

Kommentarer fra Innovasjon Norge til rapporten "På livets vei" – en utredning for Kirke- og kulturdepartementet.

Det er positivt at det vurderes å opprette en nasjonal satsing på pilegrimsmotivet. Som høringsnotatet fremhever synes det å være et behov for en samordning av de eksisterende initiativer, samtidig som man initierer og støtter opp under nye.

I det følgende gis utredningen en generell tilbakemelding ut i fra et Innovasjon Norge ståsted.

Utredningen er svært grundig i forhold til historisk forankring for den norske pilegrimstradisjonen, og tydeliggjør at det finnes et grunnlag for en nasjonal pilegrimssatsing.

Pilotprosjekt Pilegrimsleden har, sammen med lokale aktører, lagt ned et solid arbeid knyttet til merking og vedlikehold av pilegrimsledene. Videre har pilotprosjektet samlet svært mye nyttig og god informasjon på sine nettsider, informasjon som vil være viktig i utviklingen av en nasjonal pilegrimssatsing. Dette arbeidet, og dets verdi for en nasjonal satsing, synes imidlertid noe mangelfullt beskrevet i utredningen.

Utredningen har samlet mye god informasjon om Pilegrimsmotivet i de ulike deler av landet, og de utviklingsmuligheter de enkelte pilegrimsforeninger ser for seg. Med dette er det lagt et godt utgangspunkt for å skape en felles retning for en nasjonal pilegrimssatsing.

I innledningen til kapittel 20 Reiseliv skrives det at *Norge har et nasjonalt – og ikke minst internasjonalt – fortrinn gjennom Trondheim/Nidaros og Olavsarven.*

Det er viktig å understreke at Norge har sitt klare konkurransefortrinn forankret i naturbaserte ferieopplevelser og at det bildet som utenlandske turister har av Norge er relativt endimensjonalt. Turistene forbinder Norge med storslått natur, og i mindre grad som en nasjon med historiske og kulturelle dimensjoner.

Selv om pilegrimsmotivet ikke hører til det utlendinger flest vil forbinde med Norge, tror vi at det på sikt være et interessant tema i utvalgte markedsgrupper, spesielt i katolske land. Overfor disse gruppene kan satsingen være profilmessig interessant for Norge.

Visjonen for pilegrimssatsingen er ambisiøs: *I 2030 skal Trondheim/Nidaros fremstå som et av de viktigste pilegrimsmål i Europa.* Dette forutsetter at pilegrimssatsingen jobber profesjonelt med informasjons- og markedsarbeid. Videre må det samarbeides med reiselivets aktører og Innovasjon Norge for å utvikle reiselivsprodukter og å markedsføre seg mot de aktuelle markedssegmentene internasjonalt. Det er viktig at spesielt behovet for markedsføring blir synliggjort i budsjett- og tiltaksplanen.

I innledningen til kapittel 20 skrives det at *pilegrimssatsingen kan stimulere til økt lønnsomhet og verdiskaping for reiselivsnæringen i Norge.*

Vi føler ikke at utredningen gir tilstrekkelig informasjon og motivasjon om hvorfor den kan være lønnsom og verdiskapende for reiselivsnæringen. Reiselivet er en kommersiell næring og må tjene penger for å være en sunn næring. Det fordrer en prioritering av hvilke kundegrupper man vil være et produkt for og som vil være villig til å betale prisen for det.

Utredningen antyder omfanget av internasjonal religiøs turisme, men gir ikke et tydelig mål bilde av volumet for den norske pilegrimssatsingen – målt i antall gjestedøgn, personer eller omsetning.

Beskrivelsen av pilegrimsproduktet – spesielt i forhold til overnattings- og bespisningsdelen av produktet – virker å ha en relativt lav kommersiell interesse for reiselivsaktører ("hver pilegrim bør kunne overnatte for kr 100,- og alle pilegrimer bør ha overnattingsplass"). Norge er i utgangspunktet et høykostland å besøke og den skisserte døgnprisen på overnatting virker lav dersom det er en kommersiell reiselivsbedrift som skal drifte tilbudet.

Innovasjon Norge har som formål å utvikle lønnsomt næringsliv og vil i den forbindelse påpeke viktigheten av at de produkter som utvikles er konkurransedyktige både i forhold til kvalitet og pris, samtidig som det fokuseres på lønnsomhet og verdiskaping for reiselivsnæringen.

For å sikre dette ser vi det som avgjørende at de produkter som utvikles gjøres i samarbeid med det organiserte reiselivet, da både i forhold til ordinære reiselivsbedrifter og småskalabedrifter innenfor landbruksbasert reiseliv.

Vi håper at de oversendte punkter kan være til nytte i det videre arbeidet med prosjektet.

Med vennlig hilsen
Innovasjon Norge

Per-Arne Tuftin
Direktør reiseliv