer i fra. Undersøkelser fra Innovasjon Norge konkluderer med:

- For skandinaviske land er det tilstrekkelig at man har reist på ferie til andre land. Det å reise til Norge ses ikke på noe spesielt, det er noe alle gjør. Tilsvarende kan en kanskje si om besøkende fra andre landsdeler…
- For resten av Europa er målgruppen definert ved personer som tidligere har reist på til andre europeiske land enn sine naboland. Avstand, tid og penger, fra kontinentet til Norge tilsier at det ikke er tilstrekkelig at man reiser til sine naboland.
- For resten av verden inkluderer vi personer som tidligere har reist på ferie til Europa. Norge er i svært liten grad det første landet man velger hvis man reiser til Europa. Dernest må målgruppen besitte de nødvendige forutsetningene for å reise til Europeiske land, som tid penger og pass. Dette gjør at en kan definere målgruppen som ”erfarne reisende”

Norges 4 ”fyrtårn”

”Fjord- og fjellandskapet”, ”Fjell og Villmark”, ”Kysten og Kystkultur”, og ”Det Arktiske Norge” er utvalgt som Norges viktigste fyrtårn i profileringen av Norge.

Norges Fordeler er fokusert rundt 5 fordeler:

1. Den friske og rene luften og det klare vannet
2. Den storslåtte, vakre og mangfoldige naturen
3. Det moderne folket som lever i naturen
4. Følelsen av å kjenn naturkreftene på kroppen
5. De enestående naturfenomenene.

4.5.2 Kurs & konferanse

Begrepet omfatter alle møteformer. Emnene teambuilding, incentives og kick off er mer spesialiserte konferanseformer. Konferansemarkedet er blitt mye tøffere de senere årene og mange har investert i fasiliteter som markedet har respondert positivt på. Ibestad har noe kapasitet på overnattingssiden, men ingen mulighet til å gjennomføre større arrangement. Eneste mulighet er kultur-/ sportsevents under TDA, der en også benytter seg av midlertidige overnattingsmuligheter (telt-/campingvogner/sovesal)

Harstad har kapasitet som konferanseby, og ligger nært til Engenes med båt. Våre muligheter ligger i å utvikle tilbud innenfor opplevelser og kultur som gjør Harstadregionen attraktiv som konferanseby.

5.0 Hovedutfordringene til Ibestad

Konkurransen vil i fremtiden være nært knyttet opp til opplevelsestilbudet i regionen.
Følgende momenter er viktige faktorer for vekst og lønnsomhet for reiselivet i Ibestad;

- Avklaring i forhold til om en skal samarbeide med et /flere destinasjonsselskaper, og/eller utvikle et eget destinasjonsselskap med utgangspunkt i etablert og fungerende virksomhet; Andørja adventures og Tour de Andørja. For eksempel under domenet www.letour.no
- Ibestad kommune må utvikle seg til å bli ledende innen å legge til rette for nyetableringer, for raskt å bidra til å utvikle eksisterende reiselivsbedrifter, samt legge til rette for nyetableringer. Dette gjelder både i forhold til tillatelser i forhold til arealbruk og drift.
- Lykkes i kompetanseutviklingen jfr. vertskapsfunksjonen, språkkunnskap, guiding m.m
- Lykkes i å se utfordringen i å "Se Ibestad som helhet"
- Lykkes i å etablere reiseliv som en helårs næring
- Lykkes i å utvikle Samarbeidsevnen og viljen blant aktørene
- Vi må yte service/gi tilbud ut fra de besøkendes behov
- Tilby aktiviteter og opplevelser for hele familien
- Finne sin posisjon i regionen.
- I tråd med økt individuelt reisemønster, være i stand til å utvikle nye og tilpassede produkter på opplevelsesfronten, spesielt rettet mot en økende individuell trend.
- Sikre en miljøvennlig utvikling av reiselivstjenester.
- Bidra til å påvirke at forholdene legges til rette for en positiv utvikling og et sterkt næringsliv på generelt grunnlag slik at kommunen opprettholder bosettingen.
- Kommunen må etablere føringer for arealbruken i kommunen, hva kan bygges hvor, hvilken rekkefølge. Skal arealer båndlegges, hvilke fellestiltak skal gjennomføres. Hvordan skal vi ”belønne” grunneiere som båndlegger egne arealer i utmark til fellestiltak.
- Etablere en drivende visjon for framtidsutviklingen i Ibestad. Gjennom dette kan en skape eierskap, og tilslutning for de tiltak og prioriteringer som bestemmes i Kommuneplanarbeidet, både de strategiske delene og den resulterende arealdelen. På denne måten kan en også skape eierforhold for reiselivsproduktet Ibestad, produktutvikling som foregår og markedsføringen. Dette fører til felles ansvar og vilje til at Ibestad skal bli en ledende reiselivskommune i Troms.

6.0 Visjon => ”Dristighet, villskap og nytelse”

Vi skal gjenskape dristigheten, og villskapen til våre forfedre i forhold til det å tenke stort, for på ny å bli en pådriver i utviklingen av Sør-Troms regionen. Vi skal utvikle et reisemål som gir den enkelte feriereisende aktive, dristige naturbaserte ferieopplevelser. Ibestad som reiselivsdestinasjon skal markedsføres som innovativ, med tilrettelagte aktiviteter i vill og vakker natur. Vi skal tilby lokale matretter av kortreist mat som nytes….. og blir husket.

Ved å legge til rette for å få fram historiske beretninger om folk, natur og byggverk, gjerne også ved å initiere til utgravinger på bakgrunn av tidligere historiske funn, skal vi synliggjøre vår historiske posisjon. Knutepunktet for handel, ferdselsåren på havet mellom nord og sør, og grunnlaget for vår identitet. Gamle Ibestad sin posisjon som handelssenter for gamle Astafjord, kan gjennom bygningsmasse og historieberetninger brukes som utgangspunkt for ”historiereiser” gjennom opplevelser/ fortellinger/ vandringer/båtturer.

Tour de Andørja har etablert, og jobber med nyvinninger som maner til tidligere tiders villskap, både i opplevelser, dristighet og satsing. Dette kan sammen med etablert nettverk og posisjoneringen til Andørja Adventures og andre reiselivsaktører i kommunen bidra til økt mediaprofilering, som kan bli en nyttig drivkraft for utviklingen av kommunen som reiselivsdestinasjonen. Gjennom nyskapende turismesatsing skal vi lykkes i å gjenskape sjøveien, som hovedferdselsåre for regionen, og Ibestad sin naturgitte rolle som midtpunkt for ferdselen i fylket.

Reiselivet skal bidra til å skape vekst, og stor framtidstro i kommunen i et nært, og forpliktende samarbeide, mellom privat og offentlig virksomhet. Reiselivet i kommunen skal være en attraktiv samarbeidspartner for reiselivet i regionen, på landsbygda og i Byen.

6.1 Målsettinger for reiselivsplanen

Målsettinger er uttrykk for hva vi konkret tar sikte på å oppnå i løpet av planperioden.
Målene skal være mulig å etterprøve. Ibestad kommune ønsker å delta i å legge grunnlaget for lønnsomme, meningsfylte arbeidsplasser innen reiselivsnæringen og sikre de eksisterende. Reiselivet skal utvikles med grunnlag i kommunen sine fortrinn som skissert i visjonen. De reiselivsprodukter som utvikles skal være med på å gjøre Ibestad til en ledende reiselivskommune i regionen. Følgende målsettinger er satt:

- *Ibestad kommune ønsker å være ledende innenfor reiseliv i Troms*

Hva innebærer dette i forhold til? Antall overnattingsdøgn – Kompetanse – Aktivitetstilbud, kultur-/matopplevelser – Forhold til offentlige myndigheter – langsiktig planlegging som legger forholdene til rette i forhold til framtidens behov. Dette er forhold som krever private initiativ for å avklare.

6.2 Kommunens rolle

- *Være en tilrettelegger i forhold til etableringer.* Både når eksisterende reiselivsbedrifter utvider, og når nye kommer til må kommunen sørge for å være beste kommune i forhold til saksbehandling og tilrettelegging. Det samme gjelder i forhold til overordnet planarbeid (Kommuneplan med strategier og arealprioriteringer som bygger opp under utviklingen av Ibestad som reiselivsdestinasjon).

- *Tilstedeværelse på viktige regionale/nasjonale arenaer,* For å sikre at kommunens interesser ivaretas, samt være synlig for aktuelle samarbeidspartnere. (også andre kommuner).

- *Samferdsel, med aktivt arbeid for å synliggjøre og forbedre kommunikasjonen fra Engenes og Sørrollnes til Harstad, og synliggjøre viktigheten for kommunen* Herunder også fokus på effekt for Harstad ved bedring av samferdselen til nabokommunene.

- *Avklaring i forhold til hvorvidt en skal utvikle eget reiselivsselskap, eller knytte kommunen opp mot andre destinasjonsselskap.*

- *Medlemskap i Troms reiseliv. Gir kommunen tilgang til de viktigste regionale nettverk for reiseliv*

7.0 Strategier – veien mot målet

I det følgende er det foreslått strategier som skal bygge opp under visjonen og målsetningene som er beskrevet foran. Noen av strategiene vil berøre flere mål. Følgende strategier er foreslått for å nå målene:

7.1 Produktutvikling

- Legge til rette for å utvikle reiselivsprodukter innen aktive naturbaserte opplevelser i kommunen innen de kundesegmentene en satser mot.

- Utpeke steder i kommunen som "base" for reisemålet. Baseferie, *hvor turisten oppholder seg lengre tid på ett sted og gjerne foretar dagsutflukter til områder i nærheten, er et stort og viktig segment for norsk reiseliv. Dette er ofte turister som leier feriehus/hytte, men det finnes også en mer eksklusiv versjon av dette segmentet, der de bruker hotell som base for ferien.*

  Engenes og Hamnvik kan etableres som naturlige "baser" for opplevelser i kommunen, og eller regionen. Det nyrestaurerte "gammelhotellet i Hamnvik" er et naturlig sentrum på "handelsstedet" Gamle Ibestad, med historie, kultur og tradisjoner. Andørja Adventures kan sammen med midnattsol og Tour de Andørja fronte et senter for naturbaserte opplevelser i kommunen og havfiske turisme. Etter hvert også å utvikle produkter som henvender seg mot turistgrupper i den hvite årstiden.

  En viktig del av dette arbeidet er å legge til rette for å utvikle "riktige" overnattingsmuligheter nært tilknyttet disse stedene. Herunder følgelig å avgjøre hvilke overnattingstilbud som skal etableres.

  Her kan en kanskje spesielt med fokus på å etablere ferieleiligheter/feriehytter som eies av enkeltpersoner, firmaer som vil ha et feriested/bedriftshytte i kommunen, framfor å investere i egne utleie hus/hytter som ikke vil kunne ta toppene. Over tid vil private bo muligheter, som leies ut i perioder for å supplere helårsvirksomhet, også kunne generere nok "gjester" til å opprettholde et eller flere servicetilbud (spisesteder)/ hoteller i kommunen, samt grunnlag for å utvikle gode aktivitetstilbud til de tilreisende.

  Et hytte-/ferieleilighetskompleks med utleiemuligheter tilknyttet Engenes med etablerte daglige ferdselsårer med Hurtigbåt til Harstad/ Tromsø kan sågar tenkes å være med å del finansiere "fellestiltak", for eksempel den første skiheisen i Nappen i en framtidig utvikling av en vinterdestinasjon. Utflyttede "øyværinger" kan være en naturlig målgruppe når en skal finne kjøpere for hyttene/leilighetene. En positiv bieffekt av kraftig økning av ny fritidsbebyggelse er at det blir lettere for fastbeboende å kjøpe beboelseshus.

- Rundreiser *har alltid vært en svært viktig del av norsk sommerturisme, og omfatter både organiserte bussgrupper så vel som individuelle som reiser med bil, bobil eller motorsykkel. Rundreiseturister bor like gjerne på campinghytter som på hotell. Turer med hurtigruta er også en del av rundreisemønsteret i Norge.*

Foruten sommerturister, bussreiser (pensjonister og andre), bussreisende til TDA- arrangementer og andre, er det en mulighet for å tilby aktiviteter til så vel rundreisepassasjerer med hurtigruta som andre. Utfordringen blir å fange opp rundreiseturister til kommunen vinterstid.

- Temaferie: - *Innovasjon Norge vil bygge videre på erfaringene man har gjort fra landbruksbaserte temaprosjektene innen blant annet: vandring og sykkelferie, matopplevelser og gårdsturisme.*

- Kortferie: - *Antall kortferier har hatt stor vekst de siste årene, og har tatt større andeler av den økte etterspørselen, mens Norge ikke har klart å utnytte potensialet på tilsvarende måte. Målgruppen for vår kortferiesatsing er ressurssterke forbrukere som søker en blanding av kultur – og naturopplevelser, både blant førstegangsbesøkende og dem som allerede har vært i Norge.*
  Tour De Andørja tilbyr "kortferier" innen kultur og naturopplevelser. Gjennom markedsføringen nasjonalt og etter hvert også internasjonalt, når arrangøren ut til store grupper av potensielle deltager på slike reiser til øya.

- "MICE-segmentet". *Møter, Incentiv, Congresser, utstillinger og Events.*
  MICE-segmentet er et voksende segment der forbruket pr. reisende er høyere enn i ferie- og fritidsmarkedet. Dette kan være en viktig rekrutteringsarena for fremtidige feriereisende

  Spesielt er det viktig å videreutvikle nettverksprosjekter med samarbeid mellom reiselivsaktører i Harstad og bruk av lokale events i kommunen, etter modell av utviklingsprosjektet "point of no return" Med F2- Nordic hotellene, Andørja Adventures, Heliteam og Innovasjon Norge.

- Produktutvikling knyttet til kystkultur. Spesielt fokus rundt gammel kystkultur rundt handelsstedet Hamnvik. Med "nessekongene" med Hamnvik sin plass i denne historien. Historiedelen i prosjektet, fra landbruk til fiskeriene inkl selfangst, til nye næringsveier. Her kan en ta tak i eksisterende fortrinn, eller hvilke fortrinn som "kan bygges opp". En skal ikke undervurdere de tradisjonelle næringene som fiske og jordbruk, men veksten må komme i andre næringer.

  Kultur rundt fortiden som Nordgrensen for Norge i Vikingtiden (Hårek?). Her er det mye å bygge på fra historiesiden i Astafjordprosjektet, med kirken, kystkultur, gamle bilder, redskap mm, dvs "vår felles arv", Gullbrand Gløtt. Alt sammen sentrert rundt "gamle Hamnvik " med Donsgården, gammelbanken og det nyrestaurerte hotellet. Produktutvikling innen havbruksturisme, og opplevelsesguiding i naturen med innslag av kultur og historie bygger opp om konseptet.

  Produktutvikling innen utviklingen av matopplevelser for tilreisende. Herunder utvikling av egne matretter basert på hva øyene har å tilby av lokale råvarer.

  Utvikling av ferieleiligheter/ hytter som kan leies ut som overnattingstilbud som i større grad kan ta toppene av turiststrømmen, og således være et supplement til de etablerte aktørene, og ikke en konkurrent.

7.2 Kompetanse

- Øke servicenivået i næringen
- Øke den generelle kunnskapen av hva "de besøkende" forventer seg i ulike turistsegmentene innen det overordnede produktkonseptet: Naturbasert turisme".
- Kursing => "Ut å se" - framfor å finne opp kruttet på nytt.
- Utvikle matkompetanse ved å trekke til seg kjente og dyktige kokkenavn med lokal tilhørighet for å, utvikling/ivareta lokale matskikker, "finne" opp lokale retter…

7.3 Samarbeid

- Utvikle et bedre samarbeid i reiselivsnæringen som fremmer samarbeid og rasjonell funksjonsdeling på alle nivå. Herunder utvikle enda tettere samarbeid for å markedsføre hverandres tilbud å holde de tilreisende innen regionen. I dette omfatter samarbeid med aktører fra andre kommuner der dette er naturlig, kanskje spesielt med tanke på å tilby er reiselivsprodukt som utfyller Byens tilbud.
- Styrke samarbeidet mellom kultur, friluftsliv og reiseliv i kommunen og regionen. Her kan Tour De Andørja spille en viktig rolle, spesielt dersom de lykkes i å etablere en egen profesjonell utviklingsorganisasjon. Andørja Adventures er en annen sentral aktør som er i ferd med å etablere seg som en ledende aktør inn havfisketurisme i Troms. Å utvikle noe som fungerer er oftere forbundet med suksess enn om en starter opp med blanke ark.

7.4 Markedsføring

- Tilknytning til et destinasjonsselskap eller etablere et selv?
- Nyttegjøre satsingen på Tour De Andørja arrangementene ikke bare for å trekke turister til kommunen under arrangementene, men også utenom når arrangementene arrangeres. I tillegg kan en effekt av TDA være at en tiltrekker seg investorer til øya, både personer som vil etablere sin feriebolig (potensial for utleie, guidede turer og serveringsnæring), og om en vil gå inn i egne reiselivsprosjekt.
- Utvikle tett samarbeid med TDA?, mulighet til markedsføring på internett på domenet www.letour.no presentasjoner, mediaoppslag, annonser, messer og arrangementsaviser eller sammen med en annen sentral aktør med allerede godt fungerende opplegg som Andørja Adventures. Ved opprettelsen av et lokalt reiselivsselskap bør disse være sentral, da en kan bygge på det eksisterende framfor å starte med blanke ark. Enten ved å bygge et nytt domene eller ved å dra nytte av allerede oppbygd merkevare gjennom 10 år.

7.5 Regjeringens satsinger, jfr. nasjonal strategi for reiselivsnæringen.

I forhold til kommunes muligheter / aktuelle satsingsområder, kan følgende nevnes i forhold til støtte-/del finansieringsordninger, der Innovasjon Norge er sentral:

- Utvikling av kortferietilbudet i Norge
- Fremme norsk mat, som en viktig del av reisetilbudet
- Samspill mellom reiseliv og marin sektor
- Utviklingsprogram for grønt landbruk.
- Verdiskapningsprogrammet på kulturminneområdet.
- I 2008 ble det opprettet et nytt investeringsfond på 2,2 milliarder hvor reiseliv er et av prioriterte satsingsområder
- Innovative prosjekter innen reiseliv som er samarbeids- og -/eller nettverksprosjekter.
- Støtte til pilotprosjekt som viser hvordan kommunenes arealforvaltning i tilknytning til reiseliv, og tilknyttende aktiviteter kan gjøres på en bærekraftig måte.
- Utvikle prosjektet fortellinger om kyst Norge. Kystens kulturhistorie er en viktig ressurs for reiselivsnæringen
- Regjeringen er innstilt på at Innovasjon Norge kan delta i ett eller flere prosjekter der frivillig fellesgodefinansiering er en del av finansieringen av prosjektet.

8.0 TILTAKSPLAN

Det overordnede tiltaket er å utvikle den langsiktig strategien, som skal:

A) **Gjennomføre nærmere analyser** av destinasjonens muligheter, og potensial for videre utvikling,
B) **Bestemme retningen** for destinasjonens videre utvikling
- Skal vi forsterke dagens situasjon med større volumer på samme produkter?
- Skal vi gå mot nye målgrupper på nye produktkonsepter?
C) **Definere mål å strategier** samt prioriterte tiltak for utviklingen av destinasjonen.
D) **Forankre de valgte strategier og tiltak** gjennom avtaler, partnerskap, selskapsetableringer, innspill og endringsforslag i forhold til offentlige planer e.t.c

Dette kommer igjen i tiltakene nedenfor. I lys av dette bør en også tenke i gjennom:

=> Hva menes med målsetningen: *" Ibestad skal bli en ledende reiselivsdestinasjon i Troms"?*

- **Å Etablere en organisasjon, som reelt evner å ta prosessen fra ord til handling Tiltaket omfatter:**

  - Avklare behov blant de ulike reiselivsaktørene. (kommunen sammen med reiselivslaget).
  - Kommunen må avklare om en skal etablere samarbeid med et /eller flere av de eksisterende reiselivs- destinasjonsselskapene, og/eller utvikle sitt eget konsept med lokalt destinasjonsselskap. Gjerne med utgangspunkt i aktører som allerede i dag er etablert, for eksempel Andørja Adventures sammen med Tour de Andørja, og et etablert samarbeid med Arctic Norway (nyetablert selskap for hele Nord-Norge).
  - Gjennomføre **prioriterte (felles)tiltak** i tråd med utviklingsstrategien etter hvert som disse fastsettes. Kan forankres i kommuneplanen.
  - Herunder også kunne være bidragsyter i forhold til å bidra til å skaffe finansiering (søknad/presentasjoner e.t.c.), samt gjennomføring.
  - Etablere finansiering som sikrer gjennomføring.

- **Utvikling av gamle Ibestad til et reiselivsmål med fokus på kommunens særegne historie, fra steinalder til vikingtid, og gjennom perioden som gammelt handelssentrum.**

  Tiltaket omfatter å skaffe finansiering til et forprosjekt som skal utvikle et presentasjonsprospekt som skal selge ideen inn til investorer, grunneiere og andre samarbeidspartnere/ interessegrupper. Prospektet skal ta utgangspunkt i å;

  - Utvikle en hovedidè for et konseptet med basis i øyenes historie, og muligheter. Herunder bruk av "Gamle Hamnvik Handelssted" med "Donsgården", "Gammelbanken", "Gamle Ibestad kirke" og "Dyrstad Mølle" som senter for "historievandringen". Et hovedfokus kan være middelalderhistorien og glanstiden på 17-18-19 hundre tallet, med Ibestad som handelssentrum i Astafjord. Historiestedet vil også fokusere på øyenes geografiske betydning i tidlig steinalder, jernalderen og vikingstiden i forhold til ferdselsåren på havet å handelen mellom nord og sør. Vurdere hvorvidt en på stedene Engenes/Åndervåg/Straumen, Sørrollnes, Nordrollnes og/ eller andre steder i kommunen skal vurdere å initiere utgravninger på bakgrunn av tidligere funn, for å "dokumentere" øyenes betydning for ferdselsårene på havet i et historisk perspektiv.

- Avgjøre hvilke aktivitetstilbud skal innlemmes i konseptet.
- Avgjøre hvilke turistgrupper en skal satse mot, og hvilket konsept som skal tilbys.
- Avgjøre potensialet i prospektet.
- Utvikling av "Sommer i Ibestad"
- Avgjøre hvilke typer overnattings- og andre fasiliteter som skal utvikles. Skal en sette av områder der en bare tillater spesiell ferie-/fritidsbebyggelse for å sikre at denne "passer inn" i utviklingen av gamle Ibestad Handelssted? Disse "ferieligghetene" kan også leies ut til turister i toppsesongen, og gi økt potensial for guiding på kultur og naturbaserte opplevelser, og skape bedre grunnlag for serveringssteder.
- Å bli enige om hvordan ulike reiselivsaktører i kommunen kan samarbeide for å utvikle kultur-/og historie reisemålet Hamnvik. Herunder å avgjøre hvilke felles(tiltak) som må iverksettes. Kan forankres i kommuneplanen.
- Gjennomføre prioriteringer, og bestemme rekkefølge i utviklingen.
- Gjennomføre avklaringer i forhold til offentlig plan-/rammeverk PBL (se eget tiltak).

- **<u>Utvikling av Engenes som senter for *"Naturbaserte Opplevelser"* i kommunen.</u>**
  150-200.000 mennesker kan nå Engenes innen 2 timer (hurtigbåt/bil), 50.000 innen 1 time. Avstanden fra Oslo til Hemsedal er 3-4 timer (pr. vei).

  - Bruke eksisterende fasiliteter og etablerte virksomhet på Engenes til å videreutvikle havfiske turisme og fjellvandring herunder:
  - Havfisketruisme fra Engenes, guidet opplegg med kultur og matopplevelser eller utleie av alle nødvendige fasiliteter for at turistene kan klare seg selv.
  - Utvikle et guideopplegg med utgangspunkt fra Engenes, med utfart til hele kommunen (utdanne guider, lage egen konsept som kan inneholde aktiv naturopplevelse, kultur /historie og lokal mat).
  - Etablere opplegg med guide turer opp på Langlitinden, Norges høyeste øytind.
  - Bruke suksessen til Andørja Adventures og Tour De Andørja og deres kontaktnett, for å markedsføre Engenes, og kommunen som reisemål for helårs turisme for naturbaserte opplevelser.

  - Utvikle Engenes som startsted for en Alpindestinasjon som over tid kan utvikle seg til å omfatte større deler av Middagsheia, i tillegg til å utvikle et Straumbotnprosjekt. Herunder :
  - Skaffe finansiering til et prosjekt som skal utvikle et presentasjonsprospekt en framtidig storsatsing for området Engenes, Nappen, Middagsheia, Nesset og Straumbotn. Dette skal bli et virkemiddel for å selge inn ideen til investorer, grunniere og samarbeidspartnere/ interessegrupper. Prospektet skal:
  - Prosjektet bør også presentere hvordan en kan videreutvikle det tradisjonsrike fiskeværet på Engenes til at det på ny kan ta sin historiske plass uten, sentralt i ferdselsåren i Vågsfjordbassenget, uten at dette skjer i konflikt med utviklingen av en vintersportsdestinasjon.
  - Avklare bruken av arealer på Engenes, rundt Nappen, Middagsheia og Straumbotn. Hva skal til for å utvikle Engenes/Nappen/middagsheia til Vintersportsdestinasjon? Hvilke arealer til hva? I hvilke utviklingsperioder? Hvilke fellestiltak må iverksettes? Hvilke behov har den tilreisende? hvem er konkurrentene,? Hvordan tenker investorene/samarbeidspartnerne? Hvordan gjøre Andørja attraktiv som vintersportsdestinasjon?
  - Avklare hvilken type overnatting skal tilbys i ulike utviklingstrinn? I hvilken grad skal en legge til rette for utvikling av ferieleiligheter med utleieklausul for lokale reiselivsbedrifter? Hvordan skille fastbebyggelse, næringsliv og turisme, fritidsboliger?

- Arealplanlegging av Engenes => hvordan videreutvikle et helhetlig senter som ivaretar de etablerte fisketradisjonene i Hamna med havturisme, og nye tanker om å utvikle en levedyktig alpin-/vintersportsdestinasjon som kan legge et bedre grunnlag for helårsturisme?
- Hvordan kan ferie-/fritids bebyggelse være med å utvikle Engenes?
- Etablere en plan for fritidsbebyggelse, som finansierer fellesgoder rundt en alpinsatsing, samtidig som den kan tilrettelegges for å utvikle havneområdet uten at dette forringer bomiljøet til de fastboende.
- Fritidsboliger/hytter kan ta toppene, og på sikt også bidra til utvikle et bredere tilbud gjennom hele året. Potensial innen guidede opplevelser og utvikling av helårs serveringssteder. Dette er også viktig for at Tour de Andørja skal nå sine mål innen etablerte og nye arrangementer som er under planlegging.
- Hva er mulighetene i Straumbotnprosjektet?
- Avklare hvilke fellestiltak som må gjennomføres, og hvordan samarbeidet mellom ulike grunneiere og andre interessenter skal fungere.
- Gjennomføre avklaringer i forhold til offentlig plan-/rammeverk PBL (se eget tiltak).

- ***Etablere bedre utfartsparkering*** ved:
  Mjøsundet, Fornes, Ånstadbotn, Engenes, Straumen, Straumbotn, Vasskar, Klåpheia, Årbostad(tinden), Fugleberg, Nord-Rollnes, Sørrollnes, Vik, Bolla, Hamnvik Sentrum, Breivoll. Alle med karttavler og ruteopplysninger. Etablere tur-/sykkelkart.

- **Samferdsel**

- Etablere daglige anløp Engenes – Harstad med Hurtigbåt

Mulighet for rundreiseturister med hurtigruten til å ta del i aktiviteter i kommunen, mulighet for MICE – turister (møtevirksomhet og aktiviteter på Engenes) og Hotell næringen i Harstad til å supplere sitt tilbud til gjestene. Mulighet for rundreiseturister for å ha lett tilgjengelighet til Engenes. Det samme for ferie-/weekend turister som ønsker å etablere seg med ferie- leilighet/hytte med mulig utleie på stedet. Også viktig som kombinert pendlerbåt for å opprettholde bosetningen på stedet, samt kunne trekke til seg arbeidskraft fra Harstad.

Etter hvert helt sentralt i utviklingen av Engenes som reiselivsdestinasjon for alpin-/vinter aktiviteter, havfiske, vandre- og sykkelturisme.

Utvides fergefrekvens Sørrollnes – Harstad og Raskere ferge.

Med en ½ times ferjetur til Sørrollnes, kan dette området utvide omlandet for Turister har Harstadregionen som destinasjon. I tillegg vil utvidet frekvens, og kortere reisetid også gjøre det mer attraktivt for bilturister å ta et avbrekk på sin reise mot Harstad. En bieffekt vil være at arbeidskraften lettere kan utvikles mellom Harstad og Ibestad, til et mer velfungerende arbeidsmarked i Regionen, samt at muligheten for å etablere seg med bolig i kommunen er "tryggere" konsekvensen blir at fritidsboliger kan brukes som fritidsboliger og gi et potensial ved utleie.

- **Utvikle aktivitetskonsepter rundt omkring i kommunen.**
  - Opplæring av guider (sommerjobber for ungdommen i sesongen for å ta høysesongen), ungdom er ofte også mer undrende/interessert i hvordan andre gjøre det (reiser også mer ut for å få innpulser).
  Søke finansiering til opplæringsprosjekt gjennom Innovasjon Norge.

  - Utvikle kompetanse for å kunne tilberede lokal mat, gjerne egne retter utarbeidet av "Kokkekari" og/eller andre kokker som "utdanner" utvalgte lokale kokker får lov til å lage/servere de lokale spesialrettene (menyene). Bruke "kortreist mat" (lokal mat) som råvarer. Søke finansiering til utviklingsprosjekt gjennom innovasjon Norge.

- Videreutvikle aktivitets "events" under Tour de Andørja paraplyen
- Utvikling av Sommer i Ibestad, muligheter for Næringslivet.
- Utvikling av golfkonsept i Ånstaddalen,
- Utvikling av Rollnes Dagan.

- **Utvikle kompetanse rundt reiseliv i kommunen.**
  - Studieturer for å se hvordan andre relevante aktører jobber (Lofoten og Målselv), eventuelt også steder i Sverige/Finland (Boliden /Riksgrensen og Levi), som har lyktes tiltross for helt andre naturgitte forutsetninger enn hos oss). Hva tilbys andre steder som "ferdigpakker" for guidede turer? Hva kan en ta betalt? Hva er "suksessformelen" for utviklingen av deres reiselivsdestinasjon, deres "fortrinn". Søke gjennomføring av utviklingsprosjektet gjennom Innovasjon Norge og lokale krefter.

  - Gjennomføre "brainstorming" med lokale personer, som har reist rundt å fått sett hvordan andre land og personer behandler "gjester", samt hvilke tilbud ulike destinasjoner tilbyr. Blant annet innspill for hva som en mener er en god vintersportsdestinasjon? (Påstand: Nord-Norge har ingen i dag…). Tour de Andørja triple Challenge og Sommer i Ibestad er i dag er et samlingspunkt for lokale og utflyttede Ibestad væringer. I tilknytning til arrangementene etableres nettverksteder for utflyttede Ibestadværinger for å etablere kontakt med resurspersoner

- **Kurs- og konferanse, legge til rette for prosjekter ala "point of no return"**
  - Erfaringsutveksling på bakgrunn av resultatet av prosjektet, og søke å videreutvikle konseptet. Etter hvert også mulighet for å utvikle aktivitets events for eksisterende og framtidige samarbeidspartnere til Tour de Andørja.

  - Videreutvikling av etablerte konsepter sammen med hotellnæringene i byen

- **Avklaringer med kommunen.**

I den videre prosess er det viktig å foreta nødvendige avklaringer med kommunen i forhold til kommunal planlegging, arealdisponeringer, saksbehandling i reiselivssaker og andre relevante forhold. Resultatet av en langsiktig utviklingsstrategi for reisemålet, er et viktig bidrag til den strategiske arealdiskusjonen i kommunen, og det påfølgende arbeidet med en kommunal arealplan.

Et viktig tiltak er å foreta avklaringer i forhold til hvilken bebyggelse skal være hvor, og hvilke krav en skal sette til ny bebyggelse slik at den skal kunne utvikle reiselivsdestinasjonen Ibestad, med de særtrekkene som vi ønsker å få fram på ulike steder i kommunen. Hvilke områder i kommunen skal ikke bygges ned for å ivareta opplevelsen av "uberørt natur", slik at den tilreisende turist også i framtiden kan oppleve "naturbaserte opplevelser" i uberørt natur.

Innovasjon Norge påpeker at; – *Det er en klar erfaring at kommunene må spille en sentral rolle i reisemålsutviklingen på steder som setter i gang en mer omfattende lokal reiselivsaktivitet. Der er samspill med kommunal planlegging og kommunalt utviklingsarbeid helt nødvendig.*

- **Etablere forpliktelse mellom aktørene (gjelder alle tiltak)**

Dette i forhold til gjennomføring, og til finansieringsordninger rundt organisering, fellestiltak og fellesgoder.