



# Naturarv Smøla

## Naturbasert reiselivsnæring

### Forprosjekt

### TILTAKSPLAN

**Mål:**

”Lønnsom vekst i reiselivsnæringen på basis av attraksjonsverdien i markedene for de naturkvalitetene som er vernet i Verneplan Smøla.”

## Forord

Da Kongen i statsråd vedtok Verneplan Smøla den 9. januar 2009, var dette konklusjonen på en utrednings- og planprosess gjennom nesten 20 år. Verneplanen omfatter ca 275 km<sup>2</sup> hvorav 183 km<sup>2</sup> er sjøareal og 93 km<sup>2</sup> er landareal. Ca 1/3 av kommunens landareal er vernet. Miljøverndepartementet skrev i sin pressemelding:

*Formålet er å bevare nasjonalt og internasjonalt verdifull og sjelden natur. Smøla er ett av de viktigste områdene for fugl og oter i Europa, og ett av områdene i verden med størst bestand av havørn. Smøla har i tillegg en av verdens viktigste lokaliteter av stortare.*

.....

*Det er viktig at verneområdene forankres lokalt og bidrar til positiv utvikling i lokalsamfunnet. Det legges derfor opp til at verneområdene kan forvaltes av kommunen. Det skal utarbeides forvaltningsplan for flere av verneområdene. Utover de ordinære bevilgningene til forvaltning av verneområdene, avsettes det 3 mill kr til forvaltningsrettede tiltak som oppsyn, skjøtsel, tilrettelegging og utarbeidelse av forvaltningsplan. I tillegg skal det bevilges 7 mill kr til tiltak knyttet til naturbasert reiseliv.*

I denne rapporten legger vi fram en vurdering og strategisk plan for hvordan den unike naturarven på Smøla kan danne grunnlag for en videre utvikling av reiselivsnæringen i kommunen. Naturverdiene på Smøla er viktige for alle, både lokalt og i et internasjonalt perspektiv, jfr vektleggingen av de unike kvalitetene i et internasjonalt perspektiv. Naturverdiene skal ivaretas både for vår egen tid og for alle seinere generasjoner. Naturverdiene på Smøla gir mennesker kunnskap, opplevelser og aktiviteter, og er på denne måten kilde til et rikere liv.

Utfordringen i dette plandokumentet er imidlertid avgrenset, idet vi her presenterer strategier og tiltak for hvordan attraksjonsverdiene i den unike naturen på Smøla kan danne grunnlag for vekst i en lønnsom, naturbasert reiselivsnæring. Hovedbidraget i denne sammenhengen er å gjøre naturverdiene tilgjengelige for naturinteresserte gjester, markedsføre dette i de relevante markedene, og å selge tjenester i form av overnatting, servering, guiding og enhver annen virksomhet som betjener de som vil oppleve naturen på Smøla. De allmenne perspektivene knyttet til friluftsliv, eiendomsutvikling samt andre anvendelser og forhold knyttet til naturverdiene på Smøla faller således utenfor denne planens ramme.

Dette dokumentet er planprosjektets generelle, strategiske del. I tillegg omfatter prosjektet tiltaksplan for hver av de bedriftene som har deltatt i arbeidet. De bedriftsvise rapportene publiseres ikke, men blir interne arbeidsplaner for den enkelte bedriften og forvaltningsmyndigheten.

Bildene i denne rapporten er stilt til disposisjon av Fylkesmannen i Møre og Romsdal.

Smøla/Bergen/Steinkjer den 29. mai 2011

Rolf Akselsen

Stein Storsul

## Innhold

<b>1</b>	<b>Bakgrunn, oppdraget .....</b>	<b>6</b>
1.1	Mål.....	6
1.2	Metode .....	6
1.3	Seminarer .....	6
1.3.1	Arbeidsseminar 1 .....	6
1.3.2	Arbeidsseminar 2 .....	6
1.4	Koordinering med andre parter.....	7
1.5	Koordinering med Smøla kommune .....	7
<b>2</b>	<b>Verneplanen – oppsummert .....</b>	<b>8</b>
2.1	Oversikt .....	8
2.2	Verneformålet.....	10
2.3	Vilkårene for reiselivsutvikling .....	10
2.4	Verneområdene.....	11
2.4.1	Remman naturreservat .....	11
2.4.2	Aunvågen naturreservat.....	12
2.4.3	Fløtjønna naturreservat.....	12
2.4.4	Hopavassdraget naturreservat.....	13
2.4.5	Kyrhaugvatna naturreservat.....	14
2.4.6	Midt-Smøla naturreservat.....	14
2.4.7	Sjøvågen naturreservat.....	15
2.4.8	Sortna naturreservat .....	16
2.4.9	Sør-Smøla landskapsvernområde .....	16
2.4.10	Haverøya landskapsvernområde .....	17
2.4.11	Skalmen naturreservat.....	17
2.5	Andre dispensasjonsregler .....	18
<b>3</b>	<b>Naturbasert reiseliv – etterspørsel og produkter.....</b>	<b>19</b>
3.1	Hva er naturbasert reiseliv .....	19
3.2	Typer av naturbasert reiseliv .....	19
3.3	Markedet for naturbasert reiseliv .....	21
3.3.1	Naturbaserte aktiviteter .....	21
3.3.2	Spesielt om vandring .....	22
3.3.3	Spenningsferier eller adventure .....	23
3.3.4	Wildlife watching .....	23
3.4	Naturbasert reiseliv i vernede områder.....	23
<b>4</b>	<b>Bedrifter og etablerere på Smøla .....</b>	<b>25</b>
4.1	Resultatet av intervjuene .....	25
4.1.1	Hvorfor satsing på naturbasert reiseliv?.....	26

4.1.2	Hva kan du/dere tilby potensielle besøkende/kunder? .....	26
4.1.3	Hva er de viktigste suksesskriteriene for å lykkes i dette markedet? ....	27
4.1.4	Hva er bedriften/dine sterke sider i denne sammenheng? .....	27
4.1.5	Hvilke muligheter ser du/dere i en satsing på naturbasert reiseliv? .....	28
4.1.6	Hva er bedriften/dine svake sider i denne sammenheng? .....	28
4.1.7	Hvilke trusler ser du/dere for en satsing på naturbasert reiseliv?.....	28
4.1.8	Hva har du/dere oppnådd om 3 år? .....	29
4.1.9	Er satsingen forankret i egen forretningsplan?.....	29
4.1.10	Eventuelle investerings- og finansieringsplaner .....	29
4.1.11	Har dere planer for opplæring/kompetanseheving? .....	29
4.1.12	Spesielle målgrupper/kundegrupper som utgangspunkt for satsingen? 30	
4.1.13	Hvordan skal tilbudene markedsføres/selges? .....	30
4.2	Kort analyse av intervjuene .....	30
<b>5</b>	<b>Felles strategi for utvikling .....</b>	<b>32</b>
5.1	Generelt.....	32
5.1.1	Hele Smøla .....	32
5.1.2	Aktuelle produktkategorier .....	32
5.1.3	Samarbeid med grunneiere og myndigheter .....	33
5.2	Kart og naturbeskrivelser.....	34
5.2.1	Kart .....	34
5.2.2	Beskrivelser – naturinformasjon.....	35
5.3	Stier og POI (points of interest) .....	35
5.4	Informasjonstavler og skilting .....	35
5.5	Observasjonstårn og –skjul .....	36
5.5.1	Fløtjønnna.....	38
5.5.2	Soløyvatnet .....	38
5.5.3	Sætran .....	38
5.5.4	Røkmyra .....	38
5.5.5	Gåsvatnet.....	38
5.5.6	Diverse andre, alternative lokaliteter .....	38
5.5.7	Design.....	39
5.6	Fotoskjul .....	39
5.7	Steder for rast og servering – landingsplasser på øyene .....	41
5.8	Tematiserte turer .....	42
5.9	Naturinformasjon .....	43
<b>6</b>	<b>Spesielle forhold.....</b>	<b>45</b>
6.1	Lokalisering av overnattingsvirksomhet – generelt .....	45
6.2	Sør-Smøla .....	45
6.2.1	Eiendomsutvikling og reiselivsnæring .....	45
6.2.2	Næringsperspektivet på øyene i Sør-Smøla .....	46
6.2.3	Hallarøya.....	47
6.2.4	Ringsøya.....	47

6.2.5	Sandværet .....	47
6.2.6	Andre øyer .....	48
6.3	Skalmen fyr .....	48
6.4	Camping og caravan .....	50
<b>7</b>	<b>Bedriftsretta fellestiltak.....</b>	<b>51</b>
7.1	Fra markeds- og salgsstrategi til konkret markedsplan .....	51
7.1.1	Felles markeds og salgsstrategi.....	51
7.1.2	Kjøpsadferd og distribusjonskanaler .....	53
7.1.3	Felles markedsplan – opplegg for utarbeidelsen.....	53
7.2	Sertifisering som ”Miljøfyrtårn” .....	55
7.3	www.naturarvsmola.no og bedriftenes egne nettsider.....	55
7.4	Andre bedriftsretta tiltak.....	56
<b>8</b>	<b>Naturarv Smøla – organisasjon og eierskap.....</b>	<b>57</b>
8.1	Varemerke .....	57
8.2	Organisasjon, eierskap.....	57
8.2.1	Behovet for eierskap .....	57
8.2.2	Oppgavene for eier og organisasjon .....	58
8.2.3	Eierskapet – Smøla næringscenter KF .....	58
8.3	Tiltaksbevilgningen for naturbasert reiseliv – vedtekter .....	58
<b>9</b>	<b>Tiltaksplan med rammebudsjett.....</b>	<b>60</b>
9.1	Tiltaksplan – fellestiltak, kort sikt .....	60
9.1.1	Planperiode – prosjektorganisasjon .....	60
9.1.2	Naturinformasjon, web, publisering.....	61
9.1.3	Kart og skilting .....	62
9.1.4	Fugletårn.....	63
9.1.5	Stier og rasteplasser .....	64
9.1.6	Markeds- og salgsplan mv .....	65
9.2	Tiltaksplan – bedriftstiltak .....	66
9.3	Tiltaksplan – langsiktige tiltak .....	67
9.4	Økonomiplan – premisser.....	69
9.4.1	Tiltaksbevilgningen .....	69
9.4.2	Sammenhengen med andre virkemidler .....	69
9.4.3	Forvaltningen .....	69
9.5	Økonomiplan – hovedgrep .....	69
9.6	Rammebudsjett .....	70
<b>10</b>	<b>Vedlegg: Tiltaksplan for mai 2011 – juni 2015 .....</b>	<b>72</b>

## 1 Bakgrunn, oppdraget

### 1.1 Mål

I prosjektbeskrivelsen er hovedformålet med forprosjektet beskrevet slik:

”..... skal i følge anbudsinnbydelsen være å utvikle en tiltaksplan for eksisterende og nye bedrifter, Smøla kommune og andre som vil etablere hovedprosjekt for å skape nye arbeidsplasser, infrastrukturtiltak, aktiviteter og opplevelser gjennom naturbaserte reiselivsprosjekt.”

### 1.2 Metode

Vi har lagt til grunn at de naturgitte kvalitetene innebærer et behov for bedrifts- og produktutvikling og bygging av effektive markeds- og distribusjonssystemer for kommersiell suksess. Arbeidet som rapporteres her bygger derfor på en prosess som innebærer en viss rekkefølge i tilnærmingen til oppgaven:

1. Basis er kunnskap om naturbasert reiseliv som lønnsom næring, både internasjonalt og i Norge.
2. Vi foreslår produkter og -modeller innenfor aktuelle produktområder på Smøla.
3. Vi foreslår Infrastruktur for tilgjengeliggjøring av naturområder og –attraksjoner i samsvar med markedsbaserte produksjonsmuligheter.
4. I samarbeid med bedrifter og etablerere på Smøla, og legger vi fram utviklingsbehov i samsvar med markedsbaserte produksjonsmuligheter.
5. Vi foreslår markeds- og salgsstrategier for å underbygge lønnsomhet.

### 1.3 Seminarer

#### 1.3.1 Arbeidsseminar 1

Fokus i dette seminaret var:

- Verneplanen
- Naturbasert reiseliv – nasjonalt og internasjonalt
- Fra natur til forretningsidé og konkrete produkt – eksempler og modeller
- Basis i marked – organisert salg som verktøy
- Naturbasert reiseliv på Smøla i dag
- Hvilke muligheter har vi på Smøla i framtiden.

#### 1.3.2 Arbeidsseminar 2

Fokus i dette seminaret var:

- Gjennomgang av statusanalysen basert på intervjuene med bedriftene og konsulentenes vurderinger. Forslag til fellestiltak for:
  - Bedriftene (kompetanse, kvalitetssikring, markedsføring o.l.)
  - Infrastrukturen og tilrettelegging for verdiskaping (stier, utkikkspunkt, gapahuker, brygger, fiskekultivering o.l.)
- Veien videre med utarbeidelse av tiltaksplan for naturbasert reiseliv på Smøla

- Avtale samtale med bedriftene for å diskutere tiltak pr. bedrift og skisse til individuell tiltaksplan

Det er dette arbeidsseminaret og tiltaksplanene for bedriftene lages det en samlet tiltaksplan med målsettinger for utvikling av naturbasert reiseliv på Smøla.

#### **1.4 Koordinering med andre parter**

I arbeidsprosessen er det ført både formell og uformell dialog med representanter for Fylkesmannen i Møre og Romsdal og med fylkeskommunen. Dette ligger naturlig i saken, jfr også at Direktoratet for naturforvaltning presiserer følgende i brev av 21.10.2009 der tiltaksbevilgningen overføres til Smøla kommune:

*DN registrerer at Smøla kommune legger opp til at rammer og vilkår for bruk av midlene drøftes med Møre og Romsdal fylke. Det er en forutsetning at eventuelle tiltak innenfor verneområdene er i tråd med verneformål og –forskrifter.*

#### **1.5 Koordinering med Smøla kommune**

Bevilgningen til utvikling av naturbasert reiselivsnæring er overført til Smøla kommune sammen med ansvaret for å utarbeide strategi- og tiltaksplan. Smøla næringsssenter KF er den utøvende part i kommunen. Det er kommunens organer som skal gjøre vedtakene om anvendelsen av den nye bevilgningen og innberette dette til Direktoratet for naturforvaltning. I tillegg til dette er Smøla kommune part i utarbeidelsen av forvaltningsplan for Verneplan Smøla, idet forvaltningsplanen og næringsutnyttelsen søkes samordnet på optimal måte.

På denne bakgrunn har konsulentene koordinert sluttfasen av oppdragsarbeidet med ledelsen i Smøla kommune og Smøla næringsssenter.

## 2 Verneplanen – oppsummert

### 2.1 Oversikt

Det er de naturgitte betingelsene på Smøla som har dannet grunnlaget for naturbruk, anvendelsen av myrområdene, høsting av sjøområdene, bureising, fiske, forskning på kultivering av myr til jordbruk, etc, etc. Samtidig har den samme naturen unike kvaliteter og store urørte områder også i dag.

Dette har dannet grunnlag for en langvarig planprosess som førte fram til at naturområdene på Smøla ble gjenstand for et omfattende vern som består av åtte naturreservater og to landskapsvernområder, jfr kongelig resolusjon av 09.01.2009:

1. Remman naturreservat (ca 20 341 dekar)
2. Aunvågen naturreservat (ca 4 269 dekar)
3. Fløtjønna naturreservat (ca 207 dekar)
4. Hopavassdraget naturreservat (ca 11 000 dekar)
5. Kyrhaugvatna naturreservat (ca 228 dekar)
6. Midt-Smøla naturreservat (ca 40 255 dekar)
7. Sjøvågen naturreservat (ca 557 dekar)
8. Sortna naturreservat (ca 7 100 dekar)
9. Sør-Smøla landskapsvernområde med plante- og dyrelivsfredning (ca 183.000 dekar)
10. Haverøya landskapsvernområde (ca 2 828 dekar)

I Kongelig resolusjon den 28.05.2010 ble i tillegg vedtatt Verneplan for hekkende sjøfugl i Møre og Romsdal med vern av i alt 36 områder i fylket. Her inngår ett område i Smøla, som vi har valgt å ta inn i grunnlaget for arbeidet i denne rapporten:

11. Skalmen naturreservat (232 dekar – 0,232 km<sup>2</sup>)

Anvendelsen av verneformene *naturreservat* og *landskapsvernområde* gir oss en pekepinn om arten av de forhold og kvaliteter som Smøla representerer i nasjonal og internasjonal naturarv. Vi skal forstå vernebestemmelsene på bakgrunn av de verneformene som ligger i naturmangfoldsloven, jfr Lov om forvaltning av naturens mangfold (naturmangfoldloven) som fra 19. juni 2009 erstattet naturvernloven:

1. **Nasjonalparker.** Nasjonalparker opprettes for å forhindre inngrep i store urørte naturområder, samt vern om landskap med planter, dyreliv og natur- eller kulturminner. Store verneområder sikrer komplekse økosystem og er en viktig faktor i arbeidet med å hindre utrydding av planter og dyr, altså bevaring av det biologiske mangfoldet i naturen. Nasjonalparkene vil også sikre oss store områder for friluftsliv, naturopplevelse og rekreasjon.
2. **Landskapsvernområder.** Landskapsvernområder omfatter egenartede eller vakre natur- eller kulturlandskap. Verneformen brukes ofte for å ta vare på kulturlandskap i aktiv bruk. Bevaring av landskapsbildet og landskapsopplevelsen er en sentral målsetting ved opprettelse av landskapsvernområder. Restriksjonsnivået er gjennomgående lavere enn for de andre verneformene.
3. **Naturreservat.** Verneformen er den strengeste formen for områdevern etter

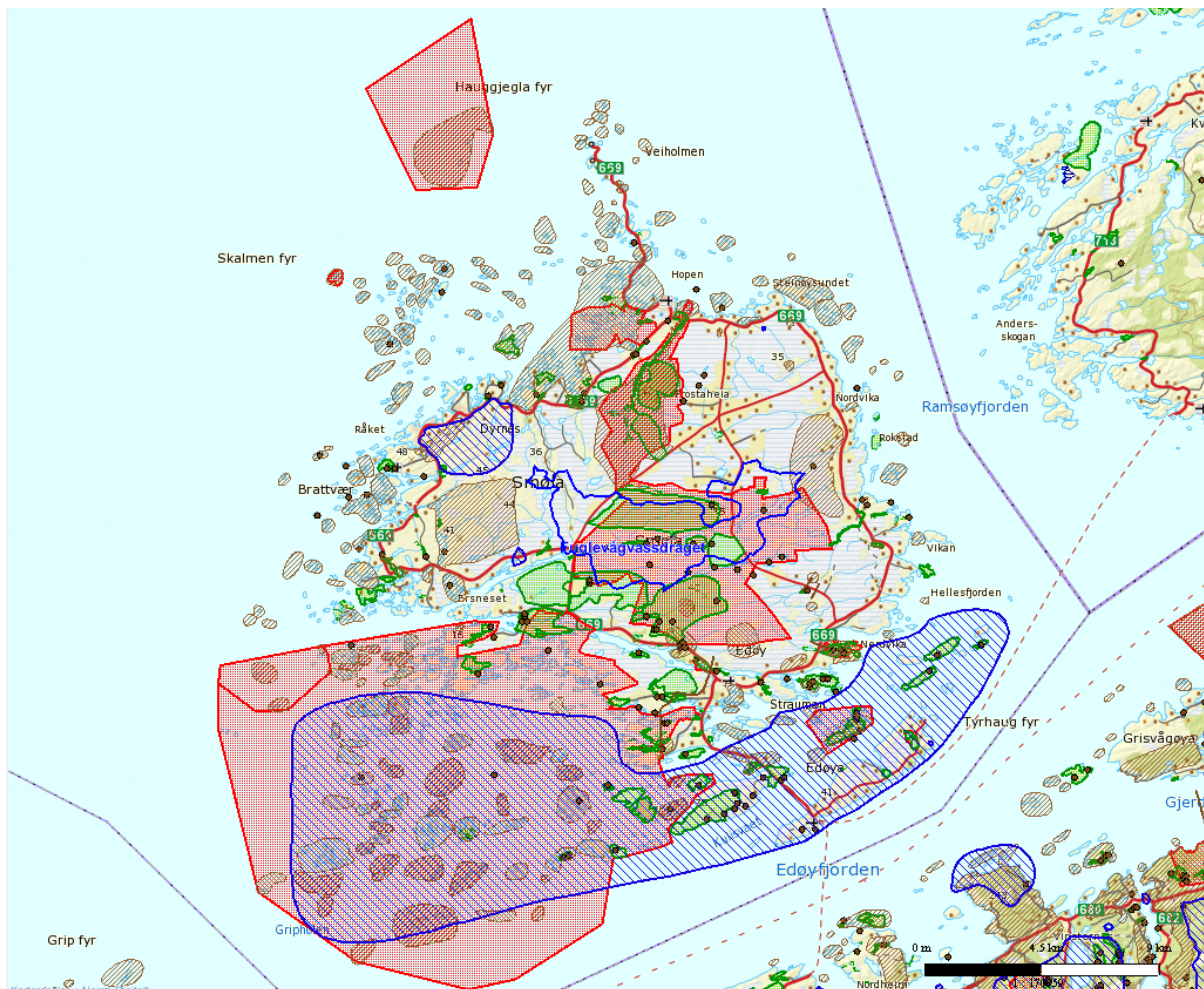


naturmangfoldsloven. Naturreservatene omfatter i hovedsak uberørt eller tilnærmet uberørt natur, eller utgjør en spesiell naturtype. De har en spesiell vitenskapelig eller pedagogisk betydning. Et naturreservat kan totalfredes eller fredes for bestemte formål. Restriksjonsnivået er både tilpasset verneformålet, og de lokale forhold på stedet. I de fylkesvise eller regionale verneplaner for våtmark, myr, sjøfugl, edelløvsskog og barskog er naturreservat den vanligste verneformen.

4. **Biotopverneområder.** Dette er et område som har eller kan få særskilt betydning som økologisk funksjonsområde for en eller flere nærmere bestemte arter.
5. **Marine verneområder.** Dette er verneområder i sjø for å beskytte marine verneverdier, herunder naturverdier som er økologiske betingelser for landlevende arter.

Det overordnede formålet med verneplanen for Smøla er selvsagt naturvern. Det er klart at området også utgjør en ressurs for natur- og kulturlandskapsopplevelser innenfor de rammer som vernebestemmelsene gir, men dette er ikke noe selvstendig vernemål. Verneplanen trygghet for at naturen her er en opplevelses- og læringsarena, og bidrar således som ressurs og arena for forskning og dokumentasjon. De behovene som normalt knyttes til spørsmålet om reiselivsnæring i denne forbindelsen, vil handle om informasjon og formidling.

Verneområdene framgår av dette oversiktskartet:



## 2.2 Verneformålet

I den kongelige resolusjon – vernevedtaket – er formålet med vernet uttrykt slik:

Formålet er å bevare et utvalg av natur- og kulturlandskap i form av store urørte myr- og våtmarksområder samt et unikt skjærgårdslandskap med en rik biologisk produksjon. Her finnes natur av både nasjonal og internasjonal verdi knyttet til sjøfugl, våtmarksfugl, havstrand og elveos, myr, våtmark, produktive gruntvannsområder, skjærgårdslandskap, urørt kystnatur, kystlynghei og kulturlandskap. Det finnes sjeldne og spesielle naturtyper og arter med spesielle miljøkrav. For noen arter representerer verneområdene ytterkanten av deres utbredelsesområde.

Smøla er klassifisert som ett av de viktigste områdene for fugl i Europa, og ett av områdene i verden med størst bestand av havørn. Smøla er også ett av de viktigste oterområdene i Europa. Sør-Smøla-området ble kåret til årets kulturminne i Norge i 1995. Her finnes også automatisk fredete kulturminner, nyere tids kulturminner, gamle ugjødsle grasmarker og lyngheier.

Den dokumentasjonen som foreligger, underbygger at Verneplan Smøla omfatter en del av vår naturarv som både er unik i nasjonal sammenheng, og også i internasjonal. Smøla er et begrenset og tilgjengelig område, slik at de naturkvalitetene som inngår i verneområdene ligger meget godt til rette også som attraksjon og arena for opplevelse av disse spesielle naturfenomenene.

## 2.3 Vilkårene for reiselivsutvikling

Slik som forskriftene for Verneplanen for Smøla gir regler, er det svært få begrensninger når det gjelder anvendelsen av naturområdene som aktivitets- og opplevelsesområder for reiseliv. De begrensningene som er gjennomgående og viktige, er i all hovedsak også sammenfallende med de hensynene som uansett vil gjelde også fra et markedshensyn. Det er livet i havet, på bakken og i lufta som er selve kjernen i naturopplevelsene. Det er naturopplevelsene som er kjernen i de produktene som skal tilbys i det konkurransepregede markedet.

Konkurranseevnen til produktene på Smøla er avhengig av to forhold: (i) de ekte og autentiske naturfenomenene og tilgjengeliggjøringen av disse, og (ii) tjenester, service som gjør det enkelt å komme til Smøla og oppholde seg der. Derfor er selve vernet av naturen i reservater og landskapsvernområder en trygghet for de som skal investere i reiselivsbedrifter som nettopp skal ha opplevelsen av de unike naturkvalitetene som hovedinnhold i sin forretningsidé.

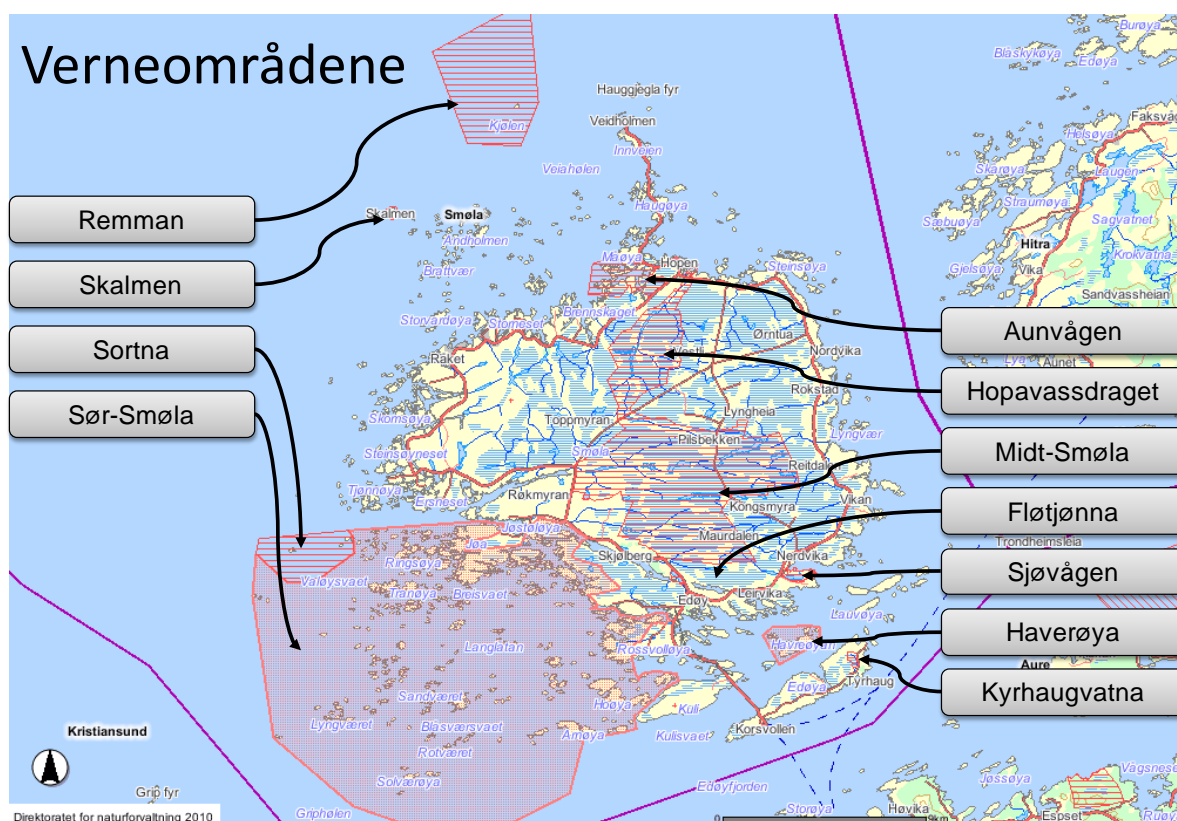
Verneplanen sikrer derfor at hovedinnholdet i naturbaserte reiselivsprodukter kommer til å være til stede og under betryggende skjøtsel i ubestemt tid framover.

På den annen side vil behovet for merking av stier, informasjonstiltak i terrenget, tårn og skjul for fuglekikkere og fotosafari, flytebrygger, landstigningsbaser etc være aktuelle tiltak som kan koordineres med forvaltningsplanen.

## 2.4 Verneområdene

Det er innlysende at en god forståelse av de naturgitte betingelsene er en relevant bakgrunn for å forstå prosjektets potensial. For sammenhengens skyld skal vi illustrere dette ved kort å repetere hvilke områder og vernevedtak som nå inngår i Verneplan Smøla. Vi bygger denne presentasjonen på opplysninger fra "Naturbasen" hos Direktoratet for naturforvaltning, idet vi ikke har til ambisjon å gi en uttømmende framstilling.

Vi skal nedenfor gjennomgå de verneområdene som inngår i dette prosjektet, her oppsummert på dette kartet:



### 2.4.1 Remman naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Vernetema: Sjøfugl. "Dei snauvaska skjera gjev lite grunnlag for permanent vegetasjon, men i sommarhalvåret kan det vere temmeleg frodig vegetasjon av salt-tolande, men nitrogenelskande planter i form av balderbrå, høymol o.l. på desse skjera. Stortareskogen med tilhøyrande økosystem er den



mest storvaksne og velutvikla som er kjent på norskekysten.

Dette er tradisjonelt viktige hekkekoloniar for store måsar (gråmåse og svartbak), enkelte år også med store og tette koloniar først og fremst av raudnebbterne. Denne arten har likevel vore fåtalig dei fleste åra i nyare tid. Dessutan hekkar og ein relativt god bestand av ærfugl, medan området også tener som fjørfellingsområde for ærfugl og som sitjeplass for skarv vinterstid.”

Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Det er ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. På den annen side er det praktisk talt ingen begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene.

#### 2.4.2 Aunvågen naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Vernetema her er ”havstrand”. ”Området er prega av heller fattig vegetasjon på land, naturleg nok etter som det er fattige bergartar i området. Sjøområda er derimot prega at straumrike og produktive tilhøve med svært rike tangbelte langs strender og i straumsunda, og med ålegrasleirer og område med store muslingsbestandar og smådyr knytt til mudderbotn.



Dette er særdeles gode beiteområde for fisk og fiskeetande dyr- og fugleartar, men og for vegetasjonsbeitande fuglar som grasender og songsvaner. Bestanden av oter er truleg noko av det tettaste som er registrert i Smøla, og området er naturleg nok eit viktig næringsssøksområde for havørn.”

Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Utover evt å gi løyve til ”bruk av reservatet til teltleirar, idrettsarrangement eller andre større arrangement”, er det ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. På den annen side er det praktisk talt ingen begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene.

#### 2.4.3 Fløtjønna naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Våtmark. ”Naturfagleg er dette ein av dei mest spesielle einskildlokalitetane i Smøla kommune. Plasseringa i øvre del av springflosona gjer at sjøvatn går regelmessig inn i vinterhalvåret og fører periodevis med seg tang, medan det i lange periodar i sommarhalvåret ikkje går tidevatn inn i tjørna. Saltinnhald varierer derfor mykje, frå periodevis nokså marint i vintersituasjonen til nokså

ferskt i periodar på sommaren.

.....

Pr. areal er dette den våtmarkslokaliteten i Smøla som har registrert langt største både artsutval og bestandstettleik av andefugl. Også som oppvekstlokalitet for andekull merkar lokaliteten seg ut med svært høge tal, og med stokkand, krikkand og brunnakke som dei dominerande.”



Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Utover evt å gi løyve til ”bruk av reservatet til teltleirar, idrettsarrangement eller andre større arrangement”, er det ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. På den annen side er det praktisk talt ingen begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene. På den annen side er det praktisk talt ingen begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene.

#### 2.4.4 Hopavassdraget naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Våtmark. ”Landskapet langs vassdraget er, som store delar av Smølanaturen, prega dels av store myrflater, dels av hei og bergryggar. Langs austre del av vassdraget er to av myrkompleksa klassifiserte som myrbotanisk viktige og verdifulle, og desse områda er samstundes viktige for våtmarksfugl, først og fremst vadefuglar. Dei viktigaste, ornitologiske interessene knyter seg likevel til sjølve vassdraget med forgreiningar.



Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Utover evt å gi løyve til ”bruk av reservatet til teltleirar, idrettsarrangement eller andre større arrangement”, er det ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. På den annen side er det praktisk talt ingen begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene.

#### 2.4.5 Kyrhaugvatna naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Våtmark. "Etter alt å døme er dette opphavleg ein grunn strandsjø av ein type som i dag stort sett er anten drenert eller heilt attgrodd dei fleste andre stader. Det er relativt store område med gjengroingsmyr i sørlege og vestlege delar av lokaliteten, medan austlege og nordlege har mest ope vatn. Det er konstatert at ein del fugleartar nyttar lokaliteten (ender, vadefuglar, hegrar), og av dei undersøkte ferskvasslokalitetane i Smøla er dette den med størst registrert variasjon av insekt. Ut frå topografi og utforming er dette ein ferskvasslokalitet som av type er fåtalig i fylket, og som mogleg har eit naturfagleg særpreg ut over det vanlege."



Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan "endre dei naturgitte tilhøva". Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Utover evt å gi løyve til "bruk av reservatet til teltleirar, idrettsarrangement eller andre større arrangement", er det ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. På den annen side er det praktisk talt ingen begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene.

#### 2.4.6 Midt-Smøla naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Havstrand. "Svære myrflater og myrkompleks. Svært store deler av landskapet vil kunne klassifiserast som myr, dels svært djup myr slik det er mest utprega på Toppmyra, Kjyvassmyra, Kvitmjølsokna, Holmsvassmyra, Røkmyrane og Jøstølmyra. Dels er det og grunnlendt myr med overgang til fukthei. Myrbotanisk omfattar



dette eit breitt spekter av ulike myrtypar, både med tanke på topografisk utforming og plassering, opphav og næringsnivå. Etter ei botanisk klassifisering er dette noko av dei mest karakteristiske kystmyrane, men og noko av dei mest særmerkte myrområda som finst i vårt land, dels og i verdsmålestokk. Samstundes har desse myrane ein fuglefauna som og er særprega, først og fremst med nokre få vadefuglartar som karaktergjevande,

så som myrsnipe og småspove. For desse artane har området vore vurdert å ha noko av dei tettaste bestandane i vårt land.

.....

Naturfagleg er dette landskapet noko av det mest særprega på Smøla og er dermed og noko av det mest spesielle av kystnatur som finst i Noreg. Dette går både på landskapet og landskapsformene i seg sjølv, og det går på artsutval og samfunn av planter, fugl og dyr. Likevel er særpreget i naturen først og fremst knytt til plantelivet og fuglelivet, og berre ut frå sin eigenart merkar dette område seg ut i nasjonal og internasjonal samanheng.”

Verneforskriften her er generelt noe mer åpen for virksomhet i området enn det som er tilfellet for naturreservatene. Forskriften innfører likevel et generelt forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Utover evt å gi løyve til ”bruk av reservatet til telteleirar, idrettsarrangement eller andre større arrangement”, er det likevel ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. På den annen side er det praktisk talt ingen begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene.

#### 2.4.7 Sjøvågen naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Havstrand. ”Sjøvågen har relativt langgrunne strender, men er etter måten djup utpå. Periodevis er det tydeleg at det er klar ferskvassskiktning på toppen, slik at vegetasjonen i øvre del av strandsona har meir preg av ferskvassvegetasjon enn brakkvassvegetasjon. Dette gjeld enkelte av sivbelteplantene. I den tidevasspåvirka, nedre del av strandsona er det derimot dominans av artar som er klart favoriserte av ei viss brakkvasseffekt, som trådtjønnaks og kransalgeartar. Langs deler av strandsona er det relativt velutvikla undervassenger av desse artane. Dette er beitegrunnlag for ein del våtmarksfugl, både grasender, grågås og songsvaner, sistnemnde først og fremst haust og vinter. Langs stranda i Nelvikvågen er det på deler av strekninga utvikla ein smal strandengbrem, og på dei breiaste tidevassflatene også ålegrasenger.”



Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Utover evt å gi løyve til ”bruk av reservatet til telteleirar, idrettsarrangement eller andre større arrangement”, er det ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. På den annen side er det praktisk talt ingen

begrensning på ferdsel i området for opplevelse av de unike naturkvalitetene.

#### 2.4.8 Sortna naturreservat

I DN sin presentasjon av reservatet heter det:

Fugleliv. ”Ei lita og eksponert gruppe av holmar/skjer lengst vest i Smøllaskjergarden. Stort sett berglent og med lite vegetasjon. Koloniar av måsefugl. Her er den siste egentlege kolonien av nordleg sildemåse i Møre og Romsdal.” Verneformålet er hekke- og overvintringslokalitet for fugl.



Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Det er ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. I dette området er det alminnelig ferdselsforbud i hekkeperioden for sjøfugl.

#### 2.4.9 Sør-Smøla landskapsvernområde

I DN sin presentasjon av landskapsvernområdet heter det:

Kystkulturlandskap med grasmarksdominerte og beitepåverka plantesamfunn, lyngheiområde og beitedominerte strandenger. Området inneheld fleire fiskevær som gir området store kulturhistoriske verdiar. Det er eit rikt marint område med rike tareskogar og tangbelte. Rikt utval av bukter, pollar og dammar frå reint saltvatn via brakkvatn til reint ferskvatn. Dette gir eit spesielt rikt område for sjøfugl, oter og havørn. Området er viktig som hekkeområde for grågås og er også viktig for fjørfellande fugl. Området har store konsentrasjoner av fugl vinterstid.



Verneforskriften innebærer et generelt forbud mot ethvert tiltak som kan ”endre dei naturgitte tilhøva”. Forskriften for Sør-Smøla er likevel den som gir konkrete muligheter for å utvikle reiselivsvirksomhet i området, vi klipper fra bestemmelsene i forskriftens § 3:

§ 3.1.2: Reglane i punkt 1.1 er ikkje til hinder for:

- a) Vedlikehald av bygningar og innretingar.



- b) Vedlikehold av merka stiar, skilt, bruer og løyper i samsvar med forvaltningsplan.
- c) .....

§ 3.1.3: Forvaltningsstyresmakta kan etter søknad gje løyve til:

- a) Ombygging, restaurering og utviding av eksisterande bygningar.
- b) Ny oppføring av bygningar som går tapt ved brann eller naturskade.
- c) .....
- d) .....
- e) Tilrettelegging for friluftsliv og reiseliv ved bygging av bruer og klopper, anlegg av ankrings- og renovasjonsplassar, flytebrygge, gapahukar og utsiktspunkt samt merking, rydding og vedlikehold av eksisterande stiar, løyper og gamle ferdselsårer, samt rydding og merking av nye stiar og løyper som er i tråd med forvaltningsplan.
- f) Oppføring av nye bygningar og anlegg som er nødvendige til jordbruksformål og fiske når desse ikkje bryt med tradisjonell byggeskikk og landskapet sin karakter.
- g) Oppføring av nye bygningar og anlegg som er nødvendige for reiselivet på Hallarøya, Ringsøya og andre øyer og fiskevær med eit eksisterande kulturmiljø i tråd med forvaltningsplan og i samråd med kulturminnestyresmaktene.
- h) ....

Forskriften har altså både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring.

#### 2.4.10 Haverøya landskapsvernområde

I DN sin presentasjon av landskapsvernområdet heter det:

Dette landskapsvernområdet har fokus på plante- og dyrelivsfredning.

Verneformålet er formulert slik: Landskap, fugleviv, kystlynghei og høgmyr.



Verneforskriften har tilsvarende bestemmelser som for Sør-Smøla, jfr foran, når det gjelder muligheter for å integrere reiselivsvirksomhet inne i området. Dette innebærer at forskriften har altså både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring.

#### 2.4.11 Skalmen naturreservat

I DN sin presentasjon av landskapsvernområdet heter det:

Området består av en høy 300m lang bergholme med omliggende sjøområde.

Området er svært eksponert for vær og vind, og holmen er bar bortsett fra noe gress langs toppen. Området er først og fremst viktig hekkelokalitet for rødnebbterne. Også svartbak hekker her. Lokaliteten omfatter holmen Skalmen med Skalmen fyrstasjon. Landområdet er avsatt til landbruks-, natur- og friluftsområde med forbud mot spredt bosetning, nærings- og fritidsbygging i kommuneplanen.



Verneforskriften innebærer forbud mot ethvert tiltak som kan "endre naturmiljøet". Forskriften har både generelle unntak og adgang til å gi løyve til tiltak som måtte stå i forbindelse med tradisjonell næring. Forskriften gir generelt unntak for "Ferdseil i forbindelse med bruk av Skalmen fyr etter egen driftsavtale mellom forvaltningsstyresmakta og eigar av fyret." Det er ellers ingen konkret referanse i forskriften om adgang til tiltak som måtte være motivert ut fra utvikling av reiselivsnæring. I dette området er det alminnelig forbud mot ferdsel i hekkeperioden for sjøfugl.

## 2.5 Andre dispensasjonsregler

Den generelle dispensasjonsadgangen som lå i verneforskriftene, er seinere erstattet av § 48 i Naturmangfoldsloven:

Forvaltningsmyndigheten kan gjøre unntak fra et vernevedtak dersom det ikke strider mot vernevedtakets formål og ikke kan påvirke verneverdiene nevneverdig, eller dersom sikkerhetshensyn eller hensynet til vesentlige samfunnsinteresser gjør det nødvendig.

Paragrafen fortsetter med visse retningslinjer for behandlingen av unntakssak.

Den næringsutviklingen som denne planen legger opp til, kan neppe legge til grunn at man vil kunne oppnå tillatelse til tiltak innenfor formålet med denne alminnelige unntakshjemmelen. På generell basis skal heller ikke utvikling av et reiseliv med naturopplevelsen som hovedattraksjon etableres på grunnlag av svekkelse av verneverdienes attraksjonskraft. Basis for næringsutvikling er nettopp den tryggheten for at naturen som den grunnleggende arenaen for opplevelser og aktiviteter er bevart gjennom verneplanen.

### 3 Naturbasert reiseliv – etterspørsel og produkter

#### 3.1 Hva er naturbasert reiseliv

Fenomenet naturbasert reiseliv eller turisme har de siste 10 årene fått en økende oppmerksomhet både fra vertssamfunnet på den ene siden til turismenæringen og turistmarkedet på den andre siden. Ofte sees naturbasert turisme som motsatsen til den tradisjonelle masseturismen.

Videre er det flere former for turisme eller reiseliv som ofte defineres inn som en del av begrepet naturbasert reiseliv. Med et forskningsbasert utgangspunkt har man derfor flere definisjoner eller vinklinger:

- Elementene læring, rekreasjon og spenning ((Laarman og Durst)
- Direkte nytte eller oppleve en relativt uberørt natur (Valentine)
- Aktiviteter som er (1) avhengig av naturen, (2) forsterket av naturen og (3) foregår i naturen ved en tilfeldighet

Er en på dykkertur for å studere korallrev på et bestemt sted er man helt avhengig av naturen. Skal man lære seg å klatre kan dette gjøres både innendørs og utendørs. Gjør man dette utendørs vil opplevelse av klatring forsterkes av naturopplevelsen. En person som ønsker å kjøle seg ned og som tilfeldig velger bruke sjøen for dette, kan vi si at aktiviteten ved tilfeldighet foregår i naturen.

I rammen for dette prosjektet bruker vi definisjonen "*opplevelser og aktiviteter som er direkte avhengig av naturen*". Denne definisjonen som er relativt bred gjør at prosjektet kan omfatte mange ulike reiselivsaktiviteter.

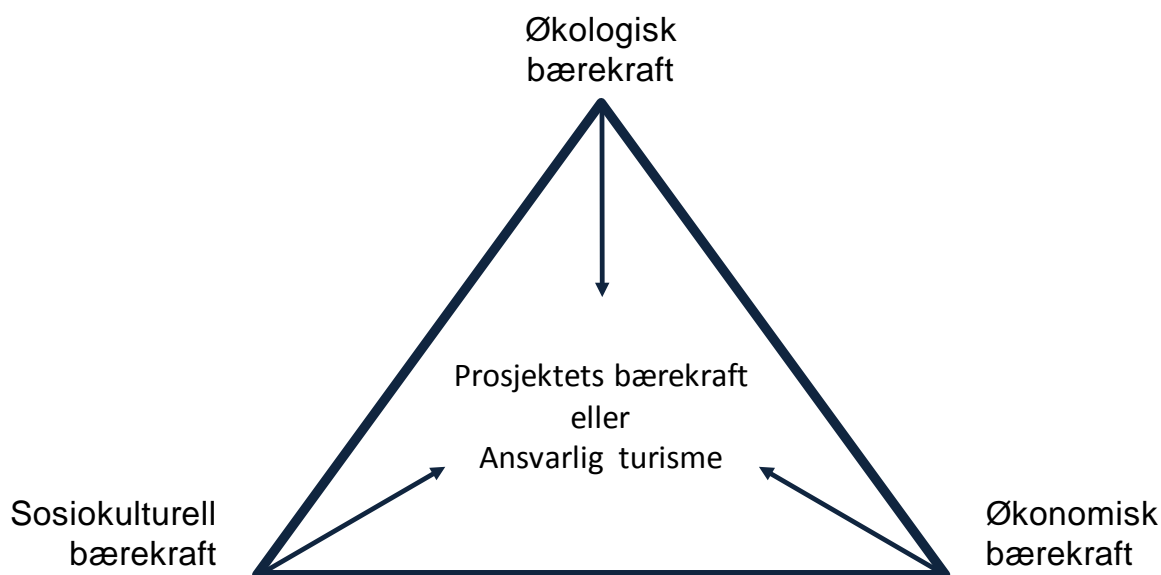
#### 3.2 Typer av naturbasert reiseliv

med en slik relativt bred definisjon kan vi liste opp følgende typer av naturbasert reiseliv:

- Økoturisme og ansvarlig turisme
- Wildlife watching – interessen for se på dyr og fugler i naturen
- Spenningsferier – adventure – myk og hard
- Aktivitetsferie
- Sol- og badeferie

**Økoturisme** er knyttet til økoturistene som velger å reise til uberørt natur der de beundre, studere og nyter landskapet med dets plante-, fugle- og dyreliv så vel som stedets kulturelle sider. Det sentrale er at dette skal gjøres på en måte som ikke utnytter ressursene på en negativ måte, men heller bidrar aktivt til å verne det genuine naturmiljøet. Dette betyr at opplevelsene skal gjennomføres på naturens og lokalsamfunnets premisser og bidra til bevaring av naturarven.

**Ansvarlig turisme** defineres som de aktivitetene som tar hensyn til og balanserer mellom hensynet til sosiokulturell bærekraft, økologisk bærekraft og økonomisk bærekraft. Dette er illustrert i figuren på neste side.



Begreperne økoturisme og ansvarlig turisme brukes også ofte i tilknytning til begrepet **geoturisme**. National Geographic har utviklet et eget charter for geoturisme basert på 13 prinsipper som omhandler hvordan man best mulig skal utvikle et reisemål basert på lokale fortrinnsmed fokus på miljø, kultur, estetikk, kulturarv og som derigjennom kommer lokalsamfunnet til gode.

Er det forskjeller mellom geoturisme, økoturisme og bærekraftig turisme? Økoturisme fokuserer på natur, mens geoturisme fokuserer på alt det som gir et sted egenart. Geoturismen må naturligvis være bærekraftig eller ansvarlig.

Det å studere og oppleve ville dyr i sitt rette element – **wildlife watching** - er en helt annen form for aktivitet enn å drive med jakt og fiske. Det å se og oppleve dyre- og fugleliv i sitt rette element skal i følge internasjonale standarder være basert på prinsippene for ansvarlig turisme. I Norge har vi flere ulike former for denne turismen – alt fra elgsafari, havørnsafari til hvalsafari. Begrepsmessig er dette en del av økoturismen.

**Spenningsferier eller opplevelsesreiser** – adventureferier – har sitt utgangspunkt i tradisjonelle utendørs- og villmarksaktiviteter. Denne typen opplevelser defineres ofte som en reise til et bestemt sted for å delta i en aktivitet som involverer en kalkulert risiko eller fare koblet til personlige utfordringer i et naturlig eller i et eksotisk utendørs miljø. Med dette utgangspunktet innebærer det at ikke alle former for spenningsferier er like avhengig av naturen og har heller ikke samme forpliktelsen i forhold til bærekraft og ansvarlig turisme. Det er mange typer for opplevelsesferier og man operer ofte med begrepene hard og myk Adventure.

Begrepet **aktivitetsferie** betyr at man ikke bare er en betrakter som observerer naturen fra et bil eller bussvindu. Opplevelsen til aktivitetsturisten betyr aktiv deltakelse i naturen gjennom vandring, sykling, fiske, jakt, seiling o.l. Aktivitetsferier kan også ha et kulturelt perspektiv.

**Sol- og badeferie** betraktes vanligvis ikke som en typisk form for naturbasert turisme. Men denne formen for turisme er faktisk helt avhengig av naturen. Sol- og

badeferie er ofte knyttet til masseturismen. Det er forøvrig eksempler på at noen av disse reisemålene som fokuserer på sol og bading jobber aktiv med utviklingstiltak basert kriteriene for ansvarlig og bærekraftig turisme.

### 3.3 Markedet for naturbasert reiseliv

#### 3.3.1 Naturbaserte aktiviteter

Det finnes lite informasjon om etterspørselsvolumet for ulike former eller aktiviteter knyttet til naturbaserte reiseliv. World Tourism Organisation (WTO) utarbeidet i sin tid (2001) en rapport om sportsorienterte ferie. Rapporten viser hvilke aktiviteter tyskere, nederlendere og franskmenn mest benyttet i forbindelse med utenlandsferier. Resultatene er vist i tabellen under. Det bør bemerkes at de samme aktivitetene primært gjennomføres også i eget land dersom man har muligheter.

Aktiviteter	Tyskland			Nederland			Frankrike		
	Sport	Fjell ferie	CR1)	Sport	Fjell ferie	CR1)	Sport	Fjell ferie	CR1)
Fotturer	24%		69%	58%		57%	21%		88%
Toppturer	19%	89%		7%	73%		6%	88%	
Fjellklatring	9%	40%		7%	16%		1%	12%	
Dykking	9%			8%			36%		
Seiling, surfing	9%			2%			6%		
Kano, kajakk, rafting	8%			10%			7%		
Sykling	7%		16%	19%		14%	10%		22%
Off-road	3%	7%		7%	10%		2%	3%	
Golf	6%			4%			3%		
Fisking	4%			3%			7%		
Jakt	3%			*			7%		
Hesteriding	*			1%			*		
VOLUM i mill. reis er	2,1 mill.	4,7 mill.	2,1 mill.	0,9 mill.	1,0 mill.	0,8 mill.	0,2 mill.	0,2 mill.	0,1 mill.

1) CR=Countryside recreation eller ferie på landet

Konklusjonen er at ulike former for "ferie til fots" eller vandring – fra lette spaserter til toppturer med og uten sti og med og uten guide – er den mest etterspurte aktiviteten i disse landene når de er på utenlandsferier. Mer enn 80% oppga dette som benyttet aktivitet når de var på utenlandsferie. Deretter kommer ulike former for sykling – fra lette turer til off-road og mountain-biking.

Aktiviteter knyttet til vann som f.eks. dykking, padling og rafting er også viktige, mens aktiviteter som fiske og jakt i langt mindre grad er etterspurt.

Dette er dat for kun tre land. Det finnes dessverre ikke tilsvarende data for andre land. Men vi antar at etterspørselsforholdene ikke er vesentlig annerledes i andre viktige markedsland som Norge, Danmark, Sverige og Storbritannia.

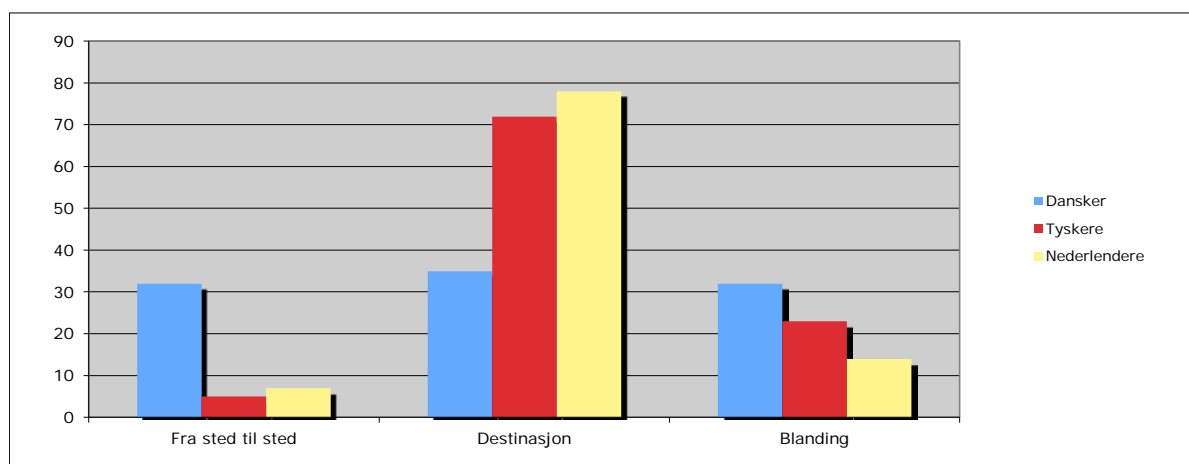
Denne typen aktiviteter som vist i tabellen over blir primært etterspurt i eget land eller nabolandet dersom tilbudene finnes. For tyskere, nederlendere og franskmenn var Alpelandene og Spania de viktigste reisemålene for denne typen aktiviteter. Reiser

man lenger bort krever kreves helt unike tilbud eller at de er meget prisgunstig sett med kundens øyne. Klimatiske forhold kan utgjøre barrierer da dette er aktiviteter som foregår utendørs.

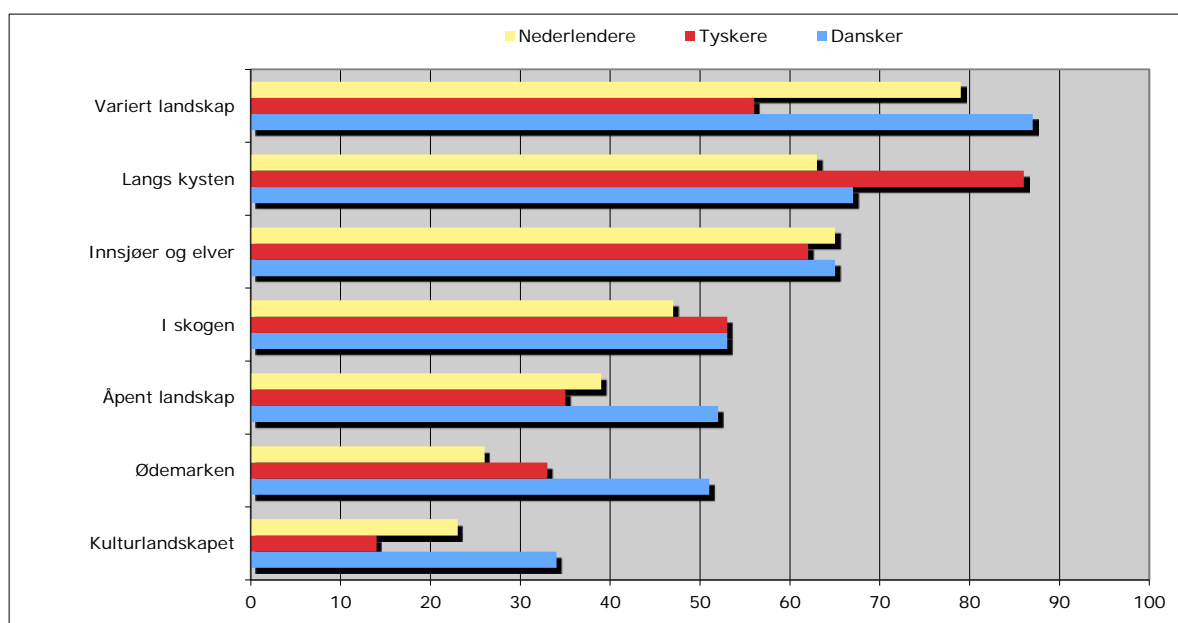
### 3.3.2 Spesielt om vandring

Vi har tilgang på data for en undersøkelse gjennomført av Danmark Turistråd med spesielt fokus på vandring i blant tyskere, nederlendere og dansker. Resultatene sier noe om hva man bør fokusere på ved utvikling av vandring som en del av aktiviteten eller opplevelsen.

Den første figuren viser at de fleste tyskere og nederlendere foretrekker såkalt destinasjons eller basevandring, dvs. ta ulike turer ut fra samme overnattingssted. Danskene er like opptatt av å vandre fra sted til sted og bytte overnattingssted nesten hver natt.



Undersøkelsen gir også kunnskap om hva slags omgivelser de ønsker å vandre i. Her er det interessant å se at tyskere i stor grad ønsker å vandre i kystlandskapet.



### 3.3.3 Spenningsferier eller adventure

Dette feriekonseptet er et lite, men voksende sektor innen reiselivsmarkedet. Ser man bort fra slike ferier i eget land, utgjør det europeiske adventuremarkedet vel 0,5 mill. årlige reiser. Dette volumet kan deles i 55 % pakketurer og 45 % individuelt organiserte reiser. Mesteparten (omlag 2/3) kan defineres som såkalt myk adventure.

Gruppene som reiser varierer fra 6 til 24 deltakere. De fleste reiser som par. Lengden på reisende varierer. Det er dog en vekst i kortferiekonseptene med 3-4 netter.

Ekspertene mener at land som Grønland, Island, Finland, Norge og Sverige har stort vekstpotensial. Island og Finland har allerede tatt ut mye av dette potensialet. Framtidsutsiktene er positive på kort sikt med riktig markedsføring og tilrettelegging.

Hele adventure sektorene må være varsom slik at veksten ikke ødelegges. For stor trafikk kan ødelegge det "uberørte og uoppdagede" som er sentrale elementer på etterspørselssiden.

### 3.3.4 Wildlife watching

Denne formen for opplevelser eller aktiviteter er ofte ikke hovedmotivet for reisen. Dette er noe man gjør som en del av ferien. Men det finnes store kundegrupper der dette er det aller viktigste motivet eller driveren for besøket. Disse forskjellene kan illustreres i følgende norske eksempler. Selve spekkhoggersafarien i Tysfjord er driveren for 90 % av de besøkende, mens hvalsafarien på Andenes er en del av en rundreise på Nordkalotten for 75 % av de besøkende. Dette kan ha sammenheng med at spekkhoggersafarien tilbys i oktober-november dvs. utenfor den tradisjonelle ferisesesongen. Hvalsafarien tilbys i sommermånedene dvs. midt i hovedferieperioden.

I Storbritannia er det f.eks. 7 millioner "birdwatchers" eller fugletittere. En undersøkelse fra USA (Eubanks, Stoll, Ditton, 2004) viser at det viktigste motivet for fugletittere (Birders) er å "oppleve vakker natur gjennom alle sanser". Deretter følger det spesielle som å oppleve "fugler jeg ikke har sett før" og "så mange fugler som mulig" samt å utvide kunnskapen om "fugler og fuglelivet". Rekreasjon sammen med familie og venner var også viktig for fugletitterne.

## 3.4 Naturbasert reiseliv i vernede områder

Mange undersøkelser viser at et steds attraksjonsverdi øker med vernestatus og at de kvalitetene vernestatusen gir er viktig motiv for besøket, jfr Butler og Boyd (2000), Eagles og McCool (2002), Wall (2003 og 2004) og Matre (2009)).

Selve opplevelse av vakker naturen i stillhet med dyre-, fugle- og planteliv er langt viktigere enn utføring av aktiviteter som padling, dykking, sykling eller vandring. Aktiviteten er noe man gjør for å oppleve naturen. Å dele naturopplevelsen på stedet med familie og venner er også en viktig motivasjon eller driver for reisen eller besøket fra disse turistene.

Erfaringene fra andre land og områder er at begrensninger på ferdsel og investeringer som følger av vernestatusen, langt på vei oppveies av de positive effektene vernestatus gir på attraktiviteten og dermed mulighetene for å utvikle et lønnsomt og bærekraftig reiseliv (Heiberg, Christensen, Aas (2005)). I denne sammenhengen er det også viktig å bygge inn kunnskapselementet i "produktet" gjennom ulike former for formidling – enten som selvguiding, med guider og/eller ved ulike informasjonspunkter.

Analyser av turismen i verneområder viser at aktører og bedrifter som investerer i de såkalte randsonene (like utenfor vernegrensene) kan ha suksess. Et viktig suksesskriterium er å tilrettelegge for aktiviteter som ikke kommer i konflikter med vernebestemmelser o.l. Da blir man som aktør oppfattet som en seriøs tilbyder av de besøkende. Leverandører som ikke tar slike hensyn, vil med stor sannsynlighet ikke oppnå suksess i dette markedet. Mange suksessbedrifter i dette markedssegmentet har en eller annen form for miljø- eller økosertifisering.

Konklusjonen på dette er at Smøla gjennom de områdene som har fått vernestatus, har fått en unik mulighet til å videreutvikle sin satsing på naturbasert reiseliv. Området har fått et kvalitetsstempel som må utnyttes på den rette måten. Her må man spille på lag med vernebestemmelsene når det gjelder ferdsel inn i områdene og investere i fellestiltak og tilrettelegging (utsiktstårn og -steder, turløyper, brygger, gapahuker o.l.) som "styrer" trafikken og aktivitetene slik at man unngår konflikter. Aktiviteter som vandring, sykling, padling og dykking kan på denne måten bidra til å gjøre naturopplevelsene tilgjengelig for de rette kundegruppene.

Det er også en utfordring å finne de rette kundegruppene – øko- og geoturister o.l. – og gi dem kunnskap om hva de kan oppleve på Smøla. Her vil informasjonstiltak og valg av distribusjonsstrategi være viktig for å oppnå suksess.



#### 4 Bedrifter og etablerere på Smøla

Følgende 18 bedrifter/personer meldte sin Interesse for deltakelse i dette prosjektet:

		Overnatting	Servering	Aktiviteter	Informasjon	Eiendom
1	Smøla Havstuer	X	X	X		
2	Nekton Diving	X		X		
3	Vågarbrygga	X	X	X		
4	Havkroa	X	X	X		
5	Smøla Havfiskesenter	X	X	X		
6	Hopen Aktivitetsgård	X		X		
7	Betten rorbuer	X		X		
8	Smøla Naturopplevelser			X		
9	Myrmuseet				X	
10	Gurisenteret				X	
11	Nasjonalt vindparksenter				X	
12	Smøla kommune v/kulturkontoret			X	X	
13	Ernst Olav Blakstad			X		
14	Pål Forsnes					X
15	Sverre Taknes					X
16	Asbjørn Hokstad					X
17	Judy og Kjetil Rangnes					X
18	Kåre Gustad					X

Fem av bedriftene har primært eiendomsutvikling som hovedfokus der koblingen til naturbasert reiseliv primært er mulighet for bedre infrastruktur og tilrettelegging for både besøkende og tilbydere av naturbaserte aktiviteter og opplevelser. Fire av disse interessentene ble intervjuet.

De som hadde primært fokus på drift av naturbaserte opplevelser og tjenester knyttet til dette (overnatting og servering) ble intervjuet for å kartlegge bakgrunn for interessen, sterke og svake sider ved dagens virksomhet, suksesskriterier og hva man konkret kunne tilby i et opplevelsesmarked. Intervjuene skulle også danne utgangspunkt for konkrete tiltak for bedriftene for videre utvikling for markedet for naturbaserte opplevelser.

Det var laget en intervjuguide som ble benyttet på disse intervjuene. Metodemessig kan dette klart defineres som en kvalitativ metode med et strukturert spørreskjema som respondentene ikke hadde sett på forhånd. Resultatet av intervjuene er oppsummert i punkt 4.1.

#### 4.1 Resultatet av intervjuene

Resultatene av intervjuer er vist i stikkordsform innenfor de 13 temaene intervjuguiden fokuserte på. De første 8 punktene har fokus som en SWOT-analyse de 5 neste punktene omhandler en konkretisering av bedriftenes forslag til tiltak. Bedriftenes konkrete investeringsplaner blir ikke presentert ut over det rent stikkordsmessige. Dette vil bedriftene eventuelt gjøre i sine egne planer.

Den følgende stikkordsmessige gjennomgangen gir dog en pekepinn på både variasjonen og sammenfallet av bedriftene bakgrunn, ståsted og intensjoner ved deltakingen i dette prosjektet. I pkt 4.2. vil resultatet av intervjuene bli nærmere analysert og sett i forhold både til tidligere erfaring og kunnskap om markedsmuligheter innen det vi har definert som naturbasert reiseliv og de begrensninger og muligheter vernestatus gir. Dette vil igjen danne grunnlaget for forslaget til strategier og fellestiltak både på stedsnivå og bedriftsnivå.

#### *4.1.1 Hvorfor satsing på naturbasert reiseliv?*

- Beliggenhet og naturgrunnlaget
- Vernestatus gir økt attraktivitet
- Personlig interesse og kompetanse
- Naturgrunnlaget er i dag ikke godt nok utnyttet til bærekraftig verdiskaping
- Har anlegg og utstyr som kan utnyttes bedre
- Muligheter for sesongforlengelse
- Opplevelsesturisme gir varierte og spesielle turmuligheter
- Ønske om å vise frem det flotte området
- Utvidet levebrød
- Eier areal som kan utvikles for økt verdiskaping

Mulighetene for verdiskaping basert på beliggenhet og naturgrunnlaget koblet med kompetanse og personlig interesse er de viktigste årsakene til at respondentene er interessert i å satse på naturbasert reiseliv. Flere trekker fram mulighetene for bedre utnyttelse av anlegg og utstyr basert på nye aktiviteter og flere gjester som motivasjonskilder til å delta i prosjektet. Mulighetene som vernestatusen gir gjennom økt attraksjonsverdi er også et viktig motiv.

Dette indikerer ingen store konflikter i forhold til vernestatus og forvaltningsregler innenfor kriteriene for økologisk bærekraft og de som ønsker å satse gjennom dette prosjektet.

#### *4.1.2 Hva kan du/dere tilby potensielle besøkende/kunder?*

- Overnatting og servering i dels autentiske gamle hus og bygninger
- Overnatting og servering i moderne lokaler med høy kvalitet
- Hav- og sjøfiske
- Havørnsafari
- Otersafari
- Skjærgårdsafari
- Dykking
- Sjøørretfiske
- Gåsejakt
- Elve- og innlandsfiske
- Formidling av kompetanse (undervisning) gjennom aktiv deltakelse i fiske
- Naturinformasjon knyttet til verneområdet spesielt og Smøla generelt
- Turstier o.l.
- Leie av kajaker og sykler
- Arena for events o.l.

- Innhold i forhold til den kulturelle skolesekken.

Det er opplevelser og aktiviteter som skaper reiselyst og besøk. Overnatting og servering er på mange måter et "nødvendig onde" for de besøkende. Naturopplevelser generelt og spesielt opplevelser knyttet til fiske er viktig for flere av bedriftene i prosjektet som tilbyr overnatting. Slik vil det også være i framtiden i en satsing på naturbasert reiseliv.

Økt fokus på wildlife watching som f.eks. havørnsafari og otersafari vil kunne skape helt ny trafikk til Smøla. Skjærgårdsafari og kunnskapsformidling om naturgrunnlaget og foredling/utnyttning av dette på Smøla er det også aktører som vil kunne tilby i en satsing på naturbasert reiseliv.

Ingen av respondentene har planer om utvikling av tilbud som er i konflikt med vernebestemmelsene. Samlet vil disse tilbudene kunne løfte attraktiviteten og kvaliteten på Smøla som reisemål for naturbaserte opplevelser.

#### 4.1.3 Hva er de viktigste suksesskriteriene for å lykkes i dette markedet?

- Kompetanse innen det produktkonseptet det jobbes med
- Forvaltning av verneområdene og kulturminnene på Smøla
- Entusiasme og engasjement i forhold til naturen
- Fellestiltak og infrastruktur – f.eks. kultivering av vassdrag, sanitæranlegg, utkikkspunkt, turstier med selvguiding, gapahuker, formidling av naturinformasjon
- Vertskapsrollen
- Anlegg og utstyr som gir følelsen av "stort, trygt og komfortabelt"
- Kunne tilby helårsopplevelser
- Skreddersøm og muligheter for å disponere et anlegg eksklusivt
- Tilfredse kunder som gir grunnlag for anbefalinger og gjenkjøp
- Tildeler lokale aktører betalte oppdrag for rydding og oppsyn i verneområdet og randsonene

Spesielt trekkes det frem kompetanse, entusiasme og engasjement i forhold til naturen, forvaltning av naturarven og investeringer i fellestiltak som viktige suksesskriterier.

Når dette kobles til vertskapsrollen, fleksibilitet og helårsdrift, viser dette at respondentene har et klart fokus på det vi foran definerte som ansvarlig turisme.

#### 4.1.4 Hva er bedriften/dine sterke sider i denne sammenheng?

- God beliggenhet
- Originalitet
- Selve anlegget
- Vertskapsrollen
- Få eller ingen lokale konkurrenter
- Mattilbudet
- Fleksibilitet, engasjement og kompetanse
- Unik natur

Vertskapsrollen, fleksibilitet, engasjement og kompetanse som sterke sider tilsier at flere av respondentene har sterke sider som er nært koblet til det som trekkes fram som suksesskriterier. Samtidig mener de fleste av de klart kan bli bedre selv innen sine sterke sider.

#### 4.1.5 Hvilke muligheter ser du/dere i en satsing på naturbasert reiseliv?

- Sesongforlengelse gjennom nye aktiviteter
- Kan nå større markeder gjennom samarbeid med andre bedrifter
- Nye kundegrupper
- Utvikle helt nye opplevelser
- Helårsdrift
- Ta i bruk naturgrunnet for bærekraftig guiding og naturopplevelser
- Videreutvikling av eksisterende anlegg til formidling av kunnskap om verneområdet spesielt og naturgrunnet og kulturlandskapet på Smøla generelt

De fleste ser muligheter for bedre økonomi som følge av satsingen og dermed drift innen det vi har kalt økonomisk bærekraft. Bedre samarbeid mellom aktørene sees som en mulighet for å realisere dette.

#### 4.1.6 Hva er bedriften/dine svake sider i denne sammenheng?

- Formell kompetanse innen dyre- og fugleliv
- For lav effektivitet i driften
- Svak finansiell situasjon
- Ingen felles profil hverken for Veiholmen eller Smøla
- For lite regionalt kundegrunnlag for å kunne satse i k/k-markedet
- Svak på markedsføring og reiseliv
- Få skipsvrak i området

De svake sidene indikerer klart behov for å bli bedre innen kompetanse om dyre- og fugleliv og markedsføring. Svak økonomi kan bedres gjennom økte inntekter.

#### 4.1.7 Hvilke trusler ser du/dere for en satsing på naturbasert reiseliv?

- Manglende lokalt samarbeid
- Sviktende markeder, ikke nok volum for lønnsomhet
- Trenger yngre krefter som ser muligheter
- Forvaltningsreglene for verneområdet hindrer utvikling
- Svikt i bærekrafttenkningen i kommunen og næringslivet
- Negative lokale holdninger til havørn

Her er det viktig å ta signalet om behovet for yngre krefter for å videreutvikle denne satsingen. Når man skal drive i et konkurranseutsatt markedet, vil alltid sviktende markeder og redusert volum være en trussel. Noen ser at forvaltningsreglene for verneområdet kan være en trussel, mens andre ser at svikt i bærekrafttenkningen hos viktige aktørene som en trussel.

#### 4.1.8 Hva har du/dere oppnådd om 3 år?

- Lønnsom sesongbasert drift
- Bemannet naturinfo-senter i sommerhalvåret
- Et godt mattilbud
- Et anlegg som tilfredsstillende de fremtidige kundenes krav
- Yngre generasjoner inn i driftsansvaret
- Feltstasjon for forskere
- Flere ny tilbud til nye kundegrupper som gir økt omsetning
- Større på k/k-markedet
- Muligheter for økt fleksibel bemanning
- Bedriften skal være kjent i markedet
- En fast ansatt i helårsdrift

Den konkrete målsettingen man har for sin virksomhet varierer naturlig nok mellom respondentene. De fleste har ambisjoner om vekst som gjør at man har muligheter for å bedre lønnsomheten og styrke bemanningen.

#### 4.1.9 Er satsingen forankret i egen forretningsplan?

6 av 9 hadde egen forretningsplan. Av disse hadde 5 forankret satsingen på naturbasert reiseliv i forretningsplan. Dette tilsier at flere av aktørene har behov for en gjennomgang av sin forretningsplan.

#### 4.1.10 Eventuelle investerings- og finansierungsplaner

På spørsmål om investeringer og beskrivelse av disse var det 5 av 8 som hadde planer i egen regi. Dette gikk fra investeringer i kajaker, båter, kompressor, fotoskjul, gapahuker, bedre kjøkken og mer overnattingskapasitet til vandreløyper og multimedia rom.

Eiendomsutviklerne hadde på sin side planer om investeringer i infrastruktur som brygger, rasteplasser, istandsetting/rehabilitering av eldre bygg til bruk for selskaper, arrangement o.l. samt byggeklare tomter for fritidshus.

Ingen la fram konkrete budsjett for investeringene.

Noen av bedriftene mente at finansielle midler som blir tilgjengelig gjennom hovedprosjektet, primært må brukes på fellestiltak og tilrettelegging og i meget liten grad til enkeltbedrifter. Sistnevnte bør utnytte de bedriftsrettede virkemidlene til Innovasjon Norge o.l.

Fellestiltak knyttet til kultivering av vassdrag og spesielt Kvistvågen ble prioritert av noen.

#### 4.1.11 Har dere planer for opplæring/kompetanseheving?

3 av 8 hadde planer i denne sammenhengen. Dette var kokk/mat opplæring gjennom kurs eller hospitering hos andre samt båtførerprøven/fritidsbåtsertifikat, kurs for luftfylling og lære mer om oter.

#### 4.1.12 Spesielle målgrupper/kundegrupper som utgangspunkt for satsingen?

- Primært nordmenn med god økonomi
- Turistfiskere
- Dykkerklubber o.l.
- Fotografer – både proffe og amatører
- Barn og unge – skoler og barnehager lokalt og regionalt
- Besøkende på Smøla – både de som bor kommersielt og privat
- Nordmenn, svensker og tyskere
- K/k-markedet regionalt og nasjonalt
- Bedrifter regionalt og nasjonalt
- Forvaltningsmyndighetene – oppdrag for oppsyn, rydding o.l.
- Eventbyråer, arrangementsoperatører o.l.

De fleste respondentene hadde valgt ut mulige målgrupper for sin satsing. I stor grad var det fokus på den betalingsdyktige delen av det norske markedet og de med spesielle interesser innenfor aktuelle tema (fisking, dykking, fotografer o.l.). Bedriftsmarkedet er også prioritert.

#### 4.1.13 Hvordan skal tilbudene markedsføres/selges?

- Gjennom overnattingsbedriftene på Smøla
- Din Tur
- Pilotsatsingen til Innovasjon Norge
- Samarbeid mellom alle bedriftene på Smøla
- Nettsidene
- Reportasjer i blader/media
- Gjennom eventbyråer o.l.
- Gjennom fornøyde kunder

Mange av respondentene satser på markedsføring gjennom lokalt samarbeid – både for å få mer samlet slagkraft utad eller å utnytte allerede besøkende på Smøla. I tillegg til nettsider og reportasjer i media, er det også noen som satser på distribusjon og salg gjennom "mellomledd" som Din Tur AS og eventbyråer.

## 4.2 Kort analyse av intervjuene

De fleste ser positive muligheter i å videreutvikle virksomheten sin med utgangspunkt i naturgrunnet på Smøla. En slik kommersiell turistsatsing vil kunne gi økt trafikk som igjen vil kunne gi muligheter for både sesongforlengelse og økt sysselsetting. Alle har intensjoner å utvikle seg innenfor det vi har definert som ansvarlig turisme.

Basert på gjennomgangen av intervjuene er det kommet fram at det er små eller ingen konflikter med hensyn til vernebestemmelsene. Noen er dog litt usikre på hvordan selve forvaltningen blir i praksis.

De fleste av virksomhetene er klare på at det er behov for investeringer i fellestiltak (kultivering av vassdrag, turløyper, utsiktstårn, informasjon og kunnskapsformidling)

og samarbeid mellom bedriftene både for å øke kompetansen og styrke seg i markedsføringen. Realisering av disse fellestiltakene vil gjøre det betydelig enklere for de kommersielle bedriftene å lykkes i sin satsing innenfor de rammene vernebestemmelsene gir.

Videre viser intervjuene at det er behov og ønsker for kompetanseheving for å heve kvaliteten på tilbudene.

Ingen av aktørene som er intervjuet, har selv fokusert på ønsker eller behovet for en miljømessig sertifisering av virksomheten. Dette kan skyldes manglende kunnskap om disse mulighetene. Her er det ulike ordninger både for overnattingsbedrifter og naturguider. En prosess med slik sertifisering kan sees som et fellestiltak i denne sammenheng.

Bedriftene hadde ulike investeringsplaner både med hensyn til innhold og størrelse. De fleste av disse bør søkes finansiert gjennom bedriftsrettede virkemidler (Innovasjon Norge o.l.). Dette bør da innarbeides i virksomhetenes forretningsplan.

## 5 Felles strategi for utvikling

I dette og det neste kapitlet skal vi foreslå et hovedgrep for å videreutvikle lønnsom næringsvirksomhet innenfor reiselivsvirksomhet på Smøla. Vi skal legge vekt på å være så konkrete som mulig. Dette gjør det enklere å vurdere behovet for tilpasning til forvaltningen av verneområdene, og det gjør det enklere for bedriftene å se hvordan de enkelte tiltakene kan tilpasses for å tjene virksomheten helt konkret.

### 5.1 Generelt

#### 5.1.1 Hele Smøla

Verneplanen for Smøla omfatter ca 1/3 av kommunens landareal. For vårt formål bør vi legge til grunn at hele Smøla er arenaen for unik naturopplevelse. I spiss står selvsagt naturreservatene men sine unike, sensasjonelle elementer av vel definerte arter, og hele samfunn av planter, fugl og dyr i et utvalg av biotoper – myr, våtmark, vassdrag, kystlynghei, havstrand, strandeng, brakkvann, skjærgård, gruntvanns- og havområder.

Selv om perlene i naturopplevelsen ligger i naturreservatene og landskapsvern-områdene, vil likevel – for de aller fleste av oss – hele øyriket framstå som et reisemål. I dette øyriket vil vi i tillegg til den unike naturen også oppleve hvordan menneskene har tatt naturen i bruk, og hvordan kystkulturen i dag gir identitet og innhold – også til opplevelse for besøkende turister. På den måten vil naturarv og kulturarv i forening og sammenheng utgjøre en destinasjon for natur- og kulturbasert reiselivsnæring. Vi skal imidlertid legge til grunn at det er attraksjonsverdien i naturen som nok vil utgjøre utløsende reisemotivet.

Verdiskapingen i reiselivet vil ligge innenfor overnatting, mat, transport, guiding og utleie av utstyr, dvs tjenester som de trenger for å kunne oppleve naturen. I dette ligger nøklene til omsetning og verdiskaping, dvs lønnsom næring. De enkelte bedriftene vil utover det grunnlaget som ligger i selve naturen og tilretteleggingen av denne, måtte utvikle seg for øvrig ved egen hjelp og med støtte fra Innovasjon Norge og evt andre på ordinære vilkår for bedriftsstøtte.

#### 5.1.2 Aktuelle produktkategorier

Ut fra etablert og planlagt virksomhet på Smøla, og på grunnlag av erfaring fra tilsvarende områder og virksomhet i tilknytning til vernet natur ellers i verden, kan denne listen over de mest aktuelle produktkategoriene kanskje være konkretiserende for oss alle:

1. Vandring i kystlandskap med definerte naturtema og POI
2. Fuglekikking
3. Sykling med definerte naturtema
4. Sportsfiske i ferskvann og straumområder med brakkvann mv
5. Sportsfiske på sjøen
6. Sjøsport med dykking, kajakk etc
7. "Seaside Recreation" i natur- og kulturlandskap
8. Sjølguiding



9. Naturguiding med opplevelser på land og sjø
10. Planteliv på land og i sjøen
11. Dyreliv på land og i sjøen
12. Fugle- og dyrefotografering
13. Kunnskapsformidling basert på naturattraksjonene
14. Linking til kulturlivet på Smøla – kystkultur i samspill med naturen
15. Småviltjakt (gås, ender, hare)
16. Samarbeidsorganisasjon for grunneierne for felles næringsutnyttelse

Når det gjelder naturområdene som arena for småviltjakt (gås, ender, hare), skal vi legge inn i tiltaksplanen at dette er et aktuelt produkt i markedet. Dette vil øke behovet for et samarbeid mellom grunneierne i et felles grunneierlag for å legge bedre til rette for salg av jaktkort og tilhørende tjenester, jfr pkt 16 foran. I mange markeder som er viktige for naturbasert reiselivsnæring på Smøla, er det en opplevelseskonflikt mellom anvendelse av naturen til jakt og å presentere den som arena for attraksjon og kunnskap. Det er derfor viktig at man sørger for å separere disse markedene mht markedsstrategi og perioder for booking av de ulike aktivitetene.

Utvikling av disse produktkategoriene må skje i nært samarbeid med markedet. Slik kompetanse finnes bl.a. hos turoperatøren Din Tur AS. NCE Tourism Fjord Norway jobber med konseptutvikling innen noen av disse kategoriene kan også være en samarbeidspartner.

### *5.1.3 Samarbeid med grunneiere og myndigheter*

Utgangspunktet er at allmennheten har rett til fri ferdsel i utmark. Dette gjelder alle, og det gjelder i all utmark med mindre det er gjort spesielle beslutninger om begrensninger, jfr enkelte hekkeområder i verneplanen for Smøla. Retten til fri ferdsel gjelder også bruk av eksisterende stier og tråkk.

Men så skal vi utvikle næring, dvs vi skal legge til rette for at flere skal komme til Smøla. De skal bo og spise, de skal lære om natur og kultur, og de skal bevege seg ute i naturen. Det er klart at jo mer vi legger til rette for dette som en økonomisk produksjon, jo lenger strekker vi hjemmelen i allemannsretten.

På Smøla er utgangspunktet at det aller meste er privat eiendom. Vi har i noen grad allmenninger, og Smøla kommune er eier også store utmarkseiendommer. Erfaringen er også den at bruken av de fellesgoder som natur og utmark utgjør for allmennheten, fungerer best når dette kan skje i et positivt samråd mellom de parter som på ulike måter måtte være involvert, også grunneierne.

Den konkrete situasjonen som uansett utløser behov for avtale med grunneier er når man skal plassere enhver installasjon i terrenget. Dette kan dreie seg om:

- Opprusting av stier
- Bygging av bruer og klopper
- Skilting, informasjonstiltak i terrenget mv
- Etablering av parkeringsplasser
- Bygging av utkikkstårn, fotoskjul mv

- Etablering av rasteplasser med nødvendig infrastruktur
- Etablering av landingsplasser på øyer og holmer
- Etablering av tilbud innenfor verneområdene
- Etablering av organisert båttransport både lokalt og innenfor regionen
- Utviklingen av Gurisentret og Edøya som regionens inngangsport til Smøla

Det er ofte erfaringen at slike tiltak er gjennomførbare der hvor man kan få til praktiske og realistiske avtaler med grunneier. Dette blir faktisk en lokalisering-betingelse som ofte har avgjørende innvirkning på hvor man klarer å få til denne typen installasjoner som gjør naturattraksjonene tilgjengelige.

Andre typer hjemler for installasjoner og tiltak er også for denne typen virksomhet:

1. At bygningsmessige tiltak har de tillatelser mv som kreves etter plan- og bygningsloven. Dette krever at alle saker kommuniseres og konkluderes i dialog med kommunen, og besluttes av kommunen der dette kreves.
2. At tiltak for å gjøre fugler og dyr tilgjengelig for observasjon og foto blir etablert i samarbeid både med vernemyndigheten og andre relevante myndigheter. Bl.a. vil en ordning med foringsplasser ved fotoskjul kreve tillatelse fra mattilsynet.

Utviklingen av infrastruktur for reiselivsnæring, tilrettelegging for bedrifter og bygging av marked for økte turisttrafikk til Smøla er et arbeid som skal virke lenge. Det er viktig at bedriftene kan fungere godt i et nærmiljø som er støttende og ikke omvendt. Det er derfor viktig at alle tiltak som skal legges til rette for ny næring, blir etablert i et positivt samspill med alle som på ulike måter berøres, og med grunneiere helt konkret.

## 5.2 Kart og naturbeskrivelser

Alle deler av det som foreslås her, forutsettes lagt ut på en omfattende hjemmeside for Naturarv Smøla på internett. En aktiv webbløsning vil være et av de viktigste virkemidlene, se også under naturinformasjon nedenfor.

### 5.2.1 Kart

Grunnlaget for enhver oversikt og tilgjengeliggjøring i terrenget er gode kart. Behovene for kart handler om følgende, men neppe komplette liste:

1. Oversiktskart med god orientering over naturattraksjoner, informasjonsbaser og tilhørende servicebedrifter i hele Smøla. Det er oftest overnattings- og serveringsbedriftene som danner publikum sitt utgangspunkt for å søke ut i naturen.
2. Produktene, attraksjonene, må framgå på oversiktskart. For hvert produkt eller naturområde med flere attraksjoner, er det behov for egne detaljkart. Her må vi finne stier, POI (point of interest), utkikkstårn, fotoskjul, etc både på oversiktskart og på detaljerte kart pr produkt.
3. Kartinformasjonen bør utvikles slik at den kan lastes inn på publikums GPS-er eller som applikasjoner på smarttelefoner.
4. Det er også ønskelig at slike kartløsninger kan ligge interaktivt på PC og

internett, slik at folk selv kan søke, zoome, skrive ut kartblad etc.

### 5.2.2 *Beskrivelser – naturinformasjon*

Gode naturbeskrivelser er et selvsagt hjelpemiddel for å orientere seg om naturattraksjonene i Smøla. Det foreligger jo bindsterke utredninger om grunnleggende naturvilkår mht geologi, fauna og flora fra hele den utredningen som ligger til grunn for vernetiltakene. I tillegg foreligger det bøker og andre publikasjoner.

Det er behov for å legge til rette dette materialet til en basisinformasjon som kan fungere i marked, både som oversikt/teasers og som fordypning. Materialet må foreligge både på internett og i hensiktsmessige publikasjoner på reisemålet.

### 5.3 **Stier og POI (points of interest)**

Godt merkede stier er selve grunnlaget for den konkrete tilgjengeliggjøringen. Eksisterende stier i reservatene er også viktige, da de kan ligge som de gjør. Noen kan også bygges ut – dette må i tilfelle behandles helt konkret av forvaltningsmyndigheten. Erfaringen tilsier at når det først er en sti i området, vil de aller fleste benytte den. Dette er ofte viktig for å styre ferdselen til områder der tåleevnen er størst.

I tilknytning til stiene er det lett å etablere enkel informasjon som markerer spesielle POI. Det er viktig at slike POI etableres slik at de er godt definerte, enten på generelt grunnlag, eller pr sesong.

Som nevnt foran på generelt grunnlag under 5.1.3, er det viktig at stier og tilknyttede installasjoner blir etablert i samråd med grunneier og relevant myndighet.

Smøla kommune har arbeidet med utviklingsplan for turstier gjennom mange år som en del av tilrettelegging av friluftslivet. Det nettverket av stier som der er etablert, må selvsagt i størst mulig grad sees i sammenheng med de stiene som behøves for å underbygge reiselivsnæringens produktutvikling. Bl.a. handler dette om skilting og merking, samt at hele systemet av stier må være beskrevet i de aktuelle web-tjenestene, på dynamiske kart mv.

### 5.4 **Informasjonstavler og skilting**

Vernemyndigheten er i gang med å etablere en basis skiltplan for alle reservatene. Dette blir det faglige grunnlaget også for reiselivsnæringen.

Det er sannsynlig at tilretteleggingen for reiselivsnæring vil vise behov for ytterligere informasjon på nøkkelpunkter på Smøla og i terrenget. I en samlet og konkret plan for produktutvikling, må skiltplan mv tilfredsstillende behovene for de konkrete produktbehovene som kan knyttes til de aktuelle overnattingsbedriftene. Det er viktig å skilte stier som inngår i tematiserte produkter og til POI, tårn og fotoskjul.

Det er naturlig at dette skiltbehovet blir godt koordinert med vernemyndigheten. Det er uansett viktig med en enhetlig designplan for informasjonstavler, opplysningsskilt og stimerker.

## 5.5 Observasjonstårn og –skjul<sup>1</sup>

Observasjon i terrenget av fugler og dyr er krevende. På den annen side er dette en helt sentral del av naturopplevelsen på Smøla, og dermed viktig innhold i ethvert naturbasert reiselivsprodukt. Slike tårn er en markert installasjon i terrenget, det er derfor viktig med god design – en oppgave som må tas på alvor. Tårnet gir oversikt over lokaliteten. Når man samtidig utstyrrer tårnet med god informasjon, skulle grunnlaget være lagt for et godt produkt.

Kravene til fugletårn generelt er flere. For det første må de ligge på lokaliteter med konsentrasjoner av fugl, og må det tas hensyn til lokale værforhold, lyset, adkomstmuligheter og forstyrrelse av fuglefauna mv. Utvalget av de lokalitetene som foreslås her, er basert på den erfaringen som eierne av Smøla Naturopplevelser har ervervet gjennom aktiv fuglekikking på fugleforekomstene i kommunen gjennom 20 år. De foreslåtte lokalitetene for fugletårn er ikke nødvendigvis de beste fuglelokalitetene, men man har balansert de ulike faktorene som gjør plasseringen mest hensiktsmessig. Jordbrukslandskapet i sentrale deler av øya er blant de mest interessante områdene sett fra en fuglekikkers perspektiv, disse områdene er helt avhengig av et aktivt landbruk for å beholde sin verdi som fuglelokaliteter. Det vil også variere noe mellom ulike år hvilke områder som til enhver tid er mest attraktiv for fuglefaunaen. De lokalitetene som foreslås her, er virker å være stabilt viktige for fuglefaunaen og som har konsentrasjoner av fugler. Lokalitetene er dessuten forsøkt valgt slik at de utfyller hverandre med hensyn til ulike arter, artsgrupper og sesonger.

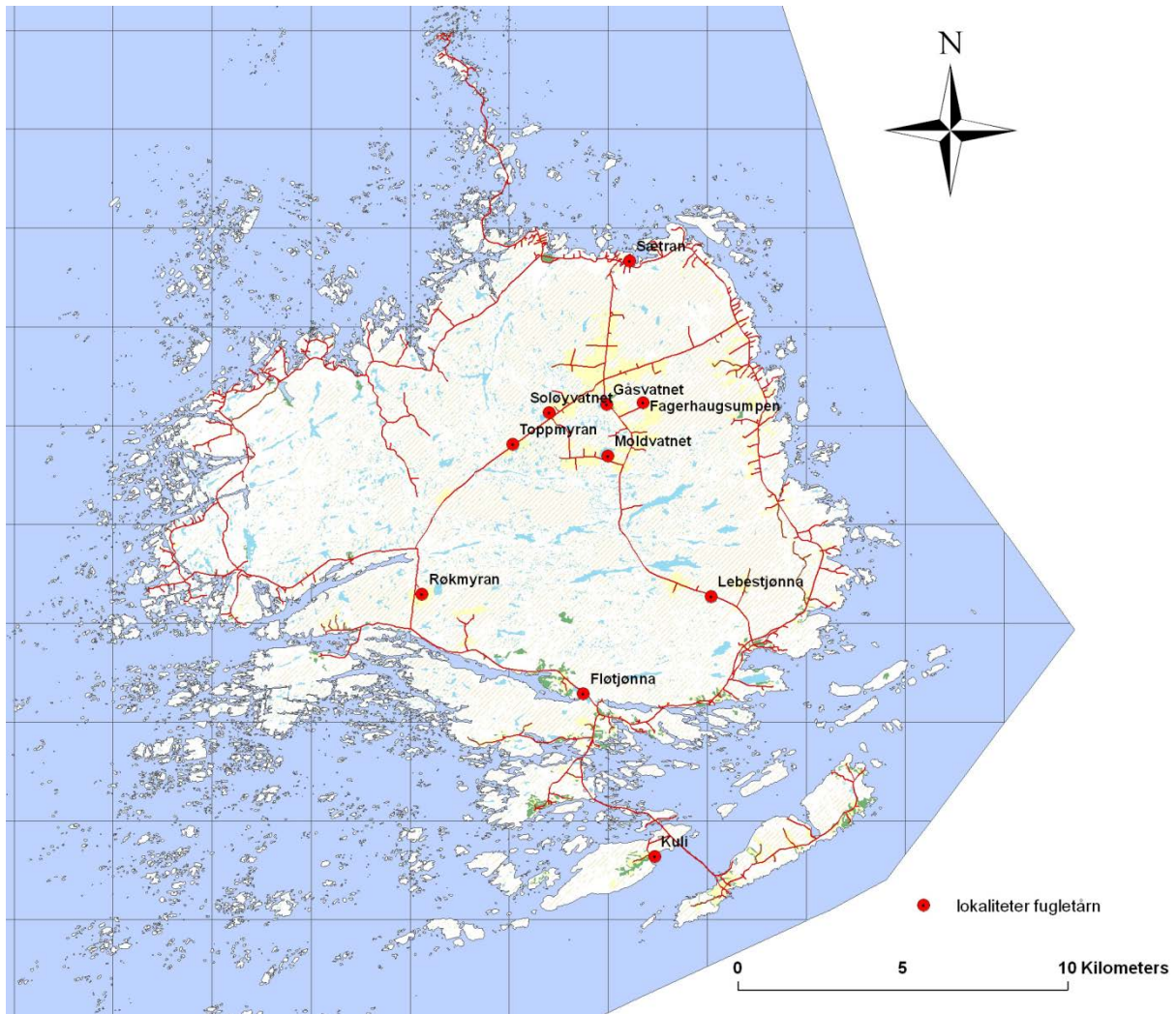
Smøla har en særegen og flat topografi, det trenger derfor ikke nødvendigvis å være tradisjonelle fugletårn som er mest hensiktsmessige på Smøla, for enkelte lokaliteter kan det være like hensiktsmessig med byggverk som bare gir le for vind og vær og hvor man kan observere fugler uten å forstyrre de. Vi viser til innspill om utforming og design i avsnitt 5.5.7 nedenfor. Smøla Naturopplevelser påpeker at noen av de lokalitetene som foreslås nedenfor kanskje ikke er godt egnet for å bygge fugletårn på. Smøla utmerker seg med store områder med sammenhengende våtmark, noe som fører til at fuglene i en del områder er spredt over store areal og ikke konsentrert til noen få vann og innsjøer. Vi viser i den sammenheng til forslaget foran om behovet for kart og naturinformasjon, idet slik informasjon er nødvendig supplement til utkikkstår, POI, skilting. Bl.a. er det fuglearter som man ikke kan forvente å treffe på rundt fugletårn uansett, dette gjelder for eksempel smølalirype.

De konkrete lokalitetene for observasjonstårn og –skjul er her angitt med illustrasjon på kart, dette for å vise i hvilke områder slike anlegg bør plasseres. Gjennomføringen må uansett utføres med ytterligere detaljplanlegging, idet man her må koble sammen fysisk planlegging, lokal naturkompetanse og naturforvaltningen. Det er naturlig å samarbeide med Smøla Naturopplevelser i dette videre arbeidet.

Som vi skal komme tilbake til, vil etableringen av kanskje inntil 5 observasjonstårn og fotoskjul være et tema for samfinansiering med ulike andre finansieringsordninger, idet følgende lokaliteter er vurdert som mest attraktive:

---

<sup>1</sup> Materialet i dette avsnittet er utviklet av Smøla Naturopplevelser DA



Smøla naturopplevelser har angitt de påpekte lokalitetene med kartreferanser, jfr følgende tabell med posisjonsreferanse i UTM, sone 32V:

Lokalitet	UTM X	UTM Y
Fløtjønnå	452258	7023843
Soløyvatnet	451220	7032383
Moldvatnet	452994	7031075
Gåsvatnet	452953	7032640
Sætran	453650	7036987
Kuli	454413	7018901
Fagerhaugsumpen	454061	7032693
Toppmyran	450114	7031427
Røkmyran	447368	7026882
Lebestjønnå	456124	7026800

Vi har også delvis rangert lokalitetene etter egnethet for bygging av fugletårn, rangeringen bør kun sees på som veiledende, i rangeringen har vi også angitt hvilke arter/artsgrupper man kan forvente å observere samt om til hvilken årstid lokaliteten er egnet. Vi har også angitt i hvor stor grad vi anser lokaliteten egnet for plassering av fugletårn/observasjonsbygg. Arter/artsgrupper som er oppført i parentes er sjelden

forekommende. Lokalitetene rangert som 1, 2 og 3 er etter vår mening de som i størst grad er egnet for bygging av fugletårn/observasjonsbygg.

#### 5.5.1 *Fløtjønna*

Næringsrikt ferskvann som grenser til sjøen og som mottar tilsig av sjøvann ved stor flo. Svært egnet lokalitet. Gressender, dykkender, sangsvane, hegrer. Kravstore gressender som skjeand, knekkand og snadderand hekker i enkelte år. Lokaliteten er attraktiv hele året, men særlig i sommerhalvåret. Det er opplyst at et observasjonstårn i/ved Fløtjønna naturreservat er også et aktuelt tiltak som ledd i vernemyndighetens informasjon om verneverdiene. Dette kan gi grunnlag for et samarbeid, og anbefales derfor tatt opp med myndigheten med sikte på en samfinansiering.

#### 5.5.2 *Soløyvatnet*

Næringsrikt ferskvann med oppdyrket mark rundt og noe skog. Svært egnet lokalitet. Gressender, dykkender, gjess, vadefugl, rovfugl, (rikser og vaktel), nattsangere. Kravstore ender (knekkand, skjeand, snadderand) hekker år om annet. Hovedsakelig vår og sommer, til dels høst.

#### 5.5.3 *Sætran*

Fjæresone med lite elveutløp og beitemark. Svært egnet lokalitet. Gressender, dykkender, gjess, hegrer, måker, terner, vadefugl. Viktig hekkeplass for grågås, terner og måker. Ferdsel må skje med omhu for å ikke forstyrre hekkefauna. Dette er en lokalitet hvor et høytragende fugletårn nok ikke er å foretrekke, men snarere en nøytralt plassert bygg lavt i terrenget. Lokaliteten ligger nært barneskole og barnehage og kan være velegnet i undervisningssammenheng gitt et egnet byggverk. Hele året.

#### 5.5.4 *Røkmyra*

Dyrket mark med ferskvann i utkant. Lokaliteten er en meget god fuglelokalitet, men stor i utstrekning og det kan være vanskelig å få plassert et fugletårn som dekker lokaliteten på en god måte. Vadefugl, ender, gjess, trane, spurvefugl. Hovedsakelig vår, sommer og høst. I mindre grad en god vinterlokalitet.

#### 5.5.5 *Gåsvatnet*

Ferskvann med en del vegetasjon og randsoner med skog. Ender, gjess, måker og spurvefugl. En egnet lokalitet til å bygge tårn ved, noe varierende fugleforekomst, men lokaliteten huser til tider mye fugl. Vår, sommer og høst.

#### 5.5.6 *Diverse andre, alternative lokaliteter*

De neste lokalitetene omtales urangert, da det er vanskelig å skille mellom dem:

##### Moldvatnet

Ferskvann med oppdyrket mark rundt. Ender, gjess, vadefugl, rovfugl og spurvefugl.

Kan være noe vanskelig å dekke hele lokaliteten ved hjelp av et fugletårn. Vår, sommer og høst.

#### Kuli

Fjærområde med beitemark og til dels oppdyrket mark rundt. En god fuglelokalitet, men kan være noe vanskelig å finne et egnet sted til fugletårn som dekker lokaliteten på en god måte. Vadefugl, ender, gjess, spurvefugl. Vår, sommer og høst.

#### Fagerhaugsumpen

Næringsrikt ferskvann. Liten lokalitet som ikke har svært store forekomster av fugl, men har til gjengjeld arter som er mindre vanlig. Ender, nattsangere, rovfugl. Skjeand har de siste årene hekket årlig. Vår og sommer.

#### Toppmyran

Oppdyrket mark med ispedd små ferskvann og omkringliggende myr. Vadefugl, ender, gjess, rovfugl. Bør ikke prioriteres blant de mest aktuelle lokalitetene for bygging av fugletårn. Vår, sommer og høst.

#### Lebestjønna

Ferskvann med rik vegetasjon. Ender, (rikser og vaktel), svaner. Vår og sommer.

### 5.5.7 Design

Som nevnt foran, er det viktig at installasjoner i naturen for en design som fungerer godt i kulturlandskapet, og som også er godt funksjonelt for det formålet som de skal tjene. Arkitektene Amundsen og Taranger, Vardø har spesialisert seg på fugler og fuglekikking, se [www.biotope.no](http://www.biotope.no) for spennende eksempler.



## 5.6 Fotoskjul

Fotosafari er en egen form for produksjon av naturopplevelse. Fotoskjul er et viktig tilbud for den del av publikum som ønsker å ta bilder av sjeldne fugler og dyr.

Det er derfor viktig med godt forberedte fotospots.

Gode fotoskjul krever en omfattende oppfølging og kvalifisert bruk. Slike installasjoner kan derfor neppe inngå som en del av den åpne infrastrukturen, men må fortrinnsvis tilhøre bedrifter som både har kompetanse og ansvar for å ivareta alle sider av driften av dem, herunder utleien.

Et fotoskjul må etableres på en lokalitet som er egnet for de respektive fugle- eller dyreartene som



er målet. Plasseringen av fotoskjulet må ta hensyn til

- De naturgitte omgivelser – det skal ha en gunstig posisjon i forhold til de fugler og/eller dyr som er målet.
- Lysforholdene – fotoskjulet må plasseres slik at lysforholdene blir optimale for størst mulig del av dagen.
- Avstand til motivet – fotoskjulet må plasseres slik at det får en optimal avstand til objektet.
- De fugler eller dyr som er målet for fotoskjulet må vennes til å oppholde seg i området ved fotoskjulet. Dette oppnås gjerne gjennom utlegg av for. Dette er en tilvenningsprosess som kan ta flere måneder.

Det er viktig at fotoskjulet har en estetisk god utforming. Fotoskjulet skal både utgjøre en harmonisk installasjon i kulturlandskapet, og det skal være greit tilgjengelig for brukeren. Fotoskjulet skal ivareta nødvendig komfort for fotografen, hun/han skal oppholde seg der i timer. Fotoskjul for vinterbruk må ha varmekilde og gode sitteplasser. Skjul for rovfugl skal ha toalettfasiliteter.



## 5.7 Steder for rast og servering – landingsplasser på øyene

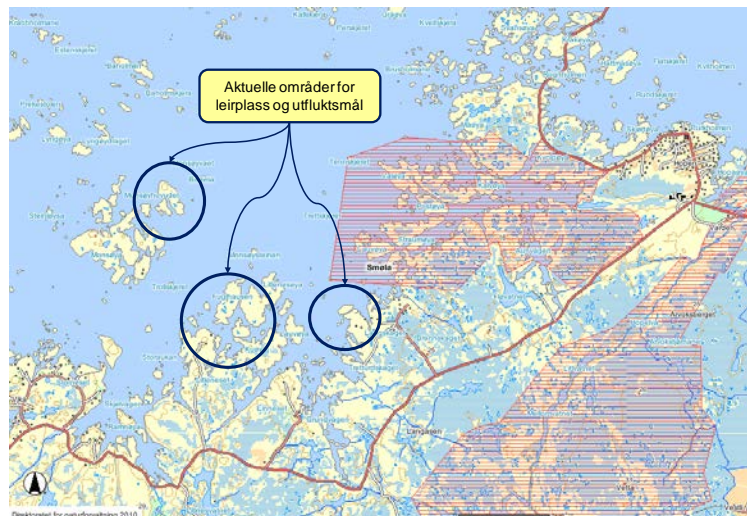
Det er viktig å legge godt til rette for ferdselen i naturområdene. Dette gjelder både på fast-Smøla og på øyer, holmer og skjær. Rast og mat er normale holdepunkter for ferdselen i naturen, og det er derfor viktige steder for rast og mat. Når først slik infrastruktur er til stede, viser erfaring at de alle fleste tar slike anlegg i bruk. Dette konsentrerer ferdselen noe, og forenkler tilsyn og vedlikehold.

Anlegg for allmenn rast mv vil også tjene som utfluktssteder for bedrifter, guida turen, events etc i tillegg til allmennhetens frie bruk.

Slike anlegg på planlegges nøye på bakgrunn av de konkrete behovene på stedet. Aktuelle installasjoner og funksjoner som skal ivaretas er bl.a.:

1. Gapahuk, lavvo eller plass for lavvo. I slike sammenhenger kan man også plassere utdypende naturinformasjon av særlig relevans for hver enkelt lokalitet.
2. Bål plass, grillplass. Dette er viktig for å unngå skader på naturen ved uforstandig bruk av ild.
3. Toaletter. Det er her viktig med hensiktsmessig valg av teknisk løsning, jfr behovet for tømning og vedlikehold ellers.
4. Kaier og flytebrygger. Dette er viktig for enkel og god adkomst til utvalgte steder i skjærgården.
5. Fortøyningsbolter, moringer og bøyer. Dette kan være alternativ tilrettelegging for friluftsliv med båt i områder hvor man vil invitere til ferdsel, men ikke ønsker å bygge annen infrastruktur.

På kart på denne og påfølgende sider i denne rapporten viser vi konkrete forslag til lokalisering av slike anlegg for utflykt og opplevelse, både for friluftslivsformål og for næringsmessig utnyttelse. Det er viktig at dette er en virksomhetstype som får utvikle seg over tid, og at denne planen derfor ikke blir ansett som en endelig liste over slike tiltak. Erfaring over tid vil åpenbart gi nye ideer. Dette poenget er særlig viktig for framtidig tilpasning av tiltak innenfor verneområdene, jfr særlig Sør-Smøla



landscapsvernområde.

## 5.8 Tematiserte turer

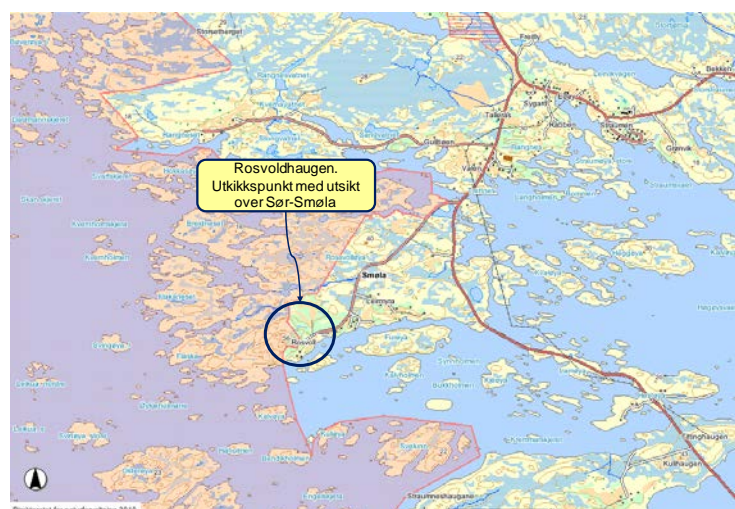
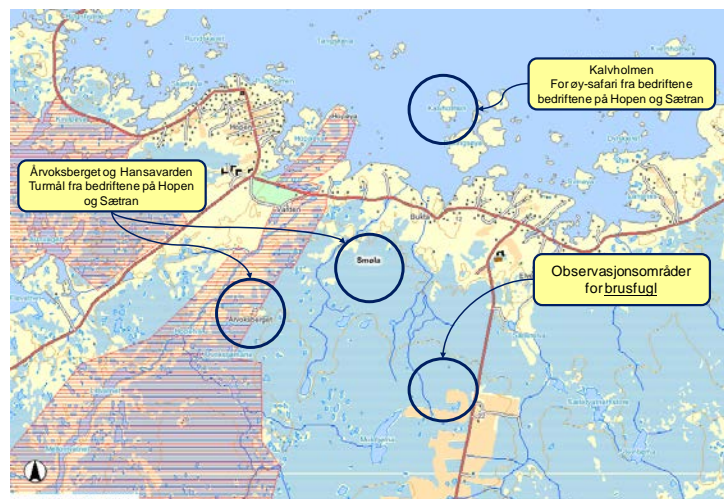
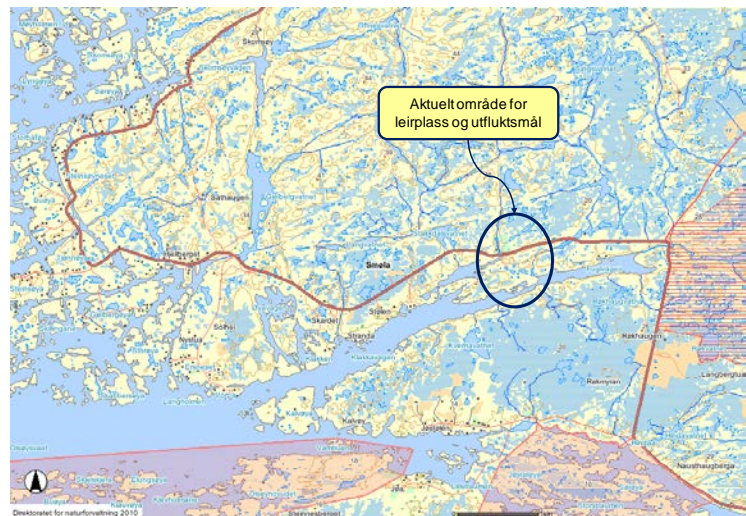
I utgangspunktet skal til retteleggingen betjene publikum som sjøl orienterer seg i naturen, dvs sjølguida turer. Med guide vil informasjonen bli betydelig supplert, og guiden vil også legge opp egne tuer og kombinasjoner etter interesse og skreddersøm.

De turoppleggene som beskrives, skal ha klart definerte hovedtema pr dyre- og fugleart, og dermed også pr område. Planen skal inneholde informasjon om:

1. Hvilke arter etc som kan oppleves (>70 %)
2. Hvor turen går og hvor langt det er å gå
3. Aktuell infrastruktur på turen (stier, info, tårn, skjul etc)

Produktplan for guida turer må også inneholde denne typen informasjon, samt:

1. Informasjon om guiden
2. Informasjon om transport mv (båt etc)
3. Informasjon om spesielle naturområder, muligheter for faglig fordyping, dykkeområder mv



## 5.9 Naturinformasjon

Intervjuene med de næringsaktørene på Smøla avdekket et behov for felles nettsider for å presentere både reisemålet Smøla og bedriftene. Internett vil være den viktigste kanalen for å kommunisere med markedet i løpet av kort tid. Mulighetene for toveis kommunikasjon gjennom Facebook, bloggesider o.l. tilsier at dette må bli et helt sentralt virkemiddel for utviklingen av Smøla som naturbasert reisemål. Nettstedet vil måtte være dynamisk og inkludere muligheter for brukergenerert informasjon.

Det sentrale her vil være både å etablere selve nettstedet og drifte det slik at det fungerer dynamisk og som et toveis kommunikasjonsverktøy både med hensyn til markedet og lokale samarbeidsbedrifter på Smøla. Dette betyr at de lokale bedriftene eller tilbyderne også må ha egne nettsider som fungerer dynamisk og som er linket opp til felles portal. Vi anbefaler etablering av [www.naturarvsmola.no](http://www.naturarvsmola.no).

Naturbasert reiselivsnæring vil i hovedsak være mest attraktive for målgrupper med en viss forhåndskunnskap om slike naturkvaliteter som Smøla har. Selvsagt skal opplevelsene i naturen på Smøla legges slik opp at alle og enhver skal kunne orientere seg i de unike kvalitetene som finnes på Smøla.

Fra vernemyndighetens side, vurderer Fylkesmannen å gi ut en brosjyre om verneområdene på Smøla, en informasjon som også vil være søkbar på nett. Dette vil vi anta blir være en faglig orientert informasjon som i reiselivssammenheng vil anses som en fordypingsmulighet. Det er naturlig at slik informasjon blir linket til/fra den naturinformasjonen som vi her skisserer for å underbygge naturopplevelsen i reiselivssammenheng.

Strategien med den tilrettelagte, markedsorienterte informasjonen er å nå fram til målgruppene i tre situasjoner:

1. Før de reiser hjemmefra. Å orientere aktuelle besøkende før de reiser hjemmefra. Dette handler om all slags markedstiltak, og det handler om inngående naturinformasjon som bidrag til god forberedelse av opplevelsen under oppholdet. I praksis vil dette dreie seg om godt tilrettelagt informasjon på internett.
2. Underveis til Smøla. Oppdatert informasjon underveis til Smøla. Mange starter på en rundreise, og orienterer seg om muligheter for innhold i form av attraksjoner og aktiviteter mens de reiser. Også dette vil handle om å være tilgjengelig på internett, og å være synlig i nettverket av turistinformasjoner i regionen.
3. Under oppholdet på Smøla. Utdypende kunnskap under oppholdet på Smøla om attraksjoner som de selv finner ute i naturen. Her kan i prinsippet informasjonen utvikles så langt som det finnes praktisk etterspørsel. Ut fra næringsmessige hensyn må man gjøre visse valg og utvikle etter hvert.

Gjennomføringen av dette informasjonsopplegget bør legges opp slik at det lokalt på Smøla er tilgjengelig på tre steder:

1. Turistinformasjon. Denne ligger i Gurisentret, altså der de fleste besøkende kommer til kommunen. Her skal de besøkende få en alminnelig orientering om

attraksjoner, aktiviteter, steder og bedrifter. Turistinformasjonens webbløsning er her helt sentral. Det er viktig at turistinformasjonens web-side har gode linker til naturinformasjonen under Naturarv Smøla og til bedriftenes hjemmesider.

2. Bedriftsinformasjon. Hver bedrift vil ha informasjon om de attraksjoner og aktiviteter som er lagt særlig til rette for denne bedriftens gjester. Det er viktig at bedriftene har gode hjemmesider på web, og at de har gode linker til Naturarv Smøla sin hjemmeside med naturinformasjon.
3. Naturinformasjonssenter. Det er fellesskapet som må ta et eieransvar for den felles naturinformasjonen som Naturarv Smøla kommer til å være avhengig av. Norsk myrmuseum på Moldstad har en utviklingsplan som innebærer et naturhistorisk museum, og som legger vekt på de politiske og naturfaglige konsekvensene av samspillet mellom natur og menneske. Myrmuseet har ambisjon om å bli naturinformasjonssenter for Verneplan Smøla.

Som det framgår, jfr også under pkt 5.2 foran, anbefaler vi at ambisjonen om et naturinformasjonssenter realiseres i første omgang i virtuell form. Ansvar for dette virtuelle naturinformasjonssentret må sees i sammenheng med den langsiktige ambisjonen om å bygge opp også en fysisk naturinformasjon, jfr nedenfor.

De spesielle naturkvalitetene som Smøla har, kan imidlertid utvikle en posisjon i de mest krevende markedene for internasjonal naturbasert turisme. Dette utfordrer imidlertid mulighetene for faglig fordyping, dvs spesielt interesserte personer på besøk må kunne veksle mellom egne observasjoner og opplevelser i naturen og tilgang til utdypende naturinformasjon. Denne faglige oppgaven ligger klart innenfor museenes arbeidsform, men kan også sees i sammenheng med turistinformasjonen.

Det er klart at all naturinformasjon som skal underbygge den naturbaserte reiselivsnæringen på Smøla skal være tilgjengelig på nett og i andre kanaler. Men det er bare under oppholdet på Smøla at man kan se slik kunnskapsbase i samtidig sammenheng med egne erfaringer og opplevelser ute i naturen. Et konkret og lokalt naturinformasjonssenter er derfor en viktig utviklingsoppgave av et nødvendig element i den langsiktige byggingen av Smøla til et natur- og kulturbasert reisemål.

## 6 Spesielle forhold

I løpet av prosjektarbeidet har det kommet opp enkelte prosjekter og forhold som vi vil kommentere konkret. Vi understreker at vårt utgangspunkt er reiselivsnæring, og at aktivitet og utbygging med andre formål faller utenfor våre vurderinger. De resonnementene som vi bygger på, er de samme som er redegjort for i de øvrige kapitlene. Vi vil likevel behandle enkelte, spesielle problemstillinger særskilt.

### 6.1 Lokalisering av overnattingsvirksomhet – generelt

Når det gjelder verdiskaping er det slik at det største og mest grunnleggende elementet i reiselivsnæringen er overnatting. Det er i og ved disse bedriftene de vil søke all den service som knyttes til oppholdet.

Overnattingsbedriftene bør etableres slik at de har enkle muligheter for videre utvikling på den tomta eller i det området som bedriften ligger. Ofte er det naturlig å utvikle supplerende aktiviteter og tjenester i umiddelbar nærhet av overnattingsbedriftene. På denne bakgrunn er det en alminnelig hovedregel at eventuell ny overnattingskapasitet bør etableres i all hovedsak utenfor de vernede områdene, dog med viktige unntak, se nedenfor i dette kapitlet.

### 6.2 Sør-Smøla

Som det framgår under gjennomgangen av de enkelte verneområdene, jfr avsnitt 2.4.9 foran, er Sør-Smøla et landskapsvernområde der det er gitt sterkere prioritering av næringsutvikling enn i naturreservatene. Dette omfatter både:

- Tilrettelegging av infrastruktur for friluftsliv og reiseliv
- Ombygging, restaurering og utvidelse av eksisterende bygninger
- Investeringer i nye bygninger og anlegg for å utvikle både tradisjonell næringsdrift og reiselivsnæring

Området er stort, og i som kulturmiljøområde inneholder det mange både spor og installasjoner fra tidligere tiders bosteder og lokal næringsaktivitet. Hele den natur- og kulturhistorien som knytter seg til tidligere tiders liv og virke er en viktig del av attraksjonsverdien ved å ferdes i området i dag.

#### 6.2.1 Eiendomsutvikling og reiselivsnæring

Hele Sør-Smøla er i privat eie, og det er mange grunneiere. Noen av disse er antagelig interessert i å utvikle næring på sine eiendommer, andre vil benytte eiendommene til fritidsformål i egen familie mv. Vi vil skille mellom to typer næring i denne forbindelsen:

1. Reiselivsnæring, dvs en fellesbetegnelse på næringer der salget til de reisende/turister utgjør en betydelig andel av produksjonen. Som reiselivsnæringer regnes vanligvis transport-, overnattings-, serverings-, formidlings- og opplevelsesnæringen<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Jfr kap 2 i St.meld. nr. 15 (1999-2000) Lønnsomme og konkurransedyktige reiselivsnæringer

2. Eiendomsutvikling, dvs salg av bygninger, hytter eller hyttetomter til private fritidsformål for kjøperen. Basis for slik eiendomsutvikling er attraksjonsverdiene i den samme naturen som også danner grunnlaget for reiselivsnæring.

Hytteutbygging er selvsagt næring for den grunneieren som kan selge grunn og anlegg. For andre er denne næringseffekten forholdsvis begrenset. Den privatiseringen som hytter vil utgjøre, kan til dels komme i konflikt med visse deler av de markedene som reiselivsvirksomheten vil henvende seg til. Arrangement med grupper som søker ut til "hide-away"-steder for fellesskap og teambygging mv, er oftest ute etter isolerte steder i naturen der gruppen bare er overlatt til seg selv.

Oppgaven i dette prosjektet handler om naturbasert reiselivsnæring. I denne sammenhengen inngår ikke eiendomsutvikling som en del av målet eller strategien. Næringsperspektivet i seg selv gir derfor ikke noen meningsfull inngang til den eventuelle utfordring det måtte være å integrere regulerte hytteområder i landskapsvernområdet på Sør-Smøla.

### 6.2.2 Næringsperspektivet på øyene i Sør-Smøla

Landskapsvernområdet i Sør-Smøla er et fantastisk og tilgjengelig område for rik opplevelse av den mangfoldige kystnaturen. Slik vil dette være et opplevelsesområde med et potensial for å støtte store deler av den naturbaserte reiselivsnæringen som etableres utover i kommunen. Når det gjelder mulighetene for å etablere lønnsom næring i anlegg som befinner seg på ellers ubebodde øyer, er dette imidlertid en krevende oppgave. Dette er selvsagt et generelt resonnement som har mange unntak. Vi vil likevel peke på behovet for å legge meget realistiske resonnement til grunn når det gjelder mulighetene for lønnsomme forretningskonsept i på ubebodde øyer, også på som legger til grunn at hele virksomheten skal baseres på lokalisering på øyene i Sør-Smøla.

Årsaken til denne bedriftsøkonomiske presiseringen er at en lokalisering på ubebodd øy, er at man her vil måtte ha tilgang på en ambulerende driftsstab, og både gjester, mat, drikke og forbruksvarer ellers vil måtte tiltransporteres for sesong og gruppe. Dette kan egentlig best gjennomføres dersom den driftsmessige kapasiteten er etablert i en reiselivsbedrift på fast-Smøla, og der anlegg på ulike øyvær kan være supplement for de spesielle grupper og anledninger.

Det vi gjennom prosjektet har fått kunnskap om, er at de private eierne i området i hovedsak vurderer privat anvendelse av stående anlegg i området. For privat anvendelse er antagelig mulighetene for nybygg mv innenfor vernebestemmelsene forholdsvis kompliserte.

På den annen side er det like klart at kunnskap om og konkretisering av mulige næringstiltak for naturbasert reiselivsnæring i Sør-Smølaområdet er noe som vil komme etter hvert. Jo flere lønnsomme bedrifter og jo større volum denne næringen får i Smøla som helhet, jo flere delprodukter og utviklingsmuligheter vil også komme fram for det unike området som Sør-Smølaområdet er. Det er derfor viktig at man også i seinere utviklingsfaser kan komme tilbake til spørsmålene knyttet til tilpasning av slik virksomhet innenfor de vernebestemmelsene som er gitt.

### 6.2.3 Hallarøya

Hallarøya (privat eie) er et av de tidligere fiskeværerne som har intakte bygninger og anlegg knyttet til god havn, og der reiselivsnæring kan utvikles innenfor rammen av vernebestemmelsene.

Eieren har planer om investeringer i et eksklusivt MICEET-konsept der grupper fraktes ut til øya for opplevelser inkl. mat. Investeringene er tenkt knyttet til restaurering og rehabilitering av 2. etg. i brygge/pakkehus/hermetikkfabrikk. Eieren skal selv ikke involveres i direkte driften, men basere seg på utleie til andre bedrifter for events og opplevelse. Det foreligger ingen konkret investeringskalkyle for dette prosjektet.



### 6.2.4 Ringsøya

Ringsøya (privat eie) er et annet av de tidligere fiskeværerne som har intakte bygninger og anlegg knyttet til god havn, og der vernebestemmelsene vil tillate utvikling av reiselivsnæring.

Vi kjenner ikke til planer om kommersiell reiselivsvirksomhet på Ringsøya., men det er viktig å følge opp når eierne måtte være klare.



### 6.2.5 Sandværet

Sandværet (privat eie) er ytterligere et fiskevær som tidligere har hatt mange bygninger og anlegg knyttet til fiskeriene i området. Nå står det igjen ett hus.

Her er det ideer og planer om å gjenskape noe av det gamle kulturmiljøet. Det skal søkes/er søkt om løyve til investeringer i flytebrygge med landgang samt et naust. Dette skal bidra til å gjøre Sandværet bedre tilgjengelig for turister og andre besøkende.



### 6.2.6 Andre øyer

Det er en rekke andre øyer i Sør-Smøla der det har stått mange og store bygninger. Vi kan nevne noen blant flere:

- Tranøya. Her står det igjen 3 – 4 hus som dessuten ligger spredt i området.
- Arnøya. Her står det igjen et par hus i havneområdet, og ytterligere tre hus spredt på øya.
- Solværøya. Også her står det igjen 2 – 3 spredt på øya.
- Ellevsøya. Her står det igjen 3-4 bygninger.
- Rotværet. Her står det igjen ett hus og et naust.

Både på disse og andre øyer er det dessuten hustuffer, grunnmurer og andre anlegg som forteller om tidligere bosetting og næringsvirksomhet. I prinsippet skulle vernebestemmelsene kunne tilsi at det kan investeres i reiselivsnæring på alle disse øyene.

De øyene som vi har nevnt her med mulighet for reiselivsutvikling, er altså ikke en uttømmende liste. Vi legger derimot til grunn av verneforskriftene vil komme til anvendelse også for seinere eiere og/eller investorer som ønsker å utvikle reiselivsnæring på grunnlag av de naturbaserte attraksjonene i området. Innenfor rammen av dette prosjektet er det derfor viktig at mulighetene for bygging og tilrettelegging av næringsvirksomhet er tilgjengelige også framover innenfor de rammer som forskriften gir.

### 6.3 Skalmen fyr

Smøla har i tillegg til Skalmen to andre fyr som er vernet som kulturminne. Kyrhaug fyr i Trondheimsleia er utleid til private, og Haugjegla fyr ved Veiholmen er utleid til Hopen Aktivitetsgård AS.

Skalmen fyr ble vernet som naturreservat for hekkeområde for sjøfugl, og ikke som en del av verneplan Smøla. Fyret er nå nedlagt og slukket. Kystverket – som eier fyret og de holmene som fyret står på – ønsker å leie dette ut til privat virksomhet.

I Wikipedia kan vi lese om dette fyret:

”Fyret vart oppretta i 1907. Det har eit bifyr i same bygning. Fyrbygningen er 15,5 meter høg og lyshøgda er 24 meter. Dette gjev ei lysvidde på 14,8 nautiske mil. Fyrlykta har eit 4. ordens linseapparat. Fyret vart forsterka i 1962 og avbemannet og automatisert i 30. juni 2002. Den første fyrvokteren på Skalmen var førstestyrmann Anton Lund som var med på Gjøa-ekspedisjonen til Roald Amundsen. Lund hadde med seg ein sledehund frå denne ekspedisjonen ut på fyret og enno er det spor etter hunden i sementen på fyret.”



Som en del av arbeidet med dette prosjektet har vi hatt et møte på Smøla med representanter for Kystverket om Skalmen. Vi har gjennomgått en presentasjon av anlegget, Kystverket har standardiserte leiekontrakter knyttet til leietilbudet.



Utgangspunktet fra Kystverkets side er at fyret skal bevares gjennom den bruken som utleien skaper, jfr også kontraktens § 5 om "Leieforholdets formål og forutsetninger":

*Leieforholdet inngås med følgende formål og under følgende forutsetninger:*

- *Uavhengig av om eiendommen er helt eller delvis fredet, skal eiendommen bevares og sikres som kulturminne, og eiendommens egenart skal bevares.*
- *Leietaker skal ivareta og videreutvikle allmennhetens adgang til fyreiendommen.*
- *Leietakers aktivitet på stedet må tilpasses allmennhetens interesser slik at den ikke kommer i konflikt med disse interessene.*
- *Leietaker forplikter seg til å holde utleier løpende orientert om planene for utviklingen og bruken av leieobjektet.*
- *Utleier vil bidra med rådgivning ved videre vedlikehold og istandsetting av leieobjektet. Utleier vil løpende vurdere mulighetene for å bidra til vedlikehold og/eller oppgradering av leieobjektet ut fra de til enhver tid gitte budsjetterammer.*
- *Leietaker må ikke bruke, eller tillate at andre bruker, leieobjektet til bolig.*
- *Leietaker forplikter seg til å legge særlig vekt på miljøvern i forhold til bruk og vedlikehold av leieobjektet.*
- ...
- ...

Kystverkets hovedregel er at vederlaget for leieforholdet skal være at leietakeren skal utføre vedlikehold av anlegget etter en nærmere avtalt plan, jfr standardkontraktens pkt 8 om vederlag:

*Som vederlag plikter leietaker å utføre arbeidsoppgaver i henhold til årlig fastsatt arbeidsprogram. På grunn av varierende vedlikeholdsbehov i det enkelte år i løpet av avtaleperioden, kan det avtales at omfanget av arbeidsoppgaver for det enkelte år kan variere.*

Rutinene for utarbeidelse av dette arbeidsprogrammet, kvalitetskrav til arbeidet, oppfølging mv inngår i leiekontrakten.

Under selve arbeidet med dette prosjektet har det ikke vært mulig å identifisere aktuell leietaker til Skalmen. Den viktigste årsaken til dette er at man ikke kan regne med å kunne komme i land på Skalmen i h.h.t. booking og plan. Betyggende forhold for å komme i land er avhengig av smult vær, noe det ikke alltid er på yttersiden av Smøla.



I tillegg kommer de klare begrensningene på muligheter for ferdsel og dermed bruken i hekkeperioden (1. mai – 31. juli), dvs en svært stor del av aktuell driftssesong.

Vurderingen så langt er dermed at Skalmen kan være en spennende attraksjon for guidete turer fra bedrifter på fast-Smøla, også for å gå i land når forholdene måtte tillate dette. Men som objekt i seg selv for næringsdrift, er Skalmen neppe noe realistisk grunnlag for økonomisk lønnsomhet.

Skalmen er en viktig attraksjon i naturmiljøet i Smøla. Det bør derfor gjennomføres en nærmere vurdering av de tekniske og økonomiske mulighetene for på lengre sikt å etablere et kaianlegg der som gjør det realistisk å bringe gjester i land.

#### 6.4 Camping og caravan

Innenfor naturbasert reiseliv er det en viss kundegruppe som foretrekker å reise med caravan (bobil, campingvogn) eller telt. Etablering og drift av campingplass med hytteutleie, caravanoppstilling, tømmeordning for caravantoiletter, etc, er en vanlig forretningsidé i de fleste bygder i Norge.

På Smøla er det ikke noen campingplass i den formen som vi her refererer til. Vi har heller ikke utredet grunnlaget for en slik forretningsidé. På den annen side er det antagelig en åpen mulighet for ny verdiskaping innenfor en reiselivsbransje som de rette initiativtakerne burde undersøke nærmere.

## 7 Bedriftsretta fellestiltak

I tillegg til fellestiltakene som presenteres her skal de enkelte bedriftene jobbe med utvikling gjennom tiltak som er forankret i egen forretningsplan. Fellestiltakene skal gjennomføres i en prosess der formålet er å:

- Skape innhold og eierskap til varemerket "Naturarv Smøla"
- Heve kompetansenivået i bedriftene
- Skape en lokal arena for samhandling

Gjennom disse fellestiltakene skal bedriftene og Smøla som reisemål øke sine konkurransefortrinn i forhold til både et nasjonalt og internasjonalt marked.

### 7.1 Fra markeds- og salgsstrategi til konkret markedsplan

Målsettingen med dette tiltaket er å utvikle en felles plattform for reiselivsaktørene på Smøla som inneholder:

- Ønsket posisjon og image i markedet som naturbasert reisemål
- Kunnskap om naturarven og verneområdene
- Kunnskap om reiselivets verdikjede
- Kunnskap om markedene og kundenes krav og behov
- Felles markeds- og salgsstrategi og en konkret markedsplan for Smøla som naturbasert reisemål

#### 7.1.1 Felles markeds og salgsstrategi

Markedsføringskunnskapen hos bedriftene som ble intervjuet var varierende. Noen hadde høy kunnskap og god erfaring, mens andre var i etableringsfasen både kunnskapsmessig og erfaringsmessig. Som start på arbeidet med etableringen av en slik felles plattform for utvikling og markedsføring av Smøla som naturbasert reisemål, har vi derfor utviklet et forslag til felles markeds- og salgsstrategi som skal ytterligere konkretiseres i en markeds- og salgsplan gjennom utviklingsprosessen beskrevet i pkt. 9.1.2

Smøla som reisemål er preget av småskala reiseliv basert på natur og kultur. Samlet har man for lite ressurser til å bygge en egen merkevare i et nasjonalt og internasjonalt marked. Selv Norge som nasjon har problemer med å nå fram i det meget konkurranseutsatte markedet reiselivsnæringene operer i. Derfor er det viktig at bedriften hver for seg og i et fellesskap velger riktige samarbeidspartnere som styrker deres konkurransevne nasjonalt og internasjonalt.

Det er viktig både å se forskjellen og sammenhengen mellom markedsføring og salg. Markedsføringen skal gjøre bedriften og reisemålet kjent i de prioriterte markedene, mens salget skal utløse selve transaksjonen eller kjøpet. Dersom produktet, tilbudet eller stedet ikke er kjent eller har en image i de markedene som er prioritert, har man mindre sannsynlighet for å bli valgt som reisemål. Derfor er markedsføringen ofte en forutsetning for salg.

Hvem er mulige samarbeidspartnere i markedsføringen av bedriftene og Smøla som

reisemål? Vi vil anbefale at man deltar i det tradisjonelle fellesskapet som reiselivsnæringen og myndighetene har etablert for markedsføring og promotering nasjonalt og internasjonalt. Dette betyr deltakelse på regionnivå gjennom Destinasjon Kristiansund & Nordmøre som igjen gir deltakelse i landsdelsselskapet Fjord Norge. Fjord Norge samarbeider tett med Innovasjon Norge i den internasjonale markedsføring. Ofte har regionnivået ansvar for den nasjonale markedsføringen. Gjennom deltakelse i dette systemet er man med å styrke den felles satsingen for å bli synlig i de prioriterte utenlandsmarkedene.

**Hovedstrategien for markedsføringen** for bedriftene og Smøla som naturbasert reisemål kan oppsummeres i følgende:

- Deltakelse i det etablerte systemet fra regionnivå til landsdel og nasjonalt nivå.
- Her skal man være kritisk og kun delta i de kampanjer og tiltak som er prioritert lokalt. Kostnad/nytte vurderinger er viktig samtidig som man må ha et langsiktig perspektiv.
- I denne sammenheng er det viktig å fokusere på hvilke tema, aktiviteter og geografiske markeder som satsingen/ deltakelsen omfatter. Hovedfokuset bør være på tema- og aktivitetssatsing.

Basert på resultatene presentert foran i kapittel 3 og 4 har Smøla størst potensial innenfor en satsing på følgende **tema og aktiviteter**:

- Fuglesafari og otersafari - "Wildlife watching" med guide
- Dykking
- Padling
- Innlandsfiske
- Sjø- og havfiske
- Vandring gjennom tilrettelagte temaruter – selvguiding o.l. på fugler og andre viktige biotoper i faunaen
- Vandring og sykling for generell rekreasjon – "seaside recreation"
- Kunnskapsformidling knyttet til vinden som energikilde

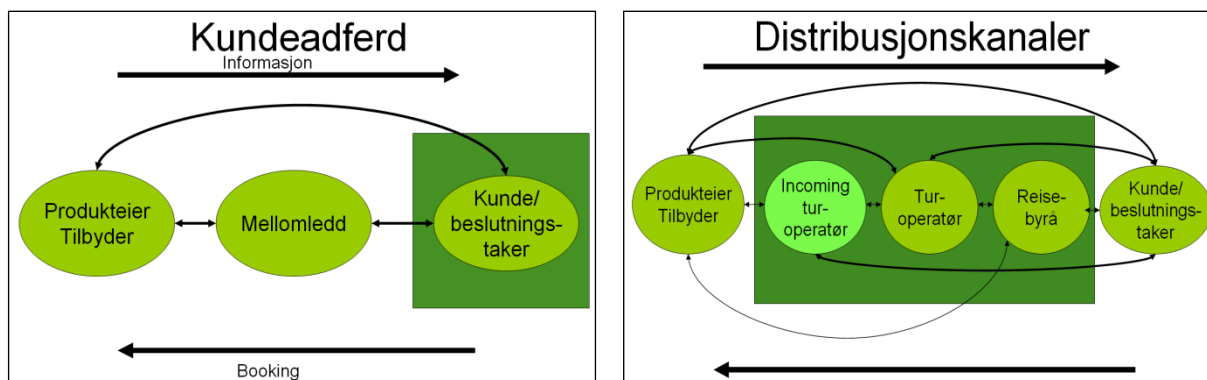
Det er disse temaene og aktivitetene som må være sentrale elementer i innholdet eller budskapet i markedsføringen av Smøla som naturbasert reisemål.

Hva med selve salget? Kundens etterspørsels- og kjøpsadferd er helt sentralt i forhold til distribusjon av reiselivstjenester. Dette er ut i fra den banale kjensgjerning at det er *kunden* som bestemmer *om, hvor, hvordan* og *når* selve kjøpet skal skje. I denne prosessen inngår det alltid to faser:

- innhenting av produktinformasjon
- booking.

Dette kan skje enten direkte fra kunde til produkteier/tilbyder, eller man kan benytte seg av et mellomledd som for eksempel et reisebyrå, en turoperatør, eller en incoming turoperatør. Informasjon går fra produkteier/tilbyder til kunde/beslutningstaker, eventuelt via mellomledd. Booking går fra kunde/beslutningstaker til produkteier/ tilbyder, eventuelt via et mellomledd (se

figuren under). Salg og distribusjon er i denne sammenhengen to sider av samme sak.



### 7.1.2 Kjøpsadfærd og distribusjonskanaler

I et slikt bilde vil vi anbefale at bedriftene velger en **salgs- og distribusjonsstrategi** tilpasset de ulike kundegruppene eller markedene. Denne er 3-delt og kan beskrives slik:

- Bruk av mellomledd eller turoperatører i de internasjonale markedene. Disse sitter med markedskunnskapen og er ofte lettere tilgjengelig for kundene i det aktuelle markedet.
- Direkte mot kunden gjennom aktiv bruk av Internett. Det sentrale her er egne nettsider og synlighet på nettet (bli funnet). Egen online booking bør også være et alternativ for noen av overnattingsbedrifter.
- Gjenkjøp og anbefalinger i markedet ved å tilfredsstille kundenes forventninger. Dette er sannsynligvis den mest effektive og billigste salgsstrategien for en mindre bedrift eller destinasjon.

Denne felles markedsførings- og salgsstrategien kan kort oppsummeres i følgende punkter:

- Markedsføringen av Smøla som naturbasert reisemål må skje gjennom det etablerte systemet eller strukturen fra regionnivå til landsdel og nasjonalt nivå med budskap med fokus på de tema og aktiviteter der Smøla har størst potensial
- Salgs- og distribusjonsstrategien er 3-delt der mellomledd og turoperatører skal brukes i prioriterte internasjonale markeder, Internett for direkte salg og høy kundetilfredshet for å skape gjenkjøp og anbefalinger i markedet.

Denne felles markedsførings- og salgsstrategien skal konkretiseres i en felles aktivitets- og tiltaksplan gjennom en prosess med aktiv deltakelse fra de lokale reiselivsaktørene som er villig til å satse på egen og felles utvikling for å styrke Smøla som naturbasert reisemål. Denne prosessen er beskrevet i neste punkt.

### 7.1.3 Felles markedsplan – opplegg for utarbeidelsen

En felles plan for tiltak og aktiviteter skal utvikles gjennom en prosess som involverer

reiselivsaktørene i prosjektet gjennom felles og samordnet arbeid. Formålet er å heve konkurranseevnen til bedriftene og til Smøla som reisemål. Et felles arbeid bør inkludere studier, og må ha en kvalifisert ledelse. Det er viktig at dette arbeidet bidrar til å bygge et fellesskap mellom aktørene og som involverer også forvaltningen. Dette krever alltid en viss grad av organisering. Sentralt i dette kan man da sette det praktiske arbeidsmålet å bygge en felles markeds- og salgsplan, noe som danner grunnlaget for å legge opp til noen få og korte samlinger som dette:

Samlinger	Viktige programposter
Samling 1: Endagsamling.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Naturarven, verneområdet og lønnsom næring. Konkret kunnskap og gjensidig forståelse hos og mellom reiselivsaktørene og verne- og forvaltningsmyndigheten.</li> <li>2. Reiselivets verdikjede – fra kunde til tilbyder. Måltrettet salg til de mest aktuelle kundegruppene. Hvilke er kanalene? Erfaringer om effektive salgsstrategier? Eksempler fra Norge og andre land.</li> <li>3. Marked og kundenes behov og krav. Hvem etterspør naturopplevelse og –informasjon av de kategorier som er på Smøla? Hvilke markedsland er viktigst?</li> </ol> <p>Hjemmelekse og vegen videre.</p>
Samling 2: Tre-dagers samling kombinert med studietur.	<p>Hva kan vi lære av andre? Andre regioner og land har utviklet naturbasert reiselivsnæring i årtier, de har viktig kunnskap til ung næring i vårt land. Deres kunnskap og erfaring gir ny inspirasjon til utvikling på Smøla. Sammenlignbare, men erfarne regioner og bedrifter kan vi finne i Kvarken/Höga Kusten i Sverige, evt også i Skottland. Spørsmål som utgangspunkt:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hvilken posisjon og image skal vi søke?</li> <li>2. Hvilket ambisjonsnivå skal vi ha?</li> <li>3. Hva vil dette kreve av oss som bedrifter og reisemål?</li> </ol> <p>Hjemmelekse og vegen videre.</p>
Samling 3: Endags samling.	<p>Konkretisering av innholdet i "Naturarv Smøla" som skal kommuniseres til målgruppene.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hvordan skal vi kommunisere dette?</li> <li>2. Organisering av felles markedsføringstiltak</li> <li>3. Hvem er eventuelle eksterne samarbeidspartnere?</li> </ol> <p>Videre arbeid? Nye, felles oppgaver?</p>

Grepet i denne skissen er selvsagt et utgangspunkt for oppfølging og konkretisering. Når det er tatt inn som et såpass detaljert forslag som dette, er det fordi forslaget er basert på konkret erfaring med slike prosesser.

1. Starten i den første samlingen er forankret i kunnskap, erfaringsutveksling og bygging av fellesskap. Vi skal bl.a. utvide erfaringsperspektivet fra sportsfiske i sjøen til bredden i naturbaserte produkter, jfr denne rapporten.
2. Den andre samlingen skal utvide eget perspektiv gjennom å reise til en region og bedrifter i utlandet som har lang erfaring med naturbasert reiseliv, og som har en produktbredde som kan sammenlignes med Smøla. Underveis på turen må intern jobbing i gruppa bidra til at enhver ny erfaring på besøksmålet kan relateres så konkret og strategisk som mulig til egne mål og muligheter.

Diskusjon og erfaringsutveksling er sentrale elementer i denne prosessen.

3. Den tredje samlingen som også blir den siste, skal danne grunnlaget for utarbeidelsen av felles markedsplan med budsjett for de aktuelle reiselivsaktørene på Smøla. Selve markedsplanen som dokument utarbeides av prosessleder.

## 7.2 Sertifisering som "Miljøfyrtårn"

Et av suksesskriteriene fra andre områder som har lyktes med satsing på naturbasert reiseliv i områder med vernestatus, er at virksomhetene har gjennomført en prosess for å bli miljøsertifisert. På denne måten har de fått til en miljøvennlig drift samtidig som man har fått en tydelig og dokumentert miljøprofil. Derfor er dette et viktig tiltak for fellesskapet på Smøla.

"Miljøfyrtårn" er en nasjonal sertifiseringsordning rettet både mot privat og offentlig sektor med særlig vekt på små og mellomstore bedrifter. Tiltakene i denne ordningen er konkrete og målbare og skal være lønnsomme for den enkelte bedrift.

Sammen med en godkjent konsulent gjør virksomheten en miljøanalyse og lager en handlingsplan for å innfri Miljøfyrtårns bransjekrav. Analysen fokuserer på følgende tema: Internkontroll, arbeidsmiljø, innkjøp og materialbruk, avfalls- og utslippshåndtering, transport og klimaregnskap. I et samarbeid mellom bedrift og godkjent konsulent finner man fram til løsninger og blir enig om tiltak for å tilfredsstille kravene. Alle ansatte bør trekkes inn i arbeidet med å bli Miljøfyrtårn bedrift.

Når bedriftene har oppfylt bransjekravene, godkjennes de av offentlige sertifisører og tildeles et diplom og et sertifikat som er gyldig i tre år. Det er egen prosess for resertifisering etter det tredje året.

Denne prosessen med miljøsertifisering kan organiseres som en oppfølging av prosessen fra pkt 7.1.

## 7.3 [www.naturarvsmola.no](http://www.naturarvsmola.no) og bedriftenes egne nettsider

Intervjurunden med de ulike aktørene på Smøla avdekket et behov for felles nettsider for å presentere både reisemålet Smøla og bedriftene. Web'en vil være den viktigste kanalen for å kommunisere med markedet i løpet av kort tid. Mulighetene for toveis kommunikasjon gjennom Facebook, bloggesider o.l. tilsier at dette må bli et helt sentralt virkemiddel for utviklingen av Smøla som naturbasert reisemål. Nettstedet vil måtte være dynamisk og ha med muligheter for brukergenerert informasjon.

Det sentrale her vil være både å etablere felles et nettsted eller portal for Smøla og drifte det slik at det fungerer dynamisk og som et toveis kommunikasjonsverktøy både med hensyn til markedet og lokale samarbeidsbedrifter på Smøla (jfr.pkt. 5.2 og 5.9). Dette betyr at de lokale bedriftene eller tilbyderne også må ha egne nettsider som fungerer dynamisk og som er linket opp til denne felles portalen [www.naturarvsmola.no](http://www.naturarvsmola.no). (Det er viktig at domenet blir registrert så snart som mulig.)

For å sikte at bedriftene som deltar for oppgraderte og brukervennlige nettsider bør man samlet gjennomføre en egen prosess for å bedre nettsidene og samtidig heve eget kompetansenivå. Innovasjon Norge tilbyr i dag slike regionale/lokale prosesser eller kurs (kontakt Innovasjon Norge, Møre og Romsdal).

#### 7.4 Andre bedriftsretta tiltak

Som følge av at utviklingsprosessen med å heve konkurranseevnen til Smøla som naturbasert reisemål blir startet opp slik som foreslått foran, vil det høyst sannsynlig både komme helt nye etablerere på banen og det kan oppstå viktige innovasjoner og ideer hos deltakerne i utviklingsprosessen beskrevet i pkt. 9.1.2. For å kunne bistå potensielle etablerere og innovasjoner i eksisterende bedrifter er det viktig at man har ressurser til bistå disse i en oppstartsfasen.

Derfor foreslår vi at et av fellestiltakene er kunne tilby finansiell bistand i forbindelse med utarbeiding av forretningsplaner, markedsanalyser, investeringsanalyser, opplæring o.l. Forutsetning for dette er at aktørene utarbeider søknad til prosjekteier som behandler og fatter vedtak om eventuell støtte.



## 8 Naturarv Smøla – organisasjon og eierskap

### 8.1 Varemerke

Grunnlaget for lønnsom næring er posisjon i markedet. Det er godt realistisk at Smøla kan bygge et naturbasert reiseliv som er mer gjennomført og tilrettelagt som næring enn det man finner de fleste andre steder i Norge. Dette innebærer at utviklingsplanen for Smøla må legge opp til en konkret utvikling som inkluderer:

1. Varemerke. De spesielle mulighetene for natur- og kulturopplevelsene må knyttes til et lettfattelig begrep.
2. Produktbegrep. Produkt i denne sammenheng er det som hver enkelt kjøper for å få tilgang til naturopplevelsen. Det må være lett å forstå innholdet i produktene. Dette stiller krav til å være konkret og spesifikk. Folk skal på enkel måte kunne bestille og kjøpe på forhånd, og de må kunne kjøpe supplerende tjenester under oppholdet.
3. Produktstandard. Under varemerket og produktene skal det både for bedriftene og de besøkende ligge den tryggheten at alle produktene skal bygges opp og gjennomføres innenfor en tydelig produktstandard med klare kvalitetskrav.

Som varemerke for den naturbaserte reiselivsnæringen som skal utvikles på Smøla, foreslår vi som en arbeidstittel:



Naturarv Smøla

### 8.2 Organisasjon, eierskap

#### 8.2.1 Behovet for eierskap

I dette dokumentet legger vi fram forslag om å bygge en betydelig infrastruktur og å koordinere en viktig næringsutvikling. Både gjennomføringen, forvaltningen, vedlikeholdet og videreutviklingen av dette arbeidet er avhengig av en organisasjon som har evne og gjennomslagskraft som står i forhold til oppgaven.

Eierskapet til denne oppgaven bør antagelig forankres hos offentlig myndighet. Dette henger sammen med at tiltakene i hovedsak vil framstå som fellesgoder, og både gjennomføringen og forvaltningen vil måtte skje i en tett og koordinert samhandling med naturforvaltningen.

Uansett må det være en forutsetning av denne infrastrukturen mv som etableres innenfor rammen av Naturarv Smøla og den planen som ligger i dette forprosjektet, blir etablert med det klart prioriterte formålet å betjene bedriftenes produksjon av naturbasert reiselivsopplevelser.

### 8.2.2 Oppgavene for eier og organisasjon

Oppgavene følger av planen foran, vi skal her kort konkretisere:

1. Prosjekttere og beslutte de respektive elementene i infrastruktur og fellestiltak.
2. Etablere de nødvendige arbeider for naturinformasjon, kart, web etc i vel definerte utviklingsprosjekter og konkrete avtaler med aktuelle leverandører.
3. Ansvar for å drifte websida der all naturinformasjon må foreligge, eventuelt med lenker til utdypende adresser. Dette innebærer en funksjon som webredaktør, og med mulighet for utvikling gjennom prosjekter, masteroppgaver etc som kan organiseres av myrmuseet, jfr under 5.2 foran.
4. Koordinere de respektive fysiske tiltak innenfor forvaltningsplanen og med vernemyndigheten, samt med bygningsmyndigheten.
5. Bestemme hensiktsmessig lokalisering av de respektive stier og installasjoner i terrenget i samråd med grunneiere som vil samarbeide om oppgavene, og å framforhandle funksjonelle løsninger med disse.
6. Definere og utvikle varemerke, produktstandarder og markedsplan i tett prosess med bedriftene lokalt og med aktørene i de verdikjedene som skal skape marked og gjennomføre salg.
7. Gjennomføre markedsplanen.
8. Organisere og gjennomføre tilsyn og vedlikehold på infrastrukturen, idet dette arbeidet bør koordineres så tett som mulig med tilsynstjenestene for naturvernet, jfr særlig Statens naturoppsyn.

### 8.2.3 Eierskapet – Smøla næringsssenter KF

Det forslaget som følger av resonnementet foran, er at den infrastrukturen som etableres innenfor dette prosjektet blir eiet av Smøla kommune. Gjennomføring og drift må imidlertid ha et tydelig næringspolitisk perspektiv. Organiseringen må derfor være innrettet slik at nødvendig dialog med bedriftene blir enklest og tettest mulig.

Næringslivet på Smøla har én organisasjon, nemlig Smøla næringsforening. Det er neppe realistisk med noen egen organisasjon på reiselivssida. I Smøla er kommunens næringssselskap godt innarbeidet i samspill med næringslivet i kommunen, herunder med et aktivt samarbeidsforhold til næringsforeningen.

På denne bakgrunn anser vi at ansvaret og eierskapet til varemerket Naturarv Smøla og alt som kreves for å realisere dette, blir lagt til kommunens utøvende næringsorgan, nemlig Smøla næringsssenter KF.

## 8.3 Tiltaksbevilgningen for naturbasert reiseliv – vedtekter

I forbindelse med vedtaket om Verneplan Smøla, vedtok Miljøverndepartementet å bevilge et ekstraordinært tilskudd til tiltak for naturbasert reiseliv. I forbindelse med vernevedtaket den 9. januar 2009, står følgende i departementets pressemelding:

*Utover de ordinære bevilgningene til forvaltning av verneområdene, avsettes det 3 mill kr til forvaltningsrettede tiltak som oppsyn, skjøtsel, tilrettelegging og utarbeidelse av forvaltningsplan. I tillegg skal det bevilges 7 mill kr til tiltak knyttet til naturbasert reiseliv.*

Det er ikke gitt nærmere rammer for bruken av disse midlene som er utbetalt til Smøla kommune for forvaltning. Direktoratet for naturforvaltning har likevel i brev datert 21.10.2009 forutsatt at kommunen skal redegjøre for planlagt bruk av midlene, og tar forbehold om å innhente opplysning om oppnådde resultat.

For kommunens anvendelse av disse midlene, vil det derfor være klargjørende både for kommunens egen del og for framtidig behov for rapportering, at det nedfelles en instruks eller en vedtekt for anvendelsen av disse tiltaksmidlene. Slike bestemmelser eller vedtekter bør vel utarbeides av kommunen selv, idet vi antar at også andre forvaltningsmessige hensyn enn de rent formålmessige må tas med i vurderingen. Vi skal her avgrense oss til de sentrale temaene som slike vedtekter bør avklare:

1. **Saklig omfang.** Vedtektene bør omfatte anvendelsen av de kr 7 mill til tiltak for naturbasert reiseliv, heretter kalt tiltaksbevilgningen, som ble bevilget av staten i forbindelse med vedtaket av Verneplan Smøla, jfr kgl.res. 09.01.2009, og utbetalt fra Direktoratet for naturforvaltning til Smøla kommunes forvaltning samme år.
2. **Formål.** Formålet med tiltaksbevilgningen er å yte ekstraordinær støtte til utviklingstiltak for lønnsom, naturbasert reiselivsnæring på Smøla. Som avgrensning av funksjonsområdet, bør Forprosjektrapporten Naturarv Smøla kunne representere en saklig ramme og konkret veiledning for arten av tiltak som er prioritert for støtte.
3. **Myndighet.** Beslutningsmyndigheten om enkelttiltak bør legges til nærmeste kompetanse for nærings saker, dvs at Smøla Nærings senter KF gis i oppgave å gjennomføre de tiltak og beslutninger ellers som realiserer formålet med tiltaksbevilgningen. Der det er naturlig, skal anvendelsen av tiltaksbevilgningen sees i sammenheng med øvrige, ordinære virkemidler for næringsutvikling i Smøla.
4. **Periode.** Anvendelsen av tiltaksbevilgningen til utøvende og praktiske tiltak for naturbasert reiseliv starter umiddelbart, og skal primært gjennomføres i 4-årsperioden 2011 – 2015.
5. **Eierskap.** Anlegg, infrastruktur og tiltak ellers som etableres i kommunens egen regi under disse vedtektenes formål og myndighet, skal eies av Smøla kommune. Der hvor det ytes tilskudd til tiltak til bedrift eller andre, skal tilskuddet ikke medføre noe eierengasjement fra kommunens side.
6. **Regnskap og rapport.** Smøla nærings senter KF skal føre separat prosjektrengsrapport for anvendelsen av tiltaksbevilgningen, og avgi årsrapporter til Smøla kommunestyre.
7. **Endringer.** Dersom endringer i Smøla kommunes organisasjon medfører at oppgavene til Smøla Nærings senter KF overføres til ny eller annen organisasjonsenhet i kommunen, bør de aktuelle bestemmelsene gjelde tilsvarende.

## 9 Tiltaksplan med rammebudsjett

### 9.1 Tiltaksplan – fellestiltak, kort sikt

#### 9.1.1 Planperiode – prosjektorganisasjon

Denne tiltaksplanen er lagt opp til gjennomføring i løpet av en fireårsperiode, dvs med oppstart i år, 2011, og med fullføring og sluttrapportering til Direktoratet for naturforvaltning og miljøverndepartementet i 2015. Det er klart at utviklingsarbeid innenfor dette området må foregå innenfor en ubestemt horisont og innenfor rammen av de virkemidler mv som til enhver tid er tilgjengelige. Det vil også være naturlig at man innen utgangen av den planperioden som defineres her også gjennomfører en evaluering og oppdatering av tiltaksplanen på grunnlag av de erfaringer og resultater som oppnås.

Selv om omfanget av denne planen er noe begrenset av de kr 7 mill som ligger som en tiltaksbevilgning fra staten, innebærer oppgavene en bred og allsidig type aktivitet. Det synes derfor naturlig at dette arbeidet får en tydelig organisasjon og en samlet prosjektledelse, jfr også under kapittel 8 foran.

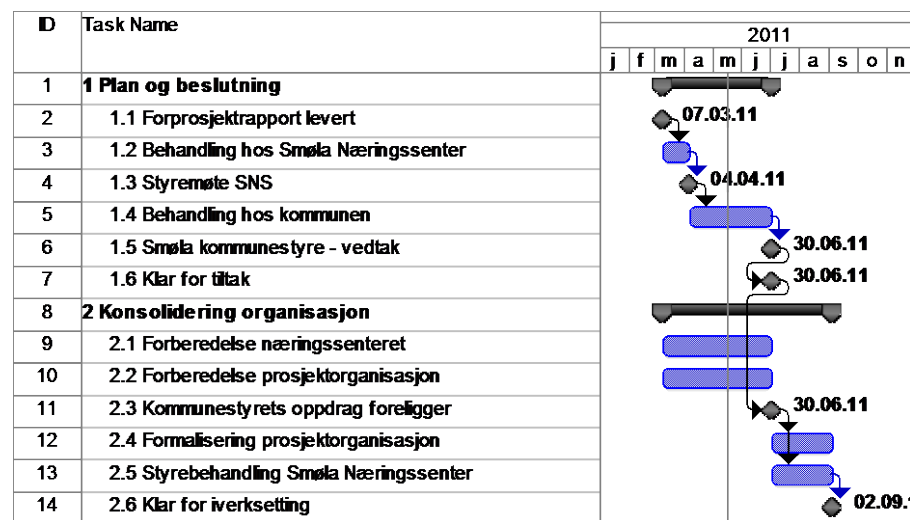
Etableringen av en slik prosjektorganisasjon er derfor oppgave nr 1 etter at planen har fått nødvendig behandling i kommunens organer. En realistisk prosjektplan for dette arbeidet er vist i diagrammet nedenfor:

Som det framgår i diagrammet, har vi delt denne hovedoppgaven i to prosesser:

1. Den første og grunnleggende er behandlingen av

denne planen i kommunens organer. Vi legger til grunn at med den involverende prosessen som planen er utviklet igjennom, skulle høring ikke være nødvendig. Vi legger derfor opp til – som også er kommunens plan – at denne forprosjektrapporten skal kunne forberedes for behandling på ordinært kommunestyremøte den 30. juni 2011.

2. Den andre fasen starter formelt sett deretter med å forberede den organisasjonen som skal ha ansvaret for å gjennomføre tiltaksplanen. Forslaget foran er at denne oppgaven legges til kommunens næringsorgan, Smøla næringsssenter. Vi har også forutsatt at dersom kommunens organisasjon på næringsssiden skulle bli endret i løpet av planperioden, så endrer ikke dette hovedprinsippet i tilordningen av dette ansvaret: Tiltaksplanen handler om næringsutvikling, og det er helt vesentlig at arbeidet legges til det organet i



kommunen som har de beste forutsetningene for å løse en slik oppgave i tett samspill med næringslivet selv.

Alle andre oppgaver starter når kommunens ledelse med oppgaven er etablert.

### 9.1.2 Naturinformasjon, web, publisering

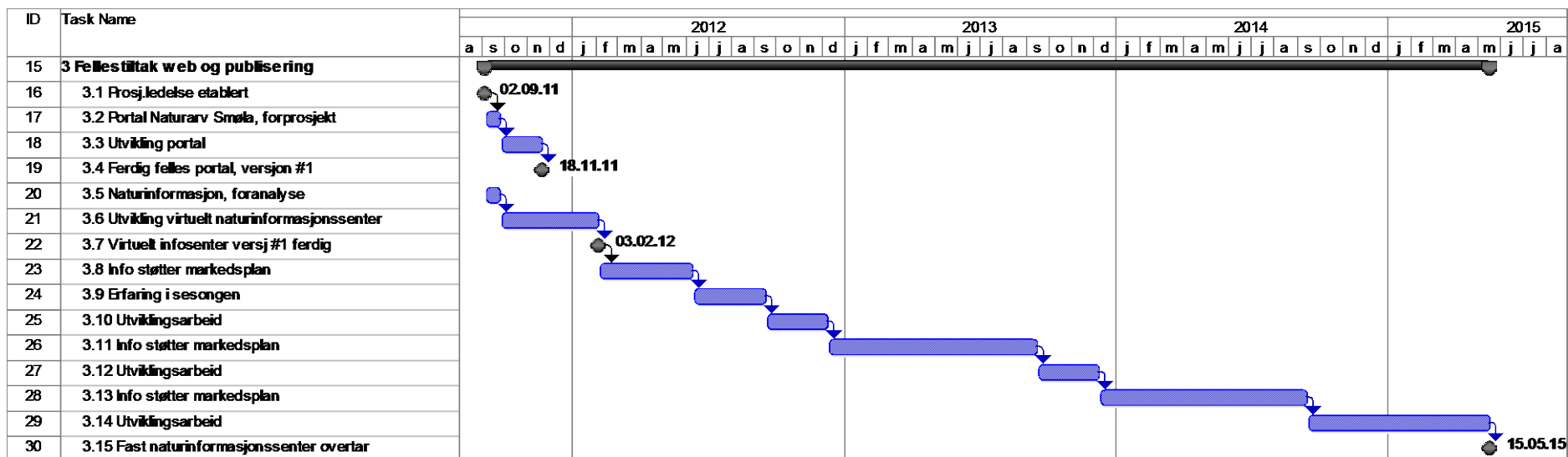
Den aller viktigste forutsetningen for en markedsbasert reiselivsnæring, er at de mulighetene for kultur- og naturopplevelse som her er og skal utvikles, blir publisert i de relevante markedene så effektivt som mulig. Dette er et langsiktig arbeid, og det er viktig å sette dette i gang umiddelbart.

Grunnlaget for enhver tilnærming til marked, er at det grunnleggende verktøyet for informasjon er enkelt tilgjengelig.

I vår tid handler selve basisverktøyet om internett.

Vi har her lagt opp til at all grunnleggende informasjon er nettbasert, og etablert i to viktige hoveddeler i de første årene:

1. Felles nettportal: Naturarv Smøla. Nettportalen må bli tett koordinert med øvrig turistinformasjon for Smøla, samtidig som all faglig aktivitet etc innenfor forvaltningen av verneområdene må markedsføres som den levende naturarven som Verneplan Smøla representerer.
2. Et virtuelt naturinformasjonssenter. Den viktigste naturinformasjonen overfor marked er jo den informasjonen som aktuelle turistene skal ha tilgjengelig mens besøket på Smøla planlegges og besluttes. Her er det ingen tilfeldig gjennomfartstrafikk, ingen som skal fristes i forbiarten. Vi har lagt til grunn foran at gjester



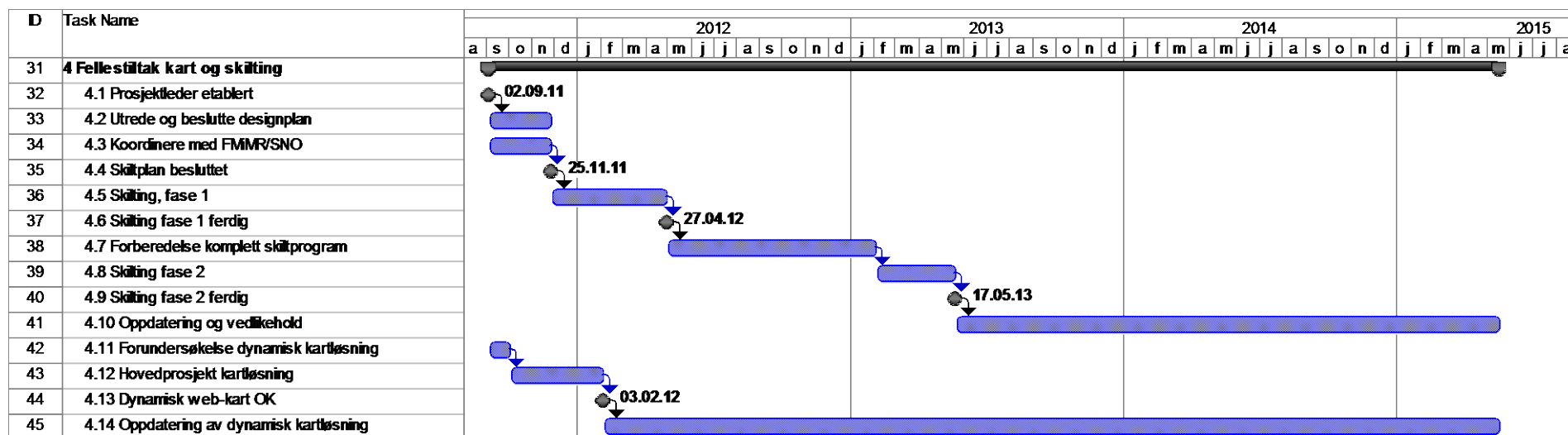
til naturbasert reiseliv er kunnskapsrike og kunnskapssøkende mennesker, og reisebeslutninger skjer på grunnlag av fag og fakta – selvsagt i tillegg til opplysning om nødvendig service.

På grunn av at en nettbasert grunnlagsinformasjon er forutsetning nr 1 for å starte er markedsarbeid, er dette også det første og kanskje mest krevende tiltaket å sette i gang med helt fra starten av gjennomføringsarbeidet. Vi har derfor lagt inn som milepæler at førsteversjoner av nettportal og virtuelt naturinformasjonssenter skal være operativt i løpet av vinteren 2011/2012. Å utvikle videre innholdet både i nettportalen for Naturarv Smøla og i det virtuelle naturinformasjonssentret er utviklingsoppgaver gjennom hele tiltaksperioden. Vi har lagt til grunn at ansvaret for naturinformasjonen kan legges til et fast, fysisk naturinformasjonssenter i 2015.

### 9.1.3 Kart og skilting

Det aller viktigste tiltaket for å gjøre naturattraksjonene tilgjengelig for publikum under oppholdet på Smøla, er kart og skilting. En grunnleggende naturinformasjon på lokalitetene ivaretas av Fylkesmannens miljøvernavdeling. Vi legger til grunn at denne faglig orienterte informasjonen må suppleres noe av et informasjonsopplegg som har til formål å utvikle naturattraksjonene til konkurransedyktige produkter for det markedet som man vil satse på.

Etableringen av en dynamisk kartløsning for web er et tiltak som må koordineres og kanskje løses under ett med webportalen og det virtuelle naturinformasjonssentret. Når dette kartet først er etablert, vil det foredles gjennom en kontinuerlig oppdatering etter hvert som man utvikler ny informasjon om



naturattraksjoner, bedriftenes service og tilbud, infrastruktur og andre tjenester. På basis av det dynamiske kartet vil både publikum selv og aktørene på Smøla kunne printe ut gode og oppdaterte kart på papir som et supplerende tilbud til de nettbaserte løsningene.

Skilting i terrenget er også nødvendig for å gjøre områdene tilgjengelig for både regionens egen befolkning (friluftsliv) og besøkende turister.

#### 9.1.4 Fugletårn

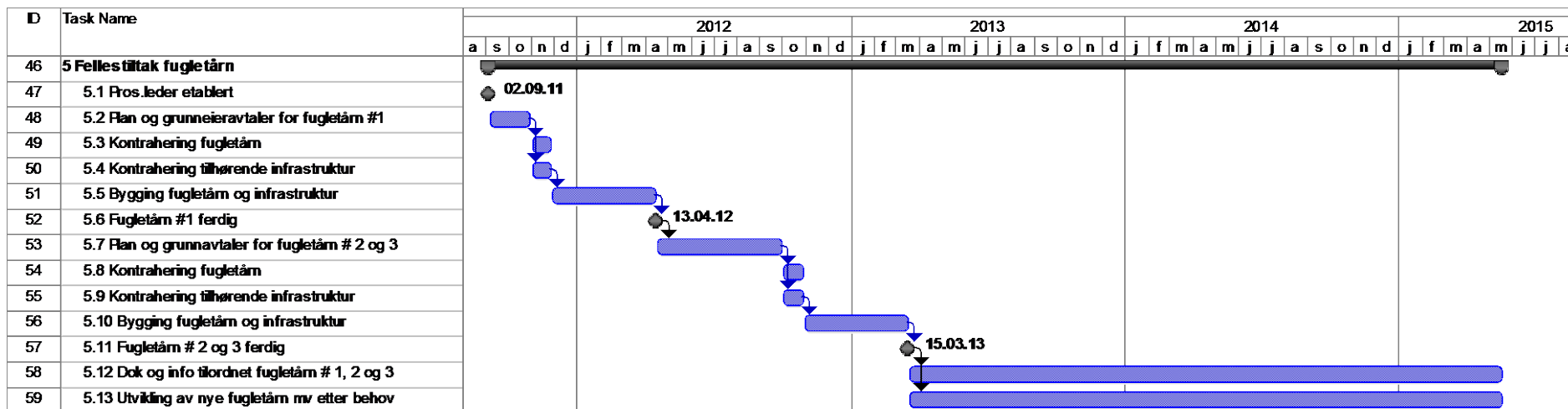
Fuglekikking er antagelig ett av de viktigste markedssegmentene for det naturbaserte reiselivet på Smøla. Dette er et produktområde som kan henvende seg ut i et internasjonalt marked med store kompetansekrav. Områdene må tilrettelegges både mht kunnskapsgrunnlag (jfr naturinformasjon, kart mv) og en god tilgjengelighet.

Etableringen av utkikkstårn på prioriterte lokaliteter er derfor en viktig strategi, jfr at denne rapporten har en kvalifisert utredning av aktuelle lokaliteter for dette.

Vi antar at det er viktig at etableringen av utkikkstårn skjer i en stegvis utvikling, idet både organisasjonen bak Naturarv Smøla og bedriftene vil erverve erfaring med å integrere slik infrastruktur i sine tilbud i marked.

Vi anbefaler derfor at man bygger ut strukturen med slike tårn og tilhørende informasjon og dokumentasjon etter hvert i hele prosjektperioden:

Vi viser til utredningen foran om hovedoppgavene knyttet til utvikling og realisering av fugletårn. Det er viktig at slike anlegg lokaliseres der de utgjør et godt samarbeid med både vernemyndighet og grunneiere, dette er et samarbeid som er avgjørende for en god bruk av anlegget.



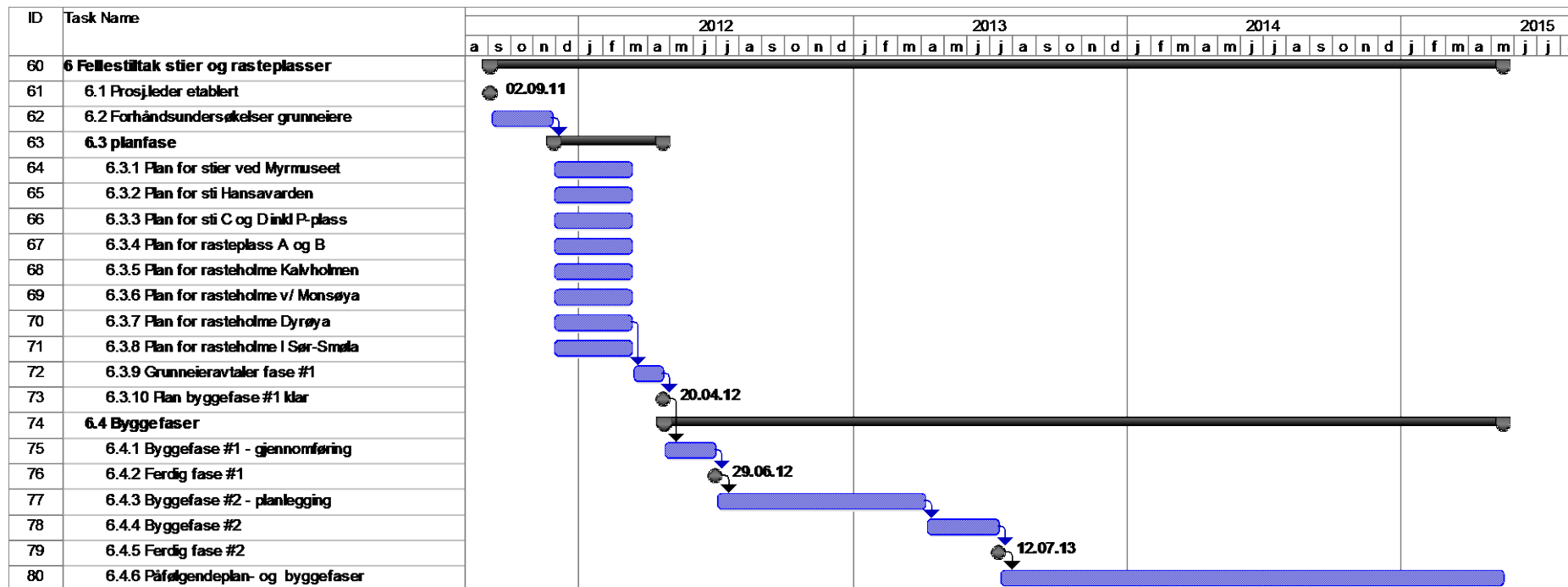
9.1.5 Stier og rasteplasser

Temavandring, sykkelturer med naturattraksjoner som tema, båtturer i øyene, og andre opplegg for ferdsel i naturattraksjonene er selve grunnlaget for utvikling av en naturbasert reiselivsnæring. Tilgjengeliggjøring gjennom et godt nettverk av stier, rasteplasser, landingsplasser på visse øyer er en grunnstruktur som i praksis gjør områdene tilgjengelig. I tilknytning til denne infrastrukturen må det være god standard på søppelhåndtering, toalettanlegg mv.

Det er viktig å komme raskt i gang og å sette en standard for

form og kvalitet på slike anlegg. I stor grad vil eksisterende stier og anlegg tas inn i programmet som en basis-struktur. Utvikling av anlegg som allerede eksisterer, forenkler betydelig prosessen med grunneierspørsmål etc. Nye stier, landingsplasser etc vil kunne etableres og drives av aktører innenfor reiselivsnæringen i Smøla, mens andre anlegg vil kunne etableres innenfor eierskapet til Naturarv Smøla, jfr foran om organisasjon og eierskap.

Vi har her antydnet, men ikke ferdigbehandlet, at et antall slike anlegg som er framkommet gjennom prosessen, kan planlegges for gjennomføring i 2012. Prioriteringen av hvilke anlegg som skal følge deretter blir så en oppgave i perioden.





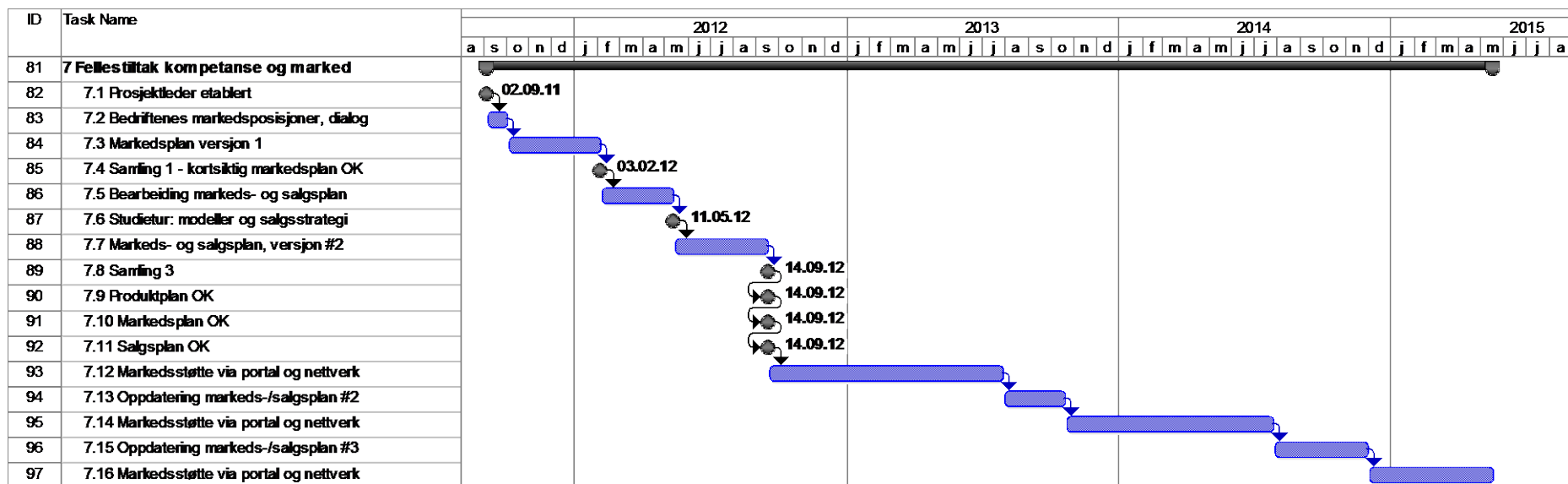
### 9.1.6 Markeds- og salgsplan mv

De bedriftene som skal sørge for verdiskaping, arbeidsplasser og lønnsomhet i ny naturbasert reiselivsnæring på Smøla, skal altså være brukere av de fellestiltakene som ligger i tiltaksplanen foran. Der er disse bedriftene som skal lykkes i marked, det er de som skal oppnå tilstrekkelig salg for å sikre lønnsomhet, det må derfor være disse bedriftene som samordner opplegget for markedsføring og salg. Det er ingen tvil om at bedriftene vil ha en klar, felles interesse i å utvikle Smøla som det felles reisemålet, og at de derfor må samordne strategi og tiltak på dette området for derigjennom å underbygge lønnsomhet hos den enkelte.

Denne planen innebærer et arbeidsopplegg bestående av

følgende hovedelementer:

1. En prosjektleder (PL) som aktivt undersøker bedriftenes markedsposisjon, salgsnettverk og utviklingsambisjoner. På dette grunnlaget setter PL sammen en markeds- og salgsplan som forener bedriftenes interesser til en samlet innsats. Dette legges så fram for bedriftene i en enkel ettermiddagssamling for consensus. En slik plan kan så være operativ samtidig med at øvrig publiseringsverktøy mv på web er ferdigstilt. Dette innebærer at Smøla kan ha en operativ, samordnet markeds- og salgsplan i drift tidlig i 2012.
2. Å utvikle en salgsstrategi overfor et marked for naturbasert interesse handler om å kjenne dette markedet og å vite hvordan man skal kanalisere



salgsutløsende informasjon til det. Vi snakker her om et europeisk marked, og konkurransen er meget stor. Bedriftene i Smøla behøver derfor å hente kunnskap hos mer erfarne, naturbaserte reisemål. Dette er bakgrunnen for at vi foreslår en felles tur til Høga Kysten/Kvarken i Bottenviken, en region som har blitt til et etablert reisemål på grunnlag av unike naturkvaliteter. De har kommet langt i å utvikle konkurransedyktige produkter, og å bli kjent i et marked. Derfor er en slik reise et ledd i å øke det lokale kunnskapsnivået på Smøla for derved å legge grunnlaget for et mer målrettet markeds- og salgsarbeid.

3. En markedsplan er aldri ferdig. Det er derfor viktig å bruke tid i prosjektperioden på å revidere og målrette markedsplanen for økt treffsikkerhet og økt lønnsomhet i bedriftene.

## 9.2 Tiltaksplan – bedriftstiltak

ID	Task Name	2012				2013				2014				2015										
		a	s	o	n	d	j	f	m	a	m	j	j	a	s	o	n	d	j	f	m	a	m	j
98	<b>8 Bedriftsretta tiltak</b>	[Gantt bar for 8 Bedriftsretta tiltak]																						
99	8.1 Støtte til plan- og utredningsarbeid i bedrift	[Gantt bar for 8.1 Støtte til plan- og utredningsarbeid i bedrift]																						
100	<b>8.2 Styrking av foto som produkt</b>	[Gantt bar for 8.2 Styrking av foto som produkt]																						
101	8.2.1 Utredning nyskapende fotoskjul	[Gantt bar for 8.2.1 Utredning nyskapende fotoskjul]																						
102	8.2.2 Studietur naturfoto	[Gantt bar for 8.2.2 Studietur naturfoto]																						
103	8.2.3 Realisering av nyskapende fotoskjul	[Gantt bar for 8.2.3 Realisering av nyskapende fotoskjul]																						
104	<b>8.3 Dykkerbåt</b>	[Gantt bar for 8.3 Dykkerbåt]																						
105	8.3.1 Kravspesifikasjon, foranalyse	[Gantt bar for 8.3.1 Kravspesifikasjon, foranalyse]																						
106	8.3.2 Realiseringsstøtte	[Gantt bar for 8.3.2 Realiseringsstøtte]																						
107	<b>8.4 Kajakktilbud</b>	[Gantt bar for 8.4 Kajakktilbud]																						
108	8.4.1 Foranalyse, eierskap	[Gantt bar for 8.4.1 Foranalyse, eierskap]																						
109	8.4.2 Realiseringsstøtte	[Gantt bar for 8.4.2 Realiseringsstøtte]																						

I utgangspunktet er opplegget i dette forprosjektet at enkeltbedrifter skal finansieres på innenfor de ordinære virkemidlene – i hovedsak innovasjon Norge – og innenfor det regelverket som følger av EØS-avtalen. Tiltaksmidlene som er grunnlaget for denne planen skal derfor regnes som ekstraordinære midler som skal kunne stimulere utviklingstiltak som i hovedsak faller utenfor Innovasjon Norges virksomhet, samt infrastrukturtiltak der ordningene for finansiering er langt svakere enn for bedrift.

På grunnlag av den informasjonen som har kommet fram gjennom prosessen, viser vi til følgende tiltaksplan:

Vi skal kort kommentere hovedpunktene her:

1. Vi legger opp til en alminnelig åpning for å bidra til plan- og utredningsarbeid i bedrift. Det må her legges til grunn en nøye vurdering av enkeltprosjektene relevans for lønnsom utvikling av naturbasert reiseliv.
2. Foto er et viktig produktområde innenfor naturbasert

opplevelsesnæring. Smøla har potensialer for nyskapende tilbud på dette området. Vi legger derfor opp til at dette skal være et område for å støtte utviklingsarbeid i bedrift. Samfinansiering med andre virkemidler må prioriteres.

3. Dykking er allerede et viktig produktområde på Smøla. Det undersjøiske landskapet er også en viktig del av Verneplan Smøla. Det er viktig at dette produktområdet kan støttes av hensiktsmessig transportmiddel og aktivitetsstøtte i form av spesialtilpasset dykkerbåt. Dette er derfor et tiltak som skal følges opp i samarbeid med vedkommende bedrifter i perioden.
4. Kajakk er en form for opplevelse av øyområdene som man har ansett ligger spesielt godt til rette i Smøla. De forsøkene på slik etablering som er gjort til nå har ikke ført fram til lønnsom virksomhet. Dette er derfor et tiltaksområde som skal følges opp i perioden i samarbeid med vedkommende bedrifter.

### 9.3 Tiltaksplan – langsiktige tiltak

Det er ulike tiltak som kan bidra til å utvikle grunnlaget for naturbasert reiselivsnæring i Smøla som er avhengig av utenforliggende forhold, og som må realiseres slik som det finnes mulighet for det. Flere av de aktuelle tiltaksområdene vil antagelig avklares noe nærmere etter som de øvrige tiltakene som er nevnt foran begynner å virke i verdiskapende praksis.

Vi har derfor lagt opp til i tidsplanen nedenfor at det er visse oppgaver som skal følges opp, forberedes, modnes og på den måten klargjøres for en strukturert innsats i

slutten av perioden.

De aktuelle tiltaksområdene må anses som en skisse i denne omgang, idet konkretisering vil skje naturlig under marsjen. Vi skal kort kommentere:

1. Skalmen er et interessant og særegent naturområde med potensial for viktig opplevelse som støtte til virksomhet i landbaserte bedrifter. Som beskrevet foran, er naturbetingelsene slik at anlegg for å anløpe Skalmen er ansett for å være teknisk meget krevende å få til. Vi legger likevel opp til at dette spørsmålet må utredes nærmere, idet et slikt prosjekt må gjennomføres i samarbeid med Kystverket.
2. Transportopplegg er en forutsetning for å bruke naturområdene i havet og skjærgården omkring Smøla. Flere av bedriftene har allerede båter for det transportbehovet som man har hver for seg. Med et økende besøksvolum til reiselivsnæringen i Smøla, vil

ID	Task Name	2014												2015							
		d	j	f	m	a	m	j	j	a	s	o	n	d	j	f	m	a	m	j	j
110	<b>9 Langsiktige tiltak</b>																				
111	9.1 Kai Skalmen, teknisk foranalyse																				
112	9.2 Evt finansiering																				
113	9.3 Evt realisering																				
114	<b>9.4 Transportopplegg til øyene</b>																				
115	9.4.1 Foranalyse båttilbud																				
116	9.4.2 Utredning av båt rute isesongen - Sør-Smøla																				
117	9.5 Lokalt matkonsept - utredning																				
118	<b>9.6 Grunneiersarbeid og jakt</b>																				
119	9.6.1 Utredning av øk potensialer i småviljakt																				
120	9.6.2 Grunneierorganisering																				
121	<b>9.7 Guidehåndbok</b>																				
122	9.7.1 Tekstsamling etc																				
123	9.7.2 Bearbeiding, dramaturgi																				

antagelig grunnlaget etter hvert komme for transportopplegg som en lønnsom virksomhet i seg selv. Slike tilbud vil i seg selv også øke tilgjengeligheten og dermed kunne øke besøksvolumet til Smøla – vi står altså overfor en synergi som først utløses når båttilbudene er etablert. Dette er et spørsmål for nærmere utredning, og vi har antatt at det skulle kunne være grunnlag for å vurdere taxibåttilbud og faste ruteopplegg (NB i regionen inkl Kristiansund) i siste del av prosjektperioden.

3. Det er mange områder i Norge som har gode erfaringer med grunneiersamarbeid for å utnytte utmarksområder som omfatter mange. For å gjøre Smøla tilgjengelig for småviltjakt, er antagelig et slikt grunneiersamarbeid en forutsetning. I første omgang handler dette om å innhente kunnskap – dette vil sikkert stimuleres ved økt besøk og ferdsel. I andre omgang kommer så en realistisk organisering, og dermed også mulighetene for felles jaktkort etc.
4. God naturguiding er en kunst. Guiden skal levendegjøre opplevelsen gjennom fortellinger som har naturen som scenografi. God guiding er derfor som et teater. Vi legger derfor opp til at etter som Smøla kommer til å bygge opp den naturbaserte opplevelsesnæringen, vil man etter hvert stå med et betydelig tilfang av både konkret kunnskap om naturen og naturhistorien, og av historier knyttet til menneskenes liv og virksomhet i denne naturen. Dette er et grunnlag som bør bearbeides til en håndbok for naturguider i Smøla. Oppgaven forutsetter prosess med både de som skaper historiene, forfatter, og med dramaturg som kan tilrettelegge gode fortellinger.

## 9.4 Økonomiplan – premisser

### 9.4.1 Tiltaksbevilgningen

I forbindelse med vedtaket om Verneplan Smøla stilte staten til disposisjon kr 7 mill som basisfinansiering for utvikling av den naturbaserte reiselivsnæringen som man anså at den vernede naturen ville legge et grunnlag for.

### 9.4.2 Sammenhengen med andre virkemidler

Det legges til grunn at tiltaksbevilgningen er penger som kommer i tillegg til de gjennomgående støtteordninger som gjelder for bedriftsrettet næringsutvikling i distriktene, jfr Innovasjon Norge. Vi må også legge til grunn at anvendelsen av midlene må skje i samsvar med de alminnelige retningslinjene som gjelder for støtte til næringsutvikling, bedriftsstøtte mv, dvs regelverket som følger av EØS-avtalen.

De alminnelige rammene for tiltaksbevilgningen innebærer derfor at de primært må brukes til viktige formål som ikke, eller i mindre grad, omfattes av de øvrige og ordinære virkemidlene. Dette er lagt til grunn i denne rapporten, idet hovedvekten her er lagt på infrastruktur- og fellestiltak.

Den tiltaksplanen som ligger i dette dokumentet vil selvsagt ha størst effekt når den følges opp av investeringer og andre tiltak i den enkelte bedrift. Dette er noe av bakgrunnen for at forvaltningen av tiltaksbevilgningen her er lagt til Smøla Næringsssenter KF. På denne måten vil også øvrige strategiske planer og retningslinjer for arbeidet med næringsutvikling på Smøla være et grunnlag for å se arbeidet med utviklingen av naturbasert reiseliv i en bredere sammenheng, jfr også kommunens næringsplan.

### 9.4.3 Forvaltningen

Tiltaksbevilgningen er gitt til Smøla kommune. Forvaltningen av tiltaksbevilgningen er her foreslått lagt til kommunens næringsorgan, dvs Smøla Næringsssenter KF, jfr også forslaget til vedtekter under avsnitt 8.3 foran.

Som det framgår av kommentarene til framtidige vedtekter for tiltaksbevilgningen, vil de varige anlegg og infrastruktur som etableres under denne tiltaksplanen være kommunens eiendom. I dette ligger også ansvaret for å drive og forvalte. Det vil ligge naturlig til det ansvaret som her legges til Smøla næringsssenter at Smøla Næringsssenter også avklarer et rasjonelt opplegg for slik drift.

## 9.5 Økonomiplan – hovedgrep

Det økonomiske hovedgrepet som hele utredningen i dette forprosjektet bygger på, er følgende:

1. Den basisfinansiering som ligger i rammebudsjettet på kr 7 mill, og som fulgte med verneplanen, skal i hovedsak brukes til fellestiltak og spesielle tiltak som fremmer naturbasert reiselivsnæring.
2. Utviklingsarbeidet innenfor dette feltet må sees i sammenheng med det øvrige

næringsutviklingsarbeidet som også skjer i Smøla.

- De behov som vil foreligge for konkrete investeringer hos de ulike bedriftene skal søke ordinære finansieringsløsninger hos Innovasjon Norge etc.

Det er også naturlig at utviklingen av den infrastrukturen som er skissert også sees i sammenheng med eksisterende og ny infrastruktur for friluftslivsformål i kommunen, jfr stier, rasteplasser, kart og annet som er gjennomført av kommunen, frivillige organisasjoner, bygdelag, bedrifter og andre interessenter. På den måten vil kommunen få mest mulig ut av de ressursene som anvendes, og varige

## 9.6 Rammebudsjett

Som et grunnlag for den videre detaljplanleggingen under Naturarv Smøla, foreslår vi at man vedtar en grovmasket disponering av rammebudsjettet på kr 7 mill:

Oppgave	Spesifikasjoner	Rammebudsjett	2011	2012	2013	2014/15
<b>Plan- og oppfølging</b>		600 000				
Forprosjekt og tiltaksplan	400 000		400 000			
Oppfølgende utredning mv	200 000				100 000	100 000
<b>Fellestiltak Web og publisering</b>		900 000				
Webportal naturarv Smøla	450 000			250 000	100 000	100 000
Virtuelt naturinformasjonssenter	450 000			250 000	100 000	100 000
<b>Fellestiltak kart og skilting</b>		650 000				
Web-.basert, dynamisk kart	350 000			50 000	200 000	100 000
Skiltplan og skilt	300 000			50 000	200 000	50 000
	-					
<b>Fellestiltak fugletårn</b>		950 000				
Plan og prosjektering	150 000			150 000		
Realisering	800 000				300 000	500 000
<b>Fellestiltak stier og rasteplasser</b>		950 000				
Opparbeidelse stier mv	250 000			50 000	100 000	100 000
Anlegg på øyer	700 000			50 000	400 000	250 000
<b>Fellestiltak kompetanse og marked</b>		700 000				
Markeds- og salgsplanprosess	150 000			50 000	100 000	
Profileringsiltak i marked	200 000			50 000	100 000	50 000
Salgsutløsende tiltak i marked	350 000			100 000	100 000	150 000
<b>Bedriftsretta tiltak</b>		1 350 000				
Støtte til plan og utredning i bedrift	300 000			100 000	100 000	100 000
Styrking av foto som produkt	700 000			100 000	400 000	200 000
Dykkerbåt	150 000			50 000	100 000	
Kajakk	200 000			100 000	100 000	
<b>Langsiktige tiltak</b>		900 000				
Kai på Skalmen	200 000					200 000
Transportopplegg til øyene	200 000					200 000
Grunneiersamarbeid, jakt	100 000					100 000
Guidehåndbok	200 000					200 000
Gurisentret/Edøya, utredn innfallsport	200 000				100 000	100 000
<b>Sum</b>	<b>7 000 000</b>	<b>7 000 000</b>	<b>400 000</b>	<b>1 400 000</b>	<b>2 600 000</b>	<b>2 600 000</b>

Gjennomføringen av den tiltaksplanen som ligger i dette dokumentet vil nok kreve ressurser som går utover rammen av tiltaksbevilgningen fra Miljøverndepartementet. Denne tiltaksbevilgningen må regnes som en toppfinansiering av formål som har svakere dekning i andre finansieringsordninger. Det er derfor viktig at gjennomføringen av de tiltakene som er nevnt i denne planen blir gjort i så

omfattende koordinering som mulig med lokale partnerskap og andre virkemiddelforvaltere, jfr også under pkt 9.4.2 foran. Å utrede detaljene i dette vil kreve en nærmere prosjektering som faller utenfor dette forprosjektet, men vi vil peke på noen hovedstrategier for den økonomiske gjennomføringen:

1. Samordning med Fylkesmannen. Miljøvernmyndigheten og reiselivsnæringen har helt grunnleggende, sammenfallende mål mht å informere om naturen og attraksjonene i de vernede områdene på Smøla. Det er derfor klart uttalt fra fylkesmannens side at de gjerne deltar i og koordinerer informasjonsarbeidet med en samlet reiselivssatsing. Dette er viktig, og handler både om skilting mv, men kanskje aller mest om utviklingen av det virtuelle informasjonsnettverket på Smøla. Det som også er viktig i samarbeidet med vernemyndigheten, er drift og vedlikehold av anleggene ute i terrenget. Her har vernemyndigheten SNO og et alminnelig ansvar for de vernede områdene. Fylkesmannen gir klart uttrykk for at de strukturene som etableres for driften av verneområdene også kan ta et nærmere bestemt vedlikeholdsansvar for den infrastrukturen som etableres for å støtte publikumsretta virksomhet, dvs reiseliv. Dette er viktig å følge opp med etablering av klare rutiner.
2. Samordning med bedriftene. Den grunnleggende funksjonsdelingen må være at tiltaksbevilgningen brukes til felles infrastruktur, mens de anlegg mv som den enkelte bedriften etablerer i tilknytning til dette er bedriftens ansvar. Bedriftene kan selvsagt søke ordinær finansieringsstøtte hos bl.a. Innovasjon Norge til det som etter dette blir deres investeringer, og de kan bevilges en ytterligere støtte av tiltaksmidlene innenfor rammen av de finansieringsregler som gjelder i h.h.t. EØS- avtalen bl.a. detaljeringen av slike funksjonsdelinger er selvsagt en del av den detaljerte planleggingen.
3. Samordning med friluftslivs- og idrettstiltak. Smøla kommune har over flere år arbeidet med å etablere turstier mv for å fremme friluftslivet. Det synes åpenbart at dette nettverket av stier og anlegg er et viktig grunnlag for den tilgjengeliggjøringen for allmennheten og reiselivet som ligger i denne tiltaksplanen. Også her vil samfinansiering være aktuell, jfr bl.a. spillemidler og friluftslivsmidler som forvaltes av fylkeskommunen, dugnadsinnsats av idrettslag og andre foreninger.
4. Samordning med andre infrastrukturtiltak. Fylkeskommunen og Innovasjon Norge forvalter i fellesskap finansieringsordninger for infrastruktur som støtter utviklingen av reiselivsnæring. Denne tiltaksplanen bør derfor legges fram for den respektive myndighet for en nærmere avklaring av hvordan kombinerte løsninger kan oppnås for gjennomføringen av de ulike tiltakene.
5. Ytterligere ressurser. Utviklingen av naturbasert reiselivsnæring på Smøla har pågått i mange år før denne tiltaksplanen, og stopper naturligvis ikke med denne. I tiltaksplanen ligger det langsiktige prosjekter som evt må få sin finansiering utover rammen av denne tiltaksplanen.

Det kan dessuten ikke understrekes sterkt nok at budsjettoppstillingen foran er et rammebudsjett som må kunne tilpasses resultatet av den konkrete prosjekteringen av de respektive tiltakene.

10 Vedlegg: Tiltaksplan for mai 2011 – juni 2015



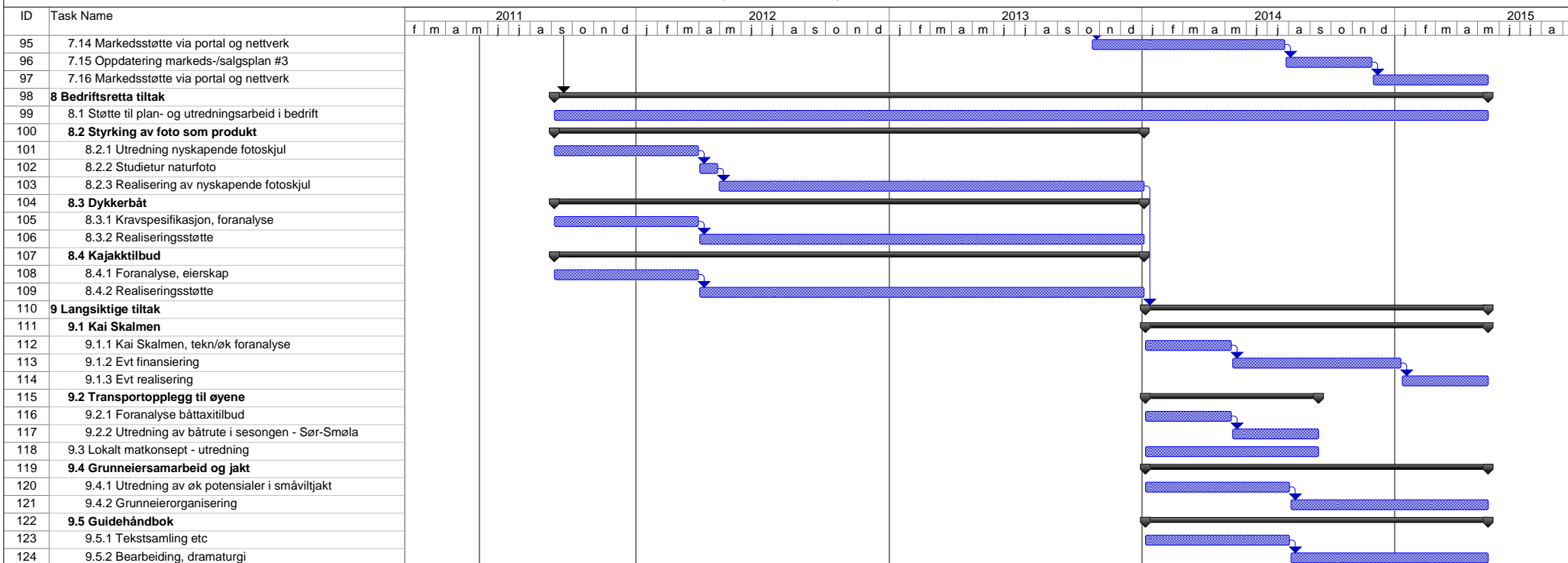
**Naturarv Smøla**  
Tiltaksplan mai 2011 - juni 2015

ID	Task Name	2011					2012					2013					2014					2015																				
		f	m	a	m	j	j	a	s	o	n	d	j	f	m	a	m	j	j	a	s	o	n	d	j	f	m	a	m	j	j	a	s	o	n	d	j	f	m	a	m	j
1	<b>1 Plan og beslutning</b>																																									
2	1.1 Forprosjektrapport levert																																									
3	1.2 Behandling hos Smøla Næringscenter																																									
4	1.3 Styremøte SNS																																									
5	1.4 Behandling hos kommunen																																									
6	1.5 Smøla kommunestyre - vedtak																																									
7	1.6 Klar for tiltak																																									
8	<b>2 Konsolidering organisasjon</b>																																									
9	2.1 Forberedelse næringscenteret																																									
10	2.2 Forberedelse prosjektorganisasjon																																									
11	2.3 Kommunestyrets oppdrag foreligger																																									
12	2.4 Formalisering prosjektorganisasjon																																									
13	2.5 Styrebehandling Smøla Næringscenter																																									
14	2.6 Klar for iverksetting																																									
15	<b>3 Fellestilltak web og publisering</b>																																									
16	3.1 Prosjektledelse etablert																																									
17	3.2 Portal Naturarv Smøla, forprosjekt																																									
18	3.3 Utvikling portal																																									
19	3.4 Ferdig felles portal, versjon #1																																									
20	3.5 Naturinformasjon, foranalyse																																									
21	3.6 Utvikling virtuelt naturinformasjonssenter																																									
22	3.7 Virtuelt infosenter versj #1 ferdig																																									
23	3.8 Info støtter markedsplan																																									
24	3.9 Erfaring i sesongen																																									
25	3.10 Utviklingsarbeid																																									
26	3.11 Info støtter markedsplan																																									
27	3.12 Utviklingsarbeid																																									
28	3.13 Info støtter markedsplan																																									
29	3.14 Utviklingsarbeid																																									
30	3.15 Fast naturinformasjonssenter overtar																																									
31	<b>4 Fellestilltak kart og skilting</b>																																									
32	4.1 Prosjektledelse etablert																																									
33	4.2 Utrede og beslutte designplan																																									
34	4.3 Koordinere med FMIMR/SNO																																									
35	4.4 Skiltplan besluttet																																									
36	4.5 Skilting, fase 1																																									
37	4.6 Skilting fase 1 ferdig																																									
38	4.7 Forberedelse komplett skiltprogram																																									
39	4.8 Skilting fase 2																																									
40	4.9 Skilting fase 2 ferdig																																									
41	4.10 Oppdatering og vedlikehold																																									
42	4.11 Forundersøkelse dynamisk kartløsning																																									
43	4.12 Hovedprosjekt kartløsning																																									
44	4.13 Dynamisk web-kart OK																																									
45	4.14 Oppdatering av dynamisk kartløsning																																									
46	<b>5 Fellestilltak fugletårn</b>																																									
47	5.1 Prosjektledelse etablert																																									

Project: tiltaksplan 110520 Date: fr 20.05.11	Task		External Tasks		Manuell aktivitet		Bare slutt
	Split		External Milestone		Bare varighet		Progress
	Milestone		Inaktiv aktivitet		Manuell sammendragsfremheving		Deadline
	Summary		Inaktiv milepæl		Manuelt sammendrag		Bare start
	Project Summary		Inaktivt sammendrag		Bare start		Bare start
							Bare start



**Naturarv Smøla**  
**Tiltaksplan mai 2011 - juni 2015**



Project: tiltaksplan 110520 Date: fr 20.05.11	Task		External Tasks		Manuell aktivitet		Bare slutt	
	Split		External Milestone		Bare varighet		Progress	
	Milestone		Inaktiv aktivitet		Manuell sammendragsfremheving		Deadline	
	Summary		Inaktiv milepæl		Manuelt sammendrag			
	Project Summary		Inaktivt sammendrag		Bare start			