

# Destinasjon Nordlysbyen

Handlingsplan for Reiselivet



Alta  
Reiselivsforum



## Innholdsfortegnelse

<b>1</b>	<b>Innledning .....</b>	<b>5</b>
1.1	<i>Bakgrunn .....</i>	5
1.2	<i>Prosjektorganisasjon .....</i>	6
<b>2</b>	<b>Status reiselivsnæringen i Alta og Kautokeino .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Målsetning .....</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Attraksjonsbygging .....</b>	<b>9</b>
4.1	<i>Nordlysattraksjon .....</i>	9
4.2	<i>Sentrumsattraksjon .....</i>	11
4.3	<i>UNESCO's verdensarvliste – Struves Meridian .....</i>	12
4.3.1	<i>Om Struves Meridianbue .....</i>	12
4.3.2	<i>Tilrettelegging Alta og Kautokeino .....</i>	13
4.4	<i>Samiske opplevelser .....</i>	14
4.4.1	<i>Samisk senter i Maze .....</i>	14
4.5	<i>Aktiv ferie .....</i>	15
4.5.1	<i>3 toppers tur for turister .....</i>	15
4.5.2	<i>Bysykkel i fylkets eneste sykkelby .....</i>	16
4.5.3	<i>Kåffjord - kultursti .....</i>	17
4.5.4	<i>Seiland Nasjonalpark .....</i>	17
4.5.5	<i>Bæskades og gamle postruter i regionen .....</i>	18
4.6	<i>Festivaler og større arrangement .....</i>	19
4.6.1	<i>Samisk festival (februar) i Alta .....</i>	20
4.7	<i>Kino for turister .....</i>	21
4.8	<i>Kortreist mat .....</i>	22

<b>5</b>	<b>Merkevarerbygging</b> .....	<b>23</b>
<b>5.1</b>	<b>Nordlys</b> .....	<b>23</b>
5.1.1	Patent på Nordlysbyen .....	24
5.1.2	Profil for Nordlysbyen .....	24
5.1.3	Alta kommune og merkevarerbygging .....	24
<b>5.2</b>	<b>Bergkunst</b> .....	<b>25</b>
<b>5.3</b>	<b>Altaskifer og Altaelva</b> .....	<b>25</b>
5.3.1	"Visningshus" for Altaskifer .....	25
5.3.2	Utsyn til Altaelva .....	26
<b>6</b>	<b>Logistikk og mottaksapparat</b> .....	<b>27</b>
<b>6.1</b>	<b>Destinasjonsselskap</b> .....	<b>27</b>
<b>6.2</b>	<b>Turistkontor</b> .....	<b>27</b>
<b>6.3</b>	<b>Felles hjemmeside for Alta</b> .....	<b>27</b>
<b>6.4</b>	<b>Turistinformasjon</b> .....	<b>28</b>
6.4.1	Innfartsårer til Nordlysbyen .....	28
6.4.2	Alta Havn .....	28
6.4.3	Alta Lufthavn .....	29
<b>6.5</b>	<b>Bobilparkering på sentrum</b> .....	<b>29</b>
<b>6.6</b>	<b>Aktivitetskorridor fra sentrum</b> .....	<b>30</b>
<b>6.7</b>	<b>Forskjønnelse</b> .....	<b>31</b>
6.7.1	Havneområdet .....	31
6.7.2	Nye Alta Lufthavn .....	31
6.7.3	Benker og stoppested for gående .....	31
6.7.4	Lyssetting .....	32
<b>7</b>	<b>Markedsføring</b> .....	<b>33</b>
<b>7.1</b>	<b>Markedsplan for profil- og produktmarkedsføring</b> .....	<b>33</b>
<b>7.2</b>	<b>Målrettet destinasjonsmarkedsføring</b> .....	<b>33</b>
7.2.1	Cruiseprosjektet – vintercruise .....	33

7.2.2	Alta som konferanseby .....	34
7.2.3	Charterfly og direkteruter .....	35
<b>8</b>	<b>Finansiering og oppfølging .....</b>	<b>36</b>
8.1	<i>Prosjektoppfølgning</i> .....	36
8.2	<i>Kostnader - totalt for prosjektet</i> .....	37

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn

Alta har vokst kraftig de siste tiårene; det er etablert et nytt felles sentrum, vi har fått et stort antall nye leiligheter, nye kontorbygg, kraftig utvidelse av kjøpesentre, ny kino for å nevne noe. I tillegg står Nordlysbadet snart klart, og Nordlyskatedralen står for dør. I denne byggeperioden har hotellene økt antall rom kraftig, og nytt hotell er under oppføring. Fra å ha for lite overnattingskapasitet til å kunne arrangere større begivenheter, har vi nå et motsatt problem – beleggprosenten er for lav.

Videre har Alta Lufthavn utvidet og kan nå ta ned flere fly enn tidligere og denne kapasiteten må vi i større grad utnytte. Alta har dessverre opplevd en reduksjon i direkteflytilbudet som er følge av finanskrisen og reduksjoner fra SAS på landsbasis. For å snu dette igjen, må vi tiltrekke oss flere tilreisende/turister. Da må vi vurdere vår egen *attraktivitet* – herav initiativ fra Alta kommune til prosjektet Destinasjon Nordlysbyen.

Overristlingsnæringer (butikker, servicenæringer osv) nyter godt av, og er dels avhengig av, inntekter fra de tilreisende. I det hele tatt er reiselivsnæringen en viktig brikke i Alta totalt sett, og mange er leverandører til næringen (daglige leveranser, bygg, vedlikehold osv.)

***”Er byen god for lokalbefolkningen, er den også god for turister og andre besøkende. Reiselivet er en av de største næringene i Norge, og destinasjonsutvikling og byutvikling vil derfor ofte ha sammenfallende interesser.”***

Tiltak som er foreslått nedenfor vil derfor i hovedsak rette seg mot turister, men også være av det gode for lokalbefolkningen samt også for studenter i Nordlysbyen.

Videre ser vi at attraksjoner i nabokommunene også styrker Alta som destinasjon – turister ser ikke kommunegrenser i samme grad - og siden Alta er både havn og lufthavn for Kautokeino kommune er et samarbeid mot Kautokeino naturlig. Flere tiltak omfavner dermed også Kautokeino. Her har vi en felles interesse og et gjensidig avhendighetsforhold, og på attraksjonssiden er vi komplementære.

Tiltakene vil ha mye vekt på sommerturisme, men også styrke destinasjonen vinterstid – helårs arbeidsplasser gir et bærekraftig reiseliv.

## 1.2 Prosjektorganisasjon

Alta kommune er prosjekteier, prosjektleder har vært Berit Erdal, avdeling for samfunnsutvikling, og styringsgruppen har bestått av:

- SIVA v/Rolf Sandvik
- NHO Reiseliv Nord-Norge v/Kari Flesvik
- Alta Reiselivsforum v/ Kristen Albert Ellingsen (leder av styringsgruppen)
- Turistinformasjonen v/Henriette B. Eilertsen
- Alta Havn v/Jens Petter Mathisen
- Alta kommune/politisk ledelse v/Jenny Marie Rasmussen
- Alta kommune v/Jørgen Kristoffersen

Forankringen til reiselivsnæringen sikres gjennom Alta Reiselivsforum, NHO Reiseliv og Turistinformasjonen. Det er et bevisst valg at ingen enkeltaktører fra næringen har vært delaktig, verken liten eller stor – handlingsplanen skal favne hele næringen.

På enkelte tiltak har det vært et tett samarbeid med Kautokeino kommune og her har ordfører Klemet Erland Hætta, som også sitter som styreleder i næringslivsselskapet Goachtebeallji KF, deltatt.

Utover styringsgruppen har det for flere av tiltakene vært opprettet egne prosjektgrupper, som har vurdert omfang, vanskelighetsgrad og kostnader knyttet til det enkelte tiltak.

Prosjektperioden har vært år 2009.



## 2 Status reiselivsnæringen i Alta og Kautokeino

Reiselivsnæringen er sterkt påvirket av den pågående, verdensomfattende finanskrisen, og hoteller merker dette i lavere beleggspersent jevnt over og andre merker dette i lavere salg av aktiviteter og produkter. Det er spesielt kurs og konferansemarkedet som svikter, samt turoperatører/gruppereiser.

### **Antall gjestedøgn:**

Antall gjestedøgn på hoteller i Alta/Loppa var på 90.000 i 2006, nede på 85.000 i 2008 og med tall for første halvår 2009 som viser ca 36.000 vil vi kunne ende nede på 70.000 for i år. Belegget har gått nedover mens *kapasiteten* på antall hotellsenger er siden 2006 betydelig forbedret, med nye hoteller og utvidelser hos eksisterende på.

For Kautokeino gir statistikken et skjevt bilde, da det også favner Karasjok, men tall for første halvår 2009 viser til en positiv oppgang selv om kapasiteten også her kan dekke opp langt flere.

### **Cruiseanløp:**

Alta hadde i 2008 hele 17 cruiseanløp og denne vinteren ankom det første vintercruiset til Alta/Finnmark. Totalt i 2009 får Alta 11 anløp, en reduksjon som følge av verdensomfattende finanskrisen. Hammerfest har ca 15-20 anløp hver sommer, og Honningsvåg ligger på ca 110 anløp. Potensialet er dermed stor, både for vinter- og sommercruise.

### **Attraksjoner:**

Alta Museum, som er den mest besøkte attraksjonen i Alta i dag, har ca 55 – 60.000 besøkende pr år. Til sammenligning har Nordkapphallen ca 200.000 besøkende, hvor hovedtyngden kommer fra cruiseanløp. Juhls i Kautokeino har i overkant av 30.000 besøkende. Ved å få flere cruiseanløp og evt også Hurtigruten inn til Alta vil man raskt kunne øke besøkstallene på attraksjonene både i Alta og Kautokeino. Og for å få flere cruiseanløp må man ha flere attraksjoner som også må markedsføres.

### **Markedsføring:**

Nytt nordnorsk reiselivsselskap, Nord Norsk Reiseliv AS, har sin forretningsadresse i Alta, og her ligger midler til profilering av Finnmark og Nord-Norge som helhet. Det må vi kunne anta vil gi økt fokus og effekt for Finnmark.

### 3 Målsetning

Målsetning med prosjektet er sammensatt, og flere konkrete, tallfestede mål er meislet ut.

#### Som hovedmål:

1. få flere turister til Alta og Kautokeino, øke lengden på hvert besøk – mer penger legges igjen i regionen
2. øke trafikken over Alta Lufthavn, gjenvinne reduksjoner vi har fått med rutefly det siste året
3. øke antall kurs/konferanser i regionen; gode flyforbindelser, god hotellkapasitet i kombinasjon med flere attraksjoner og gode aktiviteter må selges inn
4. Alta og Kautokeino skal være så attraktiv at Hurtigruten kommer!



#### Som konkret og målbart settes til:

- I. antall gjestedøgn i Alta skal raskt opp på 2006 nivå (90.000), med mål om 125.000 innen 3 år
- II. cruiseanløp til Alta skal økes til oppmot 30 anløp i 2012 – hvorav minst 5 vinteranløp

For å nå disse målene vil satsningsområdene i prosjektplanen være tredelt:

- Attraksjonsbygging
- Merkevarerbygging
- Logistikk og mottaksapparat

Tiltakene vil kunne spisse Alta som destinasjon samt forbedre inntrykket og opplevelsen til turister som besøker Alta. De er viktige ambassadører når de reiser herfra. I tillegg må man også bruke ressurser på *målrettet destinasjonsmarkedsføring* mot hhv. Cruise- og konferansemarkedet



## 4 Attraksjonsbygging

Alta har i dag flere attraksjoner og opplevelser som utpeker seg, og da må *ishotellet* og *helleristningsfeltet* ved Alta Museum nevnes.

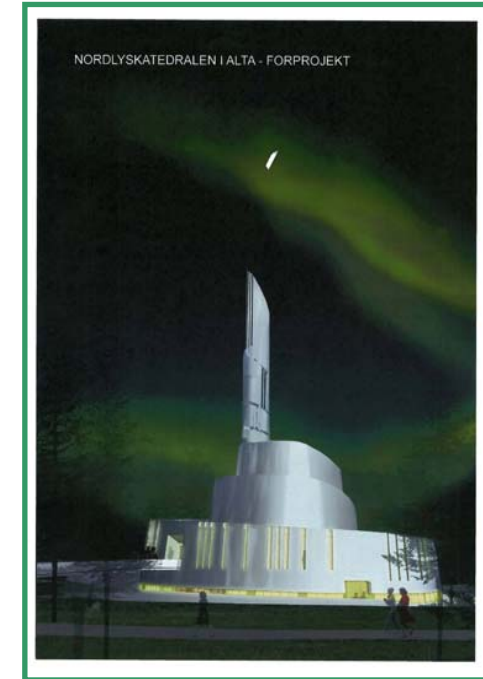
Og Alta vil også innen kort tid få flere nye attraksjoner;

- Nordlysbadet (ferdigstillelse mars 2010)
- Nordlyskatedralen (byggestart høst 2009)

Disse vil langt på vei trekke flere turister og reisende hit, fra regionen, landet forøvrig og utlandet. Spesielt Nordlyskatedralen vil bli det signalbygg Alta i dag mangler, og være en sterk merkevarebygging for nordlysbyen.

Det er allikevel behov for å vurdere flere attraksjoner som kan skape et mer helhetlig bilde av Nordlysbyen og gi byen et tilbud som vil kunne få turister og reisende til å bruke mer tid når de først kommer. Det kan være helt nye attraksjoner eller allerede eksisterende som med bedre tilrettelegging eller utbedring kan fremstå som ny og attraktiv.

Sentrum av Alta, og flere aktiviteter her, har vært et viktig mål for prosjektgruppen. I tillegg er prosjektgruppen klar på at attraksjoner lagt til indre strøk også vil være styrkende for Alta som destinasjon, da avstanden mellom Alta og Kautokeino kun er på 2 timer og man vil kunne ha komplementære attraksjoner som styrker hverandre. Alta fungerer også i dag som både havn og lufthavn for Kautokeino.



### 4.1 Nordlysattraksjon

Alta tok i år 2000 navnet *Nordlysbyen* med legitimitet godt forankret i historien og nordlysobservatoriet på Haldde. Historien og legitimiteten til navnet må derimot formidles innbyggerne, tilreisende og andre, for å få utstrakt forankring. Det gjøres i for liten grad i dag. Videre vil navnet *Nordlysbyen* i seg selv skape forventninger hos turister og tilreisende, og det er derfor ønskelig at man skal kunne gi en nordlysopplevelse, uavhengig av når på året de besøker Nordlysbyen og uavhengig av vær.

Disse to elementene, formidling og opplevelse av nordlys, kan kombineres i et visningsrom/senter, en *nordlysattraksjon* tilrettelagt for større turistgrupper – noe à la Nordkapphallen som viser midnattsolen.

Plassering av nordlysattraksjonen er tenkt i kjelleren på Nordlyskatedralen som skal bygges på sentrum, i enden av gågata. En slik plassering vil i seg selv forsterke attraksjonen og man vil få en synergi i antall besøkende både for kirken selv og for attraksjonen. I prosjektplanene til Nordlyskatedralen er det et uinnredet areal på ca 200 m<sup>2</sup> i kjelleren som er gunstig til formålet, og da med egen inngang. Eier av Nordlyskatedralen er Alta Kirkelige Fellesråd.

Det må gjøres en jobb for å utrede muligheten til en slik attraksjon i disse lokalene samt vurdere hva innholdet bør være. I tillegg må man jobbe med mulige investorer til attraksjonen, og SIVA er så langt interessert. Planen er å få etablert et AS og få satt ut oppdraget med produksjon av attraksjonen så snart byggingen av Nordlyskatedralen er igangsatt.

*Forprosjektering av nordlys attraksjonen kr. 250.000,-*  
*Ansvarlig: Alta kommune og Alta Kirkelige Fellesråd*

## 4.2 Sentrumsattraksjon

For å få fram de gode idéer som sikkert befinner seg ute blant folk, som langt overgår vår fantasi i prosjektfasen, ønsker vi å opprette en konkurranse. Ved å utlyse et etablererstipend for den som kommer opp med den beste, bærekraftige idéen vil man kunne få fram spennende prosjekter (alt fra smale museer til sære spisesteder eller et kunstgalleri). For å sikre et bærekraftig forslag forslås en to trinnings raket, hvor man støtter de 3 beste forslagene med å gi tilskudd til fremskaffelse av forretningsplan for idéene.

Ut fra ferdig forretningsplan kårer man så en vinner. Og, for de som ikke går av med seieren har man da et godt grunnlag i forretningsplanen til å vurdere igangsettelse på egen hånd. Slik kan man også få flere nyetablerte attraksjoner.

Utvelgelse av de som får tilskudd til forretningsplan samt vinneren til slutt gjøres av en jury bestående av representanter fra Alta kommune, SIVA og Innovasjon Norge.

### *Kostnadsoverslag:*

- 3 forretningsplaner á 15.000,-, totalt kr. 45.000,-
- Vinner: 250.000,- i etablererstipend

Totalt kr. 295.000,-  
Ansvarlig: Alta Kommune, SIVA, IN





### 4.3 UNESCO's verdensarvliste – Struves Meridian

Både Alta og Kautokeino er unike i verdensammenheng, med to oppføringer på UNESCO's verdensarvliste:

- Alta med helleristningene i Hjemmeluft og et av punktene på Struves Meridianbue på Raipas
- Kautokeino med to punkter på Struves Meridianbue på hhv fjelltoppen Luvddiidčohkka (Lodiken) og fjelltoppen Bealjávárri/Muvravárri

Og, Finnmark har også enda en oppføring med selve meridianstøtten for Struves Meridianbue i Hammerfest.

Helleristningene er allment kjent og godt tilrettelagt i dag, mens Struves meridianbue med punkter på flere fjelltopper, er mindre kjent og ikke så godt tilrettelagt.

#### 4.3.1 Om Struves Meridianbue

Målingen av Struves meridianbue var den første storskalerte, vitenskapelige oppmålingen i Europa, og er den lengste gradmålingsrekke som noengang er målt. Den ble gjennomført i perioden 1816 til 1852 under ledelse av Friedrich Georg Wilhelm Struve. Meridianbuen ble målt ved hjelp av en triangelkjede som strekker seg fra Svartehavet til Hammerfest. Resultatene ga et vesentlig bidrag til den geodetiske forskningen.

10 land er berørt av buen. UNESCOs vedtak innebærer vern av 34 punkter, som fortsatt er intakt fra tiden da målingene ble utført. Alle punktene har en form for markering. De norske målepunktene er: meridianstøtten i Hammerfest, fjelltoppen Lille-Raipas (Unna Ráipásaš) i Alta, fjelltoppen Luvddiidčohkka (Lodiken) i Kautokeino og fjelltoppen Bealjávárri/Muvravárri i Kautokeino.



#### 4.3.2 Tilrettelegging Alta og Kautokeino

På lik linje som helleristningene i Hjemmeluft er forvaltet og tilrettelagt for turister, bør også Struves meridianpunkter tilrettelegges bedre for turister. Det er fine spaserturer opp til fjelltoppene som ble benyttet til målingene og de egner seg således godt som oppmerkede turer for turister.

I 2008 ble det utført en del forbedringer for Raipas i regi av Alta kommune og miljøavdelingen:

- parkeringsplass ble tilrettelagt med grunnerverv og opparbeiding, og gir nå plass til ca én buss og 10 biler
- stien opp ble klopplagt slik at man kan gå tørrskodd opp



I tillegg har Alta Museum blitt enig med Statens Vegvesen om skilting til verdensarven fra veg, og dette vil bli utført høsten 2009.

Merkingen av stien opp er derimot for dårlig om man skal sende turister opp, med liten kjennskap til området.

Det er derfor innhentet et tilbud på stolper/påler med utseende som stolper benyttet i merking av løyper tilknyttet "Fotefar mot nord" – kultursti i Kåfjord. Disse er 1,5 m høye, hvorav 20 cm skal ned i bakken, og vil ha en liten metallplate montert øverst med verdensarvmerket på. Disse bør settes opp med f.eks 50 m avstand, så man til enhver tid ser neste punkt.

Stien opp til Raipas i Alta er det ca 2,5 km og det vil kreve ca 50 stolper. Til Luvddiidčohkka (Lodiken) og Bealjásvárri/Muvravárri i Kautokeino er det noe lengre og vil antageligvis kreve noen flere stolper.

*Kostnad, innkjøp og oppsetting i Alta anslagsvis: ca 150.000,-*  
*Ansvarlig: Alta kommune*

*Kostnad, innkjøp og oppsetting i Kautokeino anslagsvis: ca 300.000,-*  
*Ansvarlig: Kautokeino kommune*

#### 4.4 Samiske opplevelser

Samiske opplevelser er noe som turister ønsker tilbud om når de besøker Finnmark og Alta. Turister ønsker et innblikk i samiske tradisjoner og håndverk/duodji, oppleve reinsdyr på nært hold, samer i kofter, lavvo og samisk mat – helst da i ekte samiske omgivelser.

Verken i Alta eller Kautokeino finnes i dag et slikt senter av større målestokk som kan tilby dette. Et slikt senter vil derfor være fornuftig å bygge opp, og vil være et godt supplement både for Alta og Kautokeino som destinasjoner.

##### 4.4.1 Samisk senter i Maze

For å tilby det ekte samiske til opplyste turister, vil det være mest riktig å bygge opp et samisk senter i sitt rette element. I samarbeid med Kautokeino kommune er derfor Maze, som er en ekte samisk bygd beliggende midt mellom Alta og Kautokeino, valgt som sted for etablering av et større, samisk senter.

Innholdet i et slikt senter kan tenkes å være:

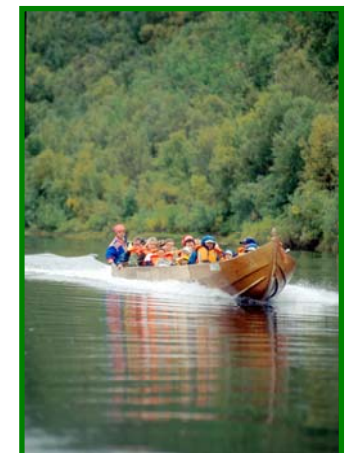
- Samisk håndverk/duodji med verksted
- Samisk mat
- Historien rundt Maze og Altaaksjonen
- Reinsdyr
- Info om Masi- mjelten, fredet blomst som kun vokser i Maze



Område for senteret er valgt ut til å være inne i selve bygda Maze, på andre siden av elven.

Prosjektet drives fram av Kautokeino kommune, og følges opp av prosjektleder og SIVA herfra. Sametinget og SIVA er interesserte investorer, og det er også tett dialog med andre investorer. Sametinget har egeninteresse i å få etablert et formidlingssted for historikken rundt Maze og Altaaksjonen. For å jobbe fram en grovskisse over hva senteret bør inneholde og hvordan det skal drives samt må det gjøres et forprosjekt.

*Kostnad for grovskisse samt videre prosjektoppfølgning: 250.000,-*  
*Ansvarlig: Kautokeino kommune*  
*Medansvarlig: Alta kommune og SIVA*



## 4.5 Aktiv ferie

Mange turister ønsker å ha mer aktiv ferie, og få brukt kroppen samtidig som de får med seg attraksjoner. Med storslått og variert natur på alle kanter av Alta har vi mye å tilby, også av historiske steder, som med noe tilrettelegging vil fremstå som langt mer attraktive og brukervennlige.

### 4.5.1 3 toppers tur for turister

Det årlige prosjektet 3 toppers tur for Altas befolkning er veldig populært og får folk opp av sofaen, og t-skjortene etter gjennomføring er en viktig del av dette. Dette er et prosjekt som pågår under Miljøuka i slutten av juni, og kun tilrettelagt da. Fjelltoppene derimot, og løyper opp dit, er derimot vedlikeholdt og kan benyttes hele sesongen.

Et lignende prosjekt tilrettelagt turister er ønskelig å kunne tilby:

- Merking på hver topp med stolpe hvor Turistinformasjons – l'en og en kode festes
- Tre topper; Komsa, Hjemmeluft og Raipas, med valg ut fra utsiktspunkt, vanskelighetsgrad, avstand og historisk interesse
- T-skjorter, med engelsk tekst og profilering av Nordlysbyen
- "Klippekort" med engelsk og norsk tekst, og info om hver topp. Plass til utfylling av tre koder.
- Diplom ved gjennomføring



*Kostnadsanslag: 40.000,-*

*Ansvarlig: Turistinformasjonen og Alta kommune*

T-skjorter kjøpes inn av Turistinformasjonen selv, og blir selvkost.

#### **4.5.2 Bysykkel i fylkets eneste sykkelby**

Alta er langstrakt, med tre-senter struktur, og for cruiseturister kan avstand fra havna til sentrum fortone seg lang om man skal gå.

I dag er Alta godt tilrettelagt for sykling, gjerne til/fra jobb, og har et godt sykkelveinett å vise til. Som en følge av dette tar også Alta nå mål av seg til å bli såkalt sykkelby, og den eneste i Finnmark fylke.

Et bysykkeltilbud på strategiske steder i Alta kan derfor være et godt alternativ for mange turister og en fin måte å få sett større deler av byen på. Oslo, Bergen og Drammen har alle fått på plass system for bysykkel, hvor syklene er reklamefinansiert og hvor brukerne kun betaler en symbolsk sum pr sesong. Alta er for liten for en slik kommersiell aktør.

Løsningen blir derfor å gå til innkjøp av et antall sykler samt et større antall sykkelstativ som plasseres strategisk rundt i Alta. Syklene må være utstyrt med lås slik at man kan parkere sykkel i perioder men ellers være enkle sykler med "bysykkel"-utseende, f.eks Nordlysblå/grønn, for å hindre tyveri. Logo og/eller reklame kan vurderes.

Det må inngås vedlikeholdsavtale samt en ordning for å frakte sykler mellom sentrum og f.eks havn/lufthavn som naturlig bør ha sykler tilgjengelig.

Videre må det trykkes opp sykkelkart på engelsk og tysk, i tillegg til norsk – kanskje bør også andre språk vurderes.

<i>Kostnadsanslag:</i>	<i>200.000,-</i>
<i>Driftsavtale:</i>	<i>20.000,- årlig – totalt 60.000,-</i>
<i>Ansvarlig:</i>	<i>Alta kommune</i>





#### 4.5.3 Kåfjord - kultursti

Kåfjord har veldig mye av historisk interesse; Kåfjord gruver med kobberverk grunnlagt av engelskmenn på 1800-tallet – Nordkalottens første storindustri, verdens første Nordlysobservatorium på Haldde, Kreta med kvensk bosetning, Tirpitz-historie fra krigens dager (1940-45) osv.

Her ligger alt tilrette for en interessant historisk vandring, på tvers av ulike epoker. I dag er det etablert en sti i forbindelse med prosjektet Fotefar mot nord hvor det er satt opp informasjonsskilt underveis. Denne stien går kun langs havet i dag, og ikke på oversiden av veien fordi den gang stien ble etablert var ikke gruveinngangene tilstrekkelig sikret. Gruveinngangene er nå sikret og det kan være større grunnlag til også å forlenge stien til de historiske områdene på oversiden av veien. Det må derimot utredes med bla grunneiere i området.



*Forprosjektering/utredning av videreføring:* 50.000,-  
*Ansvarlig:* Alta kommune

#### 4.5.4 Seiland Nasjonalpark

Seiland Nasjonalpark (316 km<sup>2</sup>) ligger på Seiland ute i Altafjorden, og er delt mellom Alta, Hammerfest og Kvalsund kommune. Her er det alpin kystnatur med små og store fjorder, skandinavias nordligste isbreer med Seilandsjøkelen og Normannsjøkelen samt en rikt rovfuglfauna. Området er godt egnet for fotturer, skiturer og brevandring, og kan med fordel markedsføres i større grad ovenfor turister og tilreisende.

For å legge til rette for turister til området trengs det bedre tilrettelegging i form av ferdige pakketilbud, båttransport, markedsføring osv.

*Pakketering og tilrettelegging:* 150.000,-  
*Ansvarlig:* Alta kommune



#### **4.5.5 Bæskades og gamle postruter i regionen**

Den gamle postruten mellom Alta og Maze, over Bæskades, er av Riksantikvaren og Veidirektøren nå vernet. Bakgrunnen for det er at veien var en av de første værharde fjellveiene i landet hvor moderne maskiner som buldozere ble benyttet under opparbeidelse på 1930-tallet. Veien var i bruk frem til 1971 – da var R93 ferdigstilt.

Veien er av Statens Vegvesen nå opprustet, og egner seg i mye større grad til både sykkel og gangturer. Den er 27 km og høyeste punkt er på 620 m.o.h, og ender opp ved Suolovuobme Fjellstue med start fra Gargia Fjellstue – eller motsatt vei.

Bæskades har mye historie, og Nordahl Grieg skrev bl.a et dikt "Morgen over Finnmarksvidden" som omhandler Bæskades i snøstorm "Ved gry, da vi kom på Bæskades, røk der et uveir opp...". Diktet inngår i Nordahl Griegs diktsamling "Norge i vårt hjerte" som ble utgitt i 1929. På denne strekningen er også fjelltoppen Lodiken, som er oppført på UNESCO's verdensarvliste.



Videre kan man også følge postruten over Kautokeino og ned til Karesuando – historiske vandringer i flott Finnmarksnatur – som bl.a nevnes i Kautokeinoopprøret. Her kan det også være grunnlag for å søke om Interreg-midler.

For å jobbe frem et mer helhetlig prosjekt hvor man tilrettelegger rutene og markedsfører disse er det ønskelig å avsette midler til et forprosjekt.

*Forprosjekt:* 100.000,-  
*Ansvarlig:* Alta- og Kautokeino kommune

#### 4.6 Festivaler og større arrangement

Det er flere festivaler og større arrangement i løpet av året i Alta og Indre Finnmark, og dette er med på å øke trivselsfaktoren for innbyggerne og samtidig trekker dette til seg tilreisende. En hver by/region trenger et visst antall festivaler, og for å sikre videreføring av de viktigste bør man merke av enkelte som ”fyrtårn”.

Januar	Februar	Mars	April	Mai	Juni
	<i>Altaturneringen i håndball</i>	<i>Borealis Vinterfestival Finnmarksløpet</i>	<i>Påskefestival i Kautokeino/ Karasjok</i>	<i>Alta Soul og Bluesfestival</i>	
Juli	August	September	Oktober	November	Desember
<i>Offroad Finnmark</i>	<i>Aronnesrocken Altaturneringen i Fotball</i>	<i>Finnmarks-konferansen</i>		<i>Trubadur-festivalen</i>	<i>Diverse julearrangement</i>

Av årsoversikten kan man se at det i månedene mars og april er gode arrangement som kan tiltrekke seg vinterturister, men at det mangler en turistmagnet i den mørkeste tiden fra januar – februar. Her kan man med fordel legge inn aktiviteter da det også er i denne perioden vi ønsker mange vinterturister pga attraksjoner/aktiviteter som ishotellet, scooterturisme, hundekjøring osv.

Videre har vi en fantastisk flott høst her i Finnmark som burde kunne tiltrekke flere tilreisende, og månedene september-oktober har således et utviklingspotensiale arrangementsmessig.

#### 4.6.1 Samisk festival (februar) i Alta

Nytt i 2009 var reinkappkjøring på sentrum, og dette ga mersmak dog i mer ordnende rammer og som et mer helhetlig arrangement.

Ved å etablere en **Samisk festival** i februar, opp mot samenes dag 6.februar, vil man kunne skape en festivalparaply som kan dekke;

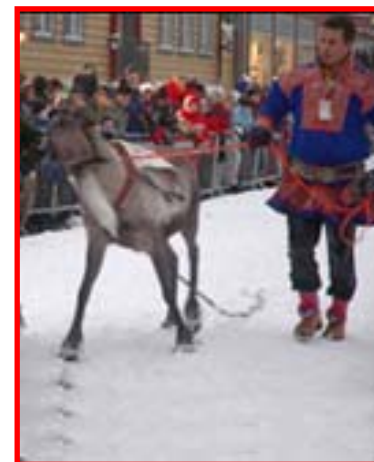
- reinkappkjøring
- samisk mat
- samisk musikk/joik
- samiske kofter og levesett
- samiske leker/konkurranser
- evt også feiring av samefolkets dag

Dette vil være en festival som skaper interesse både blant turister og innbyggerne i Alta. Til sammenligning tiltrekker Påskefestivalen i Kautokeino, som går over én uke, ca 5000 mennesker årlig.

Til å drive en slik festival har **Alta Sameforrening** sagt seg interessert, og som en starthjelp på lik linje med hva Alta kommune har gjort ovenfor flere andre festivaler gis et tre årlig tilskudd som starthjelp.

*Kostnadsoverslag, 100.000,- årlig i tre år, totalt*  
*Ansvarlig:*

*kr. 300.000,-*  
*Alta Sameforrening*



Utover tilskudd må man også forvente kommunal tilrettelegging for aktiviteten på sentrum.

#### 4.7 Kino for turister

I Alta har vi ny kino med tre saler, og med flere interessante dokumentarer fra Alta og Finnmark tror vi det kan være et godt utgangspunkt for et lavterskeltilbud til våre turister og også for befolkningen forøvrig. Som et prøveprosjekt i samarbeid med Aurora kino sommeren 2009, med intensjon om samme prosjekt sommeren 2010, er det ønskelig å få vist ulike filmer og dokumentarer fra Alta og Finnmark på et fast tidspunkt kveldstid.

Aktuelle filmer som vil sjekkes ut er bl.a;

- doku om Finnmarksløpet
- doku om Altaelva
- doku om Altaaksjonen
- doku om Tirpitz



Enkelte spillefilmer kan også være et alternativ som sjekkes ut:

- Veiviseren
- Kautokeino-opprøret

*Prosjekttilskudd til Aurora kino, for research på filmer, markedsføring av tilbudet osv:  
Ansvarlig:*

*40.000,- pr år, totalt 80.000,-.  
Aurora kino og Alta kommune*

#### 4.8 Kortreist mat

Kortreist mat eller småskala matproduksjon er noe som benytter i større grad i reiselivssammenheng – mat blir en del av den totale opplevelsen, og kan være med på å gi destinasjonen en ”smak”. Det være seg reinkjøtt, laks, kongekrabbe, kråkeboller, multer, bær, sopp samt foredlede varer av råvarer fra regionen som f.eks gele, sirup, te, krydder, sjokolade etc.

Den vil også kunne oppleves som dels eksotisk å høre om eller møte mennesker som lever av småskala matproduksjon i landsdelen.

Flere hoteller satser i større grad på lokale råvarer og delikatesser, og det er med på å gi oppholdet en større helhet – ikke kun en seng å sove i.

*Ingen kostnad, men en bevisstgjøring om et viktig satsningsområde fremover.*



## 5 Merkevarebygging

For å få Alta på kartet, og bli en by mange kjenner til eller har hørt om, må man ha fokus på merkevarebygging. Man bør velge et eller flere "kjennetegn" som man bevisst markedsfører byen under.

Hva skal så være vår merkevare i Alta?

Dette har vært drøftet i flere sammenhenger tidligere og prosjektet har kommet fram til følgende merkevarer - med følgende vektlegging:

### 1. Nordlys

Som merkevare nr. 1 velger man Nordlyset, men da man har flere kjennemerker for Alta og Nordlysbyen kan man godt kombinere nordlyset med:

### 2. Bergkunst

### 3. Altaskifer og Altaelva



Om man konsentrerer seg om disse merkevarene, og har en bevissthet i forhold til hvordan man benytter dette i all korrespondanse og markedsføring – gjerne i kombinasjon – vil man sette Alta på kartet i langt større grad enn i dag.

### 5.1 Nordlys

Alta tok i år 2000 navnet Nordlysbyen, og dette er godt forankret i historien ved at Alta hadde det første Nordlysobservatoriet på Haldde på slutten av 1800-tallet. Grunnen til at Alta den gang ble valgt som etableringssted for observatoriet var av den enkle grunn at vi her har spesielt gode værmessige forhold med tørt klima som økte sjansene betraktelig for å oppleve nordlys.

Navnet på byen er valgt, og **Nordlys** blir derfor den viktigste merkevaren som vi må få forankret og formidle – i mye større grad enn i dag.

Flere bedrifter i Alta har tatt i bruk Nordlys i navnet sitt, men av større merkevarer vil nok et signalbygg som **Nordlyskatedralen** være av større verdi. På lik linje som Tromsø er Ishavsbyen med Ishavskatedralen, vil Alta bli befestet som Nordlysbyen. Videre vil **Nordlysattraksjonen** som er planlagt på sentrum befeste Nordlysbyen videre, slik Nordkapp kobles til midnattsolen. **Nordlysbadet** vil også befeste merkevaren ytterligere.

### **5.1.1 Patent på Nordlysbyen**

Selv om Alta har tatt navnet Nordlysbyen er det fortsatt andre byer i nord som også kan føle seg berettiget til navnet. For å stadfeste navnevalget ytterligere bør man, i likhet med Hammerfest, søke om patent på navnet.

*Kostnad, i form av søknadsprosess og tid:* 50.000,-  
*Ansvarlig:* Alta kommune

### **5.1.2 Profil for Nordlysbyen**

For å jobbe fram en helhetlig og gjennomført profil for Nordlysbyen ønsker vi å inngå i profilprogrammet til Innovasjon Norge. Flere andre har gjort dette med stort hell, f.eks *Sørøya – Storfiskens rike*.

*Kostnad, anslagsvis:* 300.000,-  
*Ansvarlig:* Alta kommune og Innovasjon Norge

### **5.1.3 Alta kommune og merkevarebygging**

Alta kommune må selv være bevisst satsningen som nå gjøres og tenkte merkevarebygging i sitt virke. Det gjelder på kommunens hjemmesider, alle papirer som går ut fra kommunen, i gaver som gis fra kommunen, i all form for sponsing osv.

*Ingen kostnad, men en bevisstgjøring.*



## 5.2 Bergkunst

Alta er godt kjent utad for helleristningsfeltet i Hjemmeluft, som står oppført på UNESCO's verdensarvliste. Helleristningene er tatt i bruk av flere bedrifter som merkevarer i ulike sammenhenger.

Slike figurer fra vårt eget helleristningsfelt egner seg godt til markedsføring, og bør benyttes i mye større grad. I dag har Alta kommune på sine hjemmesider helleristningsfigurer som vannmerke i bakgrunn, og dette er i god kombinasjon med Nordlyslogoen over.

Bergkunst er derfor en merkevare for Alta som bør frontes i mye større grad og som underbygger Altas historie på lik linje med nordlyset.



## 5.3 Altaskifer og Altaelva

Som gode elementer i Alta og Altas historie må også Altaskiferen og Altaelva betegnes som, og dermed kan gjerne både skifer og laks benyttes i markedsføring av Alta. Da i kombinasjon med nordlyset og kanskje også bergkunsten.

### 5.3.1 "Visningshus" for Altaskifer

For å promotere Altaskifer i større grad, og få vist fram ulike anvendelsesområder, er det ønskelig å få etablert flere "visningshus" hvor dette kommer til uttrykk. Det være seg uteareal, fasader, skifertak, skifergulv osv.

I dag har vi følgende;

- Gågaten på Alta Sentrum – uteareal med utstrakt bruk av skifer
- Alta Kirke – skifertak
- Knudsengården – fasade med skifer
- Alta museum, Rica og Sorrisniva (samt Alta Rådhus) – skifergulv
- Nye Alta Lufthavn – uteareal og gulv

For å gi insitament og på den måten sikre at turistattraksjoner profilerer Altaskifer i større grad bør det opprettes en tilskuddsordning. Det må utarbeides regler for hvem som kan motta støtte, og hvor mye man vil kunne få i støtte. Et samarbeid mellom Alta Skifterbrudd og Minera, som begge har egeninteresse i profileringen, vil være ønskelig her og kan bli et krav for å kunne få støtte.

Utover tilskuddsordning bør man også utarbeide et informasjonsskriv, med en arkitektonisk skiferløype man kan gå – det gjør turistene mer oppmerksom på hva som er brukt og hva man ser.

*Kostnad, tilskudd og tilrettelegging:* 500.000,-  
*Ansvarlig:* Alta kommune

### **5.3.2 Utsyn til Altaelva**

Altaelva snor seg dels parallelt med deler av innkjøringsveien, R 93, til Alta, og her er det den senere tid utført skogrydding slik at turister og tilreisende nå kan se elven fra veien.

Ved Alta Bru er det derimot mange som stopper for å bivåne den etter hvert så berømte lakseelven, og her er det et behov for forskjønnelse; rydde plass til utkikssted med benker osv.

*Kostnad, anslagsvis:* 50.000,-  
*Ansvarlig:* Alta kommune



## 6 Logistikk og mottaksapparat

### 6.1 Destinasjonsselskap

Alta har i dag ikke et eget destinasjonsselskap, men dette har vært prøvd ut tidligere uten hell. Prosjektgruppen har vurdert dette på nytt men vedtatt å ikke gjøre ytterligere forsøk per nå. Funksjonene til et destinasjonsselskap dekkes opp av kommersielle aktører i Altasamfunnet.

*Ingen kostnad.*

### 6.2 Turistkontor

Alta kommune har i dag en 3-årig avtale om helårlig drift av turistinformasjon på sentrum samt sesongkontor i Bossekop. Avtalen løpet ut 2011. I tillegg har det vært inngått egen avtale om sommeråpen turistinfo i Langfjorden. Det er viktig at disse kontorene ligger godt plassert og at de er innbydende og synlig for turistene - det er ofte turistenes første møte med Alta og dermed en viktig instans.

*Ingen merkostnad.*

### 6.3 Felles hjemmeside for Alta

Alta Reiselivsforum sitter på domenet [www.visitalta.no](http://www.visitalta.no) og dette er tenkt utarbeidet til et informasjonssted om alt som rører seg i Alta til enhver tid, og av spesiell interesse for turister og besøkende. For å utvikle nettstedet har Alta kommune gitt et tilskudd på 50.000,- til delfinansiering 50% og det er forventet at hjemmesiden er operativ innen 2010. Resterende del av kostnaden dekkes av reiselivsnæringen selv.

*Ingen merkostnad.*

## 6.4 Turistinformasjon

### 6.4.1 Innfartsårer til Nordlysbyen

Det finnes i dag en rekke informasjonstavler langs innfartsårene til Alta, og etter en gjennomgang sist høst er det avdekket et behov for å oppgradere enkelte tavler samt skifte ut/oppdatere informasjonen som i dag presenteres. I tillegg er det ifm med ny E6 vest for Alta etablert en ny rasteplass som også bør utnyttes til informasjon.

Følgende steder må oppgraderes:

Fra Hammerfest/Sennalandet:

- Leirbotnvann
- Transfarelvmoen

Fra Indre Finnmark (R93):

- Eiby (innfartsåre fra indre Finnmark og Øst-Finnmark)
- Garajokka (innfartsåre fra indre Finnmark og Øst-Finnmark)

Fra Tromsø (E6):

- Langfjordbotn
- Kjærringdalen i Langfjorden
- Kvænvikmoen

*Kostnad, anslagsvis:* 100.000,-

*Ansvarlig:* Alta kommune

### 6.4.2 Alta Havn

Alta har de senere årene hatt en sterk økning i antall cruisebåter, som et resultat av en felles satsning mot cruise. I tillegg jobbes det i skrivende stund med å få et destinasjonsanløp av Hurtigruten til Alta i ny, revidert seilingsrute fra 2010.

Det er derfor en betydelig økning av turister over Alta Havn, men per i dag finnes ingen informasjonstavle fra turistinformasjonen.

Alta kommune har på lager skiferstativ lik de som skal benyttes ute langs innfartsårene, og en av disse settes opp i havna. Alta Havn tar selv ansvar for forskjønning rundt tavlen.

*Ingen merkostnad.*

### **6.4.3 Alta Lufthavn**

Alta Lufthavn er ny og forbedret, og kan ta ned både flere og større fly. Det jobbes også aktivt med å få opp flere charterflygninger så mange turister finner sin innfallsport til Alta her.

Med ny lufthavn er det også installert flere storskjermer hvor informasjon skal rulle og gå i ankomsthallen. Istedenfor å sette opp en informasjonstavle som må manuelt oppdateres er det derfor ønskelig å benytte storskjermene til å spre nyttig info til nyankommende. Det vil også gjøre informasjonen mer "up to date"

*Kjøp av turistinformasjon på storskjermer, samt oppdateringer: 25.000,- årlig, totalt 75.000,-*  
*Ansvarlig: Alta kommune*

### **6.5 Bobilparkering på sentrum**

Det er i dag mange bobiler som kjører igjennom Alta, ofte på vei til Nordkapp, og disse stopper sjelden på Alta Sentrum. Det kan være flere grunner til det; sentrum er i seg selv ingen attraksjon i dag samt at det også er dårlig tilrettelagt for parkering.

Med bygging av Nordlyskatedral vil man kunne få en attraksjon på sentrum, som øker ønsket om å stoppe. I tillegg er det på sentrum vi også har tilrettelagt Turistinformasjon året rundt. Det er derfor ønskelig at det tilrettelegges for enklere parkering for denne gruppen.

*Ingen kostnad, men et ønske om fokus i reguleringsplan for Alta.*

## 6.6 Aktivetskorrridor fra sentrum

En aktivetskorrridor fra sentrum er sterkt ønskelig for reiselivsnæringen, og vil forsterke aktivitetsmulighetene for deltagere på kurs og konferanser i Alta. Det er derfor viktig at korridoren reguleres inn i det pågående planarbeidet.

En aktivetskorrridor vil knytte attraksjoner utenfor sentrum tettere opp mot hotell- og servicenæringen på sentrum.

*Ingen kostnad, men et ønske om fokus i reguleringsplan for Alta.*

## 6.7 Forskjønnelse

Alta kommune ønsker å fremstå som en ren og innbydende by, og da er det flere områder og tiltak man bør ta tak i.

### 6.7.1 Havneområdet

Alta Havn opplever en økning i antall cruiseanløp, og det er langt flere turister som kommer sjøveien inn til Alta. Med et parallelt prosjekt for å få Hurtigruten også inn til Alta i revidert seilingsmønster tilsier at området bør gjøres mer innbydende. Dette kan enkelt gjøres med en forskjønning mellom land og hav i form av universell utforming med gangvei, benker, lys, blomster etc. Fortrinnsvis da med utstrakt bruk av Altaskifer.

*Kostnadsoverslag, opparbeiding og innkjøp: 150.000,-*  
*Ansvarlig: Alta Havn*

Her vil også forskjønnelse rundt ny turistinformasjonstavle inngå.

### 6.7.2 Nye Alta Lufthavn

I forbindelse med nye Alta Lufthavn har Avinor avsatt et område utendørs, hvor opparbeidelse/forskjønnelse er planlagt med b.la. lyssatt nordlysspir og hvor tilreisende blir hilst velkommen til Nordlysbyen. Det vil gi et veldig godt førsteinntrykk for tilreisende til Alta, som kommer over lufthavnen.

*Ingen kostnad, men en bevisstgjøring av hva som tilrettelegges i området.*

### 6.7.3 Benker og stoppested for gående

Alta er langstrakt, med tre-senterstruktur, og det er godt utbygd med sykkel- og gangsti. Det som derimot mangler er hyggelige stoppesteder, hvor man kan ta en pust i bakken og sette seg ned på en benk. Universell utforming må hensyntas.





Slike stoppesteder/utkikspunkter foreslås opprettet på følgende strekninger:

- Alta sentrum – Bossekop
- Alta Sentrum – Gamle Sentrum
- Gamle Sentrum – Buktabakken - Elvebakken
- Elvebakken – Aronnes - Sentrum

*Kostnadsoverslag: 75.000,- årlig i tre år, totalt 225.000,-.*

*Ansvarlig: Alta kommune*

#### **6.7.4 Lyssetting**

Riktig bruk av lys, og lyssetting av enkelte bygg, kan gi et helt nytt inntrykk av bygg og byer. Her tror vi Alta har sine forbedringspotensialer.

Under Borealis Vinterfestival 2009 hvor FRI SIKT kjørte et lysstunt i gågata fikk vi et bilde av feil lyssetting og lysbruk på sentrum. Da ble det også visualisert hvor dårlig man etter hvert ser nattehimmelen og nordlyset fra sentrum, nettopp pga all lysforurensning som skapes. Enkelte lys som i dag benyttes er veldig strømkrevende også, og bør av miljøhensyn vurderes byttet ut.

For sentrum finnes i dag egne skiltvedtekter, som sier noe om lysatte skilt, mens det ikke er noe gjennomtenkt regelverk for lysbruk av bygg og veier.

Dette er noe man ønsker større fokus på fremover, både av estetiske grunner, miljøhensyn og det faktum at vi er Nordlysbyen – nattehimmelen bør kunne sees fra sentrumsnære områder i fremtiden.

*Ingen kostnad, men en bevisstgjøring og ønske om fokus i reguleringsplan for Alta Sentrum.*



## 7 Markedsføring

### 7.1 Markedsplan for profil- og produktmarkedsføring

Alta kommune har etter søknad fra Alta Reiselivsforum gitt tilskudd på kr. 25.000,- til delfinansiering (50%) av en helhetlig markedsplan for fellesmarkedsføring av Alta; profilmarkedsføring, produktmarkedsføring og salg.

Alta Reiselivsforum har planlagt å ferdigstille planen innen 2010, og planen bør sees i sammenheng med tiltak som går på profilprogram for Nordlysbyen.

*Ingen merkostnad.*

### 7.2 Måltrettet destinasjonsmarkedsføring

Dette prosjektet skal ikke ta for seg markedsføring i ordets rette forstand, men det er allikevel behov for å styrke/etablere noen konkrete prosjekter for å få flere turister og reisende til Alta. Dette kanskje spesielt i en pågående finanskriser som berører reiselivsnæringen spesielt, men også i forhold til satsningen som nå gjøres med nye attraksjoner som krever større turiststrømmer.

#### 7.2.1 *Cruiseprosjektet – vintercruise*

I dag jobber Alta kommune, Alta Havn, Alta Lufthavn og Via Alta Tours sammen for å få flere cruiseanløp til Alta. Prosjektet har pågått over tre år, og man har sett en klar økning i antall anløp med totalt 17 anløp i 2008.

Fra Altas 17 anløp i 2008 mot 110 anløp i Honningsvåg ser man helt klart et potensial for videre vekst. Det er derfor ønskelig å videreføre prosjektet og også øke arbeidet med innsalget, spesielt i forhold til antall attraksjoner Alta og Kautokeino vil få etter hvert. Alta har utmerket seg spesielt med vinteraktiviteter, og første vintercruise i 2008 viste seg å bli en stor suksess med svært fornøyde cruisepassasjerer. og det er derfor ønskelig å spisse satsningen på vintercruise,

Det er derfor ønskelig å videreføre cruiseprosjektet i tre år til, år 2010 - 2012, og da med en økt ressursbruk og økt satsning med flere involverte parter. Alta er havn for Kautokeino og det vil være naturlig at de inngår i en slik satsning.

For å spisse satsningen ytterligere ønsker man å fokusere på *vintercruiseanløp* i større grad. Her tror man det ligger et uforløst potensiale samt at Alta også har mye å tilby turistene da.

**Mål:** Opp mot 30 anløp årlig i løpet av perioden, hvorav minimum 5 vinteranløp.

*Kostnad årlig 500', over tre år:*

*1.500.000,-*

*Ansvarlig:*

*Alta kommune og VIA Alta Tours*

### **7.2.2 Alta som konferanseby**

Alta har i dag over 1000 hotellsenger og gode fasiliteter på møterom. Kombinert med attraksjoner, nye og eksisterende, samt tilgjengelighet med fly gjør det at Alta kan profilere seg i langt større grad som konferanseby.

For å profilere seg som konferanseby er et medlemskap i Norway Convention Bureau (NCB) en fordelaktig døråpner. NCB ble opprettet som et prosjekt av NORTRA i 1990 for å profilere de største byene i Norge som kongressbyer. NCB er i dag et andelslag, hvor andelseierne er større kongress og konferansebyer i Norge, samt hotellkjeder og transportselskaper (bl.a Hurtigruten) – totalt 19 andelshavere. I 2008 inngikk NCB et tettere samarbeide med Innovasjon Norge, bla. som en følge av regjeringens reiselivsstrategi med ordlyden "Regjeringen vil, gjennom Innovasjon Norge, forsterke arbeidet rettet mot markeder for møter, incentivereiser, kongresser og begivenheter"

Et medlemskap i NCB har en kostnad på 110' årlig, og man blir da eksponert for konferansemarkedet utenfor Norge. I tillegg kommer kostnader forbundet med deltagelse på større messer, utarbeidelse av markedsmateriell osv.

Per i dag er Tromsø nordligste by i Norge, og de er definert som kongressby. Alta vil således bli den nordligste konferansebyen, og Finnmark settes på kartet i så måte.

**Mål:** 125.000 gjestedøgn innen utgang 2012, med forholdsvis rask stigning fra 2010.

*Kostnad årlig 300', over tre år:*

*900.000,-*

*Ansvarlig:*

*Alta kommune og Rica Hotel Alta*

### **7.2.3 Charterfly og direkteruter**

Alta Lufthavn har i dag charterfly til Kreta, som kun flyr Finnmarkinger ut av landet og hjem igjen. Det er ingen direkteruter eller charter fra utlandet med Alta/Finnmark som mål. Med forbedret kapasitet på flyplassen, og attraksjoner som trekkplaster, vil direkteruter eller charterfly fra andre land (f.eks Tyskland, Frankrike og England) og inn til Alta og Finnmark være fullt mulig. Dette er et marked som må arbeides opp, og hvor potensialet er stort. Aktører i reiselivet, i samarbeid med Avinor, er allerede i gang med målrettede tiltak, og her er Innovasjon Norge involvert og kan bidra godt via sine utekontor.

*Ingen kostnad her, men en poengtering av viktigheten i satsningen.*

## 8 Finansiering og oppfølging

### 8.1 Prosjektoppfølgning

Det er mange tiltak i prosjektplanen og det vil kreve prosjektledelse for å koordinere samt sørge for gjennomføring. Videre er det flere tiltak som strekker seg over flere år, og med flere finansieringskilder vil det også kreve en del rapportering.

Det er derfor behov for prosjektoppfølgning, men ingen hel stilling. Anslagsvis 50% stilling første året, deretter 30% de kommende år.

*Kostnad første år 225', deretter 150' pr år – totalt 525.000,-*

Da Alta kommune er prosjekteier, og involvert i de fleste tiltak, vil det være fornuftig at prosjektleder er forankret her.

## 8.2 Kostnader - totalt for prosjektet

#	Tiltak	Kostnad	Alta kommune	Kautokeino kommune	SIVA	IN	FFK	Alta Havn	Alta Lufthavn/ Avinor	Næringen selv
	<b>Attraksjonsbygging:</b>									
1	Nordlysattraksjon – <i>forprosjekt</i>	250	100			150				
2	Sentrumsattraksjon	295	95		100	100				
3	UNESCOs: Struves punkt Alta	150	50				100			
4	UNESCOs: Struves punkter i Kautokeino	300		100			200			
5	Samisk senter i Maze – <i>forprosjekt</i>	250	25	50	25	150				
6	3-toppers tur for turister	40	20							20
7	Bysykkel i Alta Driftsavtale – 3 år	200 60	50 30				100	25 15	25 15	
8	Kåfjord – kultursti, <i>forprosjekt</i>	50	20				30			
9	Seiland Nasjonalpark	150	25			100				25
10	Bæskades og gamle postruter, <i>forprosjekt</i>	100	25	25			50			
11	Samisk Festival	300	150			150				
12	Kino for turister, 2-årig prosjekt	80	40			40				
	<b>Merkevarebygging:</b>									
13	Patent på Nordlysbyen	50	50							
14	Profil for Nordlysbyen	300	100			200				
15	Visningshus for skifer	500	300				200			
16	Utsyn til Altaelva	50	50							
	<b>Logistikk og mottaksapparat:</b>									
17	Turistinfo lang E6, R 93 og ved Alta Havn	100	100							
18	Turistinfo ved Alta Lufthavn – 3 år	75	75							

19	Forskjønnelse – havneområdet	150						150		
20	Forskjønnelse – benker og stoppested	225	225							
	<b>Markedsføring:</b>									
21	Cruiseprosjektet/Vintercruise - 3 år	1.500	150	75	150	450		150	150	375
22	Alta som konferanseby - 3 år	900	150			300	150			300
	<i>Prosjektledelse/oppfølging av planen samt rapportering – 3 år</i>	525	225			200	100			
	<b>Totalt</b>	<b>6.600</b>	<b>2.055</b>	<b>250</b>	<b>275</b>	<b>1.840</b>	<b>930</b>	<b>340</b>	<b>190</b>	<b>720</b>