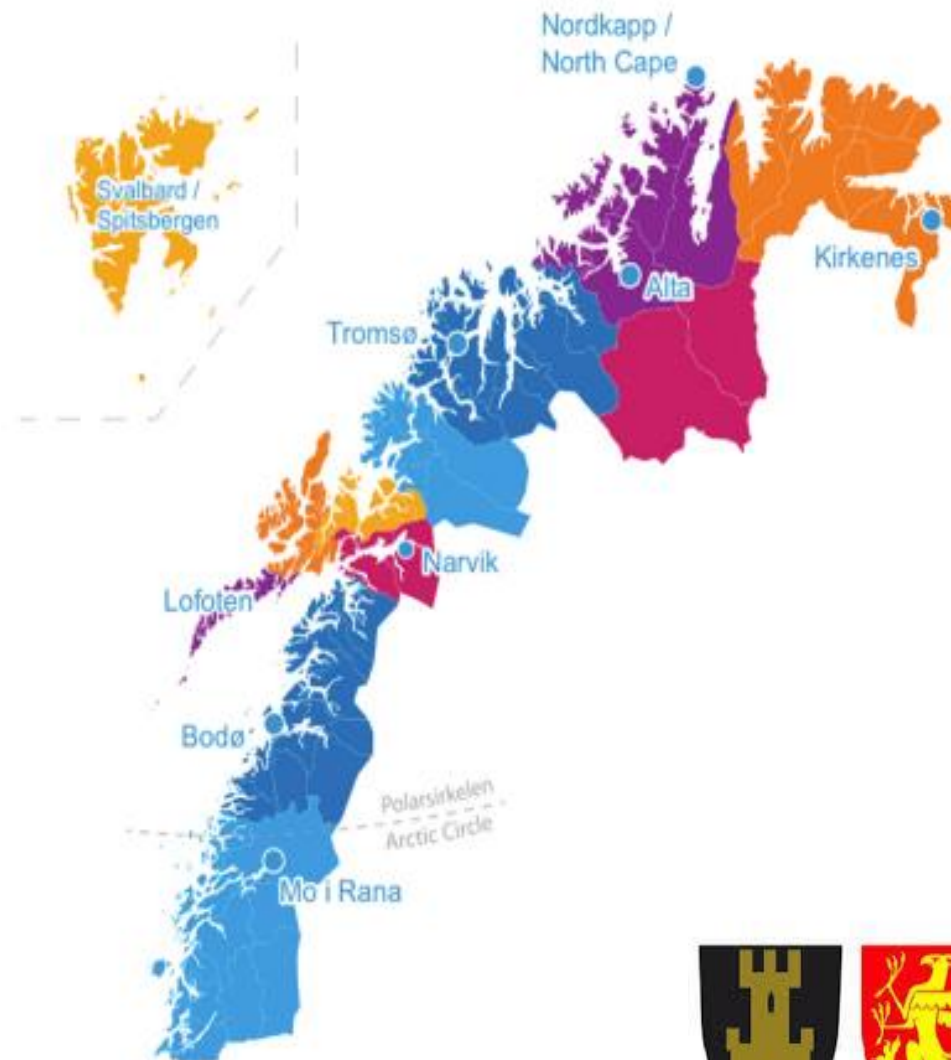


NordNorsk Reiseliv - byggeleder for nordnorsk attraksjonskraft

Vi skal etablere og videreutvikle NN
som et helårlig *bærekraftig* reisemål
gjennom **utvikling, markedsføring og
tilrettelegging for salg** av nordnorske
reiselivsprodukter

Vår visjon:

Nord-Norge skal bli ledende på
opplevelsesbasert verdiskaping!



Markedsarbeid og utvikling

MARKEDSFØRING

- Kampanjer
- PR
- Samarbeid med turoperatører
- Bransjeoppdatering
- Distribusjon
- Reiseguide
- Kompetanseoverføring
- **Digitale Medier**

VERTSKAP

Visningsturer

Presseturer (stadig flere instagrammers, bloggere, etc)

TILRETTELEGGING FOR SALG

Messer

Workshops

EFFEKTIVISERING OG UTVIKLING

Digitale Verktøy

Destinasjonsutvikling
Rådgivning

Konseptuering

Produktutvikling

Kompetansepartner

Visit Arctic Europe

Barentssamarbeid (JWGT)
Charterfond

Johtit –

Samisk Reiseliv

ARCTISEN



Verden endrer seg – en framtidig, bærekraftig reiselivsnæring krever endring

Det «tradisjonelle» norske reiselivet er i ferd med å endres:

- Fra «råvareleverandør»:
- Se på fin natur, se på kultur
- Sesongbasert

- Til opplevelsesleverandør:
- Være aktiv i naturen og delta i samskapende kulturaktiviteter i en lærende kontekst.





Dagens/Framtidens turist:

- Være aktiv på ferie eller dyrke en lidenskap
- Trendy å være sunn
- Jakten på meningsfylte opplevelser – for meg
- Me-me-me-generasjonen: The Millennials
- “Å reise det er å leva”: reising som personlig imagebygger
- Always-on-generasjonen: “I want what I want when I want it”
- Vil helst ikke være turist, men “temporary local”
- Vil ha det som passer akkurat dem
- Ansvarlighet: Opptatt av bærekraft

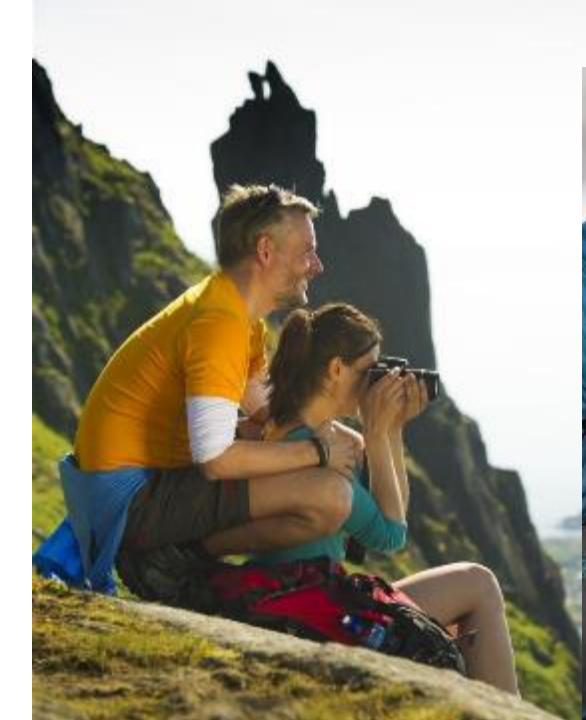
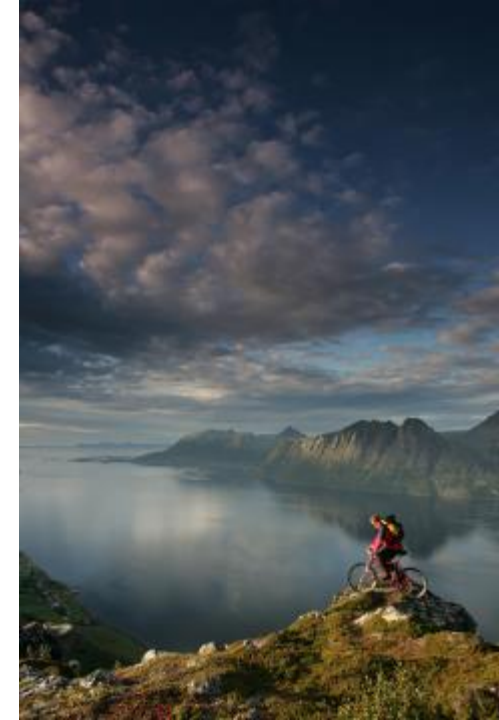
For fremtidens reisende er destinasjonen mindre viktig.

Det som betyr noe er i hvilken grad destinasjonen kan tilfredsstillte og imøtegå den enkeltes interesser, drømmer, pasjoner og *verdier*.





Foto: @youfonddjade





Denne utviklingen skaper endrede forutsetninger også for samiske reiselivsbedrifter



Markedsføring av samisk kultur:

- Mer aktiv deltakelse og dialog i bildene
- Fortsatt presenteres det tradisjonelle bildet av samisk kultur som en eksotisk, pre-moderne og tradisjonell kultur
- hovedsakelig reindriftssamisk/nordsamisk





Mangel på «samiskhet» i nordnorske samfunn:

- Markedsføringens bilder stemmer dårlig overens med «virkeligheten»
- Iscenesatte opplevelser er ofte løsningen for at gjestene skal få oppleve samisk kultur.
- Det moderne samiske livet – det egentlig autentiske – oppfattes ikke som samisk nok.
- Hvordan kan man utvikle samiske reiselivsbedrifter og leveranser i et bærekraftig perspektiv?
- Hvordan kan reiseliv være et verktøy for formidling av samisk kultur?

Utfordringer knyttet til samisk reiseliv

- Eksotifisering og kommodifisering: presentasjoner av »livet i gamle dager«
- Samiske reiselivsentreprenører som ikke føler seg komfortable eller «hjemme» innenfor reindriftssamisk kultur
- Unge entreprenører som ønsker andre måter å formidle sine kulturelle verdier
- Gjestene ønsker å delta i tilpassede aktiviteter knyttet til deres interesser, i en lærende kontekst.



- Mange gjester er høyt utdannet og er kompetente reisende. Deres forståelse av og kunnskap om lokale kulturer og urbefolkninger kan komme i konflikt med tradisjonelle presentasjoner i turismesammenheng.
- «Travellers' increased awareness and understanding of authenticity leads them to feel uncomfortable and to share their embarrassment if confronted with perceived unauthentic presentations» *)

*)(Kyyrä/Rantala, Visit Arctic Europe 2017 and Kramvik/Kristoffersen/Førde, Reasons to Return)



Vi må endre fokus: Fra produktfokus til kundefokus

Ved å snu fokus fra oss selv til kundene, kan vi finne ut hvilke interesser og drømmer kundene har og levere samiske opplevelser som korresponderer med ulike gjesters interesser.



Johtit –
Samisk Reiseliv

Prosjekt Johtit – Samisk Reiseliv

- Større verdiskaping gjennom
opplevelsesbasert reiseliv



Prosjekteier: Nordnorsk Reiseliv
Prosjektleder: Nina Smedseng

«KOMPETANSE er nøkkelen»

- Utfordringer
 - Få helårs bedrifter
 - Hobbybasert, ikke profesjonalisert
 - Få, tilgjengelige samiske «hyllevarer»
 - Ensidig fokus på kofte, rein, lavvu (også i markedsføringen)
 - Ofte en «dårlig date»: produktet passer ikke kunden, eller omvendt.
 - Bærekraftig?
- Kompetanse er nøkkelen til suksess
- Kundeverti i fokus - Riktige opplevelser til riktige kunder





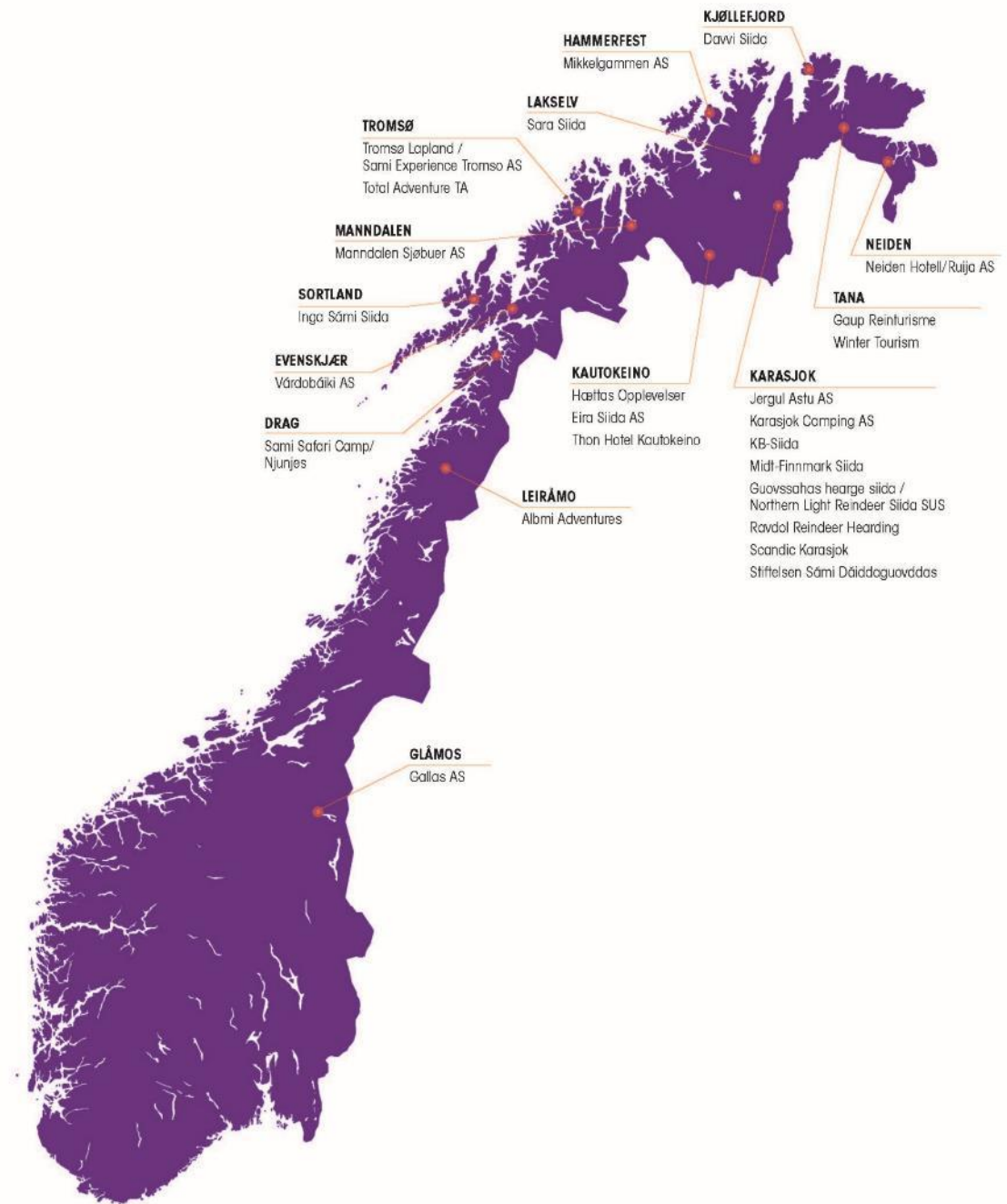
Johtit –
Samisk Reiseliv

- Kombinere reiselivskompetanse og kulturkompetanse
- Mål:
 - Økt verdiskaping
 - Profesjonelle aktørene
 - En større bredde av samiske opplevelser/produkter
 - Flere samiske opplevelser/produkter i hylla

Ved å ta utgangspunkt i ulike kundebehov og interesser, kan vi jobbe med bredden av samisk kultur og utvikle, markedsføre og selge nye samiske opplevelser for mange ulike målgrupper



Bedriftene



Samisk reiseliv har et stort potensial.

Verdiskapingen kan økes både i de enkelte samiske reiselivsbedriftene, og i landsdelen som helhet, ved å profesjonalisere, fornye og synliggjøre tilbudet av samiske opplevelser på en kundeorientert måte!





Johtit –
Samisk Reiseliv

- Et innovasjonsprosjekt – felles kompetanseløft
- 25 bedrifter - 3 år
- Finansiert av: Sametinget, Innovasjon Norge og Nordland-, Troms- og Finnmark Fylkeskommune
- Samarbeid med forskningsinstitusjoner og Sametingene i Norge, Sverige og Finland
- Koblet på Interreg-prosjektet ARCTISEN – Culturally Sensitive Tourism in the Arctic
- Budsjettramme: 7.000.000

Overordnet prosjektbilde Johtit

ÅR 1 <ul style="list-style-type: none"> • Omstilling «bryte gjennom lydmuren» • Opplevelsesdesign med kundefokus • Bli kjent – nettverket/prosjektet 	ÅR 2 <ul style="list-style-type: none"> • Samisk historie/ kulturformidling • Utvikle produkter • Innovasjonskultur - testing • Synlighet Web/SoMe • Samarbeid i nettverket 	ÅR 3 <ul style="list-style-type: none"> • Markedsføring - Salg /distribusjon • Utvikle produkter • Innovasjonskultur - testing • Samisk Reiseliv - del av større konsepter i NNR
Februar: Kick-off, Alta <ul style="list-style-type: none"> • Intro til det nye reiselivet/kundefokus 	Nettverkssamling med fokus på produktutvikling, Karasjok? <ul style="list-style-type: none"> • Klar til testing 	2 samlinger/kurs budsjettert
Mai: Kurs i opplevelsesdesign, Tromsø. <ul style="list-style-type: none"> • Designe opplevelser med kundefokus 	Kurs i historie/kulturformidling Vurderer nytt kurs opplevelsesdesign	Kurs med fokus på markedsføring, salg, prising, distribusjon
Oktober: Norsk Opplevelseskonferanse i Narvik (viktig arene med fokus på samisk mat, formidling og ATTA). <ul style="list-style-type: none"> • Nettverksbygging, læring, inspirasjon. 	Fulle på med Webinarer – korte, nettbaserte kurs og samlinger (treffes på nett – smarte samarbeidsformer)	Fulle på med Webinarer – korte, nettbaserte kurs og samlinger (treffes på nett – smarte samarbeidsformer)
		Nasjonal Samisk Reiselivskonferanse
Profesjonalisering av reiselivsbedriftene er overbygningen		
Bærekraft er grunnmuren i alt vi gjør		
Coaching 1 – 1: 20 timer pr bedrift gjennom hele prosjektet		



hilde@nordnorge.com

Tel: 90179246