

REISELIV2X: Nasjonal strategi gir muligheter!

BUDSKAP

Fellesforbundet, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, LO, Norsk Reiseliv, Norske reiselivsforskere¹, Innovative Opplevelser og Innovasjon Norge er opptatte av at vi som samfunn lykkes med å videreutvikle Norge til å bli det ledende reisemålet i verden for opplevelsesbasert reiseliv. En REISELIV2X-prosess vil være avgjørende for at Norge skal ta et nødvendig lederskap for en bærekraftig utvikling av reiselivet. En 2X-prosess vil styrkes hvis aktørene stiller seg bak felles strategiske mål og tiltak, og at krefter fra universitets- og utdanningssystemet, virkemiddelapparatet og offentlige myndigheter mobiliseres bredt.

INNLEDNING

Reiselivsnæringen både i Norge og internasjonalt er i rask vekst, samtidig må næringen håndtere radikale endringer forårsaket av ny teknologi (digitalisering), nye markeder (f. eks. det kinesiske), endringer i turistenes adferd og etterspørsel (aktive opplevelser, mat og kultur), økt konkurranse, påvirkningen fra delingsøkonomien og behovet for mer bærekraftig utvikling. For å nå opp i konkurransen må reiselivsbedriftene være ytterst innovative, de må utvikle nye høykvalitetsprodukter med gode marginer - som møter turistenes krav og etterspørsel. Reiselivsnæringen er inne i en transformasjon fra å være en råvareleverandør av overnatting, transport, servering og aktiviteter til å bli en opplevelsesbasert næring. Opplevelsesbasert reiseliv bygger på naturgitte og kulturgitte ressurser. Med Norges unike natur- og kulturbaserte ressursgrunnlag har vi gode muligheter til å lykkes med å produsere opplevelser i verdensklassen og tiltrekke oss kjøpesterke utenlandske målgrupper.

I melding til Stortinget 19 (2016-2017) «Opplev Norge – unikt og eventyrlig» trekker Regjeringen frem viktigheten av en bærekraftig og kunnskapsbasert utvikling av reiselivet i Norge. Betydningen av og behovet for kunnskapsbasert utvikling, forskning og utvikling understrekes og det slås fast: at midler til næringsrettet forskning skal prioriteres (s: 6), at kunnskap og kompetanse er viktig for reiselivsnæringen, at dette kan tilføres reiselivsnæringen gjennom FoU (S: 8) og at «Regjeringen vil videreføre en særskilt forskning på reiseliv, ut fra kunnskapsbehov definert av næringen selv (s: 8, 101). Viktigheten av at den erfaringsbaserte kompetansen og den forskningsbaserte kunnskapen kombineres påpekes også (s: 89).

Dette følges opp i Innst. 324 S (2016–2017) til Stortinget fra næringskomiteen om reiselivsmeldingen som fastslår at "forskningsbasert kunnskap må ligge til grunn for utviklingen av reiselivet", Videre peker komiteens flertall på at forskningen i reiselivet bør styrkes og at det bør satses på å utvikle en nasjonal strategi for reiselivet, egne forskningsprogram og tilpassede forskningsvirkemidler, samt styrke innovasjonssystemet ved å utvikle kunnskapsformidlingskanaler. Regjeringen, gjennom stortingsmeldingen og stortinget gjennom behandlingen i komiteen og stortinget, åpner dermed i betydelig grad opp for å kunne arbeide for å få til en viktig og nødvendig satsing på FoU og innovasjon for reiselivsnæringen.

Fellesforbundet, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, LO, Norsk Reiseliv, Norske reiselivsforskere, Innovative Opplevelser og Innovasjon Norge mener det er viktig at Regjeringen så raskt som mulig setter i gang en egen strategi 2X-prosess for reiselivsområdet, kalt REISELIV2X. Arbeidet må ledes av en sterk faglig enhet/styre utnevnt av departementet, og støttes av et sekretariat.

Proessen skal bidra med strategiske råd og anbefalinger til myndighetene om innretningen på forskning, utviklings- og kompetansepolitikken. REISELIV2X skal bidra til en helhetlig og samlende strategi på tvers av

¹ De som var med å etablere nettverket Norske reiselivsforskere kommer fra de fleste institusjonene som forsker innenfor reiselivsområdet, dvs.: Nord universitet, Nordlandsforskning, Universitetet i Stavanger, Agderforskning, Vestlandsforskning, Høgskolen i Innlandet, Universitetet i Sørøst-Norge, Handelshøyskolen BI, TØI Transportøkonomisk institutt, Høgskolen i Innlandet, NIBIO Norsk institutt for bioøkonomi, NMBU Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, UiT Norges arktiske universitet.

bransjer og næringer innen reiseliv og opplevelser, der aktørene gjennom involvering stiller seg bak felles strategiske mål og tiltak. Denne strategien skal være en del av grunnlaget for prioritering av statens forskningsmidler mot en bærekraftig opplevelsesdrevet reiselivsutvikling.

BAKGRUNN

Global vekstnæring

Reiselivsnæringen er en global vekstnæring hvor UNWTO predikerer 80 prosent vekst frem mot 2030 og framskrivninger av Euromonitors tall tilsier en vekst på 30 prosent i antall ankomster til Norge i 2025.

Turistene søker i økende grad unike opplevelser, og segmentet "adventure travel" har på kort tid vokst fra 10 prosent til 20 prosent av den internasjonale turismen (Euromonitor, 2016), opplevelsesintensive kortferier ("micro-adventures") er en av de sterkeste voksende trendene. Kultur og måltidsturisme øker også globalt (OECD, 2014; Reisepuls 2017) og nasjonalt (Meld. St. nr 19 (2016-2017)). Økt etterspørsel etter aktive og unike opplevelser i autentiske omgivelser indikerer at potensialet for vekst i Norge. Norge har et meget godt omdømme på en rekke områder («Nation Brands Index»), men norsk moderne kultur, kulturarv, byer og historiske bygninger er ukjent for veldig mange. Vakker natur er et godt utgangspunkt, men det er ikke nok for svært mange av dagens turister som ønsker seg varierte opplevelser i levende samfunn. Samtidig ser vi på tvers av mange undersøkelser at det er en stor interesse for Norge som reisemål. Norge rangeres høyt på listen over land mange vurderer å reise til, men vi må fortsatt bli bedre til å utløse denne reiselysten slik at den understøtter utviklingen av et bærekraftig, helårig og lønnsomt reiseliv i Norge.

Sentral næring for omstilling og «grønt skifte»

Reiseliv er en viktig internasjonal næring i omstillingen av norsk næringsliv og næringen har klart potensial og interesse av å være en sentral del av «det grønne skiftet» der utviklingen i næringen må bidra til et mer klima- og miljøvennlig samfunn. Samtidig har Norge et svært godt omdømme som et land som er ledende innenfor bærekraft. Det skaper forventninger til opplevelsene og forventninger til at møtet med Norge står i forhold til vårt internasjonale omdømme på dette området.

Utviklingen internasjonalt går raskt, og dersom Norge fremdeles skal være en ledende nasjon innenfor bærekraft må det settes inn aktive tiltak som bidrar til en bærekraftig utvikling av reiselivsnæringen. Å styrke bærekraften i reiselivet gir en miljø- og klimavennlig utvikling i tillegg til en helhetlig utvikling av de faktorene reiselivet er helt avhengig av; tilgang til og ansvarlig bruk av natur, kultur, lokalsamfunn, infrastruktur, lokal verdiskaping og en grønnere samferdsel og kollektivtransport. Slik er reiselivet en sentral næring i omstillingen av Norge, den tar landet i bruk og gir grunnlag for en distribuert verdiskaping over hele landet.

Mer kunnskap og økt innovasjonsevne og -kapasitet må til

Norge kan 'levere' naturnære aktiviteter, kultur, lokal mat og lokalt levesett. Det anslås at sektoren vil kunne bidra til økonomisk og sosial utvikling, kulturell bevaring og revitalisering av steder (UNWTO, 2016). For å ta del i utviklingen er det avgjørende at næringen videreutvikler sin egen kunnskapsplattform og styrker sin innovasjonsevne. Reiseliv- og kultur-næringene er sammensatt av flere sektorer og delsektorer, de har heterogene utdanningsnivå og både små og store bedrifter er representert. Det er lite tradisjon for forskningsbasert innovasjon, men som i alle andre sektorer trengs forskningsbasert kunnskap for å lykkes med innovasjon. Tradisjonell kompetanseutvikling kan endre praksis, men samhandling og konkrete erfaringer ved felles forsknings- og innovasjonsprosjekter vil bidra til ønskede endringer.

Reiselivsnæringen består av mange og små aktører med vidt forskjellige oppgaver og ulike perspektiv.

Transport-, overnatting-, servering-, formidlingsbedrifter, samt aktører som tilbyr ulike former for attraksjoner og aktiviteter er alle viktige deler av reiselivsnæringen. Det norske reiselivsproduktet blitt vesentlig styrket de siste årene som følge av høy grad av:

1. Innovasjon og økt bredde i opplevelsesnæringen
2. Nye, innovative og spesialiserte overnattingsformer
3. Økt kvalitet og variasjon i serveringsbransjen

4. Digitale revolusjonen i formidling og selvbetjente løsninger

Så langt i arbeidet er følgende foreløpige innsatsområder for en REISELIV2X identifisert som kan øke mulighetene for utvikling av en bærekraftig og lønnsom reiselivsnæring ut i fra et bedrifts-/næringsperspektiv og handler slik vi ser det om *evne og kapasitet til*:

1. å realisere potensialene - innovasjon, kommersielle leveranser, lønnsomme virksomheter
2. fornyelse og omstilling - i sammenheng med digitalisering, markedsendringer, mm
3. å håndtere vekst -/rammebetingelser, besøks- og attraksjonsforvaltning, fellesgoder, bærekraft
4. nisjesegmentering og bedre verktøy for å sikre god match mellom kunde og destinasjon/produkt.
5. økt forskningsbasert og systematisk innovasjon - herunder metodikk for testinger, innovasjonslab mm.
6. økt innovasjon og verdiskaping på tvers av næringer, og dokumentering av mere holistisk verdiskaping
7. økt profesjonalisering, kvalitet og kvalitetssikring.

Fellesforbundet, Virke Reise Norge, NHO Reiseliv, LO, Norsk Reiseliv, Norske reiselivsforskere, Innovative Opplevelser og Innovasjon Norge mener at dette dreier seg om å foredle ressursene til autentiske og meningsfulle opplevelser for gjesten på en verdiskapende måte. Dette krever samarbeid/samskaping og aktiv deltakelse fra gjestens side. Kursendringen krever en annen type kunnskap og en høyere innovasjonsgrad enn den vi kjenner fra den tradisjonelle reiselivsutviklingen.

