

Économusée

Économusée konseptet/modellen kjem frå Canada og har utvikla seg over 25 år.

I det internasjonale nettverket frå Canada til Nord-Europa er det om lag 90 handverkarar som er med som medlemmer. I Norge er det 14. Det er eit registrert varemerke der Artisans at work Économusée er namnet. Artisans at work, på norsk

Handverkarar i arbeid er handverksbedrifter som er vald ut på grunn av sitt engasjement for kvalitet og autentisk arbeid. Bedriftene skapar tradisjonelle og moderne produkt laga etter gamle metodar og teknikkar. Bedriftene har fokus på å lyfte fram handverket og det immaterielle kulturminnevernet, gjennom vidareføring av handlingsboren kunnskap til dei som vitjar bedrifta.

Konseptet er under utvikling og det kjem fleire nye produk mellom anna Économusée boutique og Économusée galerie. Économusée boutique vil t.d. eigna seg som konsept for landhandelen i Tysse. Norges Vel er i kontakt med Canada om dette og vil vere med å utvikle desse nye konsept i Norge.

Det er viktig å lyfte Économusée konseptet både lokalt og regionalt. Bedriftene og nettverket i Norge samarbeider med lokalsamfunn og det internasjonale nettverket. Det er eit mål for Économusée bedriftene skal samarbeide med aktørar lokalt og regionalt for utvikling av lokalsamfunnet. Det kan vera nye forretningsområde i reiseliv og for innbyggjarane i lokalsamfunnet (t.d. skular) Nettverket arbeider med rekruttering til handverket/utveksling av ungdommar (Youth placement), lokale kunstnarar/skapande samarbeidspartnarar (Art placement) pensjonistar som er kunnskapsbærarar (Silver service). Dette kan utviklast gjennom arrangementer (events, open days) der Économusée bedriftene er viktige aktørar saman med andre lokale/regionale aktørar.

Marknadspotensialet.

Norges Vel fekk utført ei kartlegging og vurdering av marknadspotensialet for eit Economusée bedriftsnettverk i 2016.

Rapporten konkluderte med at et er ein stor marknad, og av turiststraumen som kjem til Norge frå utlandet så representerer kulturturistar 42% av den samla turiststraumen til Norge.

I rapporten vert det forklart kva som er kjenneteiknet på ein kulturturist.

«Det som skiller en kulturturist fra andre turister, er at disse oppgir at de reiser for å oppleve kultur, og at det de vektlegger mest i løpet av ferien er kulturopplevelser. Så hva ellers kjennetegner denne kulturturisten?»

- Det er en som interesserer seg for lokal historie, levemåte, legender og kultur.
- De er opptatt av historiske bygg, tradisjoner og tradisjonsmat.
- Besøker ofte kunstutstillinger og museer.
- Gleder seg til å fortelle alle de kjenner historier og fakta om steder de har vært.

- Reiser på ferie for å nyte kulturelle opplevelser etterfulgt av en bedre middag basert på lokale råvarer og spesialiteter.
- De liker også å slappe av, oppleve naturen, shoppe, besøke restauranter og sightseeing.
- Kan også finne på å bo i campingvogn, men sover stort sett på hotell.
- Reiser sjeldnere med barn enn øvrige turister.»

I Regjeringa sin reiselivsstrategi frå 2017 er nemnast kultur som ressurs og kulturturisme slik:

«Kultur som ressurs

Kultur er hele spekteret av kulturminner og kulturmiljø. Det kan være håndverks-tradisjoner, kunst, gastronomi og mattradisjoner, folkefester, musikk, scenekunst, fortellertradisjoner, myter, språk, arkitektur og praktisk erfaring knyttet til natur.

Kulturturisme

FNs reiselivsorganisasjon UNWTO beskriver kulturturisme som «reiser som er motivert av kulturelle formål slik som studieturer, scenekunst, festivaler, kulturarrangementer, kulturattraksjoner og pilegrimsreiser». Kulturturisme handler også om å fordype seg i og nyte lokal livsstil, og det som utgjør lokalsamfunnetenes identitet og særegenheter. “

Meld. St. 19 (2016–2017) Opplev Norge – unikt og eventyrlig

Reiselivssatsing i Samnanger

Ved å lyfte opp reiselivssatsinga i Samnanger kommune der kommunen og lokale aktørar går saman med regionale aktørar i eit samarbeid, så kan det på sikt kunne gje mykje att til alle partar i partnerskapet. Ved å styrke den lokale identiteten for alle i lokalsamfunnet, legge til rette for aktørar som vil satse på næringsutvikling, så vil det positivt kunne medverka til at lokalsamfunnet får fleire gnye attraktive tilbod som også gir auka trivsel i lokalsamfunnet. Turistane som kjem til Samnanger vil møte dette, og få lyst til å stoppe opp lengre i lokalsamfunnet for å kjøpe eit opplevingsprodukt med høg kvalitet.