

Det lokale og særegne - hva har vi som ingen andre har?
Hva er vi gode på?
Hva kan vi få til i fellesskap med andre?
Hvordan utvikle et sterkt, levedyktig og attraktivt reiseliv med særpreg i Halså, som del
av ei felles satsing på Nordmøre?
Hvordan stadig bli enda bedre?
Hva vil vi framstå som?
Hvilke fortellinger skal vi trekke fram?
Markedsføring
felles profil...

Reisemål Halså

Midtveisrapport 01.09.09



Midtveisrapport 01.09.09

Prosjektet hadde oppstart 1. mars 2008 og avsluttes etter planen 31.12.09. I perioden er det gjennomført 12 møter i prosjektgruppa og 2 i styringsgruppa (grupper; jfr org. kart, prosjektplan). Prosjektleder arbeider i 70% stilling med prosjektet. Det er arrangert 8 stormøter med ulike tema i prosjektregi. I delprosjekter og div aktivitet er det i tillegg en del møteaktivitet. Viser til innhold i rapporten under. Midtveisrapporten er skrevet med tanke på å lette overgangen når ny prosjektleder, Juanita Møkkelgår tar over som prosjektleder fra 1. september 2009.

Hovedambisjon/ Visjon

- Halsa skal være ledende innen aktive natur- og kulturopplevelser på Nordmøre.

01.09.09 Status-kommentar:

Halsa markerer seg mer og mer som et attraktivt reisemål for dem som ønsker aktive natur- og kulturopplevelser. Spesielt merker Fjordkajakk og Gocartanlegget økt interesse og etterspørsel. Fjordkajakk markerer seg i både inn- og noe utland. Etableringen av "Åpen Fjord" skal framover gjøre at vi framstår tydelig og samlet om budskap om visjonen over. Norsk Vandrefestival skal bidra til å skape fyrstårn på indre Nordmøre med fokus på vandring og natur- og kulturkvalitetene i området vårt.

Effektmål

- Øke omsetningen innen reiselivet i Halså med minimum 100% innen en periode på 3 år.

01.09.09 Status-kommentar:

Prosjektet vil måle ut fra omsetningstall i reiselivsbedrifter og andre relaterte aktiviteter i årene 2007-2009 (overnatting, mat, aktivitetsbedrifter, severdigheter og noe handel). *Vegstengt E-39 har kommet inn som et forstyrrende element i prosjektperioden mht reell måling av omsetning og utviklingstall.

Delambisjoner og overordna effektmål, kommentar:

Viser til prosjektplan s. 7 – 8, beskrivelser av ambisjoner og overordna effektmål. Målene er tenkt oppfylt blant annet gjennom to hovedtiltak: Norsk Vandrefestival og bedriftsmodellen Åpen Fjord. Vi kan ikke bekrefte eller avkrefte måloppnåelse på dette stadiet i prosjektet – men kan hevde at klarer vi å få realisert disse to hovedtiltakene vil det være å besvare prosjektets hensikt og målformuleringer. Prosjektet har hatt fokus på markedsføring av Halså også undervegs i prosjektet, kortsiktig arbeid er kombinert med arbeid for mer langsiktige og varige løsninger.



Delmål – temaområder, status - kommentarer

Salg og markedsføring

1. Det er opprettet en felles «paraply»; profil/ et nettverk/ fora med basis i det særegne, som selger opplevelsesprodukter og pakker fra Halså.
 - Det er skapt et godt og troverdig navn på reiselivssamarbeidet i Halså og omegn som «pirrer oppdagertrang og nysgjerrighet».)
 - Det er en mer profesjonell og enhetlig presentasjon av Halså som reisemål.
 - DKN er den valgte hovedkanalen for salg og markedsføring.
2. Målgruppe for profileringen er **godt betalende, kunnskaps- og aktivitetssøkende turister** hovedsakelig fra egen region. Med hovedfokus på familien, grupper, hyttefolket i Halså, bedriftsmarkedet, reiseselskaper, turoperatører.
3. Det er utviklet en felles holdning til at «alle selger alle» både kommunalt og regionalt.
4. Det er gjennomført visningsturer i prosjektregi. I tillegg er det gjennomført flere små i regi av aktørene selv.
5. Det er gjennomført enkle markedsundersøkelser.



Delmål 1, salg og markedsføring

«Åpen Fjord» er den paraplyen og det bedriftssamarbeidet som skal skape måloppnåelse under salg og markedsføring. Vi har vært i kontakt med Innovasjon Norge ved Steinar Johnsen, Sivert Gravem og Jan Sverre Sivertsen med skisse til planene om «Åpen Fjord». «Åpen Fjord» skal vektlegge samarbeid med Destinasjon Kristiansund og Nordmøre.

→ Prosessen med etablering av «Åpen Fjord» må følges tett opp framover, slik at endelig søknad om etablering av et slikt bedriftssamarbeid kan sendes i løpet av høsten 2009.

Delmål 2

Jfr målgrupper er lokalguide gjennom prosjektet sendt ut til alle innbyggere og utenbygds hytteeiere i kommunen (også i Surnadal og Rindal). Utsending til hytteeiere ble ikke 100% ferdigstilt da det var et stort og tidkrevende arbeid å registrere adresser til alle.

→ Ferdigstilling av adresseregistrering for utenbygds hytteeiere må følges opp, slik at utsending av lokalguide kan skje også framover.

Det har vært gjort forsøk på tilrettelegging av aktivitet for familien spesielt, blant annet gjennom opplevelsespakke knyttet til museet og Husasnotra. Skogan Gård, og Negården på Liabø tilbyr opplegg for familier. Sannes Skysstasjon representerer en interessant aktivitet for barn og unge gjennom ridetimer og rideleirer. Informasjon om dette er formidlet på internett, på alle turistinformasjonene på Nordmøre og i DKNs markedsføringsmateriell.

Å samle og synliggjøre aktivitet overfor aktuelle målgruppene skal skje felles gjennom konseptet «Åpen Fjord».

Delmål 3 og 4

Det ble forsøkt arrangert visningstur i 2008, uten at vi lyktes med påmeldingen. I juni 2009, arrangerte prosjekt Reisemål Halså visningstur for alle turistverter på Nordmøre (regionalt salgsfokus jfr mål). Der var tema «alle selger alle» et sentralt tema. Å selge for hverandre har også vært et gjennomgangstema på alle åpne, lokale møter i prosjektregi. Motto for reiselivsnæringen i Halså er «aktivitet avler aktivitet». Etableringen av «Åpen Fjord» vil også være et svar på dette delmålet.

→ *Det bør arrangeres visningstur også i 2010, for hvem, hva og hvordan planlegges av prosjektleder og prosjektgruppe.*

Delmål 5

Delmål 5 er ikke realisert så langt. Kan legges inn som tiltak under «Åpen Fjord». Kristina Romfo i Naturguide Romfo, gjør nå et arbeid i etablererfasen. Hennes funn vil være interessante for flere.

Generelt om produktutvikling og salg

Ved oppstart av prosjekt, valgte vi å legge fokus på produktutvikling og pakking. Det ble arrangert møter med fokus på produktutvikling, som ble konkret fulgt opp av hver enkelt og deretter presentert i produktark (eksempel bilde på neste side). Produktark ble laget av prosjektleder første året. Maler for samme type produktpresentasjoner ble bestilt gjennom grafisk firma UnniForm i 2009. Disse malene kan bestilles og kjøpes av reiselivsaktører i Halså. Tanken er å framstå enhetlig og samlet og med en gjenkjennende effekt, også underveis i prosessen fram mot en etablering av



bedriftsklynge/ paraply for reiselivsbedriftene (Åpen Fjord). Produktarkene er konkrete på tid, pris og praktisk informasjon.

Halsa deltok på reiselivsmessen på Lillestrøm 8. – 11. januar 2009.

Destinasjon Kristiansund og Nordmøre (DKN) har vært og er viktigste salgskanal, info ligger i hele websystemet der, som bla innebærer visning på www.finn.no. Ellers er en del salg skjedd som konsekvens av presentasjon på kommunens web. Produktark er også samlet og oppdatert i mapper på turistinfoen i Halsa, på servicekontoret i kommunen og på reiselivsbedrifter i kommunen. Målet er at alle skal vite hva som finnes, svare på spørsmål og lett kunne gjøre salg.

Det ble også utviklet annonser for Halsa i 2008 og 2009 i lokalguiden, Nordmørsguiden, Adresseavisen, Nationen og i Næringsavisen Nordvest. De ble finansiert gjennom div spleiseløsninger, blant annet med støtte fra Halsa næringsfond. Fergespott med reklame for reisemål Halsa har gått på strekningen Halsa-Kanestraum i begge sommersesongene 2008-2009. Reisemål Halsa ligger også på Adresseavisen-web.

Fotokonkurranse

For innhenting av fotomateriale valgte vi å annonsere fotokonkurranse sommer 2008. Det kom inn i alt 130 bilder, en del av dem er brukbare til markedsføring. Vi lyste ut konkurransen med betingelse om fri bruk av bilder og med lovnad om å oppgi fotograf i alle sammenhenger der bilder blir brukt offentlig.

→ På tide med en ny fotokonkurranse i 2010?

Kommuneweb – turistinfo

Reiselivssidene på halsa.no blir oppdatert i forkant av sesong.

→ Viktig at ny oppdatering skjer på etterjulsvinteren.

Utvikling av brosjyrer

Prosjektet har stått for utforming av brosjyre og plakater på oppdrag fra Geitbåtmuseet.



Profesjonalisering

1. Kompetanseheving – pådriver for å få til et guideopplæringssystem i fylket (kvalitet), samt lokale, grunnleggende kurs. Hver enkelt aktør sørger for spesialkursing for sine guider/ aktivitetsledere.
2. Aktører i Halså har deltatt på minimum 5 ulike kurs i regi av prosjektet, reiselivsprogrammet eller andre relevante kursarrangører.
3. Det er arbeidet bevisst og målretta med "kvalitet" i alle ledd.
4. Det er etablert møteplasser for reiselivsnæringen, der fokus er produktutvikling, salg og markedsføring.

Generelt: Kurs/ kompetanseheving i reiselivsnæringene

Jfr delmål 1, 2 og 4

- I mai 2008 arrangerte prosjektet ei hel helg med fokus på kvalitet i reiselivsnæringen. Innleid var Asbjørn Amble fra Dombås Fjellskole, for å se oss i kortene, komme med konkrete innspill til forbedring. Det ble laget en egen rapport for dette tiltaket, som alle deltagere fikk i etterkant. 10 deltagere.
- Prosjektet: I juni 2008 ble det arrangert kurs i 1. hjelp for næringen. 4 deltagere.
- I august 2008 inviterte vi til åpent informasjons- og inkluderingsmøte i prosjektet. 18 deltagere.
- I oktober 2008 ble det gjennomført idégnist her i Halså med fokus på merkevarebygging. Samarbeid med hopp.id satsinga i Møre og Romsdal Fylke. Puzzle Learning (bildet) var faglige veiledere på seminaret. Vi har en god oppsummering og et verktøy for oppfølging vidare. 18 deltagere.
- Planlagt og invitert til fortellerseminar med www.snirkelsnakk.no . Måtte avlyses på grunn av for dårlig påmelding.
- 3 deltagere på studietur til Svalbard i oktober 2008 fra reiselivsnæring i Halså. Arr: Møre og Romsdal reiseliv.
- 2008: 4 deltagere fra ei bedrift fra Halså på 4 dagers kurs i Opplevelsesproduksjon i regi av reiselivsprogrammet.



- Reiselivsmøte i Halsahallen, februar 2009. Produkter, salg og markedsføring var tema. Hege Anita Eilertsen, salgs- og markedsføringssjef i DKN var innleder. 15 deltagere på møtet.
- Vandrefestivalmøter 2008/ 2009: 4 åpne idé- og informasjonsmøter. 6 møter i interimsstyret. I tillegg også en del presentasjoner og møter i ulike fora (Innovasjon Norge, Møre og Romsdal Fylke, kommunestyre og formannskap).

Prosjektleder – kurs

- 2008: Merkevarekurs i mars, regi av reiselivsprogrammet
- 2008: Vertskapsrollen i april, regi av reiselivsprogrammet.
- 2008: Opplevelsesproduksjon, regi reiselivsprogrammet.
- 2008: Deltagelse på reiselivskonferansen i Geiranger, arr Møre og Romsdal Reiseliv.
- 2008: Deltagelse på konferansen Natur, kultur og reiseliv i regi av M&R Fylke.
- 2008: Studietur til Svalbard, lære produktpakking. Arr: Møre og Romsdal Reiseliv.
- 2009: designkurs i Surnadal, arr Møre og Romsdal Fylke/ UnniForm.
- 2009: Lederutviklingsprogrammet LUP i regi av SUAS.
- 2009: Reiselivskonferansen i Ålesund

Delmål 3

«Kvalitet» og kvalitetskriterier vil være en viktig del av oppbyggingen av «Åpen Fjord». Det skal være et sett kriterier som må oppfylles for å få være medlem i dette bedriftssamarbeidet. Kvalitet har ellers vært et gjennomgangstema i prosjektet så langt, der målet er å få formalisert «kvalitet» på en profesjonell måte. En del av motivasjonen for å bygge opp «Åpen fjord» er nettopp dette med fokus på kvalitetssikring.



Kulturopplevelser

1. Det er utviklet egne opplevelsesprodukter basert på kultur-, kunnskaps- og håndverksmiljø i Halså. (Eks Husasnotra, Geitbåtmuseet, Bøkkerverksted, arbeiderkultur, Otnes, Elstad). Det er mulig for reisende å bestille «kultur- og kunnskapspakker» etter eget ønske (se, høre, gjøre).
2. Lokale kulturattraksjoner er en del av utvalgte opplevelsespakker.
 - Elstadsamlingene, Otnesmiljøet og Geitbåtmuseet er utviklet som spissprodukter.



Delmål 1, kulturopplevelser

Det har vært gjennomført flere opplegg basert på kultur- og kunnskapsmiljøet i Halså. Vi har også i perioden utviklet produkter med spesielt fokus på dette. Geitbåtmuseet/ Husasnotra har vært sterkt oppfordret (bla gjennom kursdeltagelse i reiselivsregi) til å arbeide fram formidling gjennom opplevelsesprodukter. Dette arbeidet tar tid, og det er viktig å fortsatt holde fokus på dette. Det er flere utfordringer knyttet til museet som del av reiselivsproduktet Halså. - Tid, kapasitet, motivasjon, økonomi – blant annet. Museet og det interessante fagmiljøet, representerer noe autentisk og enestående. Det vil være svært positivt om reiselivet kan dra veksler på dette. Otnes/ Elstad miljøet har også deltatt på flere av arrangementene i prosjektregi og har gjennom det gjennomført enkle, men viktige forbedringer som hever kvaliteten. Økonomi er begrensende faktor for realisering av planer på Elstadsamlinga. Ferdigstilling av Hestnessetra vil åpne for nye, spennende opplevelsesprodukter.

→ Viktig å fortsette arbeidet for å få fram attraktive og salgbare opplevelsesprodukter der museet og Husasnotra og andre kulturmiljøer går inn som en del.



Delmål 2

Det er gjennomført velferdstur i forbindelse med Fosskonsert 2009. Halså kommune var bestiller, prosjekt Reisemål Halså reggisør og koordinator for opplegget. Det bestilles og pakkes opplevelser basert på disse miljøene – Rasteplassen, Valsøytunet og Historielaget tilbyr og gjennomfører.

→ Åpen Fjord tar systematisk opp i seg utvikling av spissprodukter og helhetlige opplevelsespakker.



Naturopplevelser - aktivitet

1. Det er rydda og presentert minimum 6 interessante, graderte turstier fordelt rundt i kommunen.
2. Det er utvikla turkart for området, der stier og severdigheter og annen relevant informasjon er presentert.
3. Det er utvikla 3 kulturhistoriske vandringer med mulighet for personlig guiding/ egenguiding.
4. Hjortesafari er utviklet til et opplevelsesprodukt.
5. Flere sjøaktiviteter er tilgjengelige som konkrete produkt i regi av geitbåtmuseet, veteranbåtklubben og andre private aktører.
6. Aktører har utviklet flere spennende produkter i tilknytning til friluftsliv, naturliv og sport.



Delmål 1 og 2 Naturopplevelser – aktivitet

Delmål 1 og 2 arbeides med under ett. Fortiden arbeides aktivt med utvikling av turkart for Halså, der en rekke graderte turmål merkes i terrenget og tegnes på kart. Prosjektet bidrar i planlegging, utvalg, presentasjon, foto etc. Robert Sørli (GIS ansvarlig) og prosjektleder i Reisemål Halså har hovedansvar for gjennomføring framover. Kartet skal offentlig lanseres i forbindelse med Norsk Vandrefestival neste år. Men mål om ferdig kart til påske 2010. Kartet utformes i vannfast kvalitet. Prosjektet finansieres gjennom tilskudd fra næringsfondet, med annonser og gjennom salg.

Delmål 3

Kulturhistoriske vandringer gjennomføres til Hjelmkonna, på Otnes og i forbindelse med prøvestunts Norsk Vandrefestival. Det sitter « langt inne » for folk i nærmiljøet å betale for slike opplevelser. Turene har heller ikke appellert til stedets turister. Fordeling av kulturhistorisk vandring på Otnes ser ut til å være det mest omsettelige. Nye muligheter åpner seg her i forbindelse med oppbyggingen av Hestnessetra. Det arbeides for en åpning av Hestnessetra i forbindelse med Norsk Vandrefestival neste år. Et lite « drama » fra Elstadboka « Hjem » ville være en flott måte å fortelle historie på i denne sammenheng. Eller en bruker et lite « tablå » fra Opera Fossen?

→ Det bør søkes midler til utvikling av en minidramatisering av seterlivet på Hjelmsetra, basert på boka Hjem.

Delmål 4

Ikke realisert eller arbeidet med. Aktuell aktivitet for Kristina Romfo? Prosjektet kan lansere ideen for henne.

Delmål 5

Det er gjennom flere anledninger testet ut opplegg der det samarbeides mellom ulike miljø knyttet til aktivitet på sjø. Dette gjelder særlig felles aktiviteter med geitbåt og kajakk. Mulighetene for produktpakking ligger klare. Fjordkajakk har testet ut et opplegg i samarbeid med museet.

Delmål 6

Fjordkajakk og Skogan Gård driver målretta produktutvikling ihh delmål. Nye produkter testes ut, nye samarbeidsformer utvikles. Dette utgjør en viktig ressurs for reiselivsproduktet Halså og hovedambisjonen i prosjektet. Det er prøvd ut flere ulike opplevelsespakker der sport (paintball/ bueskyting/ gocart), friluftsliv, velvære og mat inngår. Det ligger godt til rette for bestillinger av denne type aktivitet i Halså. Fjordkajakk arbeider bevisst med kapasitetsøkning i form av kursing av flere instruktører of samarbeid med andre aktivitetsleverandører. Fjordkajakk opplever 100% økning av aktivitet og omsetning i forhold til fjoråret.

Prosjektet har fungert som etablererveileder for Kristina Romfo med firmaet Naturguide Romfo.

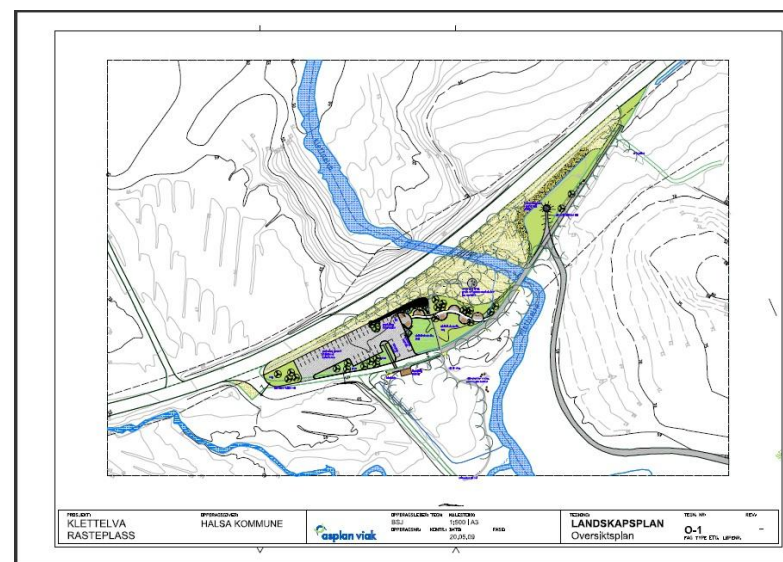
Andre aktiviteter

1. Gocartbanen er utviklet til å kunne ta imot kunder på en profesjonell måte.
2. Anbefalte sykkelruter er merket og synliggjort.

Delmål 1, andre aktiviteter

Gjennom prosjekt Reisemål Halså er det utviklet en arkitektplan for rasteplass Klettelva. Dette skal fungere som en portal for Gocartanlegget. Her skal være parkering, liten park med benker og bord, informasjonstavle, bannere og toalett.

Arbeidet er under utføring, men det vil bli snakk om totrinns gjennomføring før det er ferdig. Grunnarbeid er utført, overflate og finish blir arbeidet



med ut over høsten. Teknisk avd i Halså kommune ved Rolf Sandvik (økonomi) og Lars Wiik følger opp den praktiske gjennomføringen.
→ Informasjonstavlen må utformes i regi av prosjekt Reisemål Halså. Det er viktig at denne blir fleksibel slik at informasjon kan byttes ut.
Derfor har vi sett på løsninger der tavlen kan åpnes og lukkes.
På tavlen må være generell informasjon om Halså og reiselivsrelaterte aktiviteter. Det er viktig for reiselivsnæringen at det blir skiltet med forbud mot camping.

Delmål 2

Ikke realisert eller arbeidet med. Men Kristina Romfo er en aktør som tenker å utvikle produkter basert på sykling og sykkelturisme bla.
→ Kan det være aktuelt å ta med sykkelruter i turkart for Halså som er under utvikling? I tillegg merke veier med sykkelssymbol etter Innovativ Fjordturismes merkeemal?

Festivaler – kulturarrangementer

1. Høy prioritet: Vi har bidratt til å utvikle Norsk Vandrefestival som et felles reiselivsfyrtårn på Indre Nordmøre. Reiselivet i Halså er sterkt involvert i Norsk Vandrefestival, både som bidragsytere og som viktige brikker i festivalens aktiviteter.
2. Mindre festivaler som for eksempel Fosskonserten, Operafossen (spel), veteranbåthelga, Baarsetøyarrangementer og andre tilsvarende arrangementer er oftere direkte knyttet til reiselivsprodukter som mat, overnatting og aktiviteter. Det gjøres et aktivt salg av opplevelsespakker i tilknytning til arrangementene.

Delmål 1, Festivaler – kulturarrangementer

Norsk Vandrefestival har hatt prioritet i prosjektet. Norsk Vandrefestival er etablert som forening og et styre er på plass. Det har vært jevnt trykk på dette arbeidet siden i fjor høst. Arbeidet må intensiveres i høst. Prosjektleder i Reisemål Halså har vært sekretær og har hatt hovedansvar for framdrift. Det er gjennomført 4 åpne stormøter og 6 møter i interimsstyret og 3 møter i det nye styret. I tillegg en rekke andre presentasjoner og møter for å spre info om festivalplanene. Vi har blant annet vært i møte med Innovasjon



Norge og Møre og Romsdal Fylke om planene, med tanke på en finansiering av 3-årig utviklingsfase. www.norskvandrefestival.no er etablert, og det ble i år gjennomført prøvestunts i samarbeid med lokale aktører i de tre kommunene, som del av forberedelse til festivalen. Under åpninga av Fjorderuta den 22. august, delte Norsk Vandrefestival ut æresvandrerprisen til Olav Thon som takk for den innsatsen han har lagt ned i Fjorderuta.

→ viktigst er å få på plass en finansiering til profil, design og markedsmateriell. Det må etableres en markedsføringsgruppe.

→ det må skje en produktutvikling i høst, få etablert en produktutviklingsgruppe som planlegger innholdet i festivalen neste år.

→ konferanse/ kjernearrangementet i festivalen må planlegges allerede nå skal vi få de foredragsholderne vi ønsker oss.

→ det må på plass en administrasjon for vandrefestivalen ! (søkeprosess pågår)

Delmål 2

Prøvestunts i Vandrefestivalen ble lagt i tilknytning til veteranbåthelga for å «forlenge» denne. Ellers vil dette være et fokus som hver enkelt aktør må ta tak i, og som kan ha fokus i konseptet «Åpen Fjord». Det er satt sammen «opplevelsespakke» i forbindelse med Fosskonserten i år, jfr velferdstur i regi av Halså kommune.

→ Utfordringen må tas med videre til neste sommers arrangementer, med tanke på aktivt skape synergier for reiselivsnæringen. Kanskje kan alle reiselivsrelaterte aktiviteter og bedrifter tar opp dette temaet på et fellesarrangement i løpet av høsten?



Gårds- og bygdeturisme, jakt- og fisketurisme

1. Landbruket i Halså ser reiselivet som ressurs i verdiskapingen på gården. Reiselivet har bidratt til knoppskyting og ekstraintekt på flere gårdsbruk i kommunen.
 - Det er utvikla flere opplevelsesprodukter i tilknytning til gårdsmiljøet og kulturlandskapet.
 - Landbruket byr på 10 konkrete, nye og interessante tilbud innen reiselivet i tilknytning til garden og kulturlandskapet som ressurs.
2. Det er utvikla jakt- og fiskepakker.

Vi har et samordnet jakt- og fiskekort for hele kommunen. Informasjon om jakt og fiske har kommet med på turkartet

Delmål 1

Prosjektet har bidratt til produktutvikling (3 ulike produkt) på ett gårdsbruk i kommunen så langt. Det har vært i møte og kontakt med et ytterligere gårdsbruk, uten at det har resultert i noen videre framdrift. Det er flere som sysler med ideen om å utvide med reiselivsaktivitet i tilknytning til landbruket.

Delmål 2

Det ble tidlig i prosjektet sett på muligheten for å koble jakt og reiseliv bedre sammen gjennom å legge til rette for gode og enkle fellesløsninger. Det arbeides med dette fra annet hold også og prosjektet ble bedt om å avvente det hele. Delmålet er derfor ikke arbeidet videre med.

→ prosjektleder kan evt etterspørre framdrift gjennom å kontakte Solvår S. Sæterbø og eller Erlend Snøfugl.



Reisemål Halså

VELKOMMEN TIL GARDS!



Barn inn på Tunet
«- for oss som har noe å dele -»
Negarden ligger vakker til på Liabe med utsikt mot fjord og fjell. Garden ligger i Halså kommune. Tunet er tradisjonelt med Nordmørsian, fjes og et stabbur.



Levende gård med melkekyr og katter
Vi tar deg med til dine opplevelser med garden som utgangspunkt for aktivitet og sering. Tilbudet passer for barn og familier. Tema vi være tilhørighet og trykthet, som formidles gjennom kjennskap til gårdsdriften, historiske tilbakelukk, sanger og dialog.

Varighet	2-4 timer
Tidspunkt	Efter avtale
Minimum antall	2
Maksimalt antall	5 (uten følge av voksen) 10 (med følge av voksen)
Nedre aldersgrense	5 år (uten følge av voksen) Ingen nedre grense med følge av voksen
Oppnøle	Negarden, eller avtale
Pris	Nr 400,- timen gruppe. Ettelt måltid med lokale råvarer og historier til... Nr 100,- Barn gratis. Serveret til 18:00 kvelden før.
Påmelding	



KONTAKT FOR BESTILLING
Negarden
Ragnhild Liabe Fjeldstad
Tel: 906 36 720
Mail: negard@online.no

Turistinformasjon i HALSÅ | Jostedal, Lule
Destinasjon i RISTANS, NØR OG NORDMØRE
Tel: 77 35 14 00 | www.halså.no
www.stedsturnand.no



Mat og hvile

1. Serveringsbedriftene etterspør lokalt produsert mat. For gjester kan det serveres en lokal, kortreist meny – året rundt.
2. Aktivitetsbedrifter, servering og overnatting samarbeider om helhetlige kvalitetsopplevelser.
3. Det tilbys overnatting med lokalt særpreg og til varierte priser og komfort.
4. Ulike naturkulisser brukes som utendørs spisested med en kulinarisk meny av mat og kultur.



Delmål 1

Kortreist mat har vært gitt ekstra fokus gjennom arrangementer i prosjektregi. Rasteplassen satser bevisst og aktivt på kortreist mat, mens Valsøytunet tilbyr lokalmat. Rasteplassen serverer kortreist meny året rundt. Norsk Vandrefestival eksperimenterte med kortreist meny på spyd under arrangement på Hjelmssetra. Rasteplassen og Valsøytunet samarbeidet om tiltaket. Det var et svært vellykket prøvestunt.

→ viktig at kortreist- og lokal mat bevisst brukes i utvikling og markedsføring også framover.

Delmål 2

Fjordkajakk har ulike former for samarbeid med både Valsøytunet og Otnesbrygga med tanke på helhetlige kvalitetsopplevelser.

→ «Åpen Fjord» er tiltenkt en sentral rolle i produktpakkingen framover.

Delmål 3

Prosjektet har så vidt vært involvert i tre ulike planer/ aktører for eventuelle nye overnattingsbedrifter i kommunen. Det er behov for økt kapasitet totalt sett, og det er et stort behov for å legge ned en større gruppe på et samlet sted. Planene er ikke kommet så langt at de kan legges fram offentlig her.

Delmål 4

Fjordkajakk har ved flere anledninger servert mat utendørs i forbindelse med sine arrangementer. Mat og kultur var også en fin kombinasjon på uteservering på Hjelmssetra i forbindelse prøvestunt



Norsk Vandrefestival i august 2009.

→ poenget er likevel videre hvordan en systematisk produserer pakker der dette inngår som en naturlig enhet. Vi har positive erfaringer gjennom utprøvinger i prosjektet.

ANDRE TILTAK/ ANNET - statusrapport

Bygdadagen i Halså

Halså kommune prioriterte Bygdadagen inn i prosjektet. Den ble gjennomført lørdag 6. september. Dette er et større arrangement i Halså. I 2008 med rekordbesøk, med 1200 gjester. Bygdadagen er en møteplass for folk i kommunen og regionen ellers. Det er et sted for markedsføring og positiv profilering. Tema var «reiseliv». Bygdadagen har fokus på nytenking og utvikling, samtidig som en ønsker å ta vare på tradisjonen som har sitt utspring fra landbruk og frivillighet. I 2008 utvidet vi arrangementet ved å koble det til andre arrangementer samme helg. Innhold denne helga hadde også fokus på ungdom og «hjemkomsthelg». Bygdadagen utgjorde i arbeidsmengde et stort månedsverk.

Mobilisering Halså

«Mobilisering Halså» er 6 delprosjekter som var i gang før reiselivsprosjektet startet opp. Flere av delprosjektene er tiltak som kom i gang i prosjekt Samse Tak. Alle 6 delprosjektene er reiselivsrelaterte, og vi har derfor fått koordineringsansvar for dem. Det er så langt gjennomført 2 fellesmøte i vår regi. Mulig disse delprosjektene ikke følger med videre i prosjektet, men blir med tidl. prosjektleder inn i ny jobb.



Delprosjektene er:

1. Sandådalen tursti, leder Einar N. Botten (merking, klopper og bruer, kvilebuer).
2. Hjelmkonna, leder Solvår S. Sæterbø. (kulturhistorisk vandring, registrering av kulturminne, merking og tilrettelegging).
3. Rekonstruksjon av Hestnessetra (Elstadsamlingene), leder Lars Olav T. Valsø (gjenreisning av setra som Elstad var «taus» på).
4. Rasteplass Klettaelva, leder Rolf Sandvik (en rasteplass portal til gocartbanen, ved E-39). Under gjennomføring nå.
5. Forandring Fryder i Betna, leder Borgny Bersås (forskjønnning av uteområdet Betnakryss, opprusting av samfunnshus).
6. Felles profileringspakke, leder Ingebrigt Henden (produksjon av presentasjons DVD, omslagsmappe med mer) – ferdig realisert.

→ Det er framdrift i alle delprosjektene, ett er ferdig realisert. Delprosjekt 4 Rasteplass Klettaelva er prioritert høyt, det er viktig at inngangen til gocartanlegget framstår mer innbydende og profesjonelt.

Div

- Prosjektet er involvert som samarbeidspart i 4 ulike reiselivsrelaterte bedriftsutviklinger/ knoppskytinger.
- Prosjektleder har vært pådriver for skilting til reiselivsbedrift, nå montert og på plass.
- Lest korrektur og korrigert/ fornyet info i NAF vegbok.
- Laget fotogruppe til dagens foto på kommunens nettside.
- Invitert Innovasjon Norge og ny reiselivskontakt Jan Sverre Sivertsen til Halså. Rundtur for å gjøre han kjent hos oss, og informere om prosjekt og planer framover. Sivert Gravem fra IN var også med.
- Prosjektleder har presentert prosjektet og Halså som reisemål i ulike fora, bla når landbrukssjefer på Nordmøre var invitert til besøk i Halså.



Kombinasjonen av stilling i DKN og Prosjekt Reisemål Halså

Reiselivsaktører i Halså verdsetter samarbeidet med DKN høyt. Det blir sett på som en viktig og tung kanal for faglig nettverk, salg og markedsføring. For prosjektet er det positivt at det er koblet opp mot en 30% stilling i DKN. Prosjektet har ved flere anledninger arrangert møter der DKN har stilt opp som innleder/ faglig instans til stor nytte for interesserte.

Det er viktig for prosjektet å ha denne koblingen mot DKN også med tanke på å forlenge prosjektperioden. Dette er svært positivt for resultatoppnåelsen. Prosesser tar tid og 3 år er en ideell lengde på et slikt prosjekt.

Prosjektgruppa

Prosjektgruppa har fungert greit, men med et for stort forfall fra næringens representanter i gruppa. Det er grunn til å drøfte evt vitalisering/ endringer i prosjektgruppa. – Utvide gruppa med en person eller to? Gi mulighet til å bytte ut personer om dette er ønskelig fra deltager selv pga for store arbeidsmengder? Få inn en representant til fra næringen?

Er det hensiktsmessig at tidligere prosjektleder går inn i arbeidsgruppa?

Tiltaksplan i prosjektplan

I fortsettelsen av prosjekt henviser vi til tiltaksplan i prosjektplanen. Mye er igangsatt, noe er endret og nytt er kommet til – slik et prosjekts natur er.

→ Viktig at prosessen videre er forankret i prosjektplan.

Spissa satsing framover – prioriterte tiltak

1. Norsk Vandrefestival

Prosjekt Reisemål Halså er pådriver for å få i gang en vandrefestival på indre Nordmøre. Det var reiselivssjef Roar Harsvik som i januar 2008 lanserte ideen om en slik festival. Den ballen



Norsk Vandrefestival



tok vi opp, og arbeider nå videre med. Prosjekt Reisemål Halså søkte vår 2008 om KOMP midler til en planleggingsfase, og fikk positivt tilsagn.

Interimsstyret arbeidet i perioden og hadde 5 møter fra november 2008 til juni 2009. Det ble arrangert 4 åpne info- og idémyldringsmøter i løpet av 2008/ 2009. Foreningen Norsk Vandrefestival ble stiftet 8. juni 2009 , og fikk med det et styre på plass. Det er vektlagt å ha med representanter fra kommunen Halså, Surnadal og Rindal på alle møtene. Dette er et tiltak alle involverte ønsker å gå videre med.

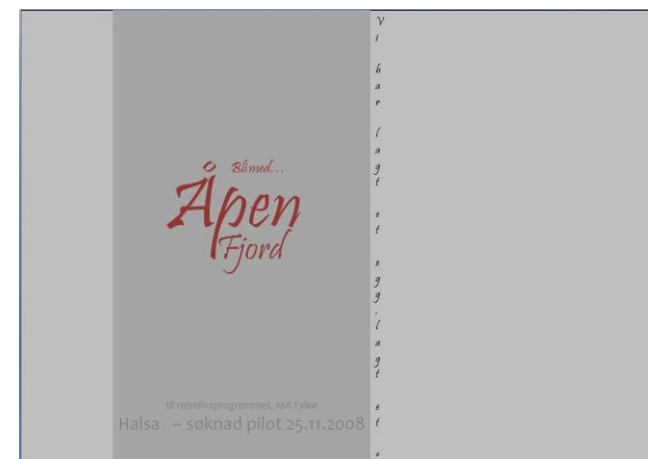
Styret i Norsk Vandrefestival består av: Eirik Gudmundsen (KNT), Asgeir Meland (DKN), Marvin Røen, Håkon Fredriksen (nestleder), Mette Sæter Ormset (Vårsøg hotell), Dordi Mogstad (Nordmøre museum), Børre Normann og Ragnhild Godal Tunheim (leder).

En vandrefestival er et høyt prioritert tiltak i prosjekt Reisemål Halså. Den vil kreve tid og fokus framover. Vi søker nå blant annet om å bli nasjonal Pilot på fellesgodefinansiering, etter en utlysning fra Innovasjon Norge.

Det er viktig å få til et "festivalområde" både i Halså og i de andre delaktige kommunene. I og med at dette er en festival over flere kommunegrenser, bør festivalen ha et felles samlingspunkt flere steder, dvs. overnattingssted/teltleir og base for familiearrangementer og bespisning. Skogan Friluftsgård har sagt seg villig til å tilby teltplasser, senger og mat. Fint utgangspunkt for turer og aktiviteter. Kårvatn i Surnadal...

2. Åpen Fjord

«Åpen Fjord» er en spennende og fersk konseptidé! Vi tenker det som navnet på et nettverk, en merkevare og en salgskanal for reiselivet i Halså og omegn. Åpen Fjord er et inviterende begrep! Det uttrykker vennlighet, gjestfrihet og vertskap. Det formidler tilgjengelighet. Vi tenker begrepet som en organisering rundt bedrifter, produkter, og som selger pakker og opplevelser med et sett av kvalitetskriterier til grunn. Det skal kreve noe å være med. Åpen Fjord vil tilby opplevelsprodukt av flere kategorier og til varierte målgrupper. Det vil handle både om ferdigpakking og skreddersøm. Åpen Fjord er et begrep det er lett å legge innhold i. Det er også en beskrivelse av vårt landskap. Åpen Fjord





Eventyrferdi Åpen Fjord
et konsept for familie, barn og unge...

Åpen Fjord er et inviterende begrep! Det uttrykker vennlighet, gjestfrihet og vertskap. Det formidler tilgjengelighet. Det kan lett oversettes.

Åpen Fjord er en svært fersk konseptidé. Den er på ingen måte ferdig tenkt og etablert. Vi tenker begrepet som en organisering rundt bedrifter, produkter, og som selger pakker og opplevelser med et sett av kvalitetskriterier til grunn. Det skal kreve noe å være med. Åpen Fjord vil tilby opplevelsprodukt av flere kategorier og til varierte målgrupper. Det vil handle både om ferdigpakking og skreddersøm.

I denne piloten søker vi om å få utvikle produktpakker for barnefamilien, barn og unge under navnet «eventyrferdi i Åpen Fjord». Dette vil seg selv kommunisere at det er rettet mot barn. Men eventyr er som kjent ikke bare for barn... Opplevelsene skal også være givende for de voksne. «Samhandling» vil være stikkord, og den kontrasten vi vil bygge opp under. Vi lever travle, fragmenterte liv. Vi trenger tid og samling, og ikke minst å gjøre noe lærerikt sammen, i gode rammer.

Eventyret sier noe om å reise, både i det indre og ytre landskap.

Halså - søknad pilot 25.11.2008



skal være veien vår til profesjonalitet. Her tenker vi design, produktutvikling, markedsføring og salg utformet i samarbeid med fagmiljø og profesjonelle krefter.

Det ble søkt om pilotmidler til dette tiltaket, der vi rettet oss spesielt mot målgruppen «familie». Reiselivsprogrammet i Møre og Romsdal utlyste pilot på bakgrunn av jakten på «aktiviteter og opplevelser». Natur, kultur og mat var viktige stikkord i utlysingen. Vi fikk ikke tilsagn, men Åpen Fjord konseptet skal uansett prioriteres framover. Åpen Fjord er et domene/ begrep som er «ledig».

→ Åpen Fjord krever innsats i høst – slik at selskapet kan etableres og komme i gang før prosjektet avsluttes. Åpen Fjord skal være en varig videreføring av prosjektets hensikt.

→ Viktig at næringslivet selv forpliktes økonomisk framover, en **realitetsorientering** i markedsarbeidet . Markedsføring koster!

3. Informasjons- og oppslagstavler

I kommunen skal det fornyes og komme opp nye turistinfotavler. Dette gjelder stedene:

1. Haugaskaret – der står det en fra før. Infoen må byttes ut pga foreldet. Men skal stativet byttes?
2. Fergeleiet på Halså – stativ står – uten info på. Det stativet vil sikkert forsvinne i forb med ny utbygging.
3. Liabø – ved turistinfo. Ingen tavle per i dag.
4. Keiko gravrøys – ved parkering skal det opp ny tavle.
5. Klettelva Rasteplass – skal opp en generell infotavle i kombinasjon med spesiell info om gocartanlegget.
6. Valsøya – ved rasteplass står et nytt stativ uten info.

→ Skal tavlene ha felles og ny utforming, eller skal stativ brukes på nytt slik at selve informasjonen byttes ut bare? Dette må prosjektgruppa ta stilling til i samråd med ordfører/ formannskap.

→ Oppslagstavler i plexiglass og vire innendørs og under tak i butikker/ kiosker/ turisinfor på Nordmøre. Skal være en gjenkjennende info fra Halså. Info skal lett kunne byttes ut. Til produktpresentasjoner.

→ Etter kartlegging av løsning, og innhenting av priser sendes søknad om finansiering sendes næringsfondet.

4. Regional konferanse

Prosjektet har fått KOMP midler til å arrangere en regional konferanse med bla fokus på vertskapsrollen i samfunnet generelt. Dette har med overordna mål i prosjektet å gjøre – om økt forståelse og motivasjon i befolkningen.

→ *Det er kr 50 000 til disp i dette tiltaket. Det må også legges inn deltageravgift i tillegg og evt søke bank/ næringsliv om å være med å støtte slik at vi kan få til en attraktiv konferanse av høy kvalitet. En slik konferanse kan legges til Norsk Vandrefestival*

5. Nettverk og møteplasser

Vi har en del aktører på banen i denne satsinga. Reiselivet i Halså er likevel smått og sårbart. Viktig å framover fortsatt satse på motivasjonsarbeid, møtevirksomhet og inspirasjon!

→ *arrangere åpne møter med reiselivsfokus/ aktuelle tema.*

→ *gjøre en bevisst satsing opp mot landbruk, delta i for eksempel i den etablerte møteplassen for landbruket, Gardbrukarkvelden.*

→ *invitere seg inn på lunsjmøte i næringsforeningen?*

Midtveisrapport 1. september 2009, Ragnhild Godal Tunheim