

BÆREKRAFTSTRATEGI BJORLI

1. BAKGRUNN

Bjorli Utvikling AS har som verdigrunnlag for arbeidet med utvikling av Bjorli som et helårs, attraktivt og bærekraftig reisemål, å arbeide for

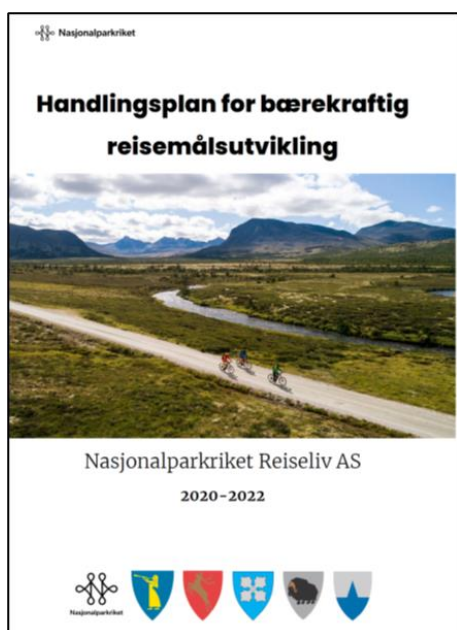
- Økonomisk bærekraft
- Sosial bærekraft
- Miljømessig bærekraft

Samtidig har også Lesja kommune og Bjorli Utvikling AS deltatt i arbeidet til Nasjonalparkriket Reiseliv (destinasjonsselskapet for Nord-Gudbrandsdal) i med *Bærekraftig reisemål* – en merkeordning i regi av Innovasjon Norge. Det samme arbeidet foregår forresten også i nabokommunen i vest – Rauma.



Arbeidet med å utvikle hele regionen som et Bærekraftig reisemål gir ekstra kraft og støtte til bærekraftarbeidet både i Lesja kommune og Bjorli spesielt. Det regionale arbeidet har så langt ført til utvikling av *en felles handlingsplan for reiselivsregionen*. Viktige innsatsområder i regionen, som også er relevante for Bjorli – er:

- Miljøsertifisering av reiselivsbedriftene
- Dokumentasjon, formidling og bruk av kulturarv og kultur
- Utvikling av det lokale mattilbudet
- Ta hensyn til landskapets fysiske og estetiske integritet
- Deltar i arbeidet med besøksstrategier for nasjonalparker og verneområder
- Dokumentere og formidle viktige naturområder for reiselivet
- Gjøre det attraktivt å bruke el-bil, tog og buss
- Løpende dialog mellom lokalsamfunnet, hyttefolket, gjestene og reiselivsnæringen
- Arbeide for mindre sesongsvingninger i reiselivsnæringen og flere helårsarbeidsplasser



2. BÆREKRAFTIG REISELIVSUTVIKLING I FJELLKOMMUNENE

Som ledd i arbeidet med å utvikle en bred bærekraftstrategi for Bjorli har det vært gjennomført et prosjektarbeid i samarbeid med en rekke andre relevante aktører. Arbeidet har vært støttet økonomisk med midler fra ordningen Grønn framtidig – bærekraftig næringsutvikling i Innlandet fylkeskommune.

De som har deltatt i arbeidet er:

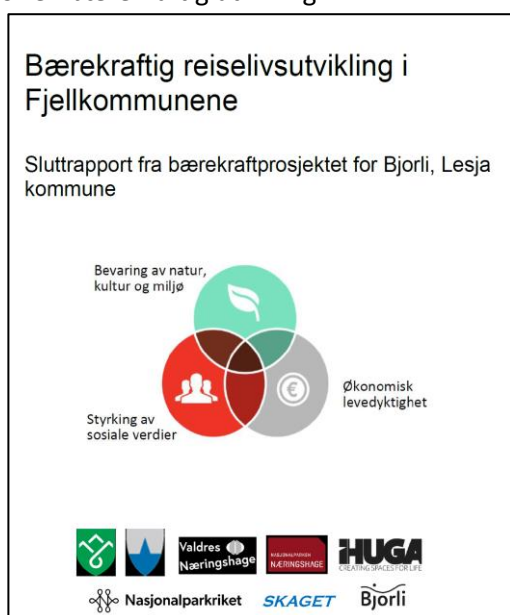
- Lesja kommune og Bjorli Utvikling AS
- Nasjonalparkriket reiseliv, Otta
- Nasjonalparken Næringshage, Oppdal
- Valdres Næringshage, Østre Slidre kommune og Utbyggingsselskapet Skaget, Fagernes
- Ihuga Arkitekter, Oslo

Prosjektet utviklet først et kunnskapsgrunnlag og deretter en strategi med 8 innsatsområder:

Bærekraft-perspektiver	Hovedstrategier
Økonomisk bærekraft	- Øke den økonomiske verdiskaping - Bidra til at mer av verdiskapingen blir igjen lokalt
Sosial bærekraft	- Skape flere helårs arbeidsplasser - Få sesongansatte til å bli fast bosatte - Skape attraktivitet og tilbud for lokalbefolkning
Økologisk bærekraft	- Redusere CO2-utslipp fra reiser til og fra reisemålet - Redusere arealbruken - særlig til hytteformål - som truer det biologiske mangfoldet - Valg av bærekraftig materialer og energiløsninger

Til hver av disse strategiske innsatsområdene er det identifisert 5 relevante tiltaka for utviklingen av et mer bærekraftig reiseliv i fjellkommunene dvs. i alt 40 tiltak

Midt oppe i dette arbeidet fikk regjeringen også overlevert reiselivets forslag til Nasjonal reiselivsstrategi mot 2030. Strategien har overskriften «Sterke inntrykk med små avtrykk» og er et paradigmeskifte for reiselivsnæringen når det gjelder forståelse av samfunnsmessig rolle og ansvaret for en bærekraftig utvikling..



3. MÅLSETTING MED BÆREKRAFTSTRATEGIEN FOR BJORLI

1. Bærekraftstrategien skal være et *felles og omforent inspirasjonsdokument for å utvikle Bjorli til et framtidig bærekraftig reisemål* – økonomisk, sosialt og miljømessig
2. Bærekraftstrategien viser ambisjoner og retninger for den utvikling av Bjorli som skal skje i regi av *Bjorli Utvikling AS*
3. Bærekraftstrategien viser også ambisjoner og retning for *Lesja kommunes* myndighetsutøvelse og egenaktivitet på Bjorli
4. Bærekraftstrategien skal inspirere *andre utbyggere på Bjorli, andre næringsdrivende, hyttefolk, gjester og innbyggere* til i smått og stort bidra til at Bjorli framstår som et bærekraftig lokalsamfunn

4. FORHOLD TIL ANNA PLANVERK – EIERSKAP - REVISJON

På det fysiske området er det plan- og bygningsloven som styrer utbyggingen av reiselivsdestinasjonene, og da særlig Byggeteknisk forskrift som gir absolutte krav til bygg.

Områder som økonomisk og sosial bærekraft er nesten ikke lovregulert. Men i ulike grad er det satt mål og ambisjoner for utviklingen i nasjonale, regionale og lokale plandokumenter, men med lite tilfang av virkemidler.

Formålet med bærekraftstrategien er ikke å ta initiativ til et nytt regelverk for utviklingen av reiselivet i fjellkommunene, men å initiere en *prosess for å bygge felles kunnskap og kjennskap for deretter å sette felles mål og gjennomføre konkrete, synlige og målbare tiltak.*

Foreliggende bærekraftstrategi «eies» av Lesja kommune og Bjorli Utvikling AS. Gjennom løpende dialog, arbeid, utprøving og revisjoner skal øvrige relevante aktører trekkes med – eksempelvis andre utbyggere på Bjorli, lokale reiselivsbedrifter, hytteforeningene, andre organisasjoner og lokalbefolkningen.

5. STRATEGI ØKONOMISK BÆREKRAFT

Prioriterte strategier	Relevante tiltak
Ø1 Øke den økonomiske verdiskapingen	1. Arbeide mot et komplett tilbud for <i>helårs</i> reiselivsvirksomhet 2. I tidlig fase spesielt – utvikle et helårs attraktivt <i>overnattingstilbud</i> i Fjellandsbyen 3. Etablere en felles <i>digital portal</i> for produktutvikling, markedsføring, salg, booking og betalinger av alle salgbare tjenester og produkter 4. Etablere et felles selskap for utvikling og formidling av <i>hytteservicetjenester</i> 5. Involvere og engasjere <i>deltidsinnbyggerne</i> til å bidra både med kapital, kultur og kompetanse
Ø2 Bidra til at mer av verdiskapingen blir igjen lokalt	1. Knytte bedrifter og personer innenfor bygge- og anleggsnæringen sammen i et felles <i>leverandørnettverk</i> (Nordveggen) 2. Gjennomføre et utdannings- og gründerprogram for personer som ønsker å kvalifisere seg for arbeid i reiselivsbedriftene eller ønsker å starte egen reiselivsbedrift (Nordveggen) 3. Sikre lokalt <i>eierskap/medeierskap</i> i reiselivsbedriftene 4. Tilrettelegge for og være liberal med å gi dispensasjon for at <i>fritidsboliger kan brukes som helårsbeboelse</i> 5. Tilby <i>lokal</i> mat, lokale kulturopplevelser og lokale aktiviteter med basis i kulturarven

6. STRATEGI SOSIAL BÆREKRAFT

Prioriterte strategier	Relevante tiltak
S1 Skape flere helårs arbeidsplasser	1. <i>Produktutvikling</i> som sikrer attraksjons- og besøksverdi hele året 2. <i>Pakke produkter</i> som kobler overnatting og opplevelser 3. Markedsføring mot <i>andre målgrupper og markeder</i> enn allerede eksisterende fritidsbeboere 4. Sammen med Romsdalen AS utvikle produkter som gjør Bjorli til et attraktivt besøkspunkt for <i>sommergjestene i Romsdalen/Åndalsnes</i> 5. Lage koblinger mellom reisemålet og <i>deltidsinnbyggernes</i> hjemsted om bedriftsutvikling og bedriftsetableringer
S2 Få sesongansatte til å bli fast bosatte	1. Utvikle og gi sesongansatte <i>gode botilbud</i> – som også er egnet for permanent bosetting 2. Utvikle og gi sesongansatte <i>tilbud om helårs stillinger</i> – gjerne som kombinasjon av flere jobber/arbeidsgivere. Skape trygghet om framtida 3. <i>Invitere sesongansatte</i> inn på lokale fritidsaktiviteter (lokalsamfunnet) og lag gjerne egne tilbud for sesongansatte (bedriftene) 4. <i>Kommunale «bosettingspakker»</i> må være utviklet og lett tilgjengelig 5. Bli <i>Best på noe</i> – ski, fjell, SPA, mat, service ol.. for å tiltrekke seg arbeidskraft og innbyggere
S3 Skape attraktivitet og tilbud for lokalbefolkningen	1. Lage guide – 10 naturopplevelser på Bjorli som kan besøkes på en bærekraftig måte 2. Lage guide – 10 kulturopplevelser på Bjorli som kan besøkes på en bærekraftig måte 3. <i>Lav terskel</i> for å skaffe seg bolig og etablere egen bedrift 4. Flest mulig <i>tilbud bør være felles</i> for fritidsbeboeren, gjesten og innbyggerne 5. Lage <i>årskalender</i> for allsidige arrangement som en åpne for både innbyggerne, fritidsbeboeren og tilreisende

7. STRATEGI MILJØMESSIG BÆREKRAFT

Prioriterte strategier	Relevante tiltak
M1 Reduserte CO2-utslipp fra reiser til/fra destinasjonen	1. Tilrettelegge for at besøkende kan reise kollektivt til/fra destinasjonen 2. Tilrettelegge for at gjester kan bevege seg miljøvennlig rundt på destinasjonen 3. Bygg konsentrert, sats på ett senter 4. Lag produkter og tilbud som gjør at folk velger lengre opphold 5. Bygg god infrastruktur for å kunne ta bærekraftige valg (lading biler, renovasjon/gjenbruk, gang/sykkelveger, leie av utstyr osv.)
M2 Redusere arealbruken – særlig til hytteformål – som truer det biologiske mangfoldet	1. Øke utbyggingsgraden i hyttefeltene ved å sette minimumskrav til utnytting i stedet for maksimumskrav 2. Redusere utbyggingen av nye heiser og nedfarter i alpinanlegget - øke tilrettelegging av off-piste 3. Tomter og boenheter bør prises progressivt i forhold til BYA/BRA 4. Tilby bo- og overnattingstilbud som inneholder både eie, leie og dele 5. Fellesbruk av arealer til langrennsløyper, sykkelstier og turstier
M3 Valg av bærekraftige materialer og energiløsninger	1. <i>Bygg i tre</i> 2. Utvikle kompetanse på og etablere «visningsbygg» som i utstrakt grad benytter «Smart-hus-teknologi» og andre alternative løsninger for bygging og oppvarming 3. Sette krav til <i>miljøsertifiserte entreprenører og leverandører</i> 4. Tilrettelegge for at en rekke funksjoner kan deles – eksempelvis parkering, lading, garasjer, boder, smøreboder/sykkelverksted, gjesterom osv. 5. Etablere løsninger for økt <i>gjenbruk</i> av materialer, inventar og utstyr