



**Bærekraftig
Reisemål**

Lokalt engasjement
i et langt perspektiv

NARVIK



Stetinden i Narvik kommune - Foto: Michael Ulriksen

Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling i Narvikregionen

2024-2027



Merket for bærekraftig reisemål

- Merkeordningen «Bærekraftig reisemål» eies av Innovasjon Norge, de er ansvarlig for merkeordningen.
- Ordningen er et verktøy for å systematisere arbeidet med bærekraft på et reisemål, og dermed et redskap for utvikling.
- Merket betyr at destinasjonen over tid prioriterer målet om økt bærekraft, ikke at stedet er bærekraftig. Reisemålet må arbeide kontinuerlig med ordningen, og vise en forbedring ved remerking som skjer hvert tredje år.
- Merkeordningen er godkjent av Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Norge er dermed ett av få land som har en internasjonalt godkjent nasjonal standard for bærekraft i reiselivet.
- Narvikregionen ble godkjent som bærekraftig reisemål 28. februar 2022. Merket for bærekraftig reisemål er gyldig i tre år fra godkjenning. For å opprettholde merket må reisemålet oppdatere besvarelsen og dokumentasjonen hvert tredje år.
- Denne reviderte handlingsplanen er en del av re-merkingen for 2025. Tiltakene i *Masterplan for Narvik som reisemål* – «**Narvik 2035**» ble revidert inn i denne handlingsplanen i mars 2024. Opprinnelige tiltak i handlingsplanen ble også revidert, og revidert tiltaksdel ble vedtatt av styret i Visit Narvik i 14. mai 2024.

Bærekraftig utvikling

Bærekraftig utvikling er utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge for at kommende generasjoner skal få dekke sine behov.

Vi skal finne løsninger på hvordan vi kan skape verdier og trygge arbeidsplasser basert på tilreisende og besøkende til vår region, uten å ødelegge natur, verdensarv eller for lokalbefolkningen.

Arbeidet baseres på *Ti prinsipper for bærekraftig reiseliv*:

Bevaring av natur, kultur og miljø:

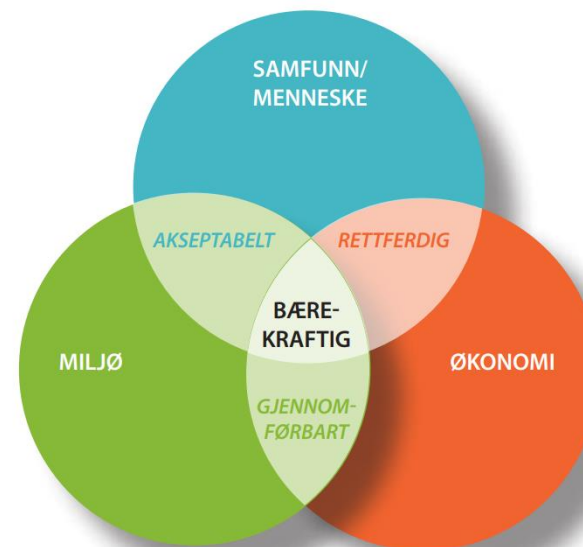
1. Kulturell rikdom
2. Landskapets fysiske og visuelle integritet
3. Biologisk mangfold
4. Rent miljø og ressurseffektivitet

Styrking av sosiale verdier:

5. Lokal livskvalitet og sosial verdiskaping
6. Lokal kontroll og engasjement
7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte
8. Gjestetilfredshet og trygghet, opplevelseskvalitet

Økonomisk levedyktighet:

9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping
10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter



Sammenhengen mellom de tre likeverdige bærekraftselementene.



Reinsdyr i Rohkunborri Nasjonalpark, Bardu kommune - Foto: Rohkunborri Nasjonalparksstyre



Tørka «torskhau» på Liland Brygger, Evenes kommune - Foto: Visit Narvik



**Sustainable
Destination**

NARVIK

Merkingen av Narvikregionen som bærekraftig reisemål

- Merkingen av Narvikregionen som bærekraftig reisemål gjelder Bardu, Gratangen, Lavangen, Evenes og Narvik kommune
- Med «destinasjonsledelsen» mener vi kommunene og Visit Narvik i fellesskap, og gjerne i samarbeid med andre sentrale aktører.
- Visit Narvik alene har ikke myndighet eller ressurser til å gjennomføre flere av kravene i merkeordningen, og er dermed avhengig av kommunene for å nå målene.
- Merket kan benyttes av
 - Bardu kommune
 - Gratangen kommune
 - Lavangen kommune
 - Narvik kommune
 - Visit Narvik
 - Og reiselivsbedrifter i nevnte kommuner forutsatt at de:
 - er miljøsertifisert
 - er medlem i Visit Narvik
 - bruker merket sammen med symbolet til Visit Narvik

Visjon & Mål

Overordnet visjon

- Skape en bærekraftig utvikling hvor reiselivet og kommunene samarbeider om å sikre at Narvikregionen investerer i fremtiden. Ta vare på det ekte og uberørte i vår region.
- Legge til rette for tiltak som kommer gjester og lokalbefolkningen til gode. Et godt sted å bo er også et godt sted å besøke!
- Det er vår jobb å sikre at naturen kan nytes av fremtidige generasjoner.

Hovedmålsetting

- Styrke konkurranseevnen til Narvikregionen som reisemål, samt de ulike næringsaktørene.
- Skape en bærekraftig reiselivsutvikling hvor reiselivsnæringa og kommunene samarbeider om å sikre at Narvikregionen er et attraktivt reisemål.
- Sikre at alle som besøker Narvikregionen skal møte bærekraft i hele verdikjeden, med god service og spennende aktiviteter.

Våre tiltaksområder

- Besøksforvaltning og miljøansvar
- Helårsbasert reiseliv og produktutvikling
- Kompetanseheving
- Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid



**Bistevas
Mátkemearri**

Besøksforvaltning og miljøansvar

Tiltak	Ansvarlig og medvirkende	Tidsramme	Relevante indikatorer/strategier
Utarbeide handlingsplan/strategi for besøksforvaltning for kommunene, herunder også utarbeide tålegrenseanalyse for reisemålet samt egen cruisestrategi.	Kommunene, Visit Narvik , Midtre Hålogaland Friluftsråd Narvik Havn	2024-2025	B1-1.1, B1-1.2, B1-1.3 C2-1-2, C2-2-2, C2-2-3, C4-4-3 D5-1.4 Masterplan
Utvikle plan for friluftslivets ferdselsårer	Midtre Hålogaland Friluftsråd , Visit Narvik, kommunene, reiselivsnæringen	2024	C2-1.2
Arbeide for å motivere til økt antall miljømerkede og miljøsertifiserte virksomheter i Narvikregionen	Visit Narvik , kommunene	2022-2025	C4-1-5 Kontinuerlig arbeid
Motivere alle kommunene til å bli Miljøfyrtårnkommuner, og sertifisere egen virksomhet (minimum administrasjonsbygg)	Visit Narvik	2022-2025	C4-1-2 Kontinuerlig arbeid
Tilrettelegge for og motivere medlemsbedriftene i Visit Narvik til å bli miljøsertifisert, herunder konkretisere hvilke miljøsertifiseringsordninger som passer best for de ulike aktørene	Visit Narvik	2022-2025	C4-1-3 Kontinuerlig arbeid
Tilrettelegge for og motivere arrangementer i Narvikregionen til å fokusere på miljø og bærekraft, og bli miljøsertifisert	Visit Narvik , kommunene, arrangører	2022-2025	C4-1-3 Kontinuerlig arbeid
Motivere aktuelle aktører til å søke merking som Olavsrosa, herunder Nordnorsk Fartøyvernssenter og andre	Visit Narvik , kommunene	2022-2025	C4-1-3 Kontinuerlig arbeid
Arbeide for økt bruk av ikke-motorisert ferdsel	Visit Narvik, kommunen, næringen	2024-2027	C3-1.2
Tett samarbeid med Narvik Havn om å innfri cruise-kriteriene ved merking som bærekraftig reisemål i 2025	Visit Narvik , Narvik Havn	2022-2025	KB-C-E
Oppfordre reiselivsbedrifter og besøkende til å foreta lokale innkjøp av produkter, tjenester og opplevelser basert på områdets natur og kultur.	Visit Narvik	2022-2025	E10-3-1 Kontinuerlig arbeid

Helårsbasert reiselivs- og produktutvikling

Tiltak	Ansvarlig og medvirkende	Tidsramme	Relevante indikatorer/strategier
Arbeid med produktutvikling med tanke på eksport - hele året Hensikten med tiltaket er: -Å styrke kompetansen, produktene og markedstilgang for vinterprodukter tilpasset eksportmarkedene i regionen -Legge grunnlaget for helårsturisme og økt omsetning i vinterhalvåret Fokus: smarte og bærekraftige produkter for tilreisende og for lokalbefolkning	Visit Narvik og medlemsbedriftene	2024-2027	Masterplan D7-2.1
Flyruteutvikling. Herunder også etablere bedriftsnettverk og samarbeide med destinasjonsselskapene Lofoten, Vesterålen, Harstad	Visit Narvik og medlemsbedriftene	2024-2027	Masterplan D7-2.1 E9-3.4
Reiselivets utnyttelse av alpin-VM 2029 Hensikt: oppnå maksimal omsetning, utbytte og konvertere mest mulig av økt kjennskap til faktisk bestilte reiser til og i regionen	Visit Narvik, VM-organisasjonen, medlemsbedrifter, NRNF	2024-2027	Masterplan E9-3.4
Attraksjonsutvikling. Hensikt: styrke attraksjonskraften gjennom utvikling av flere attraksjoner, produkter og pakker basert på de tre prioriterte produktkonseptene i hele regionen. Sikre tilgjengelighet, styrket kommersielt samarbeid mellom aktørene	Kommunene, Visit Narvik, medlemsbedrifter	2024-2027	Masterplan E9-3.4
Etterleve MICE-strategi			Masterplan E9-3.4
Jobbe for omforent prismodell på aktiviteter; lavere pris for lokalbefolkning enn turister/tilreisende (bolyst-perspektiv) Kartlegge produsenter og interessenter, og iverksette tiltak for økt bruk og formidling av lokal mat/ drikke	Visit Narvik, Reiseliv/besøksnæringen	2024-2027	D6-1.3
	Futurum, Visit Narvik, Narvikregionens Næringsforening, kommunene	2024-2027	C1-2.3 Kontinuerlig arbeid
Motivere for at flere lokalmatprodusenter registreres på www.lokalmat.no	Futurum, Visit Narvik, Narvikregionens Næringsforening, kommunene	2024-2027	C1-2.2 Kontinuerlig arbeid

Se på mulighet for at flere lokale matprodukter merkes som Spesialitet/Unik smak hos www.norskmatt.no	Futurum , Visit Narvik, Narvikregionens Næringsforening, kommunene	2024-2027	C1-2-3 Kontinuerlig arbeid
Fortsette med tiltak for å redusere matsvinn, f.eks. motivere flere til å ta i bruk «To Good To Go»	Futurum , Visit Narvik, Narvikregionens Næringsforening, kommunene	2024-2027	C4-5.1 Kontinuerlig arbeid
Kartlegge status og iverksette tiltak som bidrar til bedre tilrettelegging av opplevelser og fasiliteter for brukergrupper med særskilte behov	Visit Narvik , kommunene, reiselivs/besøksnæringen	2024-2027	D8-3.1 Kontinuerlig arbeid
Fortsette å arbeide med å tilgjengeliggjøre informasjon om allmenn tilgjengelighet og tilrettelegging for mennesker med særskilte behov på destinasjonsselskapet nettsider og andre relevante flater	Visit Narvik	2024-2027	D8-3.2 Kontinuerlig arbeid
Motivere næringsliv til frivillig søndag- og helligdagsåpne butikker	Visit Narvik , kommunene, reiselivs/besøksnæringen	2024-2027	Kontinuerlig arbeid
Iverksette tiltak fra Risikoanalyse (ROS-analyse) for gjester på reisemålet og ha dialog med beredskapsarbeidet i kommunene: Fall fra fjell (til fots) eller ulykke ved skikjøring i fjellet • Ansvarlig markedsføring av fjellturer, informasjon om anbefalte områder, fjellvettregler • Turistinformasjon i Narvik, Ballangen og Kjøpsvik veileder besøkende • Legge til rette for infrastruktur (parkering, avfallshåndtering og skilting/merking) på turer	Kommunene, offentlig myndighet , Visit Narvik	2024-2027	D8-2 Kontinuerlig arbeid, Visit Narvik har tilrettelagt for ansvarlig markedsføring, har egen strategi på ansvarlig markedsføring
Værfaste turister/gjester i fjellet, eller savnede personer i fjellet (ROS-analyse) • Visit Narvik informerer på sin nettside om hva man bør ta hensyn til før man legger ut på tur • Turistinformasjonen i Narvik, Ballangen og Kjøpsvik veileder besøkende	Kommunene, offentlig myndighet , Visit Narvik	2024-2027	D8-2 Kontinuerlig arbeid, Visit Narvik har utformet regler for besøksvett, ligger på hjemmeside, publiseres i det offisielle reisemagasinet 2025

Kommunene ansvarlig for tilrettelegging av nødvendig infrastruktur for utvalgte turområder			
Ulykke med sykkel (ROS-analyse) - Ansvarlig markedsføring av fjellturer og informere om anbefalte områder - Stedlig skilting på utsatte områder	Kommunene, offentlig myndighet, Visit Narvik	2024-2027	D8-2 Kontinuerlig arbeid,
Ulykke ved bading/svømming/dykking (ROS-analyse) - Sikre redningsbøye på offentlig badeplass – bading og svømming - Merking av vanndybde	Kommunene, offentlig myndighet, Visit Narvik	2024-2027	D8-2
Ulykke ved fjellklatring (ROS-analyse) - Ansvarlig markedsføring av fjellturer og informere om anbefalte områder - Turistinformasjonen i Narvik, Ballangen og Kjøpsvik veileder besøkende	Kommunene, offentlig myndighet, Visit Narvik	2024-2027	D8-2 Kontinuerlig arbeid, Visit Narvik informerer på nettsider
Ulykke ved snøskred (ROS-analyse) - Visit Narvik og kommunene informerer om skredfare i sine kanaler (nettside og SOME). Vise til aktsomhetskart og skredvarsel - Lag saker på FB og Instagram i topptursesong, f.eks. bruke lokale skiambassadører. - Turistinformasjonen i Narvik, Ballangen og Kjøpsvik veileder besøkende	Kommunene, offentlig myndighet, Visit Narvik	2024-2027	D8-2 Kontinuerlig arbeid, Visit Narvik informerer på nettsider og SoMe
Etablere møter, minimum årlig, med representanter for politi og/eller redningstjeneste, lokale helsemyndigheter, kommunens beredskapsansvarlig og destinasjonsselskapet om utfordringer og behov knyttet til reiselivet	Kommunene, Visit Narvik	2024-2027	D8-2.2

Kompetanseheving

Tiltak	Ansvarlig og medvirkende	Tidsramme	Relevante indikatorer
Kartlegge kompetansebehov og lage opplæringsprogram for reiselivsnæringen i et bærekraftperspektiv, samt arbeide for økt jobbkvalitet for ansatte. (Se medlemsundersøkelse)	Visit Narvik , Narvikregionens Næringsforening	2024-2027	D7.2.1
Gjennomføre undersøkelse mot gjester, eiere av «kommersielle» fritidsboliger, innbyggere og medlemsbedrifter annethvert år (min. hvert 3. år)	Visit Narvik	2024-2027	D6-1-1, D8-1-1, se veiledninger Kontinuerlig arbeid
Utarbeide helhetlig risiko- og sårbarhetsanalyse for kartlegging av sårbar natur som må ivaretas i områder hvor det er mye besøk (utbygging-s og utfartsområder som utsiktspunkt, hytteområder, veier og stier)	Visit Narvik, kommunene	2024-2027	C2-2.2
Utarbeide besøksstrategi for verdensarv, nasjonalparker, verneområder og andre besøksmål og attraksjoner.	Kommunene , Visit Narvik	2024-2027	C2-2.3
Motivere til økt rekruttering til Fagskolen i Nordland, Reiselivsfag avd. Narvik	Visit Narvik	2024-2027	D7.1.3 Kontinuerlig arbeid
Motivere til økt antall lærlinger og fagarbeidere hos medlemsbedrifter og reiselivsbedrifter	Visit Narvik	2024-2027	D7.1.1 D7.1.2 Kontinuerlig arbeid
Ta inn lærling hos Visit Narvik	Visit Narvik	2024-2027	D7.1.1

Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid

Tiltak	Ansvarlig og medvirkende	Tidsramme	Relevante indikatorer eller strategier
Etablering av reisemålsledelse/destinasjonsledelse med ansvar for å koordinere arbeidet med reiseliv, og som sikrer langsiktig oppfølging av arbeidet med bærekraftig reisemålsutvikling	Visit Narvik og kommunene	2024	A1-1.1 B1-2.2 Masterplan
Oppfølging av større prosjekter/tiltak for helhetlig utvikling. Hensikten med tiltaket er å sikre en mest mulig helhetlig tilnærming i alle utviklingsprosjektet og tiltak i Narvikregionen	Kommunene, næringsliv, frivillige, lokalbefolkning, Visit Narvik,		Masterplan
Styrket samhandlingsgrad i reiselivet i Narvikregionen. Hensikt: styrke samhandling som grunnlag for bærekraftig vekst og utvikling, skape arena for diskusjon og problemløsning, bringe inn innovasjon, inspirasjon og motivasjon, bygge kunnskap om effektene av en styrket reiselivsutvikling hos politikere og andre som legger føringer for næringsutvikling i regionen.	Reiselivet, kommunene, politikere, NRNF, medlemsbedrifter	2024-2027	Masterplan
Revidere Visit Narviks strategi og utarbeide tiltaksplan i en prosess som involverer aktørene på reisemålet. Aktuelle kriterier fra «Standard for bærekraftig reisemål 3.0» innarbeides i strategien. Ses også opp mot Masterplan	Visit Narvik	2024-2027	B2-1.2 B1-2.2 Ferdigstilles 2024
Prioritere markeditiltak mot reisende som gir stor verdiskaping og lav miljøbelastning	Visit Narvik	2024-2027	B1-3.1 B1-3.2 Kontinuerlig arbeid
Etablere rutiner og iverksette tiltak som sikrer ansvarlig og korrekt markedsføring og god kommunikasjon og formidling av bærekraftbudskap	Visit Narvik	2024-2027	B1-3.1 Kontinuerlig arbeid
Kommunisere bærekraft på Visit Narviks hjemmeside, herunder - Synliggjøre sertifiserte og merkede bedrifter - Informere om allmenn tilgjengelighet - Informere gjester og reiselivsbedrifter om fremtidige klimaendringer, risiko og hensyn relatert til reiseliv	Visit Narvik	2024-2027	C4-1.4 C3-2.3 Kontinuerlig arbeid

Orienter kommunestyrene og medlemsbedriftene i Visit Narvik minimum årlig om status i arbeidet med reiselivsstrategien og arbeidet med bærekraftig reisemålsutvikling	Visit Narvik	2024-2027	B1-2.1 Kontinuerlig arbeid
Orienter øvrig næringsliv samt innbyggere årlig om status i arbeidet med reiselivsstrategien og arbeidet med bærekraftig reisemålsutvikling	Visit Narvik	2024-2027	B1-2.1 Kontinuerlig arbeid
Etablere faste samarbeidsmøter med kommunene	Visit Narvik	2024-2027	B1-1
Orienterer på faste medlemsmøter og orienteringsmøter om bærekraftig reisemålsutvikling, og vise til konkrete tiltak som gjøres regionalt.	Visit Narvik	2024-2027	B1-2.1 Kontinuerlig arbeid
Fremme samarbeid på medlemsmøter: oppfordre til lokalt innkjøp, og samarbeid om opplevelser og produkter, vise til konkrete tiltak andre destinasjoner på medlemsmøter.	Visit Narvik	2024-2027	E10-3 Kontinuerlig arbeid

I tillegg til disse tiltakene, viser vi til Analyse av reiselivet i Narvikregionen og rapporten Ringvirkninger av et Alpin-VM i Narvikregionen utført av Menon våren 2022. Begge rapportene peker på potensialet for vekst. Tiltakene i den reviderte Masterplanen for Narvik som ble lansert i januar 2024, er revidert inn i tiltaksdelen i denne handlingsplanen, og merket med «Masterplan». For å utløse potensialet kreves det koordinert og målrettet innsats, samt god organisering og samarbeid for å være en konkurransedyktig destinasjon.

Visit Narvik, mai 2024

Ann-Hege Lund
prosjektleder