



BARDU KOMMUNE

NÆRINGSLIV OG REISELIV  
Publiseres på kommunens webside

Vår ref. Saksnr.-løpenr. 16/347-17/834-32 Oppgis ved alle henv.	Vår dato 04.02.2017	Arkivkode U01	Avd/Saksb RÅDMANN/LEKVE	Deres ref.
--	------------------------	------------------	----------------------------	------------

## HØRING – SAMARBID VIDERE MED DESTINASJONSSKAPET VISIT NARVIK

Bardu Kommune legger herved ut på åpen høring sak om hvordan reiselivsnæringen i samarbeid med kommunen skal, eller ikke skal samhandle med destinasjonsselskapet Visit Narvik i fremtiden.

I høringsdokumentet nedenfor angir vi flere alternativer (A-D). Disse ønsker kommunen å få innspill på fra alle de som har meninger og innspill i saken. Høringsfristen settes til 27.2.2017 kl 12.00. Vi ber alle som har innspill om å sende disse til [postmottak@bardu.kommune.no](mailto:postmottak@bardu.kommune.no) innen høringsfristens uløp. Husk å merke innspillet med saksnummer 16/347.

Alle innspill som Bardu Kommune mottar innen dette tidspunktet vil bli tatt med til politisk behandling av saken i formannskapet og kommunestyret i perioden mars-april 2017.

Spørsmål i saken kan rettes til kommunens næringssjef på telefon 900 36666 eller på e-post til [lennarth.kvernmo@bardu.kommune.no](mailto:lennarth.kvernmo@bardu.kommune.no)

Håvard Gangsås  
rådmann

Lennarth Kvernmo  
næringssjef

*Dokumentet er elektronisk godkjent og har derfor ikke håndskrevne signaturer.*

### Vedlegg:

- Dette høringsbrevet.
- Møtereferat 16.1.2017 inkludert Informasjon fra Lena Nøstdahl i Nord Norsk Reiseliv og A.Os i Reistadløpet.
- Presentasjon Polar Park i møtet 16.1.2017
- Presentasjon Visit Narvik 16.1.2017.
- Forslag utkast til kommuneavtale, knyttet til alternativ c - kommuneavtale
- Invitasjon til kommuneavtale Visit Narvik, knyttet til alternativ c - kommuneavtale
- Markedsavtale knyttet til alternativ d – eierskap.

### Rådmannen

Bardu kommune, postboks 401, 9365 Bardu  
Altevannsveien 16, 9360 Bardu  
Org.nr. NO 864 993 982  
Telefon: 77 18 52 00 (sentralbord)  
Telefaks: 77 18 52 01  
[www.bardu.kommune.no](http://www.bardu.kommune.no)  
E-post: [postmottak@bardu.kommune.no](mailto:postmottak@bardu.kommune.no)  
Bankgiro: 4770 07 00131 Konto for skatt 6345 0619223

## **BAKGRUNN OG FORMÅL**

Reiselivsnæringen har gjennom det tidligere aktive Visit Bardu SA involvert Bardu Kommune i en felles prosess for å dekke næringens behov for ulike utviklingstiltak. Målet var at Bardu og produktene til næringen ble godt markedsført i reiselivsmarkedene i.h.h.t nasjonal reiselivsstrategi. Dette medførte at Bardu Kommune i samarbeid med reiselivsnæringen signerte en kommuneavtale med destinasjonsselskapet Visit Narvik i mars 2015.

### Hva er et destinasjonsselskap?

Definisjonen på et destinasjonsselskap er et uavhengig selskap som kan bestå av et spleiselag mellom næringen og det offentlige i en region. Aktørene samarbeider om å markedsføre alt som utgjør et reisemål innenfor regionen. Målet med dette arbeidet er at flest mulig turister skal besøke regionen. Produktene som markedsføres utgjør alt fra attraksjoner, aktiviteter, overnatting, mat, kultur, transport, handelstilbud m. m. I Norge bidrar normalt reiselivsnæringen og offentlige aktører i samarbeid med å utvikle og drifte destinasjonsselskapet. Men også handels- og servicenæringen og annet næringsliv som direkte eller indirekte har nytte av at reiselivsnæringen bidrar til økt besøk inn til regionen, kan være medlem. Dersom destinasjonsselskapet skal være i stand til å fungere optimalt, så må selskapet finansieres tilstrekkelig.

### Eksisterende avtale mellom Bardu Kommune og Visit Narvik.

Visit Narvik er et destinasjonsselskap som reiselivsnæringen i Bardu har utpekt som sin naturlige samarbeidspartner til markedsføring og salg av næringens produkter. I valget av Visit Narvik som ble gjort i forkant av signering av pilotavtalen, så vektla næringen i Bardu destinasjonsselskapets satsning på regionen og spesielt de mindre aktørene som viktig.

Avtalen med Visit Narvik var organisert som en pilotavtale som kostet kommunen 75.000 kroner for 1 år. Piloten har gitt aktørene i næringen lavere medlemsavgifter, tilgang til salgs- og markedsføringsverktøy (online bookingløsninger, presse og medieomtale, oppføring i reiselivskataloger og nettsideoppføring). Visit Narvik presenterer også aktørene i Bardu på nasjonale og internasjonale reiselivsmesser. Bardu Kommune har også nytt godt av avtalen. Enhet næring får tilgjengeliggjort kunnskap om reiselivsfaget i spørsmål som relatertes til å utrede søknader om tilskudd. Bardu Kommune har også hatt muligheten til å få hjelp til å markedsføre selve kommunen. Det siste har vi utnyttet i liten grad. Målet med pilotavtalen og samarbeidet med Visit Narvik har hele tiden vært å tiltrekke flere turister til Bardu og Narvikregionen.

Pilot avtalen er nå gått ut og reiselivsnæringen har i regi av Dialogen bedt Bardu Kommune om bistand til å evaluere pilot avtalen. Målsettingen med evalueringsarbeidet er å finne en løsning som kan fungere optimalt for videre utvikling og fortsatt god markedsføring og salg av reiselivsnæringen i Bardu.

## Evalueringsarbeidet av pilotavtalen

Bardu Kommune og reiselivsaktørene representert i nettverket dialogen ([www.dialogenbardu.no](http://www.dialogenbardu.no)), avholdt et åpent møte 16.1.2017.

Første del av møtet gikk på å diskutere erfaringene fra pilotavtalen. Som det fremgår av det vedlagte møtereferatet 16.1.17, så uttaler næringen selv følgende.

*Tidligere styreleder i Visit Bardu, Kjell Hanstad*

«Visit Bardu SA hadde ingen økonomi til å videreføres og måtte derfor legges ned».

«Næringen i Bardu har et sterkt behov for å knytte seg til Visit Narvik for fremtiden, dette for å ivareta markedsføring».

*Daglig leder i Polar Park, Heinz Strathmann.*

«Visit Narvik er nært og i sterk utvikling og har stor nærhet til det svenske markedet». «Narvik ønsker oss».

«Narvik er gode på presseturer og gir god pressedekning». «Svært positivt med turistbussruten som Narvik og Tromsø har vært pådrivere for å få til».

*Asgeir Blixgård, Forvaltningsleder i Rohkunborri Nasjonalpark*

«Vi legger til rette for økt grensepassering for turister fra Abisko. Årlig er det 25.000 turister som stopper i Abisko, disse må gjerne gå videre innom Rohkunborri Nasjonalpark».

*Næringen generelt fra møtet.*

Næringen er innstilt på å delta i et koordinert og organisert markedsførings og salgsarbeid gjennom Visit Narvik. Men næringen trenger hjelp fra kommunen fordi tjenestene ellers vil bli svært kostbare.

I etterkant av møtet har vi også fått ytterligere innspill i saken.

*Bjørn-Tore Furuly i Furuly Turbuss AS*

«for næringen er det helt avgjørende at Bardu Kommune bistår næringen og går inn på eiersiden i Visit Narvik. Dette vil sikre styring og nødvendig påvirkning for fremtidig utvikling av næringen». «Det er viktig at det tenkes langsiktig i markedsføringsarbeidet av reiselivet». «Bardu rykker nærmere Narvik når brua kommer, det må vi utnytte». «Furuly Turbuss støtter alternativ D».

*Jan Haus, daglig leder i Bardu Huskylodge*

«Vi støtter alternativ C». «Det ville vært interessant for oss å vurdere medlemskap i Visit Narvik m.h.t våre overnattingstilbud». «Prisen for medlemskapet selv med kommuneavtalen er for mye for oss».

*Kjell Hanstad, Daglig leder Fjellguiden Altevatn AS*

«Vi støtter alternativ D. Dette ville være økonomisk overkommelig for mindre reiselivsbedrifter og gi gode tjenester på markedsføring og kompetanseheving. Det tar også lang tid å bygge opp egen markedsføring i et krevende internasjonalt marked. Ved å ta i bruk Visit Narvik vil vi kunne gjøre markedsføringsarbeidet lettere, kompetansen blir dessuten også beholdt i Bardu Kommune og hos den enkelte bedrift. Polar Park som den største reiselivsbedriften kommunen har trenger også supplerende tilbud fra næringen for å tiltrekke enda flere kunder».

*Asgeir Blixgård, leder Rohkunborri Nasjonalpark*

«Vi er usikre på om dette med destinasjonsselskap og tilknytning er noe nasjonalparkstyret skal ta stilling til. Styret har imidlertid forventninger på seg i forhold til å bidra til økt verdiskapning og næringsutvikling lokalt. En tilknytning til Visit Narvik vil i så måte oppfattes som positivt».

Del 2 fokuserte på hva Visit Narvik kan tilby næringen i Bardu videre.

### Hvem er reiselivsnæringen i Bardu?

Reiselivsnæringen i Bardu teller ca 30 aktører. Det er stor forskjell mellom de som driver stort slik som f.eks. Polar Park og Huskyfarm Inset mot de som driver i mindre målestokk. Møtet 16.1.2017 og samtaler kommunen fortløpende har med næringen, viser at behovet for bistand til gjennomføring av tiltak (markedsføring og kompetanseheving) av næringen i Bardu er særdeles viktig. Næringen signaliserer behov for å bygge allianser og nettverk regionalt i en «sterk» struktur som et destinasjonsselskap kan tilby. Således ønsker næringen å posisjonere seg for økningen som nå skjer bl.a innenfor vinterturisme (nordlys).

Bardu Kommune selv har aksjer i Polar Park AS og Reistadløpet AS. Begge aktørene har en pågående satsning innenfor sine segmenter.

Polar Park går bra om dagen og i utviklingsprosjektet «økt attraksjonskraft» er det konkrete planer for utvidelser hvor markeds kunnskap er et av flere viktige elementer i videre planlegging for å lykkes.

Reistadløpet AS etablerer seg fra 2017 i verdenscupen for langløp (ski-classics). Dette er nytt for Reistadløpet AS. DL i Reistadløpet synliggjør også et behov for markeds kunnskap og samarbeid med destinasjonsselskaper og reiselivsnæringen som viktig suksess for å utvikle Reistadløpet videre.

Det finnes noe statistikk som kan være relevant å bruke i tilknytning til saken. Utfordringen er at det er små og variable forhold. Men vi har tatt med noe av det statistiske grunnlaget vi finner.

*Næringsstruktur. Antall sysselsatte (bedrifter) etter detaljert næringsområde 2008-2015.  
Andel sysselsatte/(antall bedrifter).*

<b>Næring</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Overnatting	16	16 (3)	14 (3)	17 (3)	19 (4)	17 (4)	29 (5)	21 (5)
Servering	28	27 (4)	35 (7)	30 (7)	37 (7)	38 (8)	48 (9)	28 (10)
Reisebyråer og reisearrangører	4	2 (5)	6 (4)	6 (9)	4 (10)	4 (6)	2 (5)	1 (6)
<b>TOTALT</b>	<b>48</b>	<b>45 (12)</b>	<b>55 (14)</b>	<b>53 (19)</b>	<b>60 (21)</b>	<b>59 (18)</b>	<b>79 (19)</b>	<b>50 (21)</b>
Andel sysselsatte (bedrifter) i Bardu	1947	1896 (345)	1891 (342)	1883 (423)	1872 (437)	1935 (520)	1979 (518)	1937 (511)
Prosentvis andel sysselsatte (bedrifter i «turismen» av totalt andel sysselsatte (bedrifter) i bardu.	2,4	2,3 (3,4)	2,9 (4,09)	2,8 (4,4)	3,2 (4,8)	3,04 (3,4)	3,9 (3,6)	2,58 (4,10)

### *Statistikk fra Arena Lønnsomme Vinteropplevelser*

AL er en klynge som fokuserer på å løse utfordringene den enkelte bedrift innenfor reiselivsbransjen ikke klarer å løse på egenhånd knyttet til vinterturismen. Dette gjelder innenfor kompetanse, internasjonalisering, kvalitet og innovasjon. Klyngen har hatt arena status og gjort banebrytende arbeid innenfor bl.a vinterturismen ved å få klyngen til å dele på kunder, kunnskap gjennom samhandling i kommersielle prosesser. Klyngen består av nærmere 75 bedrifter og lager også produkter i fellesskap. AL har også gjort vinterturismen synlig i Nord Norge. De opplyser på sine nettsider følgende.

Fra 2008 og frem til i dag har det vært en økning fra ca 48.000 til 231.000 utenlandske gjestedøgn i Nord Norge. Tromsø har hatt den største økningen med 618 % i 2016 i forhold til 2006. Den tradisjonelle nordlysturisten reiser to og to. Bare 6 % av de reisende reiser med barn. Gjennomsnittsalder er 44 år (nasjonalt) og 54 år (internasjonale gjester). Gjestene kommer fra Storbritannia (25 %), Asia (10 %), Tyskland (9 %). AL anslår direkte og indirekte omsetning av vinterturismen sist år var på nærmere 400 millioner kroner. I tillegg kommer omsetning knyttet til fisketurisme og hurtigruten.

I gjennomsnitt anslår AL at turisten per døgn bruker ca 1.050 kroner på aktiviteter og opplevelser, 743 på overnatting, 375 på bespisning og 275 på andre attraksjoner, transfer og shopping. Dette gir et totalforbruk per nordlysturist på 2.443 kroner per døgn. Gjennomsnittlig opphold er 3 døgn.

AL anslår at potensialet for Nordlysturismen til Nord Nore fra Storbritannia, Japan og Tyskland til å være ca 7,4 millioner personer som ønsker å besøke landsdelen for å oppleve Nordlyset.

### **ALTERNATIVER FOR SAMARBEID MED DESTINASJONSSELSKAPET**

Reiselivsnæringen i Nord-Norge vokser. Om reiselivsnæringen og indirekte handels- og servicenæringen ønsker at flere turister skal komme til vår kommune avhenger av næringens vilje og innsats til å satse.

Næringen og kommunens åpne møte om saken den 16.1.2017 konkluderte med at næringen signaliserer ønske om videre tilretteleggende bistand fra kommunen i arbeidet videre med å utvikle reiselivsnæringen. Næringen selv konkluderte i stor grad med at samhandlingen videre bør skje mot Visit Narvik og «narvikregionen». Flere av deltakerne antydte alternativ «D» som en ønsket løsning.

Vedlagt følger en nærmere beskrivelse av de ulike alternativene for samarbeid (eller ikke samarbeid) med Visit Narvik videre.

## **A. Reiselivsnæringen og kommunen stanser samarbeidet med Visit Narvik**

Eksisterende pilot kommuneavtale mellom Bardu Kommune og Visit Narvik fornyes ikke. Det betyr i praksis at reiselivsnæringen selv må selv ta aktiv del i samarbeidet med destinasjonsleddet for å utnytte fordelene en samhandling med destinasjonsselskapet kan gi.

### **Fordeler**

Det medfører ingen økonomiske forpliktelser (kostnadseffektivt) for kommunen. Næringen blir selvstendiggjort og dermed også beviste på egne behov, utviklingssituasjon og muligheter.

### **Ulemper**

Næringen har selv ingen klare planer for hvordan den ser for seg å innhente tilstrekkelig og nødvendig markedskunnskap om kunder, trender osv?

Næringen har ingen planer for å være i «front» på kunnskap om markedstrender og kunden.

Næringen har heller ingen klar strategi for hvordan den kan samhandle koordinert med regionens næring? Hvem gjør hvilke oppgaver?

Bardu Kommune ved enhet næring må vurdere andre tiltak for å sikre tilgang til nødvendig kunnskap om reiselivsfaglige spørsmål knyttet til næringen.

Dersom reiselivsnæringen og Bardu Kommune ønsker å utnytte kunnskap, kompetanse og verktøy som ligger i et destinasjonsselskap, så vil alternativet sørge for at næringsaktørene får et kostbart for medlemskap for opp mot 50-70 % av reiselivsaktørene i Bardu, dvs 15 – 20 aktører.

Markedskunnskapen (kompetansen) til å ivareta Bardu Kommune sine investeringer i Reistadløpet AS (12 % aksjer) og Polar Park (18 % aksjer) blir ikke ivaretatt på en tilstrekkelig måte.

Bardu Kommune må i enkeltsaker «kjøpe» tilgangen til kunnskap i utviklingsrelaterte spørsmål for reiselivsnæringen.

Resultat og markedsorientering nettverks og relasjonsbygging mellom «de som lykkes» og de som er «på tur å bygge seg opp» innenfor reiselivsnæringen i Bardu svekkes. Dette fordi man ikke har «naturlige» arenaer, nettverk å arbeide i.

Hverken næringen selv, eller Bardu Kommune bidrar til å styrke næringen innenfor en region.

## **B. Reiselivsnæringen i Bardu samarbeider i enkeltprosjekter med Visit Narvik.**

Primært kan dette skje gjennom at partene etablerer et forpliktende samarbeid i utviklingsprosjekter i form av en samarbeidsavtale eller organisering av en felles enhet. Dette kan skje mellom næringen og VN direkte eller i samarbeid med Bardu Kommune. Målsettingen relateres til å dekke fortløpende behov som næringen i Bardu har.

- a. Næringen og kommunen må bidra felles i de prosjektene som næringen mener har en verdi og dekker egne behov for markedsføring- salg og utvikling.
- b. Økonomisk bidrag må sees i sammenheng med prosjektets størrelse, kostnader etc.

### **Fordeler**

Næringen viser noe interesse, engasjement ved å synliggjøre egne behov for utviklingsarbeid i egen næring samt etablere egne tiltak for å få dekket eget behov i samarbeid med destinasjonen og reiselivsnæringen regionalt.

Enklere å dekke næringens enkelt behov (eks. behov for kompetanse).

### **Ulemper**

Løsningen preges av lite kontinuitet og dermed en utilstrekkelig og manglende struktur og tiltak for å nå langsiktig mål med økt verdiskapning i lokal reiselivsnæring gjennom flere tilreisende. .

Alternativet krever tilgjengelig risikovillig kapital. For øyeblikket finnes denne ikke i tilstrekkelig grad i Bardu. Det må etableres flere markedsorienterte reiselivsprodukter som fungerer i næringen og som lykkes i markedet. Da kan det bli muligheter for at risikovillig kapital finner det interessant å investere i reiselivsnæringen i Bardu.

Næringen og Bardu Kommune får ikke fullt ut operativ og strategisk tilgang til Visit Narvik sine kunnskaper og verktøy.

Bardu Kommune må i enkeltsaker «kjøpe» tilgangen til kunnskap i utviklingsrelaterte spørsmål for reiselivsnæringen.

Markedskunnskapen (kompetansen) til å ivareta Bardu Kommune sine investeringer i Reistadløpet AS (12 % aksjer) og Polar Park (18 % aksjer) ivaretas ikke.

### **C. Reiselivsnæringen i Bardu ber Bardu Kommune om å tilslutte seg Visit Narvik sitt «konsept kommuneavtale».**

Bardu Kommune har fått et nytt ordinært tilbud på «kommuneavtale» fra Visit Narvik.

Strategisk Næringsplan i Bardu Kommune peker på at reiseliv er noe kommunen skal satse på i fremtiden.

Dersom næringen mener det er viktig at kommunen bidrar i dette alternativet, så må det etableres økonomisk handlingsrom i kommunen for å realisere. I praksis betyr dette at rådmannen må konsulteres og saken må politisk behandles i Bardu Kommunes formannskap.

Tilbudet fra Visit Narvik i konsept «kommuneavtale» er som følger

- a. Avgift til destinasjonsselskapet i kommuneavtalen som må betales av Bardu Kommune (dekker 30 % av kontingenten for medl. bedriften).  
2017 kroner 150.000  
2018 kroner 168.750  
2019 kroner 187.481

- b. Medlemskap per aktivitetsbedrift, attraksjoner, transportbedrifter og andre reiselivsbedrifter. (trekk 30 % av på oppgitte pris nedenfor)

<b>Årsverk</b>	<b>Normal avgift</b>	<b>Pris i kommuneavtale</b>
0-1 årsverk	10.000 per år	(rabattert 7.000 per år)
2-5 årsverk	15.000 per år	(rabattert 10.500 per år)
6-10 årsverk	50.000 per år	(rabattert 35.000 per år)
10 årsverk +	100 000 per år.	(rabattert 70.000 per år)

- c. Medlemskap per overnattingsbedrift.

<b>Årsverk</b>	<b>Normal avgift</b>	<b>Pris i kommuneavtale</b>
0-40 senger	25.000 per år	(rabattert 17.500 per år)
41-70 senger	50.000 per år	(rabattert 35.000 per år)
71-110 senger	75.000 per år	(rabattert 52.500 per år)
over 110 senger	100.000 per år	(rabattert 70.000 per år)

Se vedlagte forslag til kommuneavtale for detaljer.



## **Fordeler**

Næringen viser stor interesse for å være med i utvikling og utforming av egen reiselivsnæring i Bardu. Næringen tar aktiv del i hvordan de ønsker at tiltak knyttet til markedsføring- salg og utvikling av næringen i Bardu og regionen skal skje.

Det gis konkrete økonomiske medlemsfordeler for næringen og kommunen knyttet til salg- markedsførings og utviklingstiltak.

Næringen kan selv etablere ordningen, Men dersom Bardu Kommune blir bedt om å bidra økonomisk med en større andel, så må avtalen konkurranse utsettes (anbud).

Bardu Kommune får tilgang på egen markedsføringshjelp og faglig bistand og rådgivning knyttet til reiselivsutvikling og reiselivsfaglig kompetanse. Mao ivaretas Bardu Kommunes egne investeringer i Polar Park og Reistadløpet.

Næringen og Bardu Kommune får ellers fullt ut operativ tilgang til destinasjonsselskapets sine kunnskaper og verktøy for effektiv markedsføring, salg av lokal næring og kommune. I tillegg blir vi en del av et større regionalt nettverk.

## **Ulemper**

I den grad det kan være en ulempe, så har både næringen og Bardu Kommune etablert god kjennskap og nettverk til Visit Narvik gjennom arbeidet med Polar Park og Reistadløpet. Et anbud vil kunne virke mot sin hensikt da kommunen i slike tilfeller må følge regelverket for anskaffelser og dermed kan ende med å måtte starte en ny prosess mot nytt destinasjonsselskap.

**D. Reiselivsnæringen selv initierer forespørsel om eierskap i Visit Narvik. Alternativt at Bardu Kommune engasjeres for å etablere eierskap i destinasjonsselskapet.**

Næringen kan selv fritt forespørre Visit Narvik om eierskap i destinasjonsselskapet. Alternativt kan Bardu Kommune på oppdrag fra lokal reiselivsnæring etablere dette.

Bardu Kommune har i forkant av siste møte og nå i etterkant av møtet hatt dialog med kontaktperson for dagens aksjonærer i Visit Narvik mtp et fremtidig eierskap.

Bardu Kommune har muligheten til å finansiere dette med midler fra tidligere aksjesalg.

Forskjellen på eierskap og kommuneavtale er at et eierskap gir oss som aksjonærer aktiv og direkte påvirkning i drifts-, utviklings- og strategirelatert arbeid sammen med dagens og fremtidig aksjonærer.

En kommuneavtale som er skissert i pkt c vil gi kommunen og næringen påvirkningskraft som en ordinær kunde som kjøper en vare/tjeneste. Vi vil i en kommuneavtale ha indirekte påvirkning på drifts-, utviklings- og strategirelatert arbeid internt i selskapet.

Tilbudet fra Visit Narvik mht eierskapsmodell er så langt avklart til å omhandle følgende:

- a. 500 aksjer til en stk pris på 1.000 kroner per aksje. Tilsvare kroner 500.000 og ca 7 % eierskap.
- b. Som deleier i Visit Narvik får reiselivsnæringen og Bardu Kommune tilgang til følgende medlemsfordeler og forpliktelser:

<b>Medlemskap i Visit Narvik, per bedrift</b>	<b>ord pris</b>	<b>pris bardu</b>
Grunnmedlemskap	se pkt c	5.000
Digital produktpresentasjon på Visit Narvik og Visit Norway sine nettsider.	7.500	4.000
Oppføring i sommer- og vinterbrosjyrer (1 side hver)	6.000	3.000
Totalpakke web og brosjyrer	9.500	5.000

Se vedlagte markedsavtale fra Visit Narvik for detaljer.

I dialogen med aksjonærene i Visit Narvik er man enige om følgende prinsipper:

*Bardu Kommune må behandle saken politisk både i formannskapet og i kommunestyret. Et eierskap må være tuftet på at reiselivsnæringen ser et behov for og trenger kommunens støtte for å etablere et slikt eierskap.*

*Bardu Kommune betaler kroner 0,- de første 2 årene etter eierskap etableres.*

*«I tiden fra eierskap inngås og frem til og med år 2 starter har aksjonærene en målsetting om å få implementert en økonomisk og bærekraftig avtale i samarbeid med reiselivsnæringen som styrker virksomheten til Visit Narvik og reiselivsnæringen».*

*I dialogen har man blitt enige om noen hovedprinsipper knyttet til dette.*

- 1. Aksjonærene skal arbeide for at reiselivsnæringen selv kan bidra mer fra år til år i drift og utvikling av destinasjonsselskapet.*
- 2. Bardu Kommune bidrar med midler til utviklingsrettede tiltak (innovasjonsarbeid) fra og med år 3 i samspillet mellom Visit Narvik, reiselivsnæringen og nåværende/fremtidige aksjonærer.*
- 3. Utviklingsrettede tiltak kan i denne sammenhengen relateres til f.eks. Utredning og mulig etablering av incoming operatør for satsning på fremtidig arrangementsturisme i regionen, landsdelen. (eks. Reistadløpet, Arctic Race of Norway, MSM +++ ) Utrede og etablere mulig vertsskapskonsept for turister som kommer til kommunen/regionen (målgruppe er reiselivsaktører og handels-servicenæring). Utrede og etablere flere spennende produkter sammen med Visit Narvik og lokal/regional reiselivsnæring. Eks. krigshistorie-forsvarshistorie, testbaner/testbaser i samarbeid med bilindustri i kombinasjon med å lage opplevelses pakker for turister. Utrede og etablere digital turistinformasjon (og kanskje en mobil turistinformasjon som kan «selges» til ulike arrangementer i regionen).*
- 4. Bardu får en styreplass i selskapet.*

## **Fordeler**

Lokal reiselivsnæring viste på møtet stor interesse for å være med i utvikling og utforming av egen reiselivsnæring i Bardu gjennom en eierskapsmodell.

I dette alternativet har Bardu Kommune og næringen all tilgang til informasjon og pågående utviklingsarbeid, tilstrekkelig påvirkningskraft i utviklings- og strategiarbeidet.

Dersom kommunen skal brukes som «vertkøy» for reiselivsnæringen i Bardu til å utvikle reiselivsnæringen, så unngår vi her krav om anbud.

Bardu Kommune får tilgang på egen markedsføring og rådgivning i spørsmål om reiselivsutvikling og reiselivsfaget.

Markedskunnskapen (kompetansen) til å ivareta og videreutvikle Bardu Kommune sine investeringer i Reistadløpet AS (12 % aksjer) og Polar Park (18 % aksjer) ivaretas fullt ut både operativt og strategisk.

Næringen og Bardu Kommune får ellers fullt ut operativ og strategisk tilgang til Visit Narvik sine kunnskaper og verktøy for effektiv markedsføring, salg av lokal næring og kommune. I tillegg blir vi en del av et større regionalt nettverk.

## **Ulemper**

Ulempen med eierskap er alltid økonomisk risiko.

Risikoen ved å inneha eierskap er at man som aksjonær må påregne og bidra ytterligere med operativ innsats og økonomi i større prosjekter når det er påkrevet av markedet for tjenestene.

Fra et forretningsmessig ståsted er det vanlig å kreve avkastning på investert kapital over tid. Men som kommune er det mere naturlig og «kreve» andre ting. Dette kan relateres til eierskapspolitisk plattform i Bardu Kommune til å være økt samfunnsmessig verdiskapning i form av:

Sikre/utvikle næringens tilgang og nærhet til kompetanse og kunnskap om betydningsfulle markedsforhold. Vi ønsker gjerne flere gründerne i næringen og flere eksisterende aktører som realiserer sitt potensiale for å stabilisere eller utvikle sin definerte kundeportefølje. Effekten dersom man jobber markedsorientert og lykkes gir potensielt sett flere arbeidsplasser (større skatteinngang), samtidig bidrar man til at selskapet man eier aksjer i posisjoneres til videre vekst med basis i sunn økonomi.

Alternativet dersom vi ikke lengre klarer å bidra er «å selge aksjene».