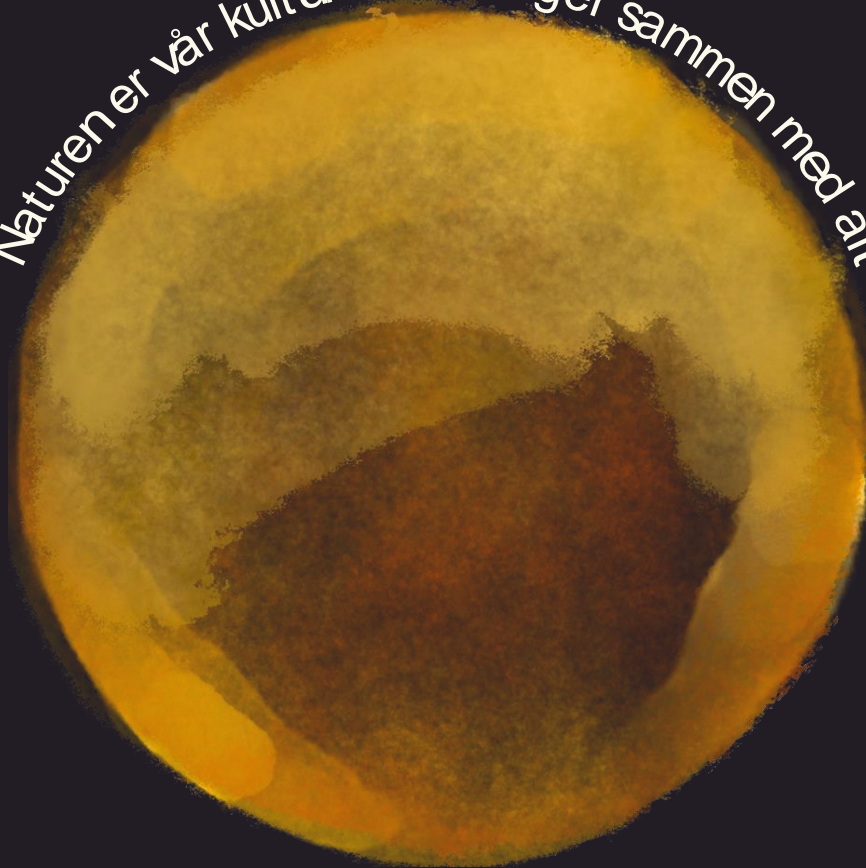


FORPROSJEKT

# SAMISK REISELIVSSTRATEGI

Et bærekraftig og mangfoldig reiseliv basert på  
samiske premisser og verdier

“Naturen er vår kultur - alt henger sammen med alt”



(SAMISK REISELIVSAKTØR)

## Forord

I kjernen av vårt arbeid med samisk reiselivsstrategi ligger en forpliktelse til ikke bare å skape inntekter gjennom fortellingene om oss, men også berike mangfoldet, trygge identitet og fremme forsoning i alle samiske samfunn.

Sametinget har med stor interesse lyttet til næringen i hele Sápmi. Vi er takknemlige for innsiktsfulle bidrag fra alle reiselivsaktører, kreative næringer og samiske samfunn som vi har møtt i forarbeidet til denne strategien. Deres stemmer har understreket viktigheten av at strategien må bidra til å sikre eierskap, mangfold, respekt og kunnskap om samisk kultur og natur, som er tuftet på «våre» fortellinger og verdier i samisk ånd.

Vårt mål er å gjøre praksis ut av forslagene fra næringene. Dette innebærer blant annet å utvikle veiledere og arenaer for å formidle og møte samisk kultur i reiselivet. Vi ser for oss å styrke nettverk og skape nye muligheter for verdiskaping, der også de kreative næringer kan tjene som en drivkraft i å bringe våre fortellinger til verden. Sammen med dere ønsker vi å bevege oss bort fra stereotyper, mot en dypere forståelse og anerkjennelse av det rike mangfoldet i Sápmi.

Beaiveálgu, som er Sametingsrådets tiltredelseserklæring, legger vekt på å forbedre vilkårene for samiske kreative og innovative næringer. Dette arbeidet som nå er igangsatt skal bedre vilkårene gjennom gode styringsverktøy og målrettet samarbeid om tiltak for næringen. Slik at vi både styrker samisk næringsliv og vår kultur for våre kommende generasjoner.

Jeg avslutter med et sitat om fremtidshåp fra Anders Larsen sin roman «Beaiveálgu» (1912):  
*«Der – uendelig langt borte – møtte himmel og hav hverandre. Så når ikke øyet lengre. Men tanker og lengsler svever enda lengre av gårde. For dem er det ingen stengsler, ikke hav og ikke himmel heller».*  
Sam

Sametingspresident

Silje Karine Muotka



Foto: Samedinger, Marie-Louise Sombly, Anu.

## Leserveiledning

Rapporten er strukturert i fem deler. Der del 1 er en introduksjon til samisk kultur og mangfold.

I del 2 beskrives status for samisk reiseliv, sett fra et eksternt perspektiv. Her legges det vekt på en kartlegging og analyse av nåværende forhold innenfor samisk reiseliv.

Fundamentet for strategien er beskrevet i del 3, og baseres på synspunkter og innspill som er særlig betydningsfulle for de samiske næringsaktørene. Det skal gi leser innsikt i perspektiv og prioriteringene til samiske interessenter.

I del 4 er fokusområder, mål og anbefalte strategier beskrevet. I denne delen presenteres en handlingsrettet tilnærming for å utvikle samisk reiseliv basert på analyse i de foregående delene.

I del 5 beskrives rammene for det videre arbeidet med strategien. Den gir et overblikk over de planlagte initiativene og den overordnede strukturen for å iverksette de identifiserte strategiene og målene. Denne delen danner grunnlaget for en videre planlegging, utvikling og gjennomføring av samisk reiselivsstrategi.

# Innhold

Forord	ii
Leserveiledning	iii
<b>Innhold</b>	<b>iv</b>
Hovedaktiviteter i strategiprosessen	5
Innledning	6
Sammendrag av strategien	7
<b>01 Introduksjon til samisk kultur</b>	<b>9</b>
Samisk bosettingsområde	10
Språk	11
Kulturmangfold	11
<b>02 Samisk reiseliv – status og analyse</b>	<b>13</b>
Status for samisk reiseliv	14
SWOT- analyse	17
Interessentanalyse	27
<b>03 Fundament for samisk reiselivsstrategi</b>	<b>30</b>
Fundament	31
Birgejupmi	32
Premisser for videre utvikling	34
Verdier	37
<b>04 Strategi</b>	<b>41</b>
Strategisk fremtidsønske	42
Formål	43
Strategiområder, mål og strategier	44
<b>05 Fremdriftsplan</b>	<b>57</b>
Risikofaktorer hovedprosjekt	58
Anbefalinger for videre prosjektarbeid og organisering	60
<b>Referanser</b>	<b>63</b>

# Hovedaktiviteter i strategiprosessen

Forprosjektet ble gjennomført av Sametinget fra oktober 2023 til april 2024. I den perioden ble det gjennomført en bred involvering og innhenting av informasjon, kunnskap og innspill. Det er benyttet en kvantitativ og kvalitativ tilnærming for innhenting av innspill. En kvalitativ tilnærming fokuserer på mening og innhold, mens kvantitativ tilnærming fokuserer mer på bredde og omfang (Radel, 2018).

Figur 1. Prosess for innhenting av kunnskap og innspill.



## Rapporter og sekundærkilder

Sekundærkilder er rapporter, nettsider og informasjon fra forskere ved UIT samt offentlige aktører som Innovasjon Norge og Sametinget.



## Digital innspillskasse

41 svar på digital spørreskjema sendt pr epost til samiske reiselivsbedrifter og samiske kulturbedrifter i Norge.



## Dybdeintervju

Det ble gjennomført 13 en til en dybdeintervju med relevante aktører innen samisk reiseliv og samisk kulturnærning.



## Innspillsmøter

Det ble invitert til fysiske innspillsmøter i Kautokeino, Alta, Drag og Røros. Med unntak av Drag ble alle gjennomført fysisk, med utvalgte samiske reiselivs- og kulturaktører og interessenter. Det deltok totalt 25 personer.



## Referansegruppe

Referansegruppen var sammensatt av utvalgte aktører innen det private og offentlige. Antall deltakere var 15 representanter fra reindrift, samisk reiseliv, fylkeskommuner og kreative næringer. Det ble avholdt 2 møter.



## Styringsgruppe

Det er gjennomført 3 styringsgruppemøter. Styringsgruppen bestod av representanter fra Sametinget, Innovasjon Norge og Sápmi Næringshage.



# Innledning

I forbindelse med Nasjonal reiselivsstrategi 2030 (VisitNorway, 2021), ble det besluttet å igangsette arbeidet med å utvikle en del-strategi for samisk reiseliv. Sametinget fikk ansvar for utarbeidelse av strategien og igangsatte forprosjektet Samisk reiselivsstrategi i 2023. Basert på resultater fra forprosjektfasen vil den endelige strategien videre konkretiseres i et hovedprosjekt, som planlegges gjennomført i perioden 2024-2026.

Turisme er en kraft som har evnen til å forme og påvirke samfunn, kultur og miljø på ulike vis. På sitt beste kan turisme være en brobygger som øker forståelsen for kultur, styrker lokalsamfunn og fremmer bærekraftig forvaltning av naturressurser. På den andre siden kan turisme også utfordre, og spesielt når den ikke tar hensyn til urfolk.

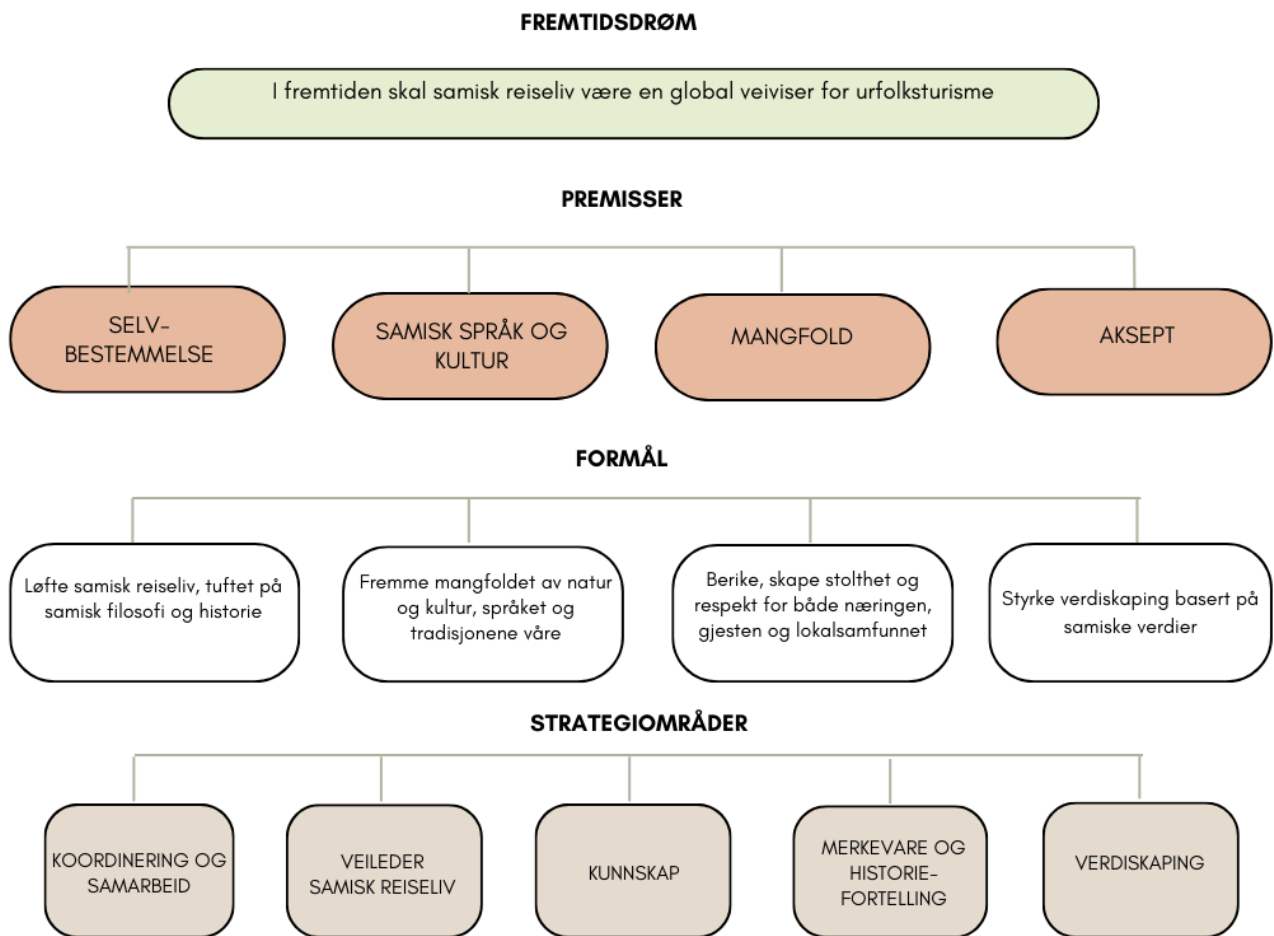
Strategien er viktig for å sikre utviklingen og fremtiden til samisk reiseliv. Den skal vise vei mot en reiselivsutvikling som både respekterer og styrker kulturelt mangfold. Det er ønskelig med en utvikling som løfter og bevarer kulturarven, samt minimerer de negative påvirkningene som turisme kan medføre.

Selvbestemmelse og eierskap til egne fortellinger utgjør fundamentale elementer og forutsetninger for utvikling av samisk reiseliv (Kramvig & Smedseng, 2022). En omfattende grad av involvering og forankring blant aktører og lokalbefolkning i de samiske områdene i Norge har derfor vært av avgjørende betydning for gjennomføring av dette forprosjektet.

Forprosjektet inkluderte en samling av innspill gjennom personlige intervjuer, digitale spørreskjemaer, samt fysiske og digitale møter. Målet var å få fram fremtidsønsker, verdier, premisser og fokusområder for videre vekst. Strategien er et resultat av alle innspill fra ulike sektorer, inkludert samisk reindrift- og reiselivsnæring, kreative næringer, samt offentlige og faglige interesseorganisasjoner. Det er et utgangspunkt for det videre arbeidet i å utvikle en reiselivsstrategi, der formålet er å ikke bare maksimere fordelene for lokalsamfunn, besøkende og aktører, men også sikre at disse fordelene er bærekraftige på lang sikt. Strategien skal være en veiviser for fremtidig reiselivsutvikling som gagnar både dagens og fremtidige generasjoner.

# Sammendrag av strategien

Figur 2. En oversikt over visjon, premisser, formål og strategiområder. Mer informasjon om de enkelte delene er beskrevet i kap. 3 og 4.





Dån la nav gievrta  
Ihkevinájgge luluj duv namma sáddat

Dån la sierra  
niddo buorre  
ietjat moattebájnuk vuolpujn  
Fávros tjáddjijjiddje – jus gehtjasta  
ma duv dárbu li  
Sídáv gal javllat

Ihkevinájgge luluj nammat sjáddat

Valla unnemus dássjiddbme jali gáhtsemahtes dahko  
máhtta duv smállit tjuohte báhkkej

Basstelis biehke máhtti báktjit  
tjiegnaht suoddat

Ja il mige desti iemeláhkáj sárta  
Mán de jáhtáv  
sálgat duv suoddjit  
Mán ihkevinájge duv namman

# 01

## Introduksjon til samisk kultur



Foto: Trenderlag Reiseliv, Mortus Ruud

## Samisk bosettingsområde

Sápmi er betegnelsen på samenes historiske bosetningsområde som består av de nordlige delene av Norge, Sverige, Finland og Russland. Området strekker seg fra Hedmark i sør til Kola-halvøya i øst. Bosetningsområdet kalles *Sápmi* på nordsamisk, *Saepmie* på sørsamisk og *Sábmme* på lulesamisk<sup>1</sup>. Det finnes ingen offisielle tall på hvor mange samer som bor i de fire landene i dag, men det anslås å ligge på rundt 80 000 totalt, hvorav 50 000 er i Norge<sup>2</sup>.

Figur 3. Kart over det samiske språkområdet i Sápmi.



Foto: wikipedia.no

<sup>1</sup> <https://samiskevevisere.no/article/forvaltningsomradet-for-samisk-sprak/>

<sup>2</sup> <https://result.uit.no/reaidu/introduksjon/>

## Språk

Samisk er ikke ett språk. I den norske delen av Sápmi er det seks språkområder: nordsamisk, skoltesamisk, lulesamisk, pitesamisk, umesamisk og sørsamisk<sup>3</sup>. Forskjellen mellom for eksempel nordsamisk og sørsamisk er omtrent som forskjellen mellom norsk og islandsk.

Norge har den største samiske befolkningen i Sápmi, men til tross for dette, er det flere av de samiske språkene som kun snakkes i Finland eller Sverige, selv om Norge også er en del av språkområdet.

I internasjonal sammenheng er alle samiske språk karakterisert som truede, alvorlig truede eller nesten utdødde språk. Samisk språk oppfattes som et særlig viktig kjennetegn for samene, og en hovedmålsetting for Sametinget og samisk språkpolitikk er å styrke de samiske språkene.

## Kulturmangfold

Ulikhetene i de samiske språkene viser det store mangfoldet i samiske samfunn<sup>4</sup>. Mangfold handler også om bosted. Samene lever på ulike steder i hele Norge, med ulike språk og kulturelle sætrekk.

En annen viktig side er det yrkesmessige mangfoldet, der samer arbeider innenfor en lang rekke næringer. Tradisjonelt har samene drevet med reindrift (Nergård, 2006). Reindrift er en av svært få samiske næringer som er spesifikke for det samiske samfunnet. Med røtter i en lang historie utgjør reindrift en fundamental del av bosetningen i det arktiske området. Med om lag 3000 personer knyttet til reindriften, spredt fra sør i Hedmark til nord i Finnmark, representerer denne næringen et økonomisk, sysselsettingsmessig og kulturelt kjerneelement i samisk og lokal sammenheng.

---

<sup>3</sup> <https://sametinget.no/sprak/fakta-om-samiske-sprak/>

<sup>4</sup> <https://result.uit.no/reaidu/vare-tema/identitet/mangfold-2/#Fleresamiskekulturer>



Sjøsamene, som bor langs kysten fra nord i Finnmark til sør i Trøndelag, har tradisjonelt hatt fiske og husdyrhold som næring<sup>5</sup>. Sjøsamisk kultur er sterkt knyttet til havet der fiske, jakt og båtbygging har vært sentrale elementer.

Markasamisk, en dialekt og stedskultur innen nord-samisk, og har sitt utspring fra tornesamisk og karesuandosamisk. Utviklingen av markabygdene på 1600-tallet var plassert i "utmarka" i marka og dalene, med en befolkning knyttet til nomadisk reindrift, samt kystnæringer som fangst og fiske.

Figur 4. Bilde fra samisk friluftsmuseum i markasamiske omgivelser på.



Foto: Vardobaiki, Gálllogjeddi

En økende andel urfolk bor i dag i urbane strøk<sup>6</sup>. Dette gjelder også for samisk bosetting der Tromsø, Alta, Trondheim og Oslo er voksende byer med samisk tilhørighet. Mangfoldige samiske kulturuttrykk kommer til syne gjennom for eksempel musikk, kunst og nyskapende design. Dette understreker en levende kultur i utvikling.

<sup>5</sup> [https://www.nb.no/items/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2009030500015?page=37](https://www.nb.no/items/URN:NBN:no-nb_digibok_2009030500015?page=37)

<sup>6</sup> [https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=v668OO\\_i\\_qgC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Indigenous+people,Jeffrey+Sisson&ots=xd7yZ8HKwn&sig=kzowBeGmpSxSHEhuZaQKAwbPzRs&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=v668OO_i_qgC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Indigenous+people,Jeffrey+Sisson&ots=xd7yZ8HKwn&sig=kzowBeGmpSxSHEhuZaQKAwbPzRs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

# 02

## Samisk reiseliv



Foto: Nordnorsk Reiseliv, Marie Louise Somy, Anru

## Status for samisk reiseliv

Samisk reiseliv er ikke noe nytt. Tvert imot har samisk reiseliv vært med å etablere Norge som reisemål. Et historisk blikk viser at næringen har lange tradisjoner. Allerede på midten av 1800-tallet ble samiske sommerboplasser i Norge populære som reisemål<sup>7</sup>.

Etterspørselen etter samisk kultur hadde trolig sammenheng med at den samiske kulturen allerede da var en viktig del av markedsføringen for å tiltrekke turister til Norge (Jensen, 2019).

Reiseliv drives gjerne i kombinasjon med tradisjonelle samiske næringer som reindrift, utmarkshøsting, fiskeri og landbruk, men også i kombinasjon med kreative næringer (Benjaminsen et al., 2016; Dunfjeld, 1979). Næringen består av aktører innen både reindrift, salg av suvenirer og håndverk, naturopplevelser og historiefortelling, servering av samisk mat, og/eller overnatting, og er en viktig vekstnæring i SNT-området<sup>8</sup>.

I dag kjennetegnes næringen av en sterk samisk profil og innehar kulturelementer som har stor betydning i formidlingen av samisk kultur. Sametinget definerer samisk reiseliv som en næring der samiske kultur utgjør hovedelementet i virksomheten<sup>9</sup>.



Foto: Sametinget, Marie Louise Somby, Árvu

<sup>7</sup> UIT, <https://result.uit.no/reaidu/vare-tema/naeringer/reiseliv/>

<sup>8</sup> [https://samilogutmuit.no/sites/default/files/publications/slm\\_-\\_kapitlene\\_samlet\\_-\\_norsk.pdf](https://samilogutmuit.no/sites/default/files/publications/slm_-_kapitlene_samlet_-_norsk.pdf)

<sup>9</sup> <https://sametinget.no/naring/samisk-reiseliv/>



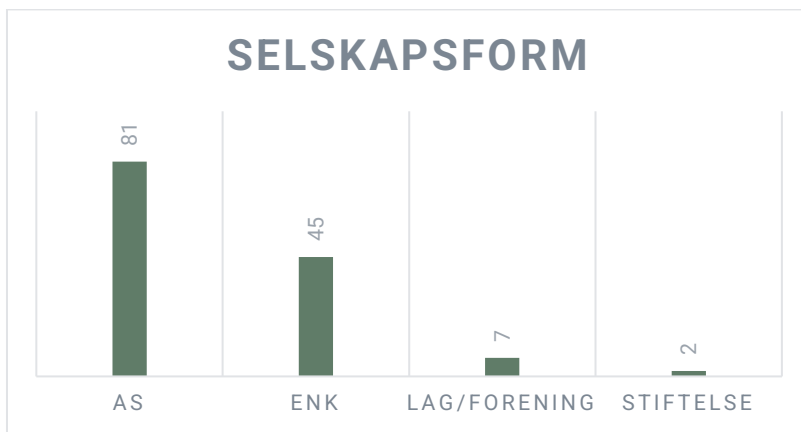
## Antall bedrifter

Antall bedrifter og tallgrunnlaget er innhentet fra Sametinget sine registreringer over samiske reiselivs- og kulturbedrifter (Sametinget, 2023).

Kartleggingen er basert på tilgjengelige regnskapstall fra proff.no for 2022. Grunnlaget viser en majoritet av selskap registret som aksjeselskap med 60%, mens 33% er registret som enkeltmannsforetak, 5% som lag/forening og ett selskap som stiftelse.

Av disse er det pr i dag 135 bedrifter som er operative. Dette antallet er ikke eksakt, da en vet at det er mange enkeltmannsforetak som ikke er registrert som AS. Dette gjør det vanskelig å dokumentere det eksakte antallet bedrifter.

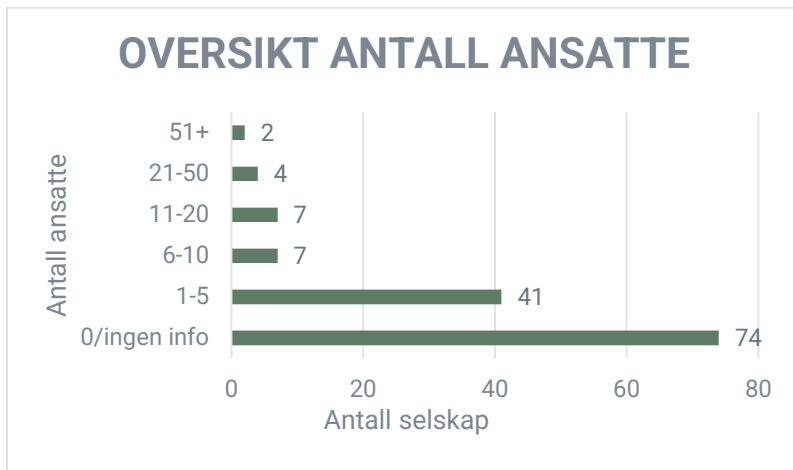
Figur 5. Oversikt over selskapsform



## Ansatte

Det er totalt en sysselsetting på 484 ansatte registret i oversikten over bedrifter innen samisk reiseliv og kulturnæring. Dersom en ser på antall ansatte har 55% av registrerte selskap ingen ansatte. Dette utgjør 74 selskap og av disse er 61% enkeltmannsforetak (45 selskap). 30% av selskapene har 1-5 ansatte og utgjør 41 selskap. Videre har 10% av selskapene 6-20 ansatte (14 selskap), mens 4% har mer enn 20 ansatte, totalt 6 selskap.

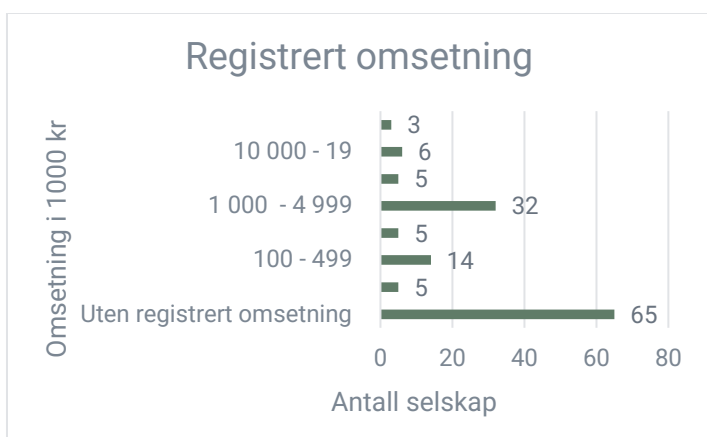
Figur 6. Oversikt over antall ansatte i samisk reiseliv og kreative næringer



### Omsetning

Bedriftene som er kartlagt er basert på liste over bedrifter fra Sametinget der både reiseliv og kreative næringer inngår. De har en samlet omsetning på 291 299 000 kr. Når det kommer til omsetning, er 48% av selskapene (totalt 65 selskap) registrert uten omsetning. Videre ser en at 18% av selskapene har en omsetning mellom 1000 kr og 1 million kr, dette utgjør 24 selskap. 24% har en omsetning mellom 1 million og 5 millioner kr, 32 selskap mens 14 selskap har omsetning mellom 5 og 35 millioner kroner – disse utgjør 10% av samlet omsetning på 291 299 000 kr for samiske selskap.

Figur 7. Registrert omsetning for bedrifter innen samisk reiseliv og kreative næringer



I rapporten for bærekraftig næringsutvikling fra Sametinget (2022) påpekes behovet for mer risikokapital i samiske områder, spesielt rettet mot fornybar og bærekraftig næringsutvikling. Dette understrekes også i utredningen for samiske reindrift- og reiselivsnæring (KreativIndustri, 2022) som beskriver en næring preget av mangel på egenkapital og risikovillig kapital, spesielt i nye bedrifter. Dette kan være til hinder, både for vekst og etablering av levedyktige bedrifter.

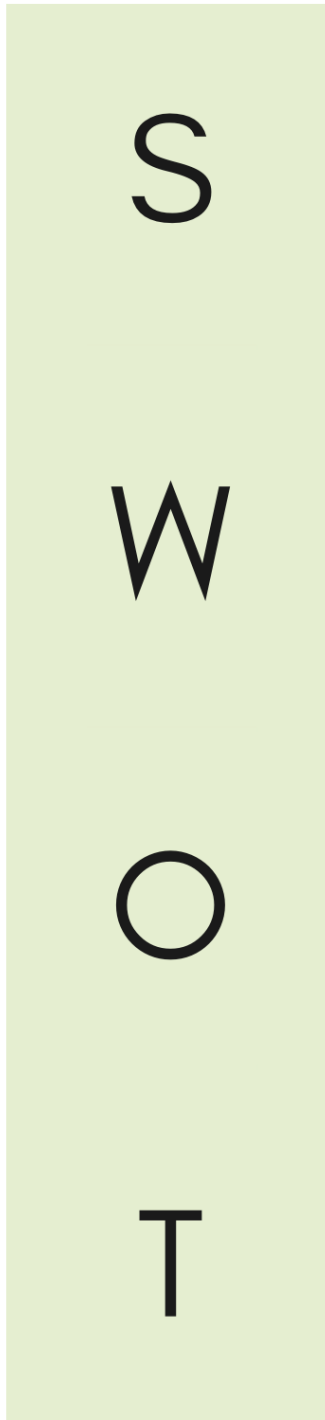
Lav lønnsomhet kan skyldes ulike faktorer, inkludert sesongavhengighet, begrenset tilgang til enkelte områder og høyere kostnader knyttet til bevaring av kultur og natur. Dette kan også påvirke investeringskapasiteten til bedriftene. For å styrke lønnsomheten og investeringskapasiteten, kan det være nødvendig å ha et økt fokus på diversifisering av tilbudene. Med dette menes å satse på flere typer opplevelser og markeder, der man satser på utvikling av nye opplevelsesprodukter mot ulike segmenter og gjerne i samarbeid med andre aktører.

## SWOT- analyse

Samisk reiseliv står overfor både muligheter og utfordringer når egen kultur kommersialiseres. En SWOT-analyse er benyttet for å belyse reiselivets nåværende tilstand ved å identifisere styrker, svakheter, muligheter og trusler som legger grunnlaget for en målrettet strategi.

Denne analysen er basert på kartlegginger blant eksterne kilder, samt innspill fra intervju av aktører.

Figur 8. Oppsummering SWOT-analysen



### Styrker

- Levende og unik kultur
- Natur
- Kulturelt mangfold
- Etterspørsel etter kulturbaserte opplevelser
- Bærekraftsfokus
- Motivasjon for kulturformidling
- Sterk merkevare
- Lokal forankring

### Svakheter

- Små bedrifter med lav lønnsomhet og få ansatte
- Begrenset mangfold av opplevelser og produkter
- Begrenset tilgjengelighet og infrastruktur
- Eksotisk og stereotypisk fremstilling i markedsføring og salg
- Fraflytting fra bygd til by, og manglende arbeidskraft
- Begrenset kunnskap om samisk kultur i markedet

### Muligheter

- Revitalisering og styrking av samisk kultur og lokalsamfunn
- Nyetablering av bedrifter og økt innovasjon
- Økt samarbeid med kreativ næring
- Fyrtårn for bærekraftig reiselivsutvikling
- Kulturutveksling og økt forståelse for urfolksrettigheter
- Økt inntjening og forbedring i økonomi

### Trusler

- Overkommersialisering: kan føre til tap av autentisitet og kulturell integritet i samisk reiseliv.
- Klimaendringer: endringer i klimaet kan påvirke reiselivsopplevelsene.
- Juridiske utfordringer: endringer i lover og reguleringer knyttet til samiske rettigheter og reindrift
- Krig i Europa
- Pandemier

# Styrker

## Motivasjon

Samisk reiseliv representerer en unik mulighet til å tilby turister autentiske opplevelse dypt forankret i lokal kunnskap og verdier i samisk kultur. I rapporten «Utredning for reindriftsbasert reiseliv» (KreativIndustri, 2022) kom det frem at formidling av samisk kultur og bevaring av tradisjoner og kunnskap var en av hovedmotivasjonene for å starte med reiselivsvirksomhet, i tillegg til reindrift.

## Levende og mangfoldig kultur

Samisk kultur består av et mangfold. Dette inkluderer varierte elementer som for eksempel historie og tradisjoner, språk, kunst, festivaler, musikk, håndverk og mat. Denne mangfoldigheten gir muligheter for mange ulike opplevelser for turister, som kan utforske og sette pris på forskjellige aspekter av samisk kultur. De varierte kulturelle ressursene gir et betydelig konkurransefortrinn ved å appellere til ulike interesser, verdier og preferanser blant besøkende.

## Sterk merkevare

I tillegg til kulturarv, er Norge internasjonalt kjent for vakker natur og naturfenomener<sup>10</sup>. Naturen gir et godt grunnlag for kultur- og naturbaserte opplevelser. Dette utgjør en betydelig styrke for samisk reiseliv, da det appellerer til turister som søker en tettere tilknytning til naturen.

## Bærekraftig fokus som styrker Norge som reisemål

I tillegg til å tilby kultur- og naturopplevelser er et bærekraftig fokus en fremtredende styrke innen samisk kultur (Nergård, 2006). Samenes filosofi og bevaringsfokus for natur og kulturell arv kan appellere til ansvarlige reisende. Et bærekraftig fokus kan medføre at man kan tiltrekke seg en spesifikk målgruppe, men styrker også omdømmet for Norge.

## Lokal forankring

Lokal forankring er en betydelig styrke. Mange av bedriftene har sitt utspring fra små steder og deres virksomhet kan fungere som en økonomisk støttepilar, samtidig som den bidrar til å opprettholde levedyktige lokalsamfunn.

---

<sup>10</sup> <https://business.visitnorway.com/no/restart-reiseliv/kunst-og-kulturturisme/>

# Svakheter/utfordringer

## Forståelse og aksept

Videre viser intervjuer med både samiske næringsaktører, offentlige- og øvrige interessenter at forståelsen og forventinger til samisk reiseliv kommer med assosiasjoner og forventinger som avviker noe fra den samiske kulturens mangfold. Den generelle oppfatningen av hva som er samisk reiseliv er noe begrensende. Dette er en utfordring da det kan resultere i en snever fremstilling av samisk kultur og deretter et noe ensartet tilbud av opplevelser (Wright, 2017).

Samisk reiseliv har et potensiale for å være en næring som består av en kombinasjon av elementer med kultur, natur, reindrift, kunst, håndverk, mat og musikk m.m. Dette potensialet er per i dag for lite utnyttet i form av tilgjengelige og bookbare<sup>11</sup> opplevelser for et reiselivsmarked. For å kunne sikre fremtidig vekst og utvikling samt ivaretagelse av mangfoldet innen samisk kultur er det viktig å øke aksepten og forståelsen av hva som er samisk reiseliv. Det handler om at folk må få være seg selv, og ikke noe andre tror de er. En økt aksept og forståelse bør gi samiske reiselivsbedrifter rom for å bygge sin virksomhet rundt egen historie og personlige verdier.

## Økonomiske verdiskapingsutfordringer

Samiske områder er rike på naturressurser, men står overfor utfordringer i næringslivet<sup>12</sup>.

Næringslivet i samiske områder er preget av små foretak og ofte enkeltmannsforetak, der familien trår til ved behov. Begrensede økonomiske og menneskelige ressurser kan begrense samisk reiseliv sin evne til utvikling, markedsføring, investeringer og utvidelser. Sårbarhet for sesongvariasjoner kan føre til svingende inntekter og utfordringer med å opprettholde stabilitet.

## Eksotisk og pre-moderne fremstilling av samisk kultur

Markedsføring av samisk reiseliv er en annen betydelig utfordring. I et historisk perspektiv har markedsføringen av samisk reiseliv og kultur vært preget av snevre, pre-moderne og eksotiske representasjoner (Jensen, 2019; Wright, 2017). Dette medfører forventinger blant annet turister som ikke står i stil med det livet folk lever i dag. I tillegg kan snevre og lite mangfoldige representasjoner av samisk kultur føre til et smalt tilbud og liten differensiering av samiske reiselivsprodukter/opplevelser.

---

<sup>11</sup> Bookbar er et uttrykk som brukes i reiselivet for et produkt eller en opplevelse som er tilgjengelig for kjøp og reservasjon

<sup>12</sup> Sametinget,

<https://innsyn.onacos.no/sametinget/mote/norsk/wfdocument.ashx?journalpostid=2021066747&dokid=1156443&versjon=1&variant=A&>

## **Manglende eierskap til fortellingene**

Den generelle fremstillingen av samisk kultur har hovedsakelig vært preget av å snakke «om» den samiske kulturen, sett utenfra, og ikke «fra» samiske samfunn (Kramvig & Smedseng, 2022). Samene har hatt liten innflytelse på de historiene som blir presentert ut til et nasjonalt og internasjonalt marked. Det bør videre være et fokus å ta et dekoloniseringsperspektiv, som handler om å løfte samenes historier, kunnskap og verdier frem, istedenfor å snakke om det samiske fra et norsk perspektiv.

## **Utdanning og kompetanse**

Innenfor rammene av den samiske reiselivsstrategien er det også utfordringer knyttet til mangel på kvalifisert arbeidskraft med tilstrekkelig innsikt i samisk kultur og historie i sentrum. Aktørene som vi har intervjuet, belyser dette temaet og fokuserer på at mye kunnskap om egen historie har gått tapt i forunderskningsprosessen. Det er ønskelig med økt kompetanse om samisk historie og tradisjoner.

## **Demografiske endringer**

Demografiske endringer, der unge flytter fra samiske områder og andelen eldre øker i distriktene, skaper også utfordringer for samisk reiseliv. En attraktiv plass å bo vil for mange kommuner være avgjørende for å få positiv næringsutvikling. Det er derfor viktig å sikre levedyktige lokalsamfunn der samisk språk, kultur og næringer gis gode vekstmuligheter<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> [https://sametinget.no/\\_f/p1/i2cc5a832-2da8-4b68-8568-d1339df4359a/sattolas-sapmi-naringsmelding-2019.pdf](https://sametinget.no/_f/p1/i2cc5a832-2da8-4b68-8568-d1339df4359a/sattolas-sapmi-naringsmelding-2019.pdf)



# Muligheter

Samisk reiseliv står overfor muligheter som kan styrke både næringen, lokalsamfunnet og den samiske kulturen.

## **Innovasjon og entreprenørskap**

Samisk næringsliv er basert på naturressurser der det også er muligheter for ny innovasjon for å tilrettelegge for reiselivsutvikling. I sjøsamisk kultur<sup>14</sup> er det lange tradisjoner for å høste av havet, men også jordbruket har spilt en stor rolle for sysselsetting og bosetting i samiske områder. Både fiske og jordbruk er en viktig del av den samiske kulturarven og innebærer en tradisjonell kunnskap og kultur som bør styrkes og videreføres til nye generasjoner, der reiselivsutvikling kan være en mulighet.

Reindrift er en viktig samisk levemåte og primærnæring, samt en av de fremste samiske kultur- og tradisjonsbærere. Det er viktig for Sametinget at reindriften kan ivareta den tradisjonelle driftsformen i samfunnsutviklingen, der tradisjonell kunnskap (Bietilæ & Pedersen, 2021) (*árbediehttu*) og familiebasert reindrift opprettholdes og styrkes.

## **Økt samarbeid med kreative næringer**

Det anbefales at samisk reiseliv får aksept for en bred tilnærming der også kreative næringer inngår. Det bør vurderes å endre benevnelse for næringen til samisk kultur- og opplevelsesnæring istedenfor samisk reiseliv. En slik endring er noe som eventuelt bør forankres og avklares med de ulike aktørene i næringene i det videre arbeidet, og det anbefales derfor at dette blir en del av hovedprosjektet.

## **Revitalisering av kultur og språk**

Samisk reiseliv, og samisk kreative næringer selv om de i dag utgjør en relativt liten del av den totale næringen i Norge, har potensial til å bety stadig mer for Norge og lokalbefolkningen. Det er en mulighet for at samisk reiseliv blir en katalysator for revitalisering av kultur, der økt stolthet og selvtillit blant lokalbefolkningen er et fokus (Wright, 2017).

---

<sup>14</sup> <https://samiskeveivisere.no/fiske-og-havbruk-i-sabme/>

## Reiselivet kan bidra til positive endringer i lokalsamfunnet

Regenerativt reiseliv, der stedet blir bedre når du forlater det enn da du kom, er en utvikling som står i kontrast til hvordan reiselivet globalt har operert i mange år. Reisende ønsker nå å komme nærmere kulturen de besøker og bidra til å gjøre det bedre, i stedet for å svekke destinasjonen med besøket sitt<sup>15</sup>.

I forbindelse med en regenerativ utvikling har det blitt et økt fokus på hvordan besøkende kan støtte den lokale urbefolkningen de besøker, ikke minst gjennom å støtte bedrifter som faktisk tilhører befolkningen<sup>16</sup>.

## Retningslinjer for formidling og salg av samisk kultur

Prosjektet Vahca<sup>17</sup>, som betyr nysnø på nordsamisk, var et samarbeid mellom Sametinget, Tromsø kommune, samt Visit Tromsø-region, Tromsø Sentrum AS og Næringsforeningen i Tromsø. Målet var å etablere Tromsø som en foregangskommune i forvaltningen av samisk kultur i reiselivet. Gjennom arbeidet ble det utviklet et sett med etiske retningslinjer kalt "Vahca Veiviser", basert på forskning og intervjuer med aktører fra handels- og reiselivsnæringen i Tromsø. Disse retningslinjene setter søkelys på å trygge formidlingen av samisk kultur og historie i reiselivsoplevelser.

I tillegg til dialog med tidligere prosjektleder av Vahca har prosjektet inkludert innspillmøter hvor ulike temaer er diskutert. Tilbakemeldinger har understreket ønsket om opplevelser som respekterer og fremmer den samiske kulturen og historien, samtidig som det er et behov for retningslinjer som sikrer dette. Prosjektet har også sett på etiske retningslinjer fra andre land som jobber med urfolksturisme, inkludert Finland, Sverige, og Canada, og disse erfaringene har bidratt til å påvirke det videre arbeidet.

Basert på disse undersøkelsene, anbefales det å videreføre arbeidet med etiske retningslinjer for samisk reiseliv. Det foreslås også å utvide Vahca-konseptet for å utvikle mer omfattende samiske veiledere. Dette vil bidra til å styrke og bevare den samiske kulturen og næringen for fremtidige generasjoner, samtidig som det sikrer en ansvarlig og respektfull tilnærming fra besøkende.

---

<sup>15</sup> <https://www.forbes.com/sites/angelinavillaclarke/2023/11/12/travel-trends-2024-report-part-1-authenticity-and-the-rise-in-ai/?sh=73fdfce1f5f>

<sup>16</sup> <https://www.queenstownnz.co.nz/regenerative-tourism-2030/the-plan/>

<sup>17</sup> <https://sametinget.no/naring/samisk-reiseliv/vahca/>

## Markedsetterspørsmål og trender

Ifølge Globetrender<sup>18</sup> ser en nå et skifte relatert til urfolksreiseliv. Urfolksreiseliv har vært, og er fortsatt mange steder, skapt med et utenforstående blikk ofte basert på assosiasjoner skapt av en overmakt som har undertrykt urfolket. De har blitt fremstilt som utenforstående kuriositeter, heller en komplekse mennesker med en rik kultur.

Dette har også vært utviklingen for samisk reiseliv, som i sin spede start begynte da samer og reinsdyr ble stilt ut i utlandet på 1800-tallet og tidlig 1900-tallet (Jensen, 2019). Både disse utstillingene, og andre kommersielle aktiviteter på 1900-tallet bidro til å forme den globale idéen om det å være samisk. Ofte ble denne idéen kokt ned til stereotypier, med utgangspunkt i utenforstående tanker om hva det vil si å være samisk. I en studie utført av Kramvig og Førde (2020) oppdaget de at besøkende fra andre land var redd for å møte stereotyper av samisk kultur og for å bidra til å gjøre det samiske til «det eksotiske andre». Det er viktig av at samiske reiselivsaktører tar kontroll over egen historie og kultur og presentere selv hvem de er og hva kulturen deres går ut på.

Heldigvis jobbes det med å ta tilbake retten til å formidle egen kultur. I følge Globetrenders undersøkelser er det nettopp en urfolksturisme på urfolkets premisser som den moderne turisten søker – enten det er i Australia, Nord-Amerika eller Sápmi. Ifølge en undersøkelse gjort av Forbes<sup>19</sup> angående trender for reisende i 2024, kommer det frem at moderne reisende ønsker seg dype og meningsfulle opplevelser. Mange ønsker også å utforske det ukjente (81%) og bli kjent med lokale tradisjoner og kulturer (48%). En viktig del av dette er også en utforskning av lokale matkulturer (64%) og dypdykk i kulturen gjennom kortreist lokalmat.

## Slow-travel

Tid oppleves som et stadig knappere gode. Slow travel<sup>20</sup> – er en mottrend til alt som går fort. Den hektiske livsførselen fører til et behov for avkobling, og øker etterspørselen etter «slow travel», dvs. reiser der man er lenge på ett sted, er offline (digital detox), i kontakt med natur og kultur, arbeider frivillig for lokale organisasjoner, går/sykler, er på retreats osv. Samisk reiseliv har et stort potensial for å levere på denne trenden, med store tilgjengelige naturområder og en kultur for slow-living i pakt med naturen.

---

<sup>18</sup> [https://ilag.nordnorge.com/content/uploads/sites/5/2023/02/2023\\_Globetrender\\_Travel-Trend-Forecast.pdf](https://ilag.nordnorge.com/content/uploads/sites/5/2023/02/2023_Globetrender_Travel-Trend-Forecast.pdf)

<sup>19</sup> <https://www.forbes.com/sites/marymeehan/2023/12/28/trends-for-2024-the-changes-shaping-the-year-ahead/>

<sup>20</sup> <https://hospitalityinsights.ehl.edu/what-slow-tourism>

# Trusler

Samisk reiseliv står også overfor trusler som krever nøye håndtering for å sikre bransjens bærekraft og bevarelse av den samiske kulturen. Disse truslene reflekterer både interne og eksterne faktorer, som kan påvirke reiselivsutviklingen negativt.

## Overkommersialisering

Når samisk kultur skal utvikles til økonomisk verdi og vekst er det noen risikoer som man bør være oppmerksom på. Overkommersialisering refererer til en tilstand der kommersielle interesser og profittmotive dominerer i en slik grad at det går på bekostning kulturelle faktorer (Bruner, 2005). En uheldig følge av overkommersialisering er risikoen for kulturell utvanning, der samiske tradisjoner og uttrykk kan bli kommersialisert for å tilfredsstille turistenes eksotiske og stereotypiske forventninger. Dette kan true integriteten til den samiske kulturarven og redusere opplevelsens autentisitet (Bernardi, 2019). Dersom fokus på utvikling blir for ensidig rettet mot å imøtekomme disse forventningene samt oppnå økonomiske gevinster på bekostning av å ivareta den autentiske kulturen, opplevelseskvaliteten, og miljøet, kan det føre til standardisering, tap av lokal kontroll, utvanning av kulturelle elementer og overbelastning av naturområder. På den andre siden kan redsel for kulturell utvanning være en risiko som hindrer innovasjon og utvikling. Nyetableringer av samiske reiselivsbedrifter i sentrale strøk, og nye opplevelser som skiller seg ut fra det tradisjonelle, er eksempler på utvikling som får kritikk fra noen og anerkjennelse fra andre (Bernardi, 2019). Dette er eksempler på innovasjon og utvikling som kan være både en trussel og en mulighet, men uansett en viktig debatt for den videre utviklingen av samisk reiseliv.

Samisk kultur er dynamisk og utvikler seg i takt med resten av samfunnet. Det er viktig at det i denne strategien ikke utvikles en for «smal forståelse» for hva som skal få lov til å være inkludert i samisk reiseliv. Å finne den rette balansen mellom økonomisk utvikling og kulturell bevaring er en kompleks oppgave som krever nøye planlegging og implementering av reiselivsaktiviteter som respekterer og fremmer samiske kultur, samtidig som den sikrer at den ikke kommersialiseres på en måte som undergraver dens integritet.

## Klimaendringer

Klimaendringer representerer en annen betydelig trussel. FNs klimapanel<sup>21</sup> har fastslått at det nå skjer menneskeskapte klimaendringer, og en temperaturøkning på under 2 grader er ikke lenger realistisk. En temperaturøkning gir høyere luftfuktighet, og dermed mer ekstremvær. En økning i ekstremvær kan gjøre reiselivsproduktet mindre attraktivt, da primærattraksjonen i Norge er naturen – og med dårlig sikt og værforhold som gjør det vanskeligere å være utendørs, kan naturopplevelsen svekkes.

Endringer i klimaet både på sommer og vinter påvirker også samisk reiseliv, i likhet med øvrig næringsliv. Naturkatastrofer og værutfordringer kan føre til forstyrrelser i naturlige økosystemer og endringer i dyrelivsmønstre, spesielt med tanke på vanskelige beiteforhold for rein. Slike endringer kan påvirke den samiske kulturen på sikt, men også kvaliteten på reiselivsopplevelsene og påvirke merkevaren Norge har i henhold til natur. Det er derfor viktig å iverksette bærekraftige praksiser og tilpasse seg klimaendringer for å beskytte og bevare naturen som er essensiell for samisk levesett.

## Juridiske påvirkninger

Juridiske utfordringer knyttet til samiske rettigheter, landbruk og andre næringers interesser utgjør også en trussel. Endringer i lover og reguleringer kan påvirke hvordan samiske områder og ressurser forvaltes, og dette kan ha konsekvenser for reiselivsutviklingen. Det er viktig å adressere juridiske utfordringer gjennom dialog, samarbeid med myndigheter og aktiv deltakelse.

---

<sup>21</sup> <https://www.miljodirektoratet.no/ansvarsomrader/klima/fns-klimapanel-ipcc/>

# Interessentanalyse

I utviklingen av en strategi for samisk reiseliv er det viktig å identifisere og vurdere ulike interessenter, inkludert lokalsamfunn, reiselivsbedrifter, kulturinstitusjoner og offentlige myndigheter. En helhetlig forståelse av interessenter til samisk reiseliv gir muligheten til å balansere ulike behov og målsettinger. Dette kan legge grunnlaget for en bærekraftig utvikling, ivaretagelse av kultur og natur, samt skape en positiv innvirkning på både lokalsamfunn og reiselivsaktører. Samtidig er det viktig i det videre arbeidet å legge til rette for dialog og samarbeid mellom alle interessentene for å skape en inkluderende og helhetlig tilnærming til samisk reiseliv. Basert på prosesser, intervjuer og møter med ulike interessenter er det kartlagt de ulike interessenters interesser, bekymringer og mulige bidrag til videre utvikling av samisk reiseliv.

Figur 9. Interessentanalyse



## No. 01 **Lokalsamfunn**

### Interesser:

Økt sysselsetting, bevaring av kultur og natur, økonomisk utvikling, opprettholdelse av samisk identitet og språk.

### Bekymringer:

Overkommersialisering, tap av kulturell autentisitet, miljøpåvirkning, for mange turister, forandring i samfunnsstrukturer.

### Potensielle bidrag:

Lokal kunnskap og kulturell kompetanse, deltakelse i utvikling og gjennomføring av reiselivsaktiviteter, delta i tilrettelegging og fellesgodetiltak.



## No. 02 **Bedrifter/aktører**

### Interesser:

Økt turisttilstrømning, økt inntekt, positiv omtale, samarbeid med lokalsamfunn.

### Bekymringer:

Konkurransen, endringer i turistatferd, bærekraftsutfordringer.

### Potensielle bidrag:

Skape unike opplevelser, skape arbeidsplasser, samarbeid om kulturell formidling, deltakelse i lokalsamfunnsinitiativer.



### No. 03 **Kulturinstitusjoner**

Interesser:

Bevare og formidle samisk kultur, bidra til reiselivets kulturelle innhold.

Bekymringer:

Kommersialisering av kultur, miljøpåvirkning, tap av autentisitet, mangel på ressurser.

Potensielle bidrag:

Kulturelle arrangementer, utdanningsprogrammer, samarbeid med reiselivsaktører.



### No. 04 **Offentlig myndighet**

Interesser:

Økonomisk vekst, sysselsetting, bærekraftig utvikling, kulturell bevaring.

Bekymringer:

Miljøpåvirkning, konflikter med lokale samfunn, manglende regulering.

Potensielle bidrag:

Reguleringspolitikk, økonomisk støtte, bærekrafts kampanjer, infrastrukturutvikling, markedsføring.



### No. 05 **Besøkende/turister**

Interesser:

Unike kulturelle opplevelser, natur skjønnhet, kvalitet og en ekte samisk livsstil.

Bekymringer:

Overkommersialisering, manglende autentisitet, manglende infrastruktur, dårlig kvalitet på opplevelsene.

Potensielle bidrag:

Økonomisk bidrag, positiv markedsføring, deltakelse i kulturelle aktiviteter.





Foto: NordNorsk Reiseliv, Bjarne Riesto



# 03

## Fundament for samisk reiselivsstrategi



Foto: NordNorsk Reiseliv, Magnus Strøm

# Fundament

I denne sammenheng refererer «fundament» til de viktigste elementene som danner grunnlaget for strategien. Det er en solid struktur eller base som støtter opp om og gir retning til langsiktige mål og strategier.

## Nasjonal reiselivsstrategi 2030

Strategi for samisk reiselivsutvikling skal baseres på visjon og mål satt i Nasjonal reiselivsstrategi<sup>22</sup>. Dette er et viktig fundament for delstrategien for samisk reiseliv, og legger også føringer for utviklingen av reiselivet innen samiske områder. Samisk reiseliv er en del av øvrig norsk reiseliv og det anbefales at del-strategien for samisk reiseliv sees på som et tillegg til allerede utarbeidet strategi for Norge.

## Samiske fortellinger

I avsnittet «samiske fortellinger» er teksten basert på intervju, skriftlige innspill og dialogmøter med aktører fra reiseliv og kreative næringer samt interessenter til samisk reiseliv. En analyse og fortolkning av samlet tilbakemelding og synspunkter presenteres i det videre arbeidet.

“  
Samisk reiseliv skal være en næring der lokalbefolkningen er tatt med på råd. Reiselivet kan være en kilde for påfyll for sin samiske identitet, styrke språket, motvirke diskriminering og være stolte av å være samiske.  
(samisk næringsaktør)  
”

<sup>22</sup> Nasjonal Reiselivsstrategi 2030, [https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal\\_Reiselivsstrategi\\_original\\_ny\\_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e7709ca32.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal_Reiselivsstrategi_original_ny_cad86af3-d2e9-486d-9c4e-7d1e7709ca32.pdf)

## Birgejupmi

Samiske aktører ønsker et bærekraftig reiseliv basert på samisk filosofi. Innen samisk kultur og levesett er bærekraft en del av DNAet og omfavner et helhetlig perspektiv der bærekraft ikke bare er en moderne trend, men en integrert del av samisk identitet og kultur.

“  
Ta vare på det som er rundt deg. Gi tilbake til samfunnet,  
og ikke ta mer enn du bruker.  
(samisk næringsaktør)  
”

I kjernen av samisk kultur ligger en dyp respekt for naturen, kulturen og siidaen (familiesamfunnet)(Benjaminsen et al., 2016). Det er ønskelig at reiselivet blir en drivkraft for styrking og revitalisering av samisk kultur, der man tar vare på og verdsetter gamle tradisjoner, språk og kunnskap, som har blitt overlevert fra generasjon til generasjon.

Det samiske begrepet *birgejupmi*<sup>23</sup>, som til norsk kan oversettes til «å klare seg/berges», angir en viktig verdi og livsfilosofi i samisk kultur. *Birgejupmi* er ideen om et evighetsperspektiv, naturens selvfornyende evne, måtehold og en sirkulær økonomi. Det viser til samenes naturbaserte levesett, hvor evnen til å klare seg handler om å sanke av utmarka og naturen det som er tilstrekkelig for eget livsopphold.

*Birgejupmi* er tett knyttet opp mot høsting av fornybare naturgoder, på samisk omtalt som *meahcceávkastallan*. Begge handler om å bruke naturressursene direkte i husholdet, men også for salg for å skaffe ekstra inntekter.

<sup>23</sup> <https://sametinget.no/areal-klima-og-miljo/nyttige-ressurser/rapporter/rapport-fra-sametingets-arbeidsgruppe-for-utmark-meahcci-et-grunnlag-for-identitet-kultur-og-birgejupmi/>

Intervju med aktører viser at birgejupmi og tradisjonen for mangesysleri er et viktig utgangspunkt for reiselivsvirksomhet i samiske områder. Det gjør en selvstendig næringsdrivende mindre sårbare for endringer. Skulle det være behov for det, er det enkelt å finne nye løsninger og legge om driften. Samiske aktører har også et sterkt personlig engasjement og dedikasjonen for egen bedrift og eget arbeid.

På den andre siden kan måtehold og en tankegang om at man har nok til å klare seg, og ikke trenger mer, hindre aktører fra å tenke utvikling og vekst. *Birgejupmi* kan også holde tilbake bedrifter med potensial for økt omsetningen og vekst, eller det kan hindre selvstendig næringsdrivende til å legge om virksomheten fra deltid til heltid. Det er derfor viktig at næringsaktørene blir møtt med forståelse og respekt, hvor birgejupmi og mangesysleri er viktig.



Foto: NNR, Visit Helgeland, Thor Eriksen



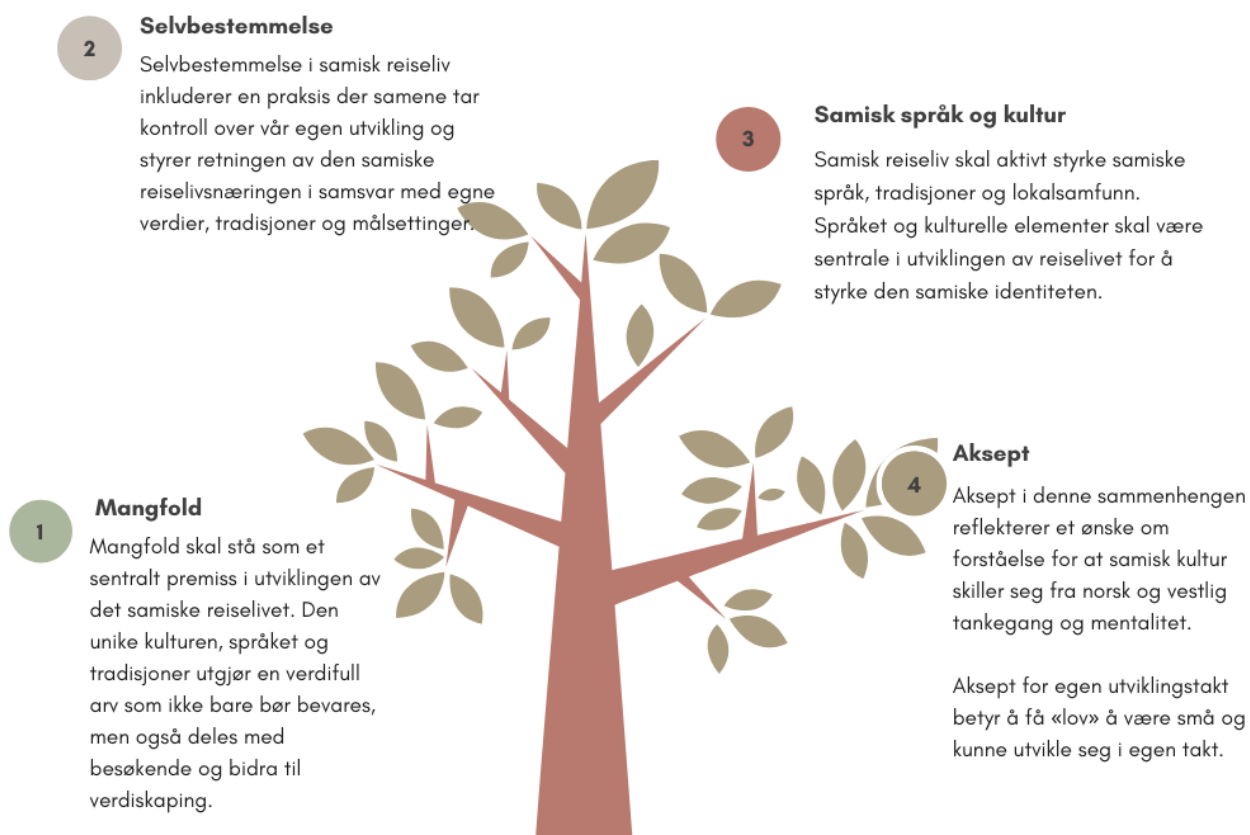
# Premisser for videre utvikling

Samisk reiseliv bør utvikles på samiske aktørers egne premisser og verdier (Wright, 2017). Det betyr at utviklingen blir rikere og mer meningsfull for alle involverte, både aktør og gjest, når det forankres i lokale og personlige kulturelle verdier og premisser.

Premiss kommer fra det latinske praemissus, som betyr å plassere foran, det vil si å forutsette<sup>24</sup>.

Premisser i denne konteksten refererer til grunnleggende faktorer eller betingelser for den videre utviklingen av samisk reiselivsstrategi. Premisser er som greinene på et tre, der disse greinene skal skape et solid rammeverk for den videre utviklingen. På bakgrunn av skriftlige innspill, samtaler og intervju ønsker vi at samisk reiselivsutvikling skal bygges videre på følgende premisser.

Figur 10. Premisser for fremtidig reiselivsutvikling



<sup>24</sup> <https://no.wikipedia.org/wiki/Premiss>

## 1. Mangfold

Samiske næringsaktører ønsker at mangfold skal stå som et sentralt premiss i utviklingen av samisk reiseliv. Dette forutsetter at aktørene får en økt aksept for å være seg selv og ikke det markedet eller øvrige interessenter forventer, der utviklingen baseres på egen kunnskap, verdier og ressurser.

Kultur, språket og tradisjoner utgjør en verdifull arv som ikke bare bør bevares, men også deles med besøkende og bidra til verdiskaping. I dette perspektivet gir samisk reiseliv mulighet til å knytte bånd mellom samfunn, bevare kulturell identitet og skape en berikende opplevelse for gjestene. Gjennom å plassere mangfold som grunnleggende for reiselivsutviklingen, kan det samiske reiselivet bli en modell for hvordan reiseliv kan være en kraft for utvikling, bevaring, respekt og gjensidig forståelse.

## 2. Selvbestemmelse

Selvbestemmelse representerer et fundamentalt premiss for samiske aktører, for å oppnå et ansvarlig, meningsfullt og bærekraftig reiseliv.

“

Jeg ønsker en styrket samisk stemme,  
der samisk næring skal være i førersetet  
og selv bestemme.  
(samisk næringsaktør)

”

økt

selvbestemmelse

betyr at beslutningstaking og styring av reiselivsutvikling er lokalt forankret i samiske samfunn, og at samiske representanter er i førersetet i fremtidige utviklingsprosjekter. Representanter fra lokalsamfunn bør bidra inn i prosjekter, der beslutningene skal reflektere behovene og ønskene til de direkte berørte lokalsamfunnene. Deltakere fra lokalsamfunnet bør også inviteres til å bidra for å forme reiselivsopplevelser som er autentiske og reflekterer den mangfoldige samiske kulturen.



### 3. Samisk språk og kultur

Videre utvikling av samisk reiseliv innebærer også en aktiv innsats for å bevare og fremme samiske språk. Språk og kulturelle elementer ønskes av samiske aktører å være sentrale i utviklingen av reiselivet for å styrke den samiske identiteten. Samisk språk bør også innpasses i kommunikasjon og markedsføring av samisk reiseliv, så langt det er mulig.

### 4. Aksept

Aksept i denne sammenhengen reflekterer et ønske blant flere av aktørene om forståelse for at samisk kultur skiller seg fra norsk og vestlig tankegang og mentalitet.

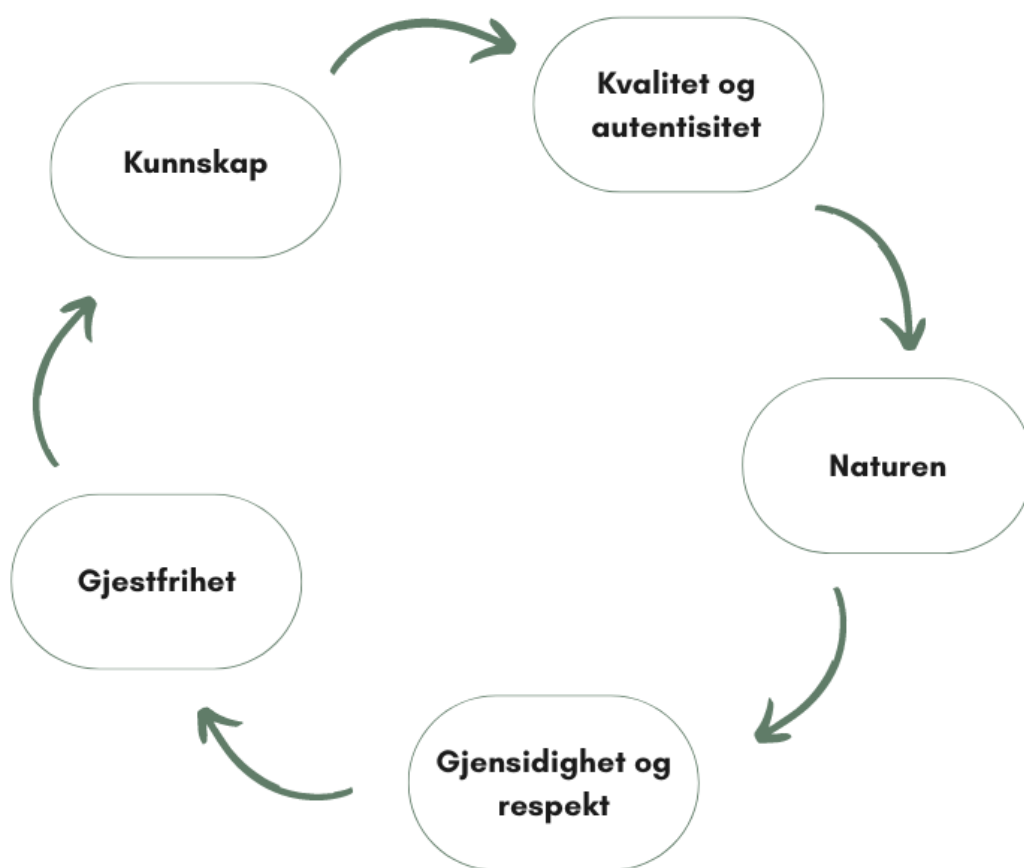
Aksept for egen utviklingstakt betyr å få «lov» å være små og kunne utvikle seg i egen takt. Tradisjonelt, og spesielt innen reindriftsbasert reiseliv, er samisk kultur basert på slow-living og naturstyrt tid. Det er et sterkt ønske om å bevare samisk livsstil inkludert samisk språk, kultur, tidsperspektiv og respekt for naturen. Men som en del av arbeidet med økt respekt og aksept er det også et behov for at samisk filosofi og levemåte bør formidles til markedet. Samiske aktører ønsker at gjestene som kommer til Sápmi skal være forberedt og ha kunnskap om det de skal oppleve. Dette for å skape en økt aksept og forståelse for den samiske måte å leve på.

“  
Samisk reiseliv skal ikke være i en liten boks, der mange ikke føler at de hører hjemme. Vi må bli akseptert for den vi er.  
(samisk næringsaktør)  
”

# Verdier

Verdier kan ha ulike betydninger, men i denne sammenhengen reflekterer verdier hva samiske aktører drives og motiveres av for å skape en meningsfull reiselivsnæring. Det er viktig å påpeke at verdier kan være ulikt fra person til person, men de besvarelsene vi fikk gjennom intervju og via digitale innspill, ga noen fellesverdier som det er ønskelig å løfte frem her.

Figur 11. Verdier for utvikling av samisk reiseliv



## Naturen

Flere av aktørene påpeker at samisk naturbruk er en viktig verdi. Det er langt mer enn næringsvirksomhet, det er en del av samisk kultur- og kunnskapstradisjoner. Denne tradisjonelle kunnskapen har gått i arv i utallige generasjoner og består av praktiske ferdigheter.

Naturkunnskapen er en kunnskapstradisjon som har utviklet seg gjennom århundrer for at enkeltindivider og familier skulle kunne klare seg sosialt og økonomisk. Dette perspektivet innebærer naturforvaltning av naturressursene med minst mulig inngripen i naturen.

Det samiske folket har til alle tider vært avhengig av naturen for å leve, uavhengig om de er reindriftsutøvere, fastboende eller sjøsamer (Benjaminsen et al., 2016; Bietilæ & Pedersen, 2021; Dunfjeld, 1979). Det tette forholdet til naturen handler om å livnære seg av naturen ved å sanke, høste bær og sopp, dyrke mat, jakte, fiske eller å drive med rein. Et slikt natursyn er felles også for andre urfolk og innebærer at menneskene tilpasser seg naturen, ikke omvendt.

“  
Naturen er vår kultur – samisk språk og kultur kan være forskjellig, men vi har alle samme grunnverdier. Vi har sola, månen og jorda som alle forholder seg til.  
(samisk næringsaktør)

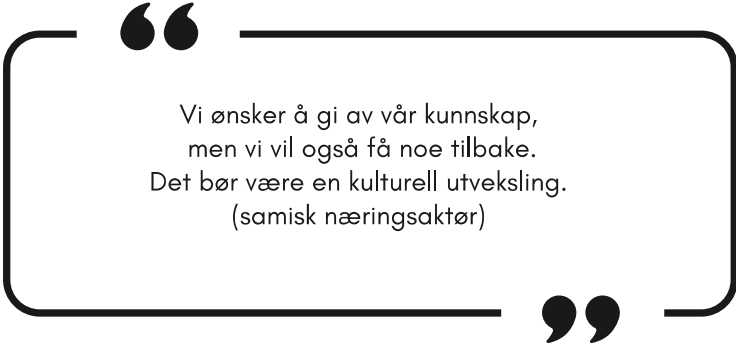
## Kunnskap

Samisk kultur er bygget på deling av kunnskap fra generasjon til generasjon (Bietilæ & Pedersen, 2021). I reiselivet betyr dette å gi gjestene muligheten til å lære og fordype seg i samisk kultur, tradisjoner og naturen gjennom opplysende opplevelser og interaksjoner. Det er ønskelig blant de samiske aktørene, å øke kunnskapen om samisk kultur og historie for å endre oppfatninger, jobbe for å minimere stereotyper og skape en bredere forståelse av samisk kultur.

### Kvalitet og autentisitet

Samiske aktører ønsker at utviklingen av reiselivet skal handle om å tilby besøkende/turister samisk opplevelser med kvalitet og autentisitet. Autentisk beskrives av aktørene som en genuin opplevelse basert på den enkelte aktørs kunnskap, ståsted, verdier og historie. Det er ønskelig å inkludere og kombinere naturbaserte aktiviteter, kulturelle opplevelser og natur- og dyrelivsinteraksjoner for å gi en dypere forståelse av samiske livsstiler.

Gjennom å inkorporere personlig verdier og historie i utviklingen av reiselivet, streber man etter å skape en autentisk og meningsfull kvalitetsopplevelse som reflekterer den grunnleggende filosofien i det samiske samfunnet.



Vi ønsker å gi av vår kunnskap,  
men vi vil også få noe tilbake.  
Det bør være en kulturell utveksling.  
(samisk næringsaktør)

### Gjensidighet og respekt

I generasjoner har fastboende og flyttsamer byttet varer og tjenester med hverandre i Sápmi. Det var forretningsforbindelser, men også vennskap, slektskap, åndelig felleskap og familieforhold. Det var og er – verddevuohta<sup>25</sup>. I reiselivet ønsker samiske aktører å videreføre denne tradisjonen i møtet mellom vertskapet og gjesten, der man skal by på kunnskap og erfaring, men det er også ønskelig å få noe tilbake fra gjesten - en kulturell utveksling der man skal gi, men også få.

### Gjestfrihet

Árran betyr ildsted på nord-samisk og det symboliserer varme, gjestfrihet, samlingspunkt og liv. Samiske aktører ønsker et samisk reiseliv som deler disse kjerneverdiene med besøkende fra hele verden.

<sup>25</sup> <https://ntrm.no/utstillinger/verddevuohta-vennskap-vertskap/>



# 04 Strategi



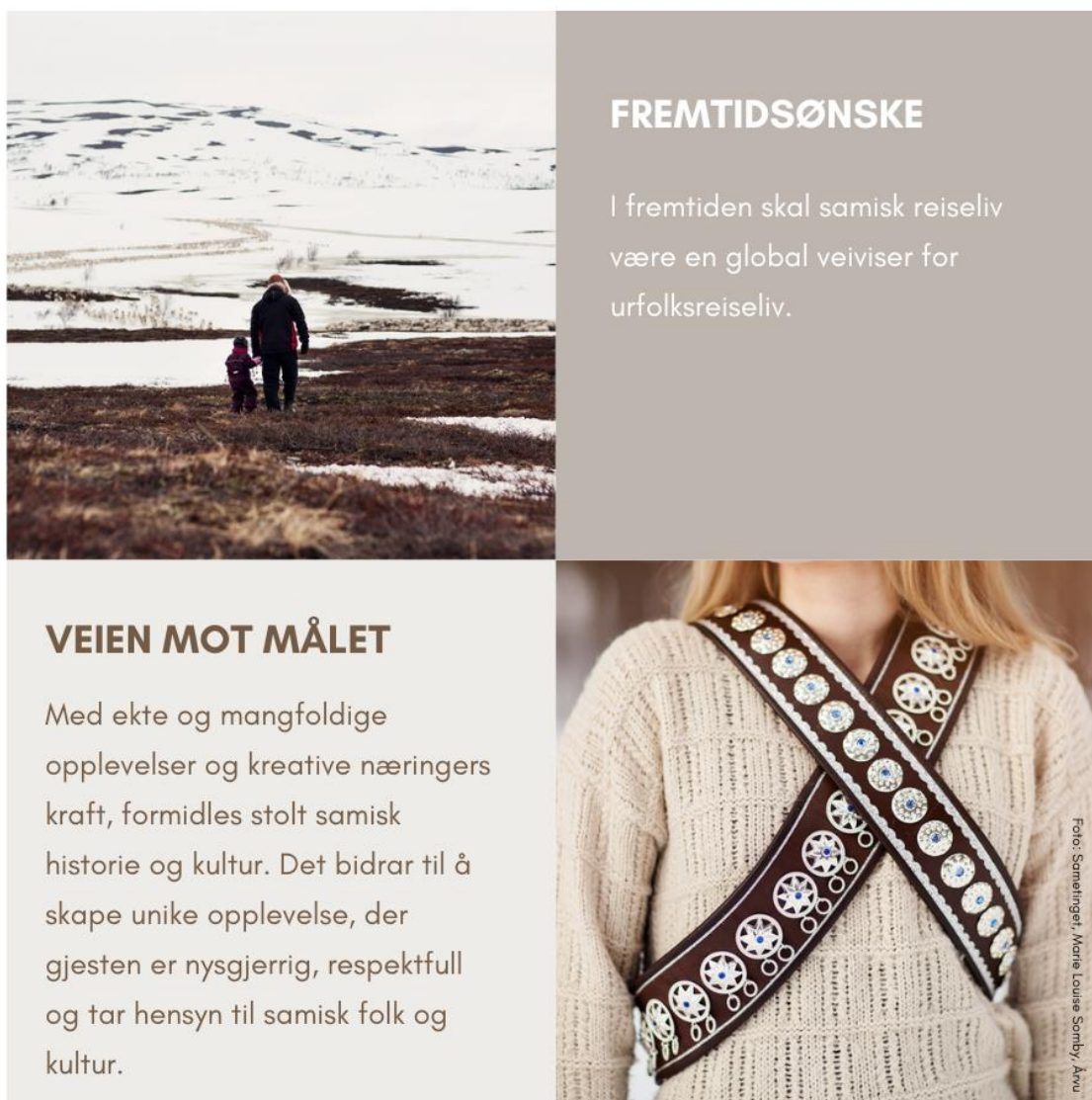
Foto: Nordnorsk Reiseliv, Marie Louise Sømby, Arvu



# Strategisk fremtidsønske

I denne delen presenteres fremtidsønske, formål, strategiområder og strategier. Fremtidsønske er en overordnet beskrivelse av hva samiske aktører håper å oppnå på lang sikt. Det er en formulering av ønsket tilstand eller det ultimate målet som man streber etter å realisere i fremtiden. Deretter beskrives strategiområdene inkludert mål som definerer de sentrale overordnede fokusområdene for det videre strategiarbeidet.

Figur 12. Fremtidsønske for samisk reiseliv



**FREMTIDSØNSKE**

I fremtiden skal samisk reiseliv være en global veiviser for urfolksreiseliv.

**VEIEN MOT MÅLET**

Med ekte og mangfoldige opplevelser og kreative næringers kraft, formidles stolt samisk historie og kultur. Det bidrar til å skape unike opplevelse, der gjesten er nysgjerrig, respektfull og tar hensyn til samisk folk og kultur.

Foto: Sametinget, Marie Louise Samby, Arvu



# Formål

Formål er det som ønskes oppnådd i et prosjekt og gir retning til videre arbeid. På bakgrunn av innspill, premisser, verdier og fremtidsønske er følgende fire formål konkretisert:

Figur 13. Formål



## Strategiområder, mål og strategier

Med utgangspunkt i analysen samt innspill fra samiske aktører og øvrige interessenter, anbefales det seks strategiområder for samisk reiseliv. Disse områdene representerer nøye utvalgte og overordnede områder som tar hensyn til samiske aktørers interesser, behov og verdier. Strategiområdene har blitt formet for å være i tråd med de utfordringene og mulighetene som samisk reiseliv står overfor, men også viktige områder for å jobbe for å nå overordnet visjon og mål.

Figur 14. Overordnede strategiområder for utvikling av samisk reiseliv



## Koordinering og samarbeid

Samisk reiseliv består av mange små aktører som står alene ofte uten en overordnet reisemålsledelse. Dette er en utfordring som krever oppmerksomhet. I dag opererer ulike aktører uavhengig av hverandre, uten et overordnet bindeledd. Denne mangelen på koordinering hindrer best mulig utnyttelse av felles ressurser, samt utvikling av fellesoppgaver.

Videre er en manglende overordnet koordinering av det samiske reiselivet også utfordrende for samarbeid, økt selvbestemmelse og involvering. Dette er viktige premisser for videre utvikling, og det er ønskelig blant aktørene med økt kontroll over beslutninger som påvirker kulturarven og naturressursforvaltning.

En økt koordinering og samarbeid innen samisk reiseliv, men også på tvers av næringer, kan bidra til å løfte næringens tilstedeværelse i øvrig reiseliv i Norge, samt øke inflytelse, medbestemmelse og eierskap for saker som omhandler samisk reiseliv.

### Mål:

Målet er å koordinere og samle aktører innen samisk reiseliv og kreative næringer for økt samarbeid og utvikling.



Foto: NordNorsk Reiseliv, Ørjan Bertheisen

## Strategier

### Koordinering av samisk reiseliv

Det bør videre utarbeides konkrete tiltak for å styrke samarbeidet og koordineringen av samisk reiseliv i de samiske områdene i Norge og i Sápmi. En felles koordinering kan bidra til å samle aktører på tvers av regioner og språkområder, styrke samarbeidet og optimalisere ressursutnyttelsen.

For å styrke samisk involvering og selvbestemmelse i reiselivsutviklingen er et forslag å se på mulighetene for å etablere et nasjonalt samisk reiselivsråd, som kan fungere som en plattform for samarbeid mellom samiske aktører, offentlige institusjoner, reiselivsnæringen og øvrige relevante interessenter. Et koordinerende overordnet ledd kan ha som oppgave å være kontaktpunkt for kompetanse – og beslutningsprosesser som angår den samiske reiselivsutviklingen.

Videre kan et koordinerende ledd tilby veiledning og opplæring til reiselivsaktører samt øvrige aktører, for å sikre en kulturelt sensitiv tilnærming og for å integrere samiske kulturelle verdier og praksiser på en autentisk måte.

### Internasjonalt samarbeid i Sápmi for etablerte bedrifter

Det anbefales å se på mulighetene for et samarbeid med andre samiske bedrifter på tvers av Sápmi, for å utveksle kunnskap og erfaringer samt inspirere og løfte samisk reiseliv på tvers av landegrensene.

### Samarbeid med kreative næringer

Det er et ønske i strategien å se på mulighetene for økt samarbeid på tvers av reiseliv og kreative næringer. Disse næringene har mange felles interesser men også mange ulikheter. Det anbefales å gå i dialog med aktørene for å avsjekke interesse for videre samarbeid. Spesielt innen håndverk, kunst, mat, festivaler og arrangement er det muligheter for et videre samarbeid og økte synergieffekter.

## Veileder samisk reiseliv

Det er pr. i dag ingen felles retningslinjer i Norge for hvordan samisk reiseliv skal presenteres og selges. Derfor anbefales utviklingen av en veileder der etiske retningslinjer for samisk reiseliv inngår.

Retningslinjer bør være forankret i nasjonale veiledere for reiseliv i Norge, samtidig som det tar hensyn til premisset om om selvbestemmelse og mangfold.

Retningslinjer kan bidra til å bevare og respektere samisk kultur og egenart, der fokus bør være på aktørenens premisser og ståsted. Det videre arbeidet bør sikre at retningslinjer ikke begrenser eller ekskluderer men fremmer og bevarer den mangfoldige samiske kulturarven.

### **Mål:**

En målsetting er å utvikle retningslinjer og kriterier for samisk reiseliv som er i tråd med samiske verdier og premisser.

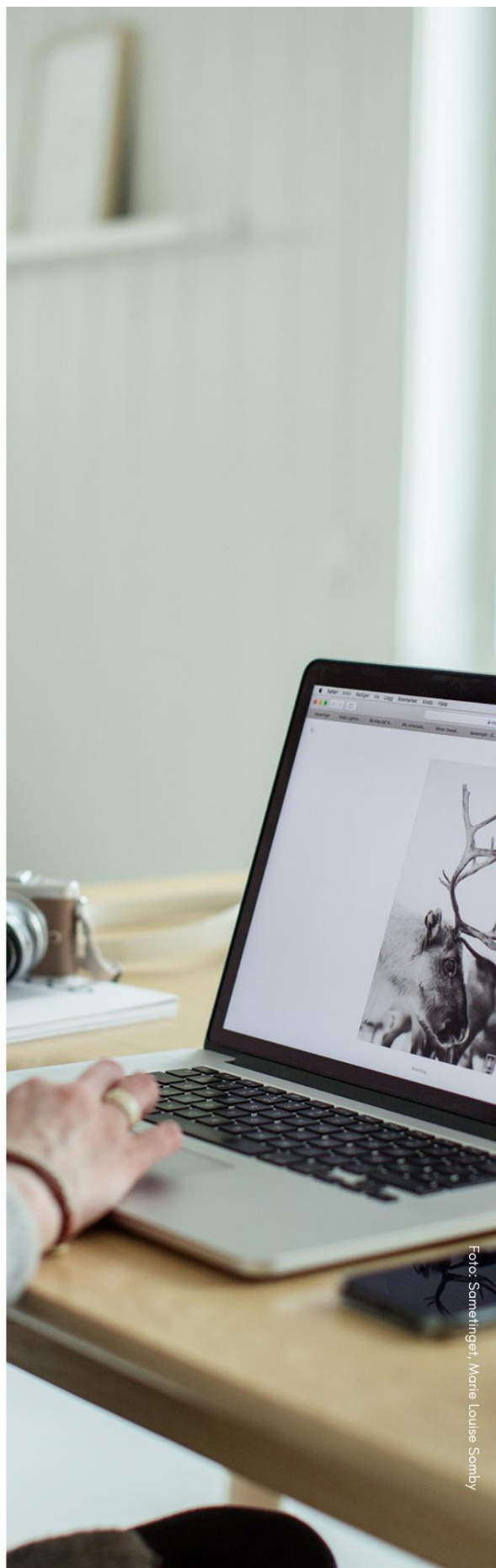


Foto: Sametinget, Marie Louise Samby

# Strategier

## Felles forståelse for samisk reiseliv

Det anbefales å arbeide for å tydeliggjøre forståelsen for hva samisk reiseliv kan være, der det jobbes for en økt aksept og forståelse for en bred tilnærming der for eksempel kultur, mat, duodji og kreative næringer inngår.

## Etiske retningslinjer for samisk reiseliv

I Vahca prosjektet er det utviklet etiske retningslinjer som både berører reiseliv og handel. Etiske retningslinjer for handel og reiseliv har noen felles tangeringspunkter, men er to ulike næringer. Det anbefales at man bør spisse retningslinjene tilpasset samisk reiseliv, og andre etiske retningslinjer som har fokus på handel. Det bør derfor utvikles to etiske retningslinjer – en for reiseliv og en for handel. Vurderer muligheter til å samarbeide med etiske retningslinjer i hele Sápmi på tvers av landegrensar.

Det bør også utarbeides en plan for implementering, hvordan retningslinjene skal håndteres, organiseres, og utvikles videre i tråd med endringer i samfunnet.

## Sertifisering/merkeordning

Videre bør muligheten for å utvikle en sertifiseringsordning vurderes. Dette systemet kan være et referansepunkt for bedrifter som ønsker å være anerkjent som samisk reiselivsbedrift, og bør sees i sammenheng med etisk veileder og retningslinjer og kriterier.



## Kunnskap

I arbeidet med å styrke og løfte samisk reiseliv, er det avgjørende å etablere et solid faglig fundament som tar hensyn til behovene til lokalsamfunnet, gjestene og aktørene i næringen. Formidling og utvikling av kunnskap spiller derfor en sentral rolle i denne strategien, og det har betydelig verdi både for aktørene selv og som en integrert del av gjesteopplevelsen.

Gjennom å fokusere på kunnskapsutvikling og formidling kan vi øke bevisstheten både nasjonalt og internasjonalt om den rike samiske kulturen, historien og naturforvaltningen.

Dette styrker forståelsen blant gjestene, men kan også bidra til økt stolthet samt innsikt i egen historie og identitet. Dette vil igjen kunne bidra til å styrke næringens omdømme og tiltrekningskraft.

### Mål:

Styrke samisk reiseliv gjennom økt kulturell kompetanse, bærekraftige praksiser, og forbedret forståelse for gjestens behov og forventinger.

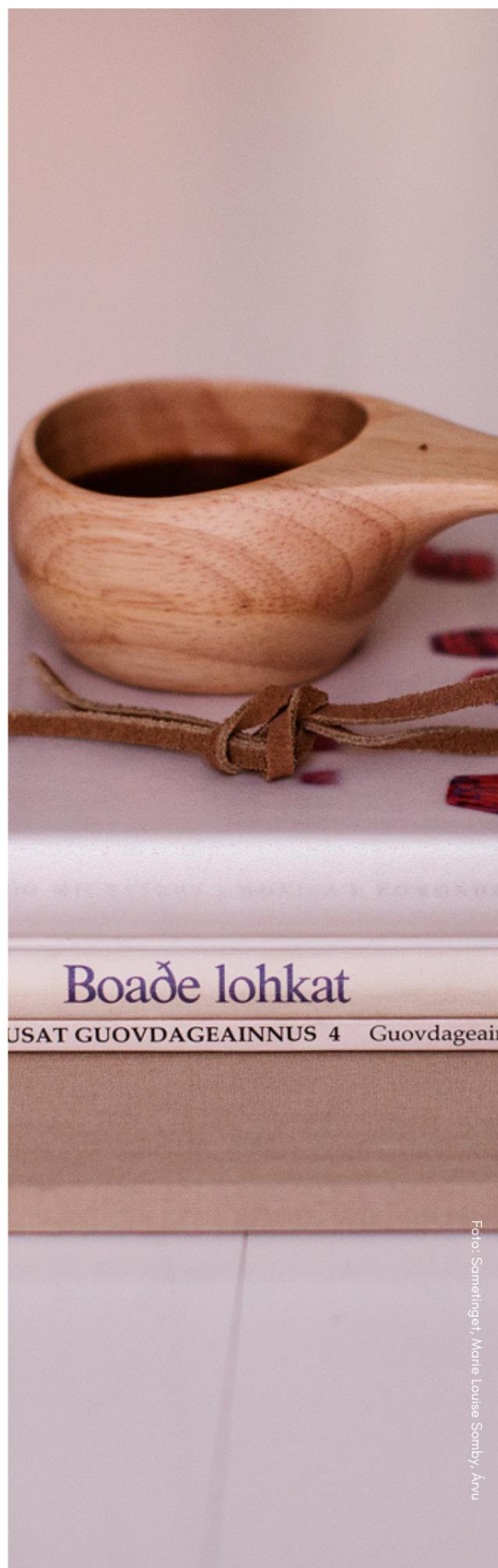


Foto: Sametinget, Marie Louise Sørby, Árvu



# Strategier

## **Kompetansetiltak for samiske reiselivsaktører**

For å styrke formidlingen av kunnskap i samisk reiselivsnæring, foreslås det å tilby kompetansehevingstiltak gjennom tilpassede kurs. Det må gjerne være basert på allerede eksisterende kurs som kan tilpasses etter behov. Det anbefales å gjøre dette sammen med FOU aktører.

## **Studietur til destinasjon med urfolksreiseliv**

Arrangere studieturer til internasjonale destinasjoner, som for eksempel Canada, hvor deltakerne kan lære og bygge kunnskap sammen med andre urfolksamfunn og deres tilnærminger til turisme.

## Verdiskaping

Verdiskaping i et bærekraftsperspektiv involverer å skape økonomisk, sosial og miljømessig verdi på en måte som ivaretar dagens behov uten å kompromittere fremtidige generasjoners muligheter (Carr et al., 2016).

Verdiskaping i et samisk perspektiv må også hensyntas, der vekst og verdiskaping ofte sees i samsvar med *Birgejupmi*, der verdiskaping ikke bare handler om økonomisk levedyktighet men en måte å leve på som skaper verdi for familien, bidrar til lokale arbeidsplasser og gi varig effekter for samiske lokalsamfunn, samtidig som man tar hensyn til natur og dyr.

Lokalsamfunnet bør involveres og engasjeres i den videre utviklingen for å sikre at verdiskaping skjer på en måte som tar hensyn til både miljømessige og kulturelle interesser.

### Mål:

Øke bedrifters evne til å bidra positivt til lokal verdiskaping.



Foto: Marie Louise Sornby, Årvu

# Strategier

## Verdiskapinganalyse

I det videre arbeidet bør det gjøres analyser på hvilke lokalsamfunneffekter en videre reiselivsutvikling bør ha for samiske samfunn, der man kan utvikle måleverktøy og indikatorer for lokal verdiskaping på den enkelte destinasjon.

## Lokalsamfunnsinvolvering

Det bør utvikles nye løsninger og plan for hvordan samiske lokalsamfunn kan delta mer aktivt i reiselivsnæringen og dra nytte av de aktiviteter som gjelder sitt område. Dette vil ikke bare bidra til økonomisk utvikling, men også til å bevare og fremme samisk kultur gjennom økt lokal deltakelse.

## Produkt og opplevelsesutvikling - Økt kvalitet og mangfold i opplevelsene

Det bør utvikles produkter/opplevelser designet med tanke på å styrke bedriftene og lokal verdiskaping, for eksempel gjennom å utvikle og tilgjengeliggjøre opplevelser for lære om samisk kunst, tradisjonell matkultur og lokalt designet med tanke på å styrke bedriftene og lokal verdiskaping, for eksempel gjennom å utvikle og tilgjengeliggjøre opplevelser for lære om samisk kunst, tradisjonell matkultur og lokalt håndverk.

Fokus på produktutvikling innenfor samisk reiseliv gjennom strategiske tiltak og samarbeid med kreative næringer. Dette skal bidra til å sikre at samisk reiseliv tilbyr reiselivsopplevelser basert på mangfoldet innen samisk kultur og identitet, med kvalitetsopplevelser som bygger broer til lokalsamfunn, basert på kjerneverdiene natur, gjestfrihet, gjensidighet, kunnskap og autentisitet.

## Merkevare og historiefortelling

Gjennom merkevarebygging skal samisk reiseliv øke synligheten og anerkjennelsen av samisk kultur nasjonalt og internasjonalt. Det bør bygges en merkevare som ikke bare er økonomisk bærekraftig, men også en positiv katalysator for styrket lokal identitet og stolthet.

Merkevarebyggingen skal reflektere og forsterke de verdier som er fundamentale for samisk kultur, samtidig som den navigerer gjennom følsomme områder med respekt og forståelse. Merkevarebygging krever ikke bare en nåtidig forståelse av samisk kultur, men også anerkjennelse av at samfunnet utvikler seg. Dette innebærer å være dynamisk og tilpasse seg endringer i kulturelle uttrykk, samtidig som man ivaretar verdiene.

Det er et ønske i næringen om å tiltrekke seg de riktige gjestene og skape interesse og anerkjennelse for samisk kultur nasjonalt og internasjonalt. Dette kan oppnås ved å gi gjester en dypere forståelse av samisk kultur og derigjennom bidra til å redusere stereotypiske forventninger, bidra til økt respekt, interesse og forståelse for samisk kulturarv.

### Mål:

Målet er økt kunnskap og anerkjennelse for den rike samiske kulturarven. En sterk merkevare som øker stolthet for egen kultur samt gir en verdi for gjesten.



Foto: Sidsel Stigfjord, Arne Løjlise/Sonby, Arne

## Strategier

### Markedsanalyse

Det anbefales å gjennomføre en markedsundersøkelse blant besøkende i Norge, for å innhente innsikt i turisternes/gjesternes oppfatninger av samisk kultur og identifisere deres forventninger.

### Brand guideline og strategisk historiefortelling

Det bør utvikles en overordnet plan for hvordan kommunisere det samiske til det internasjonale markedet. En «Brand guideline» kan være et fint hjelpemiddel til å forbedre kommunikasjon av samisk reiseliv der fokus bør være å endre stereotypier og utvikle retningslinjer som er i tråd med aktørenes premisser. Representasjoner av samisk kultur bør være helhetlig og inkluderende når det gjelder å fremme alle delene av samisk kultur og alle språkområder i Norge.

Som en del av dette arbeidet vil vi anbefale å legge vekt på kraften i historiefortelling, og engasjere aktører for å jobbe med egne historier fra eget ståsted, kunnskap og verdier. Videre bør det utvikles en bredde av fortellinger om samisk historie, tradisjoner og kulturelle opplevelser for å skape en dypere forståelse og øke interessen blant potensielle gjester.

### Turoperatør guideline

Samiske reiselivsupplevelser selges og markedsføres av turoperatører, agenter og reisebyråer i hele verden. Disse utarbeider gjerne egne beskrivelser av opplevelsen, og benytter bilder som ofte er tatt ut av sin sammenheng. Dette skjer på bakgrunn av manglende kunnskap og forståelse. En «Turoperatør guideline» vil være med på å styrke merkevaren samisk reiseliv, øke samarbeidet, og ikke minst redusere feilinformasjon i markedsføringen.



## Guidelines for besøkende

I dialogmøter og dybdeintervjuer kommer det fram at aktørene har forventninger til de besøkende, både at de opptrer ansvarlig, men også har fått en forståelse for samisk språk og kultur før man kommer til destinasjonen. Vi mener det derfor er riktig å utarbeide en guideline, der hovedfokus er å informere besøkende om samisk kultur og forberede besøkende til møtet med samisk kultur. Det må utvikles strategier og kommunikasjonsmaterieil for hvordan besøksguideline skal tilpasses øvrig besøksstrategi på et reisemål.

Drømmegjesten for samiske reiselivsbedrifter er en gjest som har en kombinasjon av respekt, nysgjerrighet og åpenhet. Denne gjesten kommer ikke bare for å se på samisk kultur, men for å forstå, lære, dykke inn i kulturen og bli en del av opplevelsen. Drømmegjesten bærer på en nysgjerrighet og er åpne for å lære om samiske historier, tradisjoner og kulturelle opplevelser. Drømmegjesten er nysgjerrig på sensitiviteten rundt visse temaer, som å unngå å stille upassende spørsmål om for eksempel antall rein.

Drømmegjesten har satt seg inn i samisk kultur før besøket, og ønsker ikke bare å være en tilskuer, men en aktiv deltaker i opplevelsen. Ved å vise interesse, respekt og ydmykhet, etterlater drømmegjesten et varig og positivt inntrykk på destinasjonen.





# 05

## Fremdriftsplan



Foto: NordNorsk Reiseliv, Marie Louise Somby, Årvu



# Risikofaktorer hovedprosjekt

Et hovedprosjekt skal konkretisere strategiene med tiltak og starte implementering og gjennomføringen. For å minimere utfordringer med gjennomføringen påpekes her risikofaktorene som kan oppstå.

## **Profesjonell prosjektledelse**

God kommunikasjon og profesjonell prosjektledelse er en avgjørende faktor for det videre arbeidet. I tillegg er god forankring og rom for involvering av interessenter og lokalbefolkning i prosjektarbeidet også avgjørende, der en videre prosess bør baseres på åpenhet og god informasjon.

## **Variierende motivasjon blant aktører**

Aktørene i samisk reiselivsnæring kan ha ulike motivasjoner, interesser og mål. Noen kan være mer opptatt av økonomiske gevinster, mens andre vektlegger mer kulturell bevaring og bærekraft. Ulike motivasjoner kan føre til motstridende interesser og prioriteringer blant aktørene, som mulig kan svekke en enhetlig implementering av strategien.

## **Manglende forståelse og aksept for strategien**

Private og offentlige aktører kan ha ulik forståelse og aksept for strategiens mål og strategiområder, noe som kan påvirke implementeringens effektivitet.

Manglende forståelse kan føre til dårlig kommunikasjon, feilregning av innsats og redusert evne til å samarbeide for å nå felles mål.

## **Langsiktig økonomisk finansiering av prosjektet**

For å sikre igangsetting av hovedprosjektet og videre arbeid med strategien er det avgjørende å få på plass langsiktige finansieringsmekanismer for strategiområder og tiltak. Prosjektet bør bygge på en stabil og langsiktig finansieringsplan, med målet om å etablere en robust økonomisk struktur som kan støtte prosjektets behov gjennom hele gjennomføringsperioden, der det er nødvendig og anbefalt med en langsiktig satsingsperiode over de neste 10 årene.

Det er en risiko ved utviklingsprosjekter at man ikke har en langsiktig finansiell plan, noe som kan medføre stopp og stagnasjon i tiltak. Derfor bør det gjøres en nøye vurdering av offentlige instanser, både på nasjonalt, regionalt og internasjonalt nivå, for å identifisere potensielle støtteordninger. Gjennom en grundig analyse av finansieringsalternativer streber prosjektet etter å minimere økonomiske risikofaktorer og etablere en pålitelig og stabil finansieringsstruktur.

Det anbefales også å etablere nødvendige kontroll- og evalueringsmekanismer for å evaluere bruken av midlene, og dermed sikre at de blir anvendt i tråd med prosjektets overordnede mål og visjon.

### **Lokalsamfunnsutvikling og involvering**

En sentral del av prosjektets visjon og mål er å sikre at reiselivsutviklingen gir konkrete økonomiske fordeler for samiske lokalsamfunn og samfunnet ellers. Dette inkluderer ikke bare inntektsmuligheter fra reiselivet, men også en langsiktig positiv innvirkning på lokaløkonomien.

En sentral risikofaktor som krever nøye vurdering er lokal samfunnsutvikling og involvering, der en potensiell risiko er tapet av lokal kontroll over utviklingen. Økt fokus på reiselivsutvikling kan føre til at beslutninger tas av eksterne aktører uten tilstrekkelig konsultasjon med lokalsamfunnet. Dette kan underminere lokal autonomi og skape utfordringer for å tilpasse strategien til lokalsamfunnets behov og verdier.

Manglende lokal deltakelse er en risiko som må adresseres. Dersom lokalsamfunnet ikke er tilstrekkelig involvert i utviklingsprosessen, kan det føre til manglende forståelse og aksept av reiselivsstrategien, skape motstand og mulige konflikter.

For å håndtere denne risikofaktoren anbefales det en strategi som inkluderer klare retningslinjer for lokal deltakelse og en helhetlig tilnærming som tar hensyn til lokalsamfunnets behov og verdier. Det bør iverksettes tiltak for kommunikasjon og samarbeid mellom alle interessenter, inkludert lokalsamfunn, næringsliv og myndigheter. Dette er avgjørende for en vellykket implementering av reiselivsstrategien.

### **Politiske forhold**

Politiske saker og beslutninger kan spille en avgjørende rolle i reiselivsutviklingen i samiske områder. For å håndtere denne risikoen må strategien ta hensyn til politiske forhold på både nasjonalt og regionalt nivå. Dette kan inkludere å etablere dialog med myndighetene, påvirke politiske beslutningsprosesser og jobbe for å sikre at reiselivsstrategien er i samsvar med samiske interesser.

En proaktiv tilnærming til politiske forhold vil bidra til å minimere juridisk og politisk risiko knyttet til samiske rettigheter og landbruk. Det er også viktig å bygge sterke partnerskap med politiske interessenter for å skape en forståelse av de unike utfordringene og mulighetene som samiske samfunn står overfor i reiselivsutviklingen. Dette vil legge grunnlaget for en reiselivsstrategi som ikke bare er bærekraftig, men også respekterer og styrker samiske rettigheter og autonomi.

### **Uklar prosjekteierskap og ledelse**

Det kan være uklart hvem som har hovedansvaret for strategiens gjennomføring. Uklarhet om ansvar kan føre til manglende forpliktelse og styring, svekke progresjonen og effektiviteten i implementeringen.

Å adressere disse risikofaktorene krever tydelig kommunikasjon, involvering av alle aktører fra starten av, klart definerte roller og ansvar, samt en helhetlig forståelse av hvordan strategien kan skape verdier for alle interessentene involvert.

## **Anbefalinger for videre prosjektarbeid og organisering**

Forprosjektet for Samisk reiselivsstrategi hadde som formål å utarbeide en strategi som kan være en plattform for utviklingen av samisk reiseliv. Resultatet av forprosjektet bør videreutvikles i et hovedprosjekt med ytterligere forankring og innspill fra næringen og forsknings- og utviklingsmiljøer (FOU).

Det er avgjørende å sikre at strategien forankres hos samiske aktører og at en får inn innspill fra dem i det videre arbeidet med samisk reiselivsstrategi. I tillegg er det viktig å involvere relevante interessenter og fremme kreative prosesser.

Prosjektorganiseringen bør vurdere å etablere et tettere samarbeid med FOU-miljøer og fagpersoner innen samisk reiseliv og kreative næringer. Dette samarbeidet kan bidra til å sikre en grundig og forskningsbasert tilnærming til strategiutviklingen. Samtidig er det også viktig å opprettholde forankringen i samisk kultur og verdier.

Videre er det viktig å aktivt inkludere den samiske befolkningen i utviklingen av strategien. Dette kan oppnås gjennom å organisere åpne møter, gjennomføre spørreundersøkelser eller etablere rådgivende organer bestående av representanter fra samiske samfunn. Dette vil sikre at strategien reflekterer behovene, ønskene og prioriteringene til den samiske befolkningen, og fremmer samtidig interessene deres i reiselivsnæringen.

Gjennom å prioritere forankring, involvering og samarbeid i den videre strategiutviklingen, vil Samisk reiselivsstrategi kunne styrkes og bidra til en bærekraftig utvikling av reiselivsnæringen, i tråd med samiske verdier og tradisjoner.

## Organisering

**Prosjekteier:** Sametinget

**Prosjekt - arbeidsgruppe:**

Vi vil anbefale å etablere en prosjektgruppe på 4-6 personer for videreføringen av samisk reiselivsstrategi, som består av representant fra FOU, samisk reiselivsnæring, kreative næringer og kulturinstitusjoner. Disse vil ha en god forståelse og kjennskap til samisk kultur og reiseliv til felles.

Arbeidsoppgavene til en prosjektgruppe bør være å ta utgangspunkt i «Forprosjekt samisk reiselivsstrategi» og drøfte, forankre og videreutvikle strategiområdene og tiltak. Prosjektgruppen bør også være en del av videre arbeid med forankring og involvering av lokalsamfunn og aktører. Dette kan oppnås gjennom å avsette ressurser til prosjektgruppen for regelmessige møter og deltakelse på workshops for å sikre at ulike perspektiver og kompetanser blir integrert.

**Prosjektleder:**

Hovedprosjektet og prosjektgruppe bør ledes av en prosjektleder. Prosjektlederen må ha kunnskap om og erfaring fra prosessledelse og prosjektarbeid. Faglig kunnskap og erfaring fra samisk reiseliv og kreative næringer bør være en del av kompetansekravet.

## Fremdriftsplan hovedprosjekt

*Figur 15. plan for videreføring av strategien*



	2024				2025								2026															
	JUN	JUL	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MAI	JUN	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MAI	JUN	JULI	AUG	
<b>Frødriftsplan</b>																												
<b>Fase 1 ORGANISERING</b>																												
Etablere et prosjektteam og tildele roller og ansvar																												
Engasjere prosjektleder for perioden 2024 - 2026																												
<b>Fase 2 OPPSTART</b>																												
Oppstartsmøte med Sametinget																												
Oppstartsmøte med prosjektgruppen																												
Utarbeide en detaljert handlingsplan med tidsfrister og ansvar																												
Planlegge forankring og innspill av strategien for relevante interessenter og aktører																												
<b>Fase 3 FORANKRING OG INNSPILL TIL STRATEGI</b>																												
Markedsanalyse i samsvar med forskningsaktører																												
Presentere strategien for relevante interessenter og aktører for innspill																												
Intervju av aktører for forankring og innspill																												
Forankring og innspillmøter i samiske lokalsamfunn																												
Gjennomføre workshop med øvrige interessenter for innspill på strategiområder og tiltak																												
Analyse av innspill og resultater																												
Revidering av strategien																												
Utsendelse av strategi på høring til øvrige interessenter og offentlige aktører																												
Statusmøte med Sametinget																												
Statusmøte med prosjektgruppen																												
Basert på innspill og analyse justeres strategien og tiltak konkretiseres																												
Endelig strategi ferdigstilles																												
<b>Fase 4 IGANGSETTING AV TILTAK</b>																												
Planlegging av tiltak																												
Finansiering av tiltak																												
Statusmøte med Sametinget																												
Igangsetting av tiltak																												
<b>Fase 5 EVALUERING OG SLUTTRAPPORT</b>																												
Utarbeidelse av spørreskjema for evaluering/questback																												
Evaluering																												
Endelig rapport ferdigstilles med plan for videre oppfølging																												
Sluttmøte med Sametinget																												

## Referanser

- Benjaminsen, T. A., Eira Gaup, I. M., & Sara, M. N. (2016). Samisk reindrift norske myter (M. N. Sara, Ed.). Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Bernardi, C. (2019). Authenticity as a compromise: a critical discourse analysis of Sámi tourism websites. *Journal of Heritage Tourism*, 14, 249-262.  
<https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1527844>
- Bietilæ, J., & Pedersen, T. L. (2021). Tradisjonskunnskap i samiske reiselivsbedrifter i Nord-Norge [Master, UIT Norges artske universitet].  
<https://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/22502/thesis.pdf?sequence=2>
- Dunfjeld, E. M. G. (1979). Reindrift Samisk Næring Samisk fremtid. Nordland Boktrykkeri.
- Jensen, H. L. (2019). En samisk verdenshistorie. Cappelen Damm.
- Kramvig, B., & Førde, A. (2020). Stories of reconciliation enacted in the everyday lives of Sámi tourism entrepreneurs. *Acta Borealia*, 17. <https://doi.org/DOI: 10.1080/08003831.2020.1752463>
- Kramvig, B., & Smedseng, N. (2022). Forstudie: Veien videre for samisk reiseliv og kreative næringer. Sametinget.
- KreativIndustri. (2022). Utredning for reindriftsbasert reiseliv. Innovasjon Norge.
- Nergård, J.-I. (2006). Den levende erfaring. En studie i samisk kunnskapstradisjon. Cappelen Akademiske.
- Radel, K. (2018). Participant Observations in Cross-Cultural Tourism Research. *Qualitative methods in tourism reserach: theory and practice*, Channel View publications, 129-156.
- VisitNorway. (2021). Nasjonal reiselivsstrategi 2030 – Sterke inntrykk med små avtrykk. I. Norge.  
<https://business.visitnorway.com/no/strategi-for-norsk-reiseliv/>
- Wright, R. (2017). Nå er vi blitt så trygg i oss selv at vi kan selge oss til turister [Doctoral thesis, UIT]. UIT Munin. <https://hdl.handle.net/10037/11849>