



Rapport Namdalskystprosjektet

2001 - 2004

Forord:

Denne rapporten er laget i forbindelse med avslutningen av reisemålsutviklingsprosjektet Namdalskysten. Prosjektet har gått over tre år (2001-2004) og omfattet 6 kommuner (Leka, Vikna, Nærøy, Fosnes, Namsos og Flatanger) og reiselivsnæringen.

Styringsgruppen har bestått av:

Frode Setran	representant for næringen
Jostein Hiller	representant for næringen
Jarle Skjærstad/ Elisabeth Helmersen	Leka kommune
Kari Søråunet/ Else Hansvik Storsul	Vikna kommune
Steinar Aspli	Nærøy kommune
Kristen Dille	Fosen kommune
Oddbjørn Riseth	Namsos kommune
Helge Lauvsnes	Flatanger kommune
Jorunn Braseth	Nord-Trøndelag Fylkeskommune

Prosjektleder har vært Frode Lindberg fra Kystriksveien Reiseliv. Jens Petter Aschim fra Reiselivsrådgivning as har vært en god støttespiller gjennom hele prosjektfasen for prosjektleder.

I denne rapporten redegjør vi for innholdet i prosjekt. De ulike tiltak som er gjennomført og de konkrete resultater som er oppnådd. I sammendraget har vi også med en viss evaluering av prosjektet.

Vi takker Kommunal og Regional departementet, Innovasjon Norge, Nord-Trøndelag Fylkeskommune, Kystplanfondet og de 6 deltager kommunene for medfinansiering av prosjektet. Vi ønsker også å takke næringen for en betydelig egeninnsats i prosjektet.

Steinar Aspli
(leder i styringsgruppen)

Jostein Hiller
(sign)

Frode Setran
(sign)

Oddbjørn Riseth
(sign)

Karin Søråunet
(sign)

Jarle Skjærstad
(sign)

Kristen Dille
(sign)

Helge Lauvsnes
(sign)



Innledning

Bakgrunn og organisering:

Namdalskystprosjektet kom i gang på initiativ fra Kystgruppen (kommunene Vikna, Leka og Nærøy) høsten 2001. Årene før prosjektet kom i gang ble det gjennomført flere forsøk på å sette i gang en felles innsats for å utvikle reiselivsnæringen i regionen, bla. av miljøet rundt Norge.

Prosjektet som ble omsøkt inkluderte kommunene i Kystgruppen, samt Fosnes og Flatanger. Etter at prosjektet var satt i gang kom Namsos kommune også med. Totalt har 6 kommuner deltatt i prosjektet.

22 bedrifter har deltatt som partnere. Disse inngikk en partnerskapsavtale med prosjektet før tiltakene ble satt i gang. I utgangspunktet la prosjektet seg på en linje hvor man skulle jobbe med de bedriftene som ville mest. Tidlig i prosjektet endret man strategi og ønsket å engasjere så mange som mulig. Som en følge av denne strategien har det vært mulig for nyetablere og mindre bedrifter å komme inn i prosjektet i ettertid. Potensialet for fortsatt deltakelse gjennom framtidig markedsplan ligger på 40-50 bedrifter. I så måte kan man si at strategien var vellykket, men det er helt klart at man har spredt innsatsen på mange aktører og mange aktiviteter, noe som i seg selv gjør at den enkelte bedrift har fått mindre oppmerksomhet.

Styringsgruppen ble sammensatt av 9 personer. 6 fra kommunene (hvorav 4 (senere 3) ordførere). Næringen har vært representert med 2 bedrifter og Nord-Trøndelag fylkeskommune med en person. Totalt har det vært gjennomført 14 styringsgruppemøter i prosjektperioden. Det har vært et sterkt kommunalt engasjement i prosjektet hvor bla. ordførerne også har deltatt på bedriftsamlinger og lokale møter. I utgangspunktet ville det ha vært naturlig med en sterkere næringsandel i prosjektet, men reiselivsnæringen på Namdalskysten har vært og er relativt svak med få store aktører. I arbeidet som planlegges i etterkant av prosjektet vil næringen være i flertall og kommunene i mindretall. Da vil arbeidsoppgavene være konsentrert omkring markedsføring og salg.

At sentrale personer i hver kommune (gjerne ordførere) har engasjert seg i prosjektet har vært en kritisk suksessfaktor i prosjektet. Dette har blant annet bidratt til nær kontakt mellom kommune, næring og prosjektet. Dette har vist seg spesielt viktig i slutfasen når videreføring skulle diskuteres.

Etter en anbudsrunde våren 2001 ble Kystriksveien Reiseliv as valgt til prosjektleder. Selskapet hadde allerede et forhold til både kommunene og næringslivet gjennom arbeidet med å markedsføre Kystriksveien.

Gjennomføring:

Namdalskystprosjektet har gjennomført tiltak innfor følgende områder:

- Bedriftsutvikling
- Fellestiltak
- Infrastruktur



Sammendrag

Namdalskystprosjektet har blitt gjennomført over 3 år fra høsten 2001 til høsten 2004. Prosjektet har vært et reisemålsutviklingsprosjekt og favnet et bredt spekter av tiltak. Kommunene Leka, Vikna, Nærøy, Namsos, Fosnes og Flatanger har vært deltaker kommuner, sammen med et tyvetalls reiselivsbedrifter. Prosjekt gjennom hele perioden jobbet mot hele reiselivsnæringen på Namdalskysten, slik at det faktiske antall bedrifter som har hatt befatning med prosjektet er noen og førti.

Visjonen for prosjektet var: en livskraftig, lønnsom reiselivsnæring.

Det ble satt opp målsettinger for hver bolk (jfr.konkretisering av Namdalskystprosjektet mai/juni 2001.

I oppstartsfasen av Namdalskystprosjektet ble det gjennomført i Nord-Trøndelag et kurs i regi av Nord-Trøndelag fylkeskommune og SND "Kultur, Natur og Reiseliv", hvor også bedrifter fra Namdalskysten deltok.

I forbindelse med bedriftsutviklingsdelen ble det gjennomført 5 bedriftssamlinger. Hver bedriftssamling hadde ulike tema, og i de fleste tilfeller med innleid eksterne forelesere. Markedsføring og salg var sentrale emner som ble diskutert gjennomgående spesielt med tanke på en framtidig felles markedsplan.

Forut for samlingene ble det gjennomført en bedriftsanalyse av 21 bedrifter. Hver bedrift fikk en skriftlig rapport med forslag til tiltak og strategier. Resultatene fra analysen dannet grunnlaget for gjennomføringen av bedriftssamlingene. Et av hovedpoengene i analysen var bla. at mange bedrifter kan oppnå en høyere pris med mindre justeringer på det fysiske produktet. Det er tildels stor forskjell på produkttilbudene på Namdalskysten, men svært liten forskjell i pris.

I forbindelse med bedriftsutviklingsdelen ble det også gjennomført 2 studieturer, en til Lofoten og en til Skottland. Gjennomføringen av studieturer var meget vellykket og dannet grunnlag for både debatter og konkrete tiltak senere i prosjektet.

Vurdering i forhold til målsetninger for bedriftsutviklingsdelen:

Denne delen av prosjektet ble styrket gjennom prosjektfasen på bakgrunn av tilbakemeldinger fra bedriftene. Gjennom dette arbeidet fikk man etablert en arena for reiselivsbedriftene på Namdalskysten som ikke hadde vært til stede før. Det er i dag en større forståelse for nødvendigheten av å satse på felles markedsføring. Flere bedrifter har blitt flinkere til å selge egen bedrift. Vi tør påstå at tiltakene bidro til å høyne kompetansen i næringen. Analysen bidro til å sette fingeren på utfordringer som hver enkelt bedrift har.

Om den enkelte bedrift har økt sin lønnsomhet er vanskelig å fastslå, men gjennom prosjektet har flere bedrifter fått et kunnskap om hvordan de kan oppnå dette.



Vurdering i forhold til målsetninger for fellestiltakdelen:

Målet med denne delen av prosjektet var å oppnå større kunnskap om gjestene og utvikle en felles markedsplan. Begge deler er oppnådd.

Fellestiltakene i Namdalskystprosjektet startet med et felles oppstartsmøte i oktober 2001. Hele 36 deltakere var til stede.

I prosjektet ble det gjennomført en brukerundersøkelse som har gitt oss større kunnskap om kundenes ønsker og behov, reisemønster, forbruk osv. Resultatene av undersøkelsen har blitt brukt på som bagrunn på ulike bedriftsamlinger og vært et viktig innputt i arbeidet med markedsplanen.

Kvalitetsplan ble ikke gjennomført som et eget tiltak, men kvalitet og pris har vært en sentralt tema på bedriftsamlingene.

Gjennom prosjektet har det blitt utviklet et sykkelprodukt på Namdalskysten. Det har vært jobbet med sykkelutleie, sykkelbrosjyre for Jøa og et forprosjekt for sykkelreise på Namdalskysten. Mest konkret har sykkelproduktet Jøa blitt, med egen brosjyre med sykkelløyper og mye presseomtale. Erfaringene fra Jøa-prosjektet vil føre til at Namdalskysten har et ferdig sykkelprodukt til sommeren 2005.

På samme måte med sykkel har det blitt satt fokus produktet vandring. Årsaken til dette er først og fremst markedstrender og innspill prosjektet fikk i forbindelse med studieturen til Skottland. Med vandring mener man her kortere turer som retter seg mot individuelle bilturister (carwalks).

Markedsplan har vært sentralt i prosjektet fra starten av og bla. vært mye diskutert på bedriftsamlingene. I dag foreligger planen og sannsynligheten for at Namdalskysten vil ha en operativ markedsplan fra primo 2005 er stor.

Infrastrukturbolken besto bla. av en rekke informasjonstiltak. Namdalskysten var ved prosjektstart et ukjent begrep. Ny logo ble utviklet og prosjektet har også deltatt i utviklingen av merkevaren Trøndelag. For prosjektet har det vært en målsetning å gjøre Namdalskysten til den mest interessante kystlinjen i Trøndelag og derfor har man også i en viss grad deltatt i noen fellestiltak for å gjøre Namdalskystbegrepet kjent.

Internettside for Namdalskysten er utviklet og denne vil være sentral når arbeidet nå skal videreføres gjennom en felles markedsplan.

Det har blitt gjennomført konkret produktutviklingstiltak i hver kommune (unntatt Namsos som kom med etter prosjektet var startet). Totalt har det blitt gjennomført 8 tiltak. Geologiløype på Leka, havørnsafari i Flatanger er to eksempler på dette.



Behovet for å utvikle enda flere konkrete opplevelsestilbud er stort, spesielt med tanke på å få effekt av etableringen av Norge. Derfor har prosjektet gjennomført en forundersøkelse som tar sikte på å utvikle og tilrettelegge tilbud i hver kommune som har direkte kobling mot innholdet og profilen i Norge. (Norge i Rørvik åpnet i juni 2004 og er et nasjonalt kystkultursenter for kystnæring og kystkultur).

Videre har det både blitt utviklet skiltmaler for merking/skilting av lokale attraksjoner og severdigheter, samt at man i samarbeid med Statens Vegvesen har utviklet en skiltplan for serviceskilting.

Vurdering i forhold til målsetninger for infrastrukturen:

Målene er oppnådd ved at 8 lokaleprosjekter er gjennomført og i dag er med på å tydeliggjøre markedsføringen av Namdalskysten. I tillegg har det blitt utviklet et markedsorientert sykkelprodukt. Det er i tillegg gjennomført planer for å videreutvikle både sykkel og vandreproduktet, samt å gå videre med synliggjøring av "Norge produktene" i de enkelte kommuner.

Videre organisering av arbeidet:

Aktørene i Namdalskystprosjektet har ytret et klart ønske om å videreføre arbeidet etter at prosjektet nå avsluttes. Samarbeidet organiseres som et interkommunalt samarbeid hvor næringslivet skal ha flertall i styret. Hovedoppgaven for samarbeidet vil være markedsføring gjennom felles markedsplan som har blitt utviklet i prosjektfasen.

Det forventes at 6 kommuner og ca. 40 bedrifter deltar i denne organiseringen.

Det er også besluttet at man ikke skal ha egen administrasjon, men kjøpe disse tjenestene. Budsjetten for neste år er på ca. 400 000 kroner hvorav 300 000 kroner blir øremerket til markedsstiltak.



Bedriftsutvikling

- **Natur, Kultur og Reiseliv**

Kurset som ble gjennomført i regi av SND Nord-Trøndelag og Nord-Trøndelag fylkeskommune hadde deltakelse fra en rekke aktører fra Namdalskysten. Kurset gikk over 4 samlinger. Antall deltakere fra Namdalskysten: 11.

- **Analyse av enkeltbedrifter høsten 2001.**

Det ble gjennomført en analyse høsten 2001 av 22 bedrifter på Namdalskysten. Alle bedrifter ble besøkt og alle fikk i ettertid en skriftlig analyse med konkrete forslag til tiltak.

Selve besøksrunden slo fast at de aller fleste bedrifter hadde ambisjoner for fremtiden. Kun en bedrift sa klart i fra om at de ikke så for seg å investere i bedriften. Enkelte bedrifter tok analysen til etterretning og gjennomførte konkrete tiltak. Nå, tre år etter, er det enda bedrifter som henviser til analysen og som først nå kommer i gang med sine planer. Analysen til bedriftene er konfidensielle, men et notat fra tiltaket ble utarbeidet og presentert for styringsgruppen. Se vedlegg.

Bedriftsamlinger:

Det var i utgangspunktet beregnet 4 kurssamlinger. Dette ble utvidet til 5.

Fra starten av var det viktig å ikke fokusere på dette som kurs, men heller fokusere på det som faglige samlinger. Samlingene ble planlagt etter analysefasen var gjennomført og tema ble valgt ut fra erfaringene vi fikk fra runden med bedriftene.

- **Bedriftssamling 1,**

Tema: Merkevarerbygging nasjonalt og lokalt, 29-30 oktober 2002. Antall deltakere: 28

Eksterne forelesere: Thor jr.Flognfeldt, Høgskolen på Lillehammer og Stig Rimolsrønning Midt-Norsk Reiseliv as.

- **Bedriftssamling 2.**

Tema: Kvalitet på produkttilbudet, 28-29 januar 2003. Antall deltakere: 18

Ekstern foreleser: Helge Bakke Feste Tynset og Bjørn M. Bjerke RBL



- **Bedriftssamling 3.**

Tema: Effektiv markedsføring for små reiselivsbedrifter 18-19 mars-03.
Antall deltakere: 20

Ekstern foreleser: Klas von Ommern

- **Bedriftssamling 4.**

Tema: Markedsføring av Namdalskysten - felles markedsplan?, 26-27 november 2003.
Antall deltakere: 21

Ekstern foreleser: Bent Ødegård og Stig Rimolsrønning Midt-Norsk Reiseliv as

- **Bedriftssamling 5.**

Tema: Kick off møte Norge og Namdalskysten (felles mf), 18 juni 2004.
Antall deltakere: 10

Denne samlingen hadde som formål å presentere Norge for næringen - dagen etter den offisielle åpningen.

- **Oppfølging av bedrifter:**

- fisketuristbedrifter.

Reiselivsnæringen på Namdalskysten kan deles inn i to hovedgrupper relatert til ferie og fritidsbasert trafikk. a) fisketurisme og b) rundreiseturisme. Vi valgte å forsøke å se på bedriftene relatert til fisketurisme for å kartlegge felles behov innenfor produktutvikling og markedsføring. Det ble gjennomført ett felles møte og en kartlegging. Foreløpig har det ikke kommet noe konkrete produktutviklingstiltak på banen, men det var ideer til en rekke tiltak som f.eks. felles fiskeguide, rutiner i forbindelse med sikkerhet osv.

- kvalitetssikring. planlegging av prosjekt

Etter gjennomføringen av bedriftssamlingen med tema på kvalitet ble det lansert ønske fra prosjektet å finne en liten gruppe bedrifter som kunne tenke seg å gjennomføre konkrete tiltak i egen bedrift. Tanken var at dette skulle føre fram til en felles mal og gode eksempler. Vi var i kontakt med arkitekter, SND og



en rekke bedrifter. Tiltaket ble lagt på is på grunn av manglende interesse/økonomisk evne fra bedriftene til å delta på prosjektet. Vi valgte ikke å gå videre med en ren "papir-utgave" ut fra en vurdering om at dette fort ville bli oppfattet som "enda en rapport".

- Oppfølging av enkeltbedrifter per telefon/mail-div.support.

Som et resultat av analysefasen og bedriftssamlingene har prosjektet og prosjektleder spilt rollen som samtalepartner for en rekke bedrifter. Dette har vært tilfeller hvor vi ikke har vært formelt involvert i prosjekter, men hvor det har vært naturlig å diskutere med oss/rådføre seg med oss i forbindelse med bedriftsutviklingstiltak.

- oppfølging av enkeltbedrifter i forbindelse med markedsplanlegging.

I regi av prosjektet har vi oppfordret bedrifter til å delta mer aktivt i markedsføringen og blant annet delta på messer. Dette har vært gjort konkret i forhold til enkelttiltak.

- **Studietur til Lofoten høsten 2002**

Høsten 2002 ble det gjennomført en studietur for prosjektdeltakerne til Lofoten. Turen gikk over 4 dager og 23 deltakere deltok. Hensikten med turen var å lære om reiselivsutviklingen i Lofoten samt gjennomføre en del bedriftsbesøk. Turen ble lagt opp av Destinasjon Lofoten og inkluderte besøk til Vikingmuseet på Borg, ulike overnattingsbedrifter, opplevelsesbedrifter m.m. Deltakerne ga uttrykk for godt utbytte av studieturen. Hurtigruten var velvillig og sponset deler av turen.

- **Studietur til Skottland mars 2004**

Erfaringene med studieturen til Lofoten var så gode at en ny tur ble gjennomført våren 2004. Denne gange til Skottland og nærmere bestemt Inverness og Isle of Skye. 11 deltagere var med på turen som gikk over 5 dager. Hensikten med denne turen var å se på hvordan Skottene bygde opp sitt reiselivsprodukt basert på lokal identitet og kultur, noe som ekstra godt fram på Isle of Skye. Også denne turen var lærerik og førte til mange nye diskusjoner omkring hvordan Namdalskyten kan utvikle seg. Bla, ble det satt fokus på vandring som et nytt utviklingsområde.



Fellestiltak

- **Oppstartsmøte**

22 oktober 2010 ble det avholdt oppstartsmøte for Namdalskystprosjektet på Jøa. 36 deltakere var til stede fra så vel kommuner som næringsliv.

- **Gjesteundersøkelse/markedsundersøkelse 2002 og 2004**

I utgangspunktet skulle det gjennomføres en brukerundersøkelse og en markedsundersøkelse. Vi valgte å konsentrere midlene om en brukerundersøkelse som vi gjennomførte i to runder, sommeren 2002 og sommeren 2004.

Undersøkelsen tok utgangspunkt i undersøkelser som tidligere har blitt gjennomført i regi av Høgskolen på Lillehammer. Dette for å kunne sammenligne data fra disse undersøkelsene som tidligere har blitt gjennomført på Kystriksveien. Spørreskjema ble justert i forhold til Namdalskysten. Undersøkelsen som ble gjennomført i 2004 tok også for seg turistenes forbruk. Vi spurte også om forholdet til Norge.

Undersøkelsen ble gjennomført i høysesongen og ergo var rundreiseturister (individuelle bilturister) målgruppen. Undersøkelsen dekker ikke fisketuristsegmentet.

Sluttrapport fra undersøkelsen ligger vedlagt.

- **Kvalitetsplan**

Vi fant det ikke hensiktsmessig å gjennomføre denne delen av undersøkelsen som en plan. Deler av problematikken ble tatt opp bla. gjennom bedriftsbesøk og tilhørende analyse. Kvalitet ble også tema på en bedriftssamlingene.

- **Sykkel**

Gjennom prosjektet har det blitt jobbet med sykkelproduktet på flere nivå. Årsaken til at man valgte å satse på dette segmentet var at dette er et voksende marked og at Kystriksveien i flere år har jobbet med å markedsføre sykkelferie. Det har ikke vært jobbet tidligere med tilrettelegging av sykkelløyper i dette området.

Gjennom prosjektet ble det gjort et forsøk på å etablere sykkelutleietilbud. Her viste deg seg at interessen ikke var så stor som ønsket. Namsos turistkontor leier i dag ut sykler og i tillegg har en håndfull bedrifter et slikt tilbud.

I utgangspunktet er det strekningen Namsos - Leka som er den mest interessante strekningen. Her kan sykkel kombineres med bla. en hurtigbåtrute som trafikkerer samme strekning.



Bedriftene på Jøa (Fosnes kommune) ønsket å utvikle et konkret sykkeltilbud på øya. Det ble nedsatt en arbeidsgruppe i januar 2004 og tiltaket ble gjennomført fram til sommeren. Resultatet ble en egen brosjyre, kart med løypenett og gjennomføring av en mediaplan som ga gode resultater.

Videre er det utarbeidet en plan for en fortsettelse av Jøa prosjektet. Dette omfatter en rute fra Namsos, via Jøa, Abelvær (Landnåmsveien), Rørvik og Leka. Med to øyer (rundtur) i hver ende av løypa og hurtigbåtforbindelse vil dette bli Namdalskystens bidrag i forhold til sykkelturnisme langs Kystriksveien. I forbindelse med prosjektet har vi også jobbet mot turoperatørmarkedet for å få denne løypa inn i operatørens program.

Fysisk tilrettelegging har blitt vurdert. Behovet for skilting kan i visse tilfeller være til stede, men i mange tilfeller er gode kart/brosjyrer en mer rasjonell måte å jobbe på. Spesielt med tanke på vedlikehold.

- **Markedsplan**

Markedsplanen har vært en rød tråd gjennom hele prosjektet og på de fleste bedriftssamlinger. Vi har vært opptatt av hva som skjer etter at prosjektet er ferdig. Svaret på det har blitt en felles markedsføringsinnsats gjennom en felles markedsplan.

Markedsplanen tar utgangspunkt i dagens trafikkstruktur på Namdalskysten. Den peker på mulige markedssegmenter og prioriterer en del geografiske markeder. Grovt sett satses det på to målgrupper: a) rundreiseturister og b) fisketurister. Tiltakene mot disse gruppene er vidt forskjellige og markedsplanen synliggjør dette.

Målet med markedsplanen er å få med ca. 40 bedrifter i tillegg til de 6 kommunene. Et fortsatt engasjement fra kommunene er nødvendig for å lykkes. Det har blitt gjennomført 7 avsluttende møter hvor styringsgruppen og prosjektleder har presentert planen for næringen og kommunene. Selv om vi ikke har et endelig resultat ser det positivt ut og vi regner med at Namdalskysten vil ha en markedsplan operativ allerede fra nyåret.

Markedsplanen ligger vedlagt.

- **Vandring på Namdalskysten**

På bakgrunn av egne brukerundersøkelser, samt tilbakemeldinger fra turistkontorene og generelle markedstrender ønsker Namdalskysten å utvikle produktet vandring. Også studieturen til Skottland bidro til å sette fart på dette arbeidet.

Det har blitt gjennomført en forundersøkelse som konkluderer med følgende: Vi ser at behovet for vandreløyper ligger først og fremst på kortere løyper. Etterspørselen går i retning av 2-4 timers turer. Dette turtilbudet kaller vi "carwalks". Utgangspunktet



er at turistene kjører til et bestemt utgangspunkt, parkerer og kommer tilbake til utgangspunktet. Det er allerede utarbeidet en rekke lokale løyper i regionen, men disse må tilrettelegges bedre med informasjon. Generelt må tilretteleggingsgraden være større når løypene skal benyttes av turister enn om de kun brukes av lokalbefolkningen.

Det er også ønskelig å se på mulighetene for vandring over flere dager. Vandring langs kyststripa.

Infrastruktur

- Utvikling av logo

Namdalskysten har ikke tidligere framstått som en region i reiselivssammenheng og det var derfor nødvendig å utvikle grafiske verktøy (bla. logo) for formålet. Logoen som ble utviklet har en klar kystprofil og har blitt brukt på ulike produkter som har blitt produsert: informasjonsmapper, plakater, internettsider, etc.

- Merkevaren Trøndelag - Trøndelagsbrosjyre

Merkevarebygging har vært et aktuelt tema i norsk reiseliv i prosjektperioden, også regionalt i regi av Trøndelag Reiseliv. I løpet av de siste årene har Namdalsen vært fraværende i den felles Trønderske reiselivsprofilen. Namdalskystprosjektet valgte derfor å inngå avtale om 2 årig presentasjon av Namdalskysten i Trøndelagsbrosjyren.

- www.namdalskysten.no

I løpet av prosjektperioden har det blitt utviklet en felles internettside/portal for Namdalskysten. Se www.namdalskysten.no Siden er bygd opp slik at flere kan redigere tekst og bilder fra egen pc uten egen programvare. Alt ligger på en felles server. Tanken er at flere personer fra næringsliv og kommuner skal kunne legge ut lokalinformasjon, på samme tid som en sentral koordinator har hovedansvaret.

- **Lokale prosjekt**

Flatanger:

Firma Norway Nature har utviklet konseptet havørnsafari m.m. Målgruppen for produktet er først og fremst internasjonale naturfotografer. Norway Nature har utviklet et kvalitetsprodukt for en meget smal nisje.



Villa Fyr Venneforening fikk midler til å videreutvikle Villa Fyr slik at det ble mer hensiktsmessig å ta i mot grupper. Et tiltak som har betydning for flere av reiselivsaktørene i Flatanger i og med at disse aktivt bruker Villa Fyr som utfluktsmål.

Fosnes:

Tilrettelegging av Brakstad havn/Olav Duuns rike. Bla. innkjøp av robåt og fysisk tilrettelegging. Målet var å gjøre området bedre tilgjengelig for enkeltturister. Området består i dag av gjestehavn og pub. Dette er også havn for fembøringen Siglurd. Til sammen utgjør dette området det viktigste reiselivsproduktet i Fosnes kommune.

Nærøy:

Utvikling av Nærøya er et større prosjekt som Namdalskystprosjektet har bidratt økonomisk til. Konkret gikk midlene til restaurering av bygningsmasse på gården som er utgangspunktet for reiselivssatsingen på øya.

I tillegg ble det gjennomført 2 jettegryteprosjekt. Felles for begge var tilrettelegging og sikring av sti fram til selve jettegrytene.

Vikna:

Midler fra Namdalskystprosjektet skulle opprinnelig gå til restaurering av skipet Søblomsten. Dette lot seg ikke gjennomføre i prosjektperioden og midlene ble omdisponert etter ønske fra Vikna kommune. Vikna kommune ønsket heller at midlene gikk til utvikling av kulturhistorisk vandreløype i Rørvik sentrum.

- Miljø og Stedsutvikling

Opprinnelig var dette to ulike poster i budsjettet. Dette ble tidlig omdisponert til fordel for andre satsingsområder.

- Attraksjonsutvikling Norge

Skal regionen få den ønskede effekten av Norge satsingen er det helt nødvendig med ytterligere tiltak for å utvikle produktene omkring Norge.

Det nasjonale kystkultursenteret Norge åpnet i juni 2004. Denne etableringen var en viktig årsak til at Namdalskystprosjektet i det hele tatt kom i gang. Gjennom prosjektet ble det klart at det vil være svært viktig at det utvikles konkrete produkter i hver kommune som gjenspeiler innholdet i Norge. Dette er både viktig for å få innhold i den profilen Namdalskysten ønsker å ha og ikke minst et viktig bidrag for å få turister til å bli lengre i regionen.

I denne forbindelse har det blitt gjennomført et arbeid med å avdekke hvilke tiltak som kan og bør gjennomføres. Den endelige konklusjonen er enda ikke klar, men det er viktig



å matche ønsker fra Norge med behov fra den lokale næring og kommunene. En vellykket satsing på attraksjonsutvikling innebærer bla. at de enkelte tiltak som skal gjennomføres skal utfylle hverandre og ikke være like. Hensikten med forundersøkelsen er å legge grunnlaget for et hovedprosjekt med oppstart i 2005.

- Utvikling av skiltmal for Namdalskysten

I regi av Namdalskystprosjektet ble det gjennomført et forsøk på å komme fram til en felles skiltmal. Med skilt mener man her ikke ordinære vegskilt, men vegvisere i terrenget, ved severdigheter osv. Det ble utviklet en type skilt etter kravspesifikasjoner fra prosjektet. I ettertid ser man at det har vært problemer med å få innført malen i praksis. Det har blitt satt opp en rekke tavler, skilt osv, men med ulik utforming.

- Skilting

Det har også blitt gjennomført et arbeid for å avdekke skiltbehov for næringen på Namdalskysten. Dette omfatter vegvisningskilt og serviceskilt. Kartlegging av behov og en fellessøknad til Statens Vegvesen. Det er gjennomført møter med Vegkontoret og i den forbindelse har vi valgt å avvente med den formelle søknaden til nye forskrifter foreligger for serviceskilting.

Generelt opplever reiselivsbedriftene det vanskelig å få ønsket skilting og at dette bidrar til en vanskeligere hverdag. Et nytt og mer fleksibelt regelverk er nødvendig.



Økonomi

REGNSKAP FOR NAMDALSKYSTPROSJEKTET

finansiering	REGNSKAP	BUDSJETT	REVIDERT BUDSJETT
KRD	230 000,00	1 000 000,00	1 000 000,00
SND	281 600,00	650 000,00	461 000,00
NORD-TR FYLKESKOMMUNE	259 000,00	500 000,00	500 000,00
DELTAKENDE KOMMUNER	444 750,00	312 000,00	512 000,00
KYSTPLANFONDET	100 000,00	100 000,00	100 000,00
BEDRIFTENEN		20 000,00	
ANDRE INNTEKTER	27 400,00		88 785,00
SUM INNTEKTER	1 342 750,00	- 2 582 000,00	2 661 785,00
UTGIFTER			
NATUR KULTUR	52 000,00	60 000,00	52 000,00
LEDERUTV	137 510,00	130 000,00	130 000,00
ANALYSE PLAN	300 128,00	300 000,00	300 000,00
STUDIETUR	154 627,52	70 000,00	70 000,00
STUDIETUR 2			50 000,00
OPPF. BEDRIFTER	45 830,00	30 000,00	80 000,00
SUM BEDRIFTSUTVIKLING	690 095,52	590 000,00	682 000,00
GJESTEUNDERS	90 000,00	90 000,00	90 000,00
KVAL.PLAN	5 000,00	100 000,00	5 000,00
AKTIVITETER OPPL.	145 665,00	150 000,00	50 000,00
MARKEDSPLAN	60 000,00	60 000,00	60 000,00
SUM FELLES TILTAK	300 665,00	400 000,00	205 000,00
VERTSKAP INFO	189 124,00	270 000,00	320 000,00
FORANKRING I KOMM	494 451,90	500 000,00	500 000,00
KART SKILTING	48 500,00	75 000,00	75 000,00
MILJØ	-	30 000,00	-
STEDSUTV	-	30 000,00	-
SPINNOFF PRSJEKT NORVEG	45 100,00		50 000,00
BEDRIFTSSAMLING	50 000,00		60 000,00
SUM INFRASTRUKTURILTAK	827 175,90	905 000,00	1 005 000,00
DIV UTG	141 444,50	162 000,00	162 000,00
PROSJ LEDELSE	593 828,00	450 000,00	450 000,00
STYRINGSG. UTG	21 025,63	86 000,00	86 000,00
SUM PROSJEKTUTGIFTER	756 298,13	698 000,00	698 000,00
SUM KOSTNADER	2 574 234,55	2 593 000,00	2 590 000,00

steinkjer 29.10.2004



Egeninnsats

Vi har beregnet timeforbruket på følgende måte. Timepris vi har lagt til grunn er kr 300,- per time. Opprinnelig var det beregnet et egeninnsats fra næringen på kr. 923 000,-,

Tiltak	ant. personer	ant.timer	sats	Sum egeninnsats
Beregnet kostnad ved forbruk av timer:				
Kurs 2 samlinger	11	440	300	132000
oppstartsmøte	36	8	300	86400
fisketuristbedrift møte	6	4	300	7200
Samling 1	28	16	300	134400
Samling 2	17	16	300	81600
Samling 3	20	16	300	96000
Samling 4	21	16	300	100800
Samling 5	13	16	300	62400
Studietur 1	14	24	300	100800
Studietur 2	11	36	300	118800
Bedriftsanalyse	21	10	300	63000
Spørreundersøkelse	50	8	300	120000
Sykkelprosjekt Jøa	3	8	300	7200
styringsgruppen 14 møter a 3 timer a 7 repres.	7	42	300	88200
Avsluttende møteserie (kun styrerep)	6	3	300	5400
Lokale prosjekt:				
Leka		200	300	60000
Nærøy		500	300	150000
Fosnes		250	300	75000
Flatanger		522	300	156600

Beregnet kost/overnatting:	Ant. pers.	sats:	dager	
Samling 1-5	19	600	2	114000
Oppstartssamling	36	300	1	10800
Studietur 1 Lofoten	14	430	4	24080
Studietur 2 Skottland	11	430	5	23650

SUM EGENINNSATS 2001-2004

1818330



Finansiering:

KRD	1000000
Nord-Trøndelag fylkeskommune	500000
Kystplanfondet	100000
SND	52000
SND	409000
Namsos kommune	200000
Leka kommune	21000
Nærøy kommune	140000
vikna kommune	94000
Fosnes kommune	21000
Flatanger kommune	36000
Deltakeravgift bedrifter	88785

2573000

Arbeidet videre etter prosjektperioden:

Namdalskystprosjektet har vært opptatt av å få til en videreføring av det samarbeidet man har klart å få til i prosjektperioden. Markedsplanen som er utviklet er grunnlaget for dette samarbeidet og det er gode muligheter for å få til dette. I fortsettelsen vil reiselivsnæringen ta hovedansvaret, men det er også viktig at kommunene er aktivt med.

Det er selvsagt viktig at Namdalskysten får en operativ plan for felles markedsføring, men på samme tid er det like viktig å finne strategiske samarbeidspartnere som kan bidra til at markedsføringen får slagkraft og at Namdalskysten faktisk vil vises i markedet. Namdalskysten kan ses på som den sørlige delen av Kystriksveien (et allerede eksisterende markeds samarbeid som de fleste aktører er med på) og ikke minst må Namdalskysten være en del av Trøndelag.

I tillegg til å få til en felles markedsføring av Namdalskysten ønsker vi også å danne et grunnlag for videre utviklingsarbeid. Etableringen av Norge har gitt regionen et unikt utgangspunkt for en videre satsing. Satsing på attraksjonsutvikling - konkret utvikling av nye og videreutvikling av eksisterende tilbud.

Med fortsatt engasjement fra reiselivsnæringen og kommunene vil Namdalskysten ha store muligheter til å skape vekst innenfor reiselivsnæringen i løpet av de neste årene. Namdalskystprosjektet har bidratt til å gi regionen et løft og satt i gang mange prosesser som gir grunn for optimisme.



Frode Lindberg (Prosjektleder), Steinkjer 30.10.04

Vedlegg:

- markedsplan
- deltakerlister for alle bedriftssamlinger
- brosjyre fra Fosnes (en av de fem lokale prosjekter)
- brosjyre fra Leka - geologiløype (en av de fem lokale prosjekter).
- Notat fra prosjektledelsen i forbindelse med bedriftsanalysen
- Brukerundersøkelsen 2002-2004
- Sykkelbrosjyre for Jøa.

