ZX



Tåleevneanalyse for reiselivet i Alta

Oktober 2026

visitalta.no

Alta kommune

Spor.

Forord

Denne analysen gir en helhetlig vurdering av Alta sin kapasitet og tåleevne for turisme, sett i lys av åtte dimensjoner. Rapporten gir konkrete anbefalinger og forslag til tiltak som destinasjonsselskap, reiselivsaktører, kommunen og lokalbefolkningen kan benytte i arbeidet med besøksforvaltning og bærekraftig reisemålsutvikling.

Prosjektet har vært utført i perioden januar – oktober 2026.

Takk til reisemålsledelsen i Alta for tilliten og et spennende oppdrag! Tusen takk til alle som har bidratt gjennom samtaler, intervjuer, møter og innspill. En spesiell takk til Katja Pettersen i Visit Alta for god dialog og gode diskusjoner underveis i prosjektet.

Oktober 2026,

Haaken Christensen, prosjektleder
Trygve Sunde Kolderup, prosjektmedarbeider
Spor Natur og Reiseliv AS

Foto forside: View of Alta Canyon / Flatlight Visit Alta

Innhold

Sammendrag....4
2 scenarier: Alta i 2030....7
1.0 Innledning....11
1.1 Oppdragsbeskrivelse....11
1.2 Organisering....11
1.3 Metode....11
1.4 Definisjoner og begrepsbruk....14
1.5 Trender og utviklingstrekk....14
2.0 Beskrivelse av reisemålet....16
2.1 Markeder og målgrupper....18
2.2 Altas reiseliv i tall og statistikk....18
2.3 Cruiseturisme....20
2.4 Attraksjoner og verneområder....20
2.5 Samisk og kvensk kultur og reiseliv....21
2.6 Frivillighet....22
3.0 Hovedfunn og resultater / tålegrensedimensjoner....22
3.1 Naturressurser og kulturminner....22
3.2 Infrastruktur og transport....30
3.3 Besøkstrykk og trafikk....36
3.4 Sosial dimensjon....39
3.5 Økonomisk dimensjon....43
3.6 Klima og miljø....49
3.7 Juridisk, politikk, forvaltning....54
3.8 Visuell dimensjon....62
4.0 Altas tåleevne for turisme....63
5.0 Anbefalinger og tiltak....68
Tiltak – tåleevneanalyse for Alta....69
5.1 Finansiering....72
6.0 Kilder og referanser....73

Sammendrag

Spor Natur og Reiseliv har, på oppdrag fra reisemålsledelsen, gjennomført en tåleevneanalyse for reiselivet i Alta kommune. Prosjektperioden har vært fra januar til oktober 2026. Analysen følger Vestland fylkeskommunes veileder for tåleevneanalyser. Kunnskapsgrunnlaget består av dokumentanalyse, 24 kvalitative intervjuer og samtaler med aktører i og rundt reiselivet, og to befaringer (mars og august). Tre dimensjoner er prioritert:

- naturressurser og kulturminner
- infrastruktur og transport
- besøkstrykk og kapasitet

Komsatoppen, stien til Alta Canyon/Sautso og bergkunstfeltet ved Amtmannsnes er valgt ut som pressområder.

Et reisemål i vekst som vil satse på kvalitet

Reiselivet i Alta har vokst de siste årene. I 2025 var det ca. 226 000 kommersielle overnattinger og 85 cruiseanløp med drøyt 71 000 passasjerer. Verdiskapingen i reiselivet var på 473 MNOK i 2024. Det er en økning på drøyt 56 prosent fra 2019.

Om vinteren dominerer nordlys, hundekjøring, hvalsafari og vintercruise. Om sommeren er det mest gjennomreisende på vei til og fra Nordkapp. Reiselivsaktørene er stort sett enige om at Alta skal være et kvalitetsreisemål for betalingsvillige gjester. Mange sier: «Vi skal i hvert fall ikke bli som Tromsø.»

Så langt har relativt liten overnattingskapasitet, lang reisevei og få internasjonale direkteruter holdt veksten nede, men dette er nå i ferd med å endre seg. Hotellene planlegger rundt 230 nye rom, det er åpnet to direkteruter og potensialet er stort for flere, og havnestrategien legger opp til ny cruisekai og landstrøm.

Vi har vurdert Altas kapasitet for reiseliv i åtte dimensjoner.

Dimensjon	Status	Hovedbegrunnelse
Naturressurser og kulturminner	Gul	Mye er bra «på papiret», men vi gir gult nivå på bakgrunn av det vi opplever som lite strukturert besøksforvaltning, uavklarte ansvarsforhold og svak rolleforståelse og -bevissthet hos flere av aktørene.
Infrastruktur og transport	Gul	Infrastrukturen er stort sett tilpasset dagens nivå. Flere hotellrom, nye flyruter og ny cruisekai vil utfordre behovet for å tilpasse infrastruktur. Bilutleie øker. Det er behov for tiltak mot villcamping.

Dimensjon	Status	Hovedbegrunnelse
Besøkstrykk og kapasitet	Gul	Situasjonen er under relativt god kontroll i dag, men sesongforskjellene er store. Fortsetter veksten uten tydelig styring og tiltak for besøksforvaltning, kan utfordringene bli store. Aktivitetsbedrifter er presset om vinteren og har ledig kapasitet om sommeren. Målet om 30 % vekst i verdiskaping og antall ansatte vil være vanskelig å nå uten flere gjester. Viktige grep i produktutviklingen er å videreføre og styrke sommersatsingen, og å gi «Approved by Visit Alta» et tydeligere og mer forpliktende kriteriesett.
Sosial dimensjon	Grønn	Innbyggere og gjester virker stort sett positive til turismen, men kunnskapsgrunnlaget er svakt. Vi ser ingen grunnleggende motstand mot turisme, og utfordringene kan håndteres med bedre besøksforvaltning, tilrettelegging og styring.
Økonomisk dimensjon	Grønn	Reiselivet er viktig for Alta gjennom skatteinntekter, verdiskaping og arbeidsplasser. Videre vekst bør skje gjennom lengre opphold og høyere verdiskaping per gjest. Høyere verdiskaping om sommeren vil jevne ut sesongvariasjonene, gi flere attraktive helårsarbeidsplasser og gjøre det lettere å rekruttere kompetent arbeidskraft. «Approved by VisitAlta» bør styrkes med et tydelig kriteriesett.
Klima og miljø	Gul	Kommunen er langt fra målet om 55 % kutt i utslipp innen 2030, og utslippene fra luft- og sjøfart øker. Satsingen på oversjøiske markeder gir store klimaavtrykk. Avtrykket kan reduseres ved å satse mer på nærmarkedene og på gjester som blir lenger. Det er uklart hvor bevisste aktørene er på næringens klimaavtrykk. Klimamålet i reisemålsstrategien er uklart og vanskelig å måle.
Juss, politikk og forvaltning	Gul	Alta har en bredt forankret styringsstruktur for reiselivet gjennom Visit Alta og reisemålsledelsen. Likevel er mye av den faktiske styringen fortsatt uformell, og rollene er uavklarte. Reisemålsledelsen har gode forutsetninger for å bli et sterkt organ for felles styring og utvikling.
Visuell dimensjon	Grønn	Med en bedre struktur på besøksforvaltning og oppfølging av tiltak mener vi det vil være relativt enkelt å holde dette nivået.

Samlet vurdering

Reisemålet Alta har definert flere gode mål og en tydelig retning for reiselivsutviklingen, men følger dem ikke godt nok opp. Den største svakheten er at det mangler en helhetlig besøksforvaltning, og rollene og ansvaret mellom kommunen, Visit Alta, FeFo og andre aktører er uklare.

Alta ligger likevel i forkant av de største utfordringene. Reisemålet har nå en mulighet til å få på plass samarbeidet, rollefordelingen og finansieringen som trengs. Reiselivsutviklingen bør gå fra å være styrt av markedet til å være styrt av lokalsamfunnet.

Cruise er et dilemma. Flere lokale aktører vil redusere tilbudet sitt til cruisegjester, mens havneinvesteringene forutsetter rundt 80 anløp i året. Det kan åpne for eksterne aktører og svekke Altas posisjon som kvalitetsreisemål.

Besøksbidrag kan bli en viktig kilde til å finansiere fellesgoder og besøksforvaltning, og tåleevneanalysen kan brukes som kunnskapsgrunnlag i en søknad.

Anbefalinger

Rapporten foreslår 26 tiltak fordelt på seks temaer. Disse anses som viktigst:

- **Bygge en sterk reisemålsledelse** med formelt mandat og avklarte roller og ansvar (tiltak 1.1 og 1.2).
- **Utvikle et helårlig reiseliv** ved å gi sommerprosjektet et langsiktig løp (6.4).
- **Styrke Approved by Visit Alta** med formelle krav, kriterier og kontroll (5.1).
- **Ta bedre vare på populære utfartsområder** med ferdselstellere, en sti- og løypeplan og tilretteleggingsplaner for Canyon, Komsa og Amtmannsnes (2.2, 4.1 og 4.2).
- **Lage en plan for besøksforvaltning**. Den omfatter en egen besøksforvalter, et revidert målsystem med målbare indikatorer, en samlet løsning for bobil og camping og en representativ innbyggerundersøkelse (1.3, 1.4, 2.1 og 3.3).
- **Forbedre mottaket av cruisegjester** med bedre skilting og en trygg gangrute fra kaia til sentrum (3.1).

I tillegg anbefales det å utrede besøksbidrag (1.5), som kan finansiere en stor del av tiltakene.

Sammendraget er skrevet med bistand fra kunstig intelligens (Claude).

2 scenarier: Alta i 2030

Scenarier er et nyttig verktøy i en tåleevneanalyse fordi de gjør det lettere å forstå hvilke konsekvenser ulike valg og utviklingsretninger kan få over tid. Ved å beskrive mulige fremtidsbilder blir det lettere å synliggjøre hvordan reiselivet kan påvirke natur, lokalsamfunn, infrastruktur, næringsliv og opplevelseskvalitet. Scenariene bidrar til å konkretisere utfordringer og muligheter som ellers kan være vanskelige å se gjennom dagens situasjon alene.

I denne analysen er det utviklet to scenarier for Alta. Det ene beskriver en situasjon der reiselivet vokser uten bevisst styring og koordinering, mens det andre viser hvordan Alta kan utvikle seg gjennom aktiv besøksforvaltning og målrettet reisemålsledelse. Sammen illustrerer scenariene betydningen av de valgene som tas i dag, og gir et grunnlag for å vurdere hvilke tiltak som kan bidra til en utvikling som er bærekraftig for både innbyggere, besøkende og naturmiljøet.

Scenarie 1: Alta i 2030 – uten bevisst styring

«*Nå er jeg redd vi snart blir som Tromsø*» var det flere som sa i Alta vinteren 2026 på dager det var store cruisebåter i byen. Da hadde flere av innbyggerne begynt å reagere på det de beskrev som en invasjon av cruisepassasjerer med like, røde jakker. Det var greit at Markedsgata kunne være full av dem, men når de også begynte å fylle boligstrøkene og ta seg inn i private hager, var det mange som fikk nok.

Fire år senere, i 2030, var reiselivsveksten i Alta brattere enn i Tromsø.
Det hadde eksplodert, uten at noen helt forsto hva som egentlig hadde skjedd.

Store, nye romfløyer på Altas to største hoteller hadde økt overnattingskapasiteten. Samtidig hadde et utenlandsk hotellkonsern med erfaring fra ishavsbyen i sør sett flere muligheter i Nord-Norge og også etablert seg i Alta. I løpet av en sommer med mye bygging i sentrum, hadde hotellkapasiteten i Alta doblet seg. Den påfølgende høsten hadde reiselivsnæringen i Alta levd med overkapasitet og landets laveste hotellpriser, før Avinor på et møte med reiselivsnæringen fortalte at de hadde fått avtale om nye ruter til Alta med to lavprisselskaper. Allerede til vinteren skulle de to flyselskapene sørge for at det sto «London» og «Madrid» på ankomsttavla på Alta flyplass. Og med vinterrutene skulle hotellsengene fylles og reiselivsnæringen vokse videre.

Det ble tidvis kamp om plassene hos Altas aktivitetstilbydere når både de nye hotellgjestene og cruisepassasjerene skulle ut med hunder, truger eller snøscooter. En samarbeidsavtale mellom Alta Havn og Forsvaret hadde bygget ut NATO-kaia med lett tilgjengelige forsvarsmillioner og med det styrket både forsvarsevnen i nord og økt cruisekapasiteten til Alta. Etter noen år der kapasiteten på den gamle terminalkaia hadde begrenset vekst og volum, var anløpslisten plutselig lenger enn noen gang. I løpet av det som ble beskrevet som en ellevill rekordvinter hadde derfor flere aktører tatt med seg guider, hunder og minibusser fra Nord-Sverige, Tromsø og Finnland for å skumme fløten av vintercruisene.

Uten kjennskap til lokale forhold eller norsk lov, var ringvirkningene av de nye

etableringene lite annet enn prisdumping, utstrakt arbeidskriminalitet og at noen av guidene tidvis leide seg inn i de mange tomme studenthyblene som universitetet disponerte på Gakori. Og når ingen av de nye aktørene hadde sett noen grunn til å melde seg inn i «Approved by Visit Alta»-ordningen, hadde den gradvis forvitret. I motsetning til det som hadde vært det opprinnelige målet, var det nå mulig å være turist i Alta uten å få med seg hva ordningen egentlig innebar.

Heller ikke hissige meningsutvekslinger og krasse leserbrev i Altaposten var nok til å stoppe nyetableringer, og konflikten eskalerte da en utenlandskregistrert minibuss i høy hastighet kjørte ned en morgentrøtt tenåring som ventet på skolebussen langs veikanten i Gargia.

Den sterke veksten viste seg også å være drevet av at en japansk influencer som i siste liten hadde fått plass på en arrangert presse- og visningstur. Iført en samelue han hadde plukket med seg på flyplassen gikk han i fire dager og livestreamet reinsdyr, nordlys og hvalsafari i noen av Japans største some-kanaler. Den påfølgende vinteren var innrykket av japanske turister i Alta så stort, at noen av reiselivsbedriftene forsøkte å ansette sesongansatte med ferdigheter i japansk for å håndtere den nye gjestegruppen som plutselig trengte innføring i å gå på snø og tips til hvordan de skulle kle seg i vinterkulda. At klimaavtrykket fra de lange flyreisene fra Tokyo og Shanghai var stort, var ikke den største utfordringen – for raskt oppdaget innbyggerne i Alta hvor langt det faktisk var fra japanske trafikkforhold til vinterveiene i Finnmark. Når mange av de langveisfarende gjestene gikk rett fra varmegradene i sør til leiebilskranken på Alta flyplass, var det mange altaværinger som synes det ble utrygt å kjøre i lokalmiljøet. I en årlig kartlegging Kronstadposten gjorde av vekstvinnerne i det lokale næringslivet, var det Alta Bilbergingssenter AS som kom ut som den udiskutable vinner. Å hente leiebiler i veikanten var blitt en vekstnæring ingen andre i Alta kunne konkurrere med.

Heldigvis var ikke alt bekmørkt. Basert på erfaringene fra hvalturismen i Tromsø og Skjervøy hadde nasjonale myndigheter klart å få på plass et regelverk for hvalsafari. Ellers var det lite byråkratene i sør gjorde som lokalpolitikerne i Alta var fornøyde med: Tilskuddene til Alta Museum var gradvis redusert. Både de ansatte og museumsdirektøren fryktet for bergkunsten, og på sist kommunestyremøtet hadde hen sagt at hvis utviklingen fortsatte, kunne verdensarvstatusen stå i fare. Det hjalp heller ikke at den krevende kommuneøkonomien gjorde at det å holde seg utenfor Robek-lista var prioritet nummer en og ga rom for lite annet enn lovpålagte oppgaver.

Men det var heldigvis en mulig løsning. I 2027 hadde søknaden om å innføre besøksbidrag i Alta blitt avslått fordi *«departementet ser ikke at den reiselivsrelaterte belastningen i Alta er tilstrekkelige for å kvalifisere til formålet i besøksbidragsordningen».* Nå var det tre år siden avslaget. Siden den gang hadde problemene vokst og turistene blitt flere. Kanskje var utfordringene nå blitt så omfattende at også Alta kunne oppfylle vilkårene til departementet og dokumentere tilstrekkelig kø, kaos og slitasje.

Scenarie 2: Alta i 2030 – med tydelig styring og aktiv reisemålsledelse

«Vi klarte det i år også!»
Det nærmet seg overgangen til et nytt tiår når reisemålledelsen i Alta for første gang hadde tatt seg råd til et felles julebord. For andre gang var resultatene fra innbyggerundersøkelsen strålende. Nesten ni av ti altaværinger var tilfreds med reiselivsutviklingen i byen. Reiselivsnæringen vokste, og den vokste på en måte som gjorde lokalsamfunnet bedre.

Det måtte feires, og for de åtte engasjerte medlemmene i reisemålsledelsen var det Altas ry som det beste reisemålet for matopplevelser i Arktis som måtte testes ut.
I en nyetablert restaurant i Markedsgata skulle de samles rundt det samiskinspirerte ildstedet som den sveitsiske avisen *Tages Anzeiger* i en euforisk reportasje hadde kalt *Europas vakreste restaurantopplevelse*. Visstnok gikk det rykter om at det i dag både sto kongekrabbe og rypebryst på den sesongbaserte smaksmenyen.

Suksessen hadde ikke kommet gratis. Det hadde vært krevende å stå i endel av valgene både kommunen, destinasjonsselskapet og reisemålsledelsen hadde tatt for at alta-turismen hadde kommet dit den nå var. Ofte ble *lokalt samarbeid* trukket fram som fynd-ord i festtaler og strategi-dokumenter. I Altas tilfelle gjaldt det faktisk også når beslutningene ble tatt. Reisemålstrategien var ikke bare et skrivebordsprodukt, men noe en tøff reisemålsledelse brukte aktivt for å forsøke å styre utviklingen i ønsket retning.

Etter at tålevneanalysen fra 2026 påpekte at det var viktig å måle og med jevne mellomrom sjekke om man var på vei til å nå målene og ambisjonene i strategien, var det noe Visit Alta bevisst målte og jobbet med. Da turistveksten for alvor begynte noen år tidligere, hadde aktørene gått sammen og blitt enige om felles kjøreregler og å kontrollere veksten. I etterpåklokskapens lys var det også lett å se at man hadde hatt litt flaks på veien. Den raske og ukontrollerte utviklingen i Tromsø hadde vært en øyeåpner for mange. Høy rente i kombinasjon med uro og økonomisk nedgang flere steder i verden, hadde bremset investeringslysten og skrinlagt et par av de planlagte hotellprosjektene i sentrum av byen. Hadde alt blitt bygget, ville veksten kanskje vært vanskeligere å kontrollere.

Det at man var bevisst på at Alta skulle være et reisemål som krevde litt mer av de besøkende, viste seg å være en nøkkelfaktor når alt annet i verden bare ble enklere og mer tilgjengelig. Det var kontroversielt at man etablerte insentiv-ordninger for at flyselskapene som ville begynne å fly på Alta måtte tilby ruter som gikk ut over de mest hektiske vintermånedene. Lenge var det krevende, men når et av dem til slutt beit på, var det mange opplevelsesbedrifter i Alta som brettet opp ermene for å rigge seg for sommerturister med fjellstøvler, myggspray og et ønske om å oppleve midnattssola på 70 grader nord.

Heldigvis var produktene gode og gjestetilfredsheten var så stor, at når midnattssola var tilbake året etter, var det to flyselskap som stod klare til å fly sine passasjerer inn i den evige, arktiske sommeren. Uten flere år med målrettet produktutvikling gjennom destinasjonsselskapets sommersatsning, ville nok resultatet var annerledes. Egentlig

skulle satsingen vært avsluttet for flere år siden, men en standhaftig reiselivssjef fikk forlenget prosjektet. Det, kombinert med et generøst tilskudd fra Sparebank1s Samfunnsløft-ordning til et omfattende skilt- og tilretteleggingsprosjekt, kanaliserte sommerturistene til noen utvalgte turmål. Finnmarkseiendommens (FeFo) nyansatte besøksforvalter jobbet tett med både kommune og reiseliv og hadde raskt tatt prosjektlederansvaret.

I samråd med lokalbefolkningen var man også enige om å skjerme noen av turmålene og friluftsområdene lokalbefolkningen ville ha for seg selv. De fleste turistene var uansett fornøyd med å få oppleve den steinsatte stien på Komsatoppen og opplevelsen av å se utsikten over Alta Canyon etter å ha gått den godt tilrettelagte stien. Da ble det god plass til altaværingene andre steder, og Fefos besøksforvalter jobbet sammen med Friluftsrådet, kommunen og destinasjonsselskapet for at også de turmålene framsto attraktive. At vedkommende måtte jobbe hardt skulle egentlig bare mangle, for hen hadde litt å bevise; Da stillingen som besøksforvalter i FeFo ble lyst ut var det rekordmange søkere og tøff konkurranse om den attraktive jobben.

I den ferske innbyggerundersøkelsen var det flere ting som ble trukket fram som suksessfaktorer for at altaværingene så de positive ringvirkningene fra turismen. Det første var at det nå var etablert faste møtepunkter mellom reiselivsnæringen og lokalbefolkningen. «Approved by Visit Alta»-ordningen ble også trukket frem. Lenge hadde den vært en litt diffus merkeordning ingen helt visste hva var eller hvordan skulle brukes. Nå hadde ordningen fått et skikkelig løft, og for reiselivsbedriftene ble det å være godkjent et viktig salgsfortrinn.

Til tross for at søkertallene på universitetet i byen gikk nedover, ble altaværingene stadig flere. Det var det få andre steder i Finnmark som kunne skryte av. Altaværingene var også stolte når arbeidsministeren – enten det var på Dagsrevyen eller når hen tok turen nordover – trakk fram inkluderingsprosjektet som kommunen, NAV og de største hotellene i Alta hadde gått sammen om for å få flere utenforstående inn i det etablerte arbeidslivet. Nå var ledighet og utenforskap på vei ned, og det var mange i Alta som hadde fått sin første jobberfaring i den voksende reiselivsnæringen.

Ministrene fra hovedstaden sto nesten i kø for å reise til Alta, og Visit Alta og kommunen fikk velfortjent skryt da næringsministeren tok turen for å legge fram den første evalueringen av besøksbidragsordningen. Hen ville vise fram hvordan Alta også hadde brukt ordningen til viktige forebyggingstiltak og aktiv besøksforvaltning. Og da ministeren først var i Alta, ga hen også skryt for arbeidet næringen selv hadde gjennomført for å begrense behovet for leiebiler. I motsetning til mange andre steder i landet, var det langt mellom turister i leiebil i Alta-traktene vinterstid. Det gjorde det litt tryggere å ferdes på mørke, snølagte vinterveier.

For selv om vinteren var i ferdig med å forsvinne andre steder, hadde Alta fremdeles snøen og kuldegradene. Og det var her turistene kunne oppleve hva som virkelig lå bak *This is arctic living*. Men de måtte jobbe litt for komme hit. Det var et helt bevisst valg.

1.0 Innledning

Alta har hatt vekst i reiselivet de siste årene[1]. Altas beliggenhet i Arktis, med nærhet til Finnmarksvidda og attraktive naturopplevelser som hvalsafari og nordlysopplevelser, gir gode forutsetninger for økt besøk. Økt besøk gjennom året skaper behov for å få oversikt over hvordan turismen påvirker natur, kultur og lokalbefolkning i kommunen og vurdere Altas kapasitet for reiseliv og evne til å håndtere turismen i dag og i fremtiden.

1.1 Oppdragsbeskrivelse

Reisemålsledelsen i Alta har gitt Spor Natur og Reiseliv i oppdrag å gjennomføre en tåleevneanalyse for turismen i området som dekkes av destinasjonsselskapet. Området avgrenses av Alta kommunes grenser. Analysen skal avdekke eventuelle utfordringer og pressområder knyttet til turismen i Alta.

Prosjektet skal baseres på bred forankring, medvirkning og involvering. Analysen skal foreslå anbefalinger og tiltak. Analysen skal gi innsikt i hvordan Alta kan forvalte reiselivet og turiststrømmen på reisemålet på en hensiktsmessig måte for verdiskaping, for ivaretakelse av natur og kultur og for lokalbefolkningen.

1.2 Organisering

Spor Natur og Reiseliv AS er et rådgivningsselskap som bistår reisemål med å finne balansen mellom verdiskaping, besøksforvaltning og naturforvaltning. Vi har tidligere utarbeidet tåleevneanalyser i Rauma, på Kvitsøy, i Sogn (sammen med Vestlandsforskning) og i Tromsø.

Prosjektleder for analysen har vært Haaken Christensen. Trygve Sunde Kolderup har vært prosjektmedarbeider.

Bestillingen av tåleevneanalysen ble gjort av reisemålsledelsen i Alta. Reisemålsledelsen eies av Alta kommune og Visit Alta, og det er disse to som har inngått i referansegruppen for prosjektet. Underveis har prosjektet vært presentert i et møte med kommunestyret (juni), og et møte med reisemålsledelsen (oktober).

Det har vært jevnlig dialog med oppdragsgiver gjennom hele prosjektperioden. Kontaktperson hos oppdragsgiver har vært Katja Pettersen, daglig leder i Visit Alta.

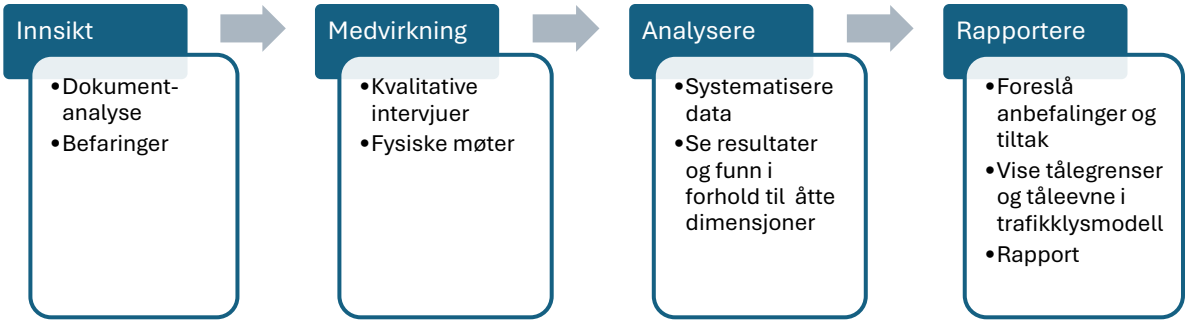
1.3 Metode

I arbeidet med tåleevneanalysen har vi benyttet en kombinasjon av dokumentanalyse, kvalitative intervjuer og samtaler og befaringer på reisemålet. Det er gjort fortløpende vurderinger og prioriteringer i samråd med oppdragsgiver underveis.

[1] 2469 Reiselivsutvikling (2018)

I arbeidet med tåleevneanalysen har vi brukt veilederen for tåleevneanalyser som er utarbeidet av Vestland Fylkeskommune[2] som mal.

Prosjektet har vært delt i fire faser (figur 1).



Figur 1. Figuren viser de fire fasene for tåleevneprosjektet

Fase 1: Dokumentanalyse og befaringer
Gjennom dokumentanalyse har vi gjort en grundig gjennomgang av tilgjengelige rapporter, kommunale planer, lokale og regionale strategier, statistikk og undersøkelser som gir et viktig kunnskapsgrunnlag for tåleevneanalysen. Vi har gjennomført to befaringer på reisemålet; i mars og august, totalt seks dager. På befaringene har vi møtt lokalbefolkning, besøkt reiselivsaktører og kultur- og naturattraksjoner, erfart konkrete problemstillinger og blitt kjent med lokale forhold.

Fase 2: Medvirkning og involvering
Medvirkningen i prosjektet tar utgangspunkt i kvalitative metoder og møter med aktører i og rundt reiselivsnæringen, kommunen og lokalbefolkningen. 24 kvalitative intervjuer og samtaler med aktører i og rundt reiselivsnæringen er gjennomført enten fysisk eller digitalt gjennom Teams. Tre respondenter har, av praktiske årsaker, svart på kvalitative spørsmål på epost. Respondenter er valgt ut i samråd med oppdragsgiver. Hos flere av aktørene har vi snakket med flere representanter.

Fase 3 og 4: Analyse, anbefalinger og tiltak
Innsikten fra fase 1 og 2 har dannet bakgrunn for analyser og drøfting under hver av de åtte dimensjonene. Med utgangspunkt i funn og resultater har vi foreslått anbefalinger og tiltak.

Leveransen består av denne rapporten, samt en presentasjon som oppsummerer rapportens funn, anbefalinger og tiltak.

1.3.1 Visualisering av tålegrenser

Hver dimensjon har fått fargen grønn, gul eller rød, som et trafikklys. Fargen beskriver vår vurdering av status for hver av de åtte dimensjonene. Grønn farge betyr at forholdet er tilfredsstillende, men at tiltak kan iverksettes for ytterligere forbedring og forebygging. Gul farge indikerer at forholdet må følges opp, og at tiltak bør vurderes. Rød farge betyr

[2] Vestland fylkeskommune (2026)

at forholdet ikke er tilfredsstillende, og at det er nødvendig å iverksette tiltak for å forbedre situasjonen. Målet er at flest mulig av punktene i «trafikklystabellen» skal være grønne.

1.3.2 Avgrensninger og prioriteringer

Prosjektet dekker vurderinger rundt kapasitet for turisme innenfor Alta kommunes grenser. Det er gjort fortløpende vurderinger og prioriteringer i samråd med oppdragsgiver underveis.

1.3.3 Dimensjoner

Tåleevneanalysen vurderer reisemålets tålegrense for turisme i lys av åtte dimensjoner (figur 2).



Figur 2. Tåleevneanalysen vurderer åtte dimensjoner.

I samråd med oppdragsgiver har tre dimensjoner fått ekstra oppmerksomhet: Infrastruktur og transport, Besøkstrykk og trafikk på reisemålet og Naturressurser og kulturminner.

1.3.4 Pressområder

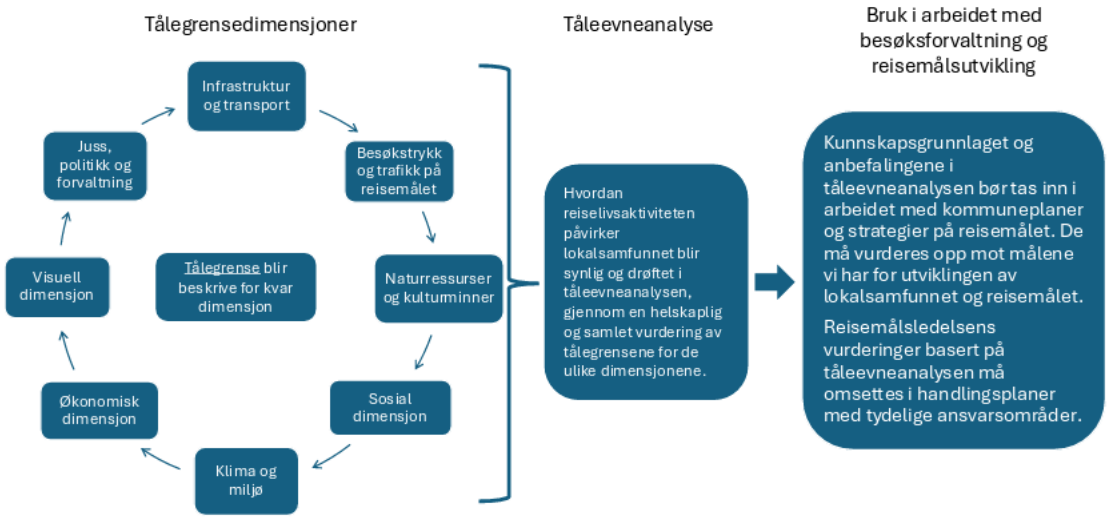
I samråd med oppdragsgiver ble Komsatoppen, turen til Alta Canyon og Amtmannsneset valgt ut som områder som vi har sett nærmere på. Disse områdene er valgt med bakgrunn i at dette er steder som opplever mye trykk og påvirkning fra turismen. Betraktninger og eksempler samt anbefalinger og tiltak har overføringsverdi til andre områder med økende press fra turismen.

1.4 Definisjoner og begrepsbruk

Tålegrense
Tålegrensen på et reisemål beskriver nivået for når turismen, og konsekvensen av denne, trer over en grense. Tålegrensen kan være fysisk, som for eksempel slitasje i naturen, eller mer subjektiv i form av for eksempel lokalbefolkningens opplevelse av turismen (sosial tålegrense).

Tålegrensevurderingene gir ikke et konkret tall for hvor mange turister reisemålet tåler, da tålegrensen vil variere med sesongene og reisemålets tilpasning til turisme gjennom året.

Tåleevne
Når vi vurderer tålegrensene samlet, i en mer helhetlig kontekst, snakker vi om reisemålets tåleevne (figur 3). Tåleevnen beskriver hvordan reisemålet er rustet til å håndtere turisme i regionen gjennom sesonger og årsvariasjoner. God tåleevne er viktig for å unngå negative konsekvenser av turismen, for opplevelseskvaliteten samt for å øke den lokale verdiskapingen fra reiseliv.



Figur 3. Oversikt over sammenhengen mellom tålegrensedimensjoner og reisemålets tåleevne. Kilde: Vestland fylkeskommune (2026)

1.5 Trender og utviklingstrekk

For å sette tåleevneanalysen for Alta inn i et større perspektiv, er det nyttig å kjenne til hvilke større trender og utviklingstrekk som vil kunne påvirke utviklingen av reiselivet i regionen i årene fremover.

Innovasjon Norges turistundersøkelser viser at Norge er et attraktivt reisemål for mange turister og at det er en vekst både om sommeren[3], vinteren og i nordlysturismen[4]. Turistene ønsker både natur- og kulturbaserte opplevelser. Alta er et attraktivt reisemål for slike opplevelser.
Valutasituasjonen, med en svakere norsk krone, gjør Norge mer aktuelt som reisemål for mange utenlandske turister.
Hetebølger og høye temperaturer i de sørlige delene av Europa gjør Norge og Arktis til et feriemål for såkalt «coolcation». Mange turister reiser vekk fra ekstremvarme til kjøligere strøk i ferien. Den internasjonale bransjeorganisasjonen Adventure Travel Trade Association (ATTA) har også undersøkelser som viser at Skandinavia er blant de mest attraktive reisemålene[5].
Klimaendringer og høyere gjennomsnittstemperatur vil kunne påvirke de fremtidige reiselivsopplevelsene og -tilbudet i Alta. Mer ustabile vintre og økt sannsynlighet for mer ekstremvær[6]. Det vil også stille krav til tilpasninger på reisemålet.
Både i Norge og andre europeiske land er det en vekst i bobil- og rundreiseturisme[7]. Andelen turister som overnatter i leide private hjem (korttidsleie, AirBnb) og i leid hytte øker. Mange reisemål rapporterer om økt telting og flere bobiler i naturen («villcamping»).
En større andel reisende får økt bevissthet om klimaavtrykk og miljøpåvirkning. Flere ønsker å reise med grønne transportformer som tog og buss[8]. Mange turoperatører forventer at reisemål jobber for en lavere natur- og klimapåvirkning, og sertifiseringsordninger og ulike former for kvalitetsmerking vil kunne spille en større rolle enn i dag. Reiseliv som går lenger enn den tradisjonelle bærekraftsdefinisjonen, omtales som «regenerativt reiseliv» og trekkes ofte fram som en reiselivstrend.
Økt urbanisering gjør at en stadig større andel av verdens befolkning lever i byer. Å oppleve ro/stillhet, stjernehimmel og mørke og værfenomener som nordlys, blir viktigere for mange. Urbaniseringen gjør også at mange lever lenger vekk fra naturen enn tidligere, og har ikke kunnskapen for å ta del i naturopplevelser på egenhånd. Guidete naturopplevelser vil derfor være en viktig del av fremtidens reiseliv.
Det er en sterk interesse for fenomener som nordlys og midnattsol, og naturbaserte aktiviteter som vandring, safari og dyreopplevelser, ski og sykkel[9]. Turistundersøkelsen viser at mange på ferie i Norge gjør både natur- og kulturbaserte opplevelser på ferien.
Autentiske og lokale opplevelser verdsettes i økende grad, og mange søker ekte, stedbundne opplevelser og kontakt med lokal kultur[10]. Å oppleve reisemålet gjennom å smake lokal mat og drikke er viktig for mange.
Rapporten «Indigenous tourism in the European Arctic: Reclaiming pasts and strengthening futures[11]» beskriver urfolksturisme som et felt i utvikling med betydelige framtidige muligheter. Rapporten understreker at samisk reiseliv betraktes som en voksende og strategisk viktig del av reiselivet i Arktis.
Rekordrask teknologiutvikling påvirker måten vi reiser på og hvordan vi innhenter informasjon. Kunstig intelligens påvirker reiseplanlegging og -forberedelser[12]. Dette vil stille krav til hvordan reisemål og -bedrifter formidler og informerer om sine tilbud. Sosiale medier og influensere gir inspirasjon og tips, men kan fort gjøre ukjente (og uforberedte) attraksjoner og reisemål kjent

[3] Innovasjon Norge (2025) Turistundersøkelsen sommer
[4] Innovasjon Norge (2025) Utenlandske nordlysturister 2025
[5] Adventure Travel Trade Association (2025)
[6] Norsk Klimaservicesenter (2025)
[7] Innovasjon Norge (2024) Nøkkeltall for norsk turisme
[8] Innovasjon Norge (2024) Turistundersøkelsen
[9] Adventure Travel Trade Association (2025)
[10] Innovasjon Norge (2025) Turistundersøkelsen sommer
[11] Lüthje, M., Ren, C., Kramvig, B. & Appelblad, H. (2026)
[12] NHO Reiseliv (2025)

for et stort antall besøkende. En stor andel av de besøkende orienterer seg på reisemålet gjennom digitale apper og kart.
Cruiseturismen er mange steder i vekst[13]. Cruiseturismen bidrar med et høyt antall besøkende som skal oppleve reisemålet i løpet av relativt kort tid. Cruisegjestene ønsker flere autentiske opplevelser av kultur og natur når de er i land, og de vil gjerne bli kjent med lokalsamfunnet[14]. Det er en trend med lengre opphold i havn og mer innhold, og økt etterspørsel etter mindre cruiseskip[15].
«Spre trafikken»: For å unngå overturisme jobber mange reisemål med å spre trafikken og besøket ut i regionen. For at en slik strategi skal lykkes må de stedene som får økt besøk være forberedt, med infrastruktur, overnattingskapasitet og aktivitets- og opplevelsestilbud.
Det er et stort markedsgrunnlag og økonomisk potensial og økende reiseaktivitet blant dem som trenger tilrettelegging og tilpasninger[16]. Dette kan være en viktig bidragsyter for å styrke helårs reiseliv[17].
Verden oppleves i dag mer usikker enn den var for få år siden, og global usikkerhet påvirker reisemønstre. Norge har blitt opplevd som et trygt reisemål, men geopolitisk usikkerhet rundt Grønland, Arktis, Russland og Svalbard kan potensielt få betydning for Nord-Norge.

2.0 Beskrivelse av reisemålet

Alta er et knutepunkt for natur- og kulturbaserte opplevelser i Arktis. Naturen er preget av fjord, fjell, vidde og den store Altaelva. Reisemålet tilbyr en rekke opplevelser året rundt, som bl.a nordlysopplevelser, hvalsafari, hundekjøring, sykling, havfiske, laksefiske og snøscootersafari.

Alta kommune har i 2026 ca 22.000 innbyggere[18] og har i motsetning til mange andre kommuner i Finnmark siden 1970-årene hatt positiv befolkningsutvikling. Kommunen er geografisk svært stor, og har spredt bosetting. Størstedelen av befolkningen bor i spredte boligområder i og rundt byen Alta. Det er 1377 hytter og fritidsboliger i kommunen.

I Alta finner vi røtter i både norsk, kvensk og samisk kultur. Alta er preget av flerkultur, og både kvensk og samisk kultur er ekte og levende. Reiselivet i Alta har aktører som leverer autentiske opplevelser, der man tar godt vare på kulturformidlingen. I Alta har det bodd folk i over 6000 år, og helleristningene ved Alta Museum er på UNESCOs verdensarvliste sammen med Struves meridianbue.

Alta er et reisemål med store sesongvariasjoner. Om vinteren er det høysesong for cruise og nordlysopplevelser, og folk kommer med både cruisebåt, fly og bil for å oppleve vinter og nordlys. Om sommeren er det mye gjennomgangstrafikk av turister på vei til og fra Nordkapp. Mange av disse overnatter en eller to netter i Alta. Europaveiene E6 fra Trelleborg til Kirkenes går gjennom Alta, og E45 starter i Alta og går gjennom

[13] Kystverket (2026)
[14] Havnemagasinet (2025)
[15] Euronews (2026)
[16] Norsk Turistutvikling (u.å)
[17] UN Tourism (2024)
[18] SSB (28.04.26)

Kautokeino og Finland til Gøteborg. Om sommeren har Alta en stor gjennomfartstrafikk av besøkende til og fra Nordkapp, og Alta er den viktigste landbaserte innfallsporten til Nordkapp-regionen. Mange av de besøkende til eller fra Nordkapp-platået stopper eller overnatter i Alta.

Alta-regionen har et eget destinasjonsselskap, Visit Alta. Selskapet eies av Alta kommune og reiselivsaktørene. Selskapet ble etablert i 2018 og har som formål å markedsføre, tilrettelegge for salg og utvikle Altaregionen til et helårlig og bærekraftig reisemål med opplevelser av høy kvalitet[19].

Alta har de senere årene styrket matopplevelser som en del av reiselivet ved å løfte fram lokale råvarer, samisk matkultur og arktiske smaker. Ifølge Visit Alta bygger mange av byens restauranter og opplevelsesbedrifter sine menyer på råvarer fra lokale fiskere, bønder og reindriftsutøvere. Flere reiselivsbedrifter har utviklet matopplevelser der lokal mat kombineres med natur- og kulturopplevelser. Mat brukes også aktivt til å formidle samisk kultur og lokal identitet.

Alta etablerte reisemålsledelse i februar 2025, i forbindelse med merking av Alta som bærekraftig reisemål. Vedtektene sier at reisemålsledelsen skal bestå av representanter for privat sektor, offentlig sektor og lokalsamfunn. Reisemålsledelsen består i dag av representanter fra Visit Alta med daglig leder og styreleder, Alta kommune, Alta næringsforening, Alta museum, Alta havn, FEFO, to representanter for Visit Altas partnerbedrifter, UiT samt frivillige organisasjoner som har relevans for reisemålets utvikling.

Reisemålet Alta ble i 2024 merket som bærekraftig reisemål gjennom Innovasjon Norges merkeordning[20]. Kommunen er en viktig cruisehavn, og flyplassen har direkte forbindelser med flere destinasjoner i Norge, to internasjonale direkteruter (Frankfurt og Helsinki), og ytterligere etterspørsel fra andre internasjonale destinasjoner. Widerøe har flyforbindelser fra Alta til Tromsø og store deler av Finnmark. SAS og Norwegian flyr også mellom Tromsø og Alta.

Snelandia / Finnmark fylkeskommune organiserer offentlig transport i Alta-området. I tillegg til lokale bussruter, er det blant annet busstilbud til Tromsø, Nordkapp, Hammerfest, Lakselv, Karasjok og Kautokeino. Alta har også hurtigbåtforbindelse med Hammerfest. Snelandia tilbyr en sommerbillett[21] (juni til august) som gjør det mulig å reise så mye man vil man vil i syv dager med bussene og båtene i Finnmark.

Gjennom året arrangeres flere store idrettsarrangement og eventer i Alta. Altaturneringen (august) er Nord-Norges største fotballturnering og håndballcup (januar), og Alta Live (august) tiltrekker seg ca 11.000 publikummere. Finnmarksløpet (mars) er Europas lengste hundeløp, med deltakere fra mange land. Finnmarksløpet er en populær turistattraksjon og skaper stort engasjement blant lokalbefolkningen langs

[19] Visit Alta (u.å)
[20] Innovasjon Norge (u.å)
[21] Snelandia (2026)

løypa. Sykkelløpet Offroad Finnmark (juli) samler hvert år ca 750 deltakere som sykler ulike distanser i terrenget, med start og mål i Alta.

2.1 Markeder og målgrupper

Alta er et arktisk reisemål med en uttalt ambisjon om å styre veksten mot kvalitet og eksklusivitet[22]. Altas historie, natur, kultur og samfunnsliv har dannet grunnlaget for «This is Arctic Living», merkevaren til Alta som reisemål.

Det er variasjon mellom sesongene. Vintersesongen er drevet av nordlys, hundekjøring og hvalsafari. Sommeren er i stor grad preget av gjennomreisende på vei til og fra Nordkapp. Alta har i løpet av de siste årene blitt en av landsdelens største vintercruise-havner.

Norge er største marked målt i gjestedøgn, og viktige internasjonale markeder er USA, Sentral-Europa, Storbritannia og et fremvoksende Sør-Europa. Finland er også et viktig marked[23].

Yrkesreisende spiller en avgjørende rolle for å fylle hotellkapasiteten på de to store hotellene i Alta, særlig i perioden mellom september og juni. Sammenlignet med antallet ferie/fritid-gjester, er kurs- og konferansemarkedet i Alta lite.

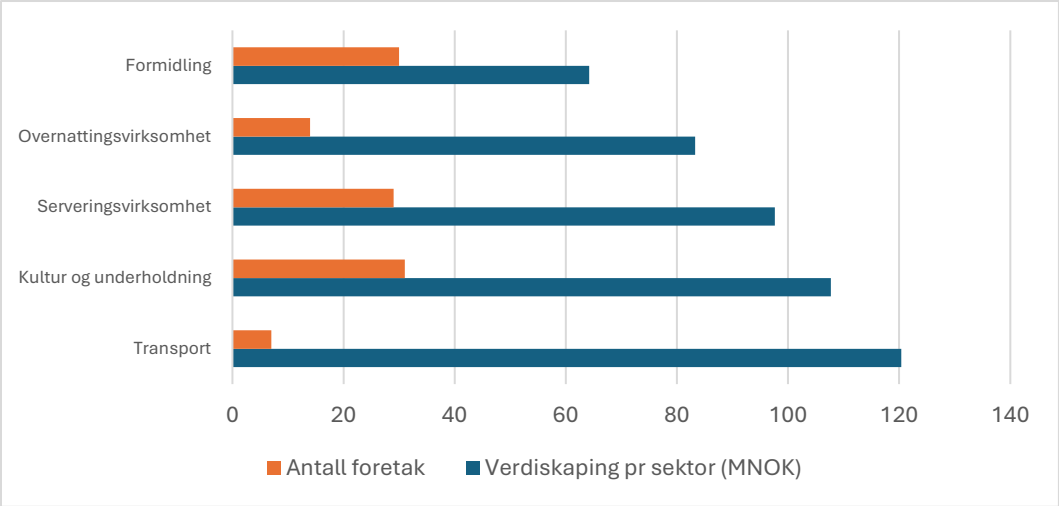
2.2 Altas reiseliv i tall og statistikk

Tabell 1 Reiseliv i Alta i tall. Kilder: SSB, Alta Havn, Alta Museum, Alta reisemålsstrategi,

	2019	2024	2025
Antall kommersielle overnattinger	Ikke tilgjengelig	223 353	226 397
Utenlandske overnattinger	Ikke tilgjengelig	83 193	92 264
Norske overnattinger	Ikke tilgjengelig	140 160	134 133
Antall ansatte i reiselivsnæringene	1077	1092	
Ankomster Alta lufthavn	367.128	359.035	376.699
Cruiseanløp Alta havn	27	86	85
Antall cruisegjester Alta havn	28 846	75 971	71 150
Airbnb enheter til leie (juli)		141	237
Alta Museum besøkende	62 131	71 379	69 686

De ulike bransjene i reiselivet hadde 1024 arbeidsforhold i Alta kommune i 2025[24]. Verdiskapingen i reiselivet i Alta var i 2024 på 473,2 MNOK[25]. Figur 4 viser antall foretak i hver bransje, og hvordan verdiskapingen fordeler seg mellom bransjene i reiselivet.

[22] Visit Alta & Alta kommune (2024)
[23] Innovasjon Norge / SSB (16.09.2026)
[24] Innovasjon Norge / SSB (2025)
[25] Innovasjon Norge (2025)

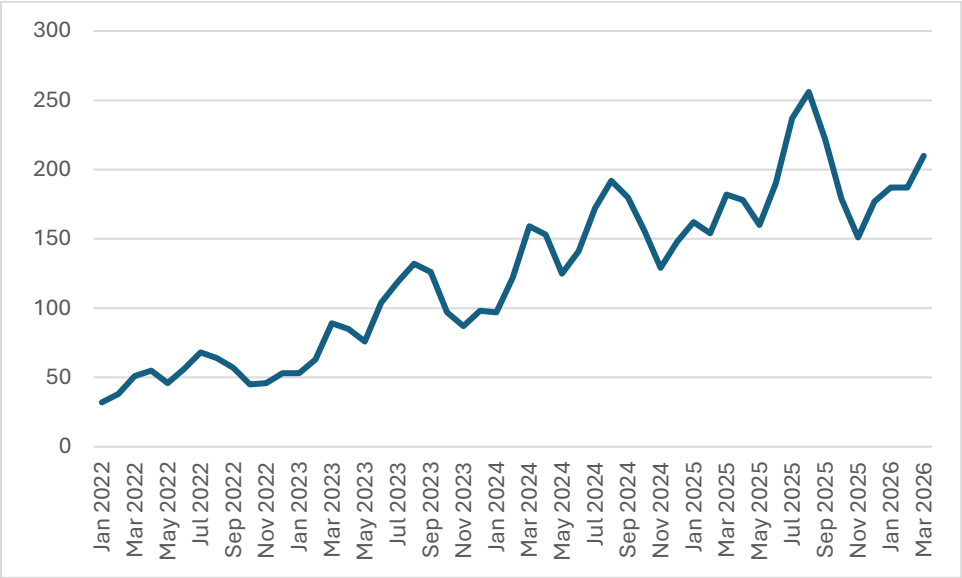


Figur 4. Antall foretak (oransje) og verdiskaping pr sektor (blå). Kilde: Innovasjon Norge / SSB / PowerBI / Nøkkeltall for 2024

I Alta sentrum er det to større kjedetilknyttete hoteller, Thon Hotel Alta og Scandic Alta, med til sammen ca 400 rom (ca 830 senger). Det er i tillegg flere mindre hoteller og overnattingssteder i sentrum av Alta og i kommunen for øvrig.

Det foreligger planer om utbygging av større kapasitet på både Thon og Scandic, med økt kapasitet på til sammen ca 230 nye rom. Det er i tillegg andre hotellprosjekter under planlegging, noe som vil kunne øke overnattingskapasiteten ytterligere.

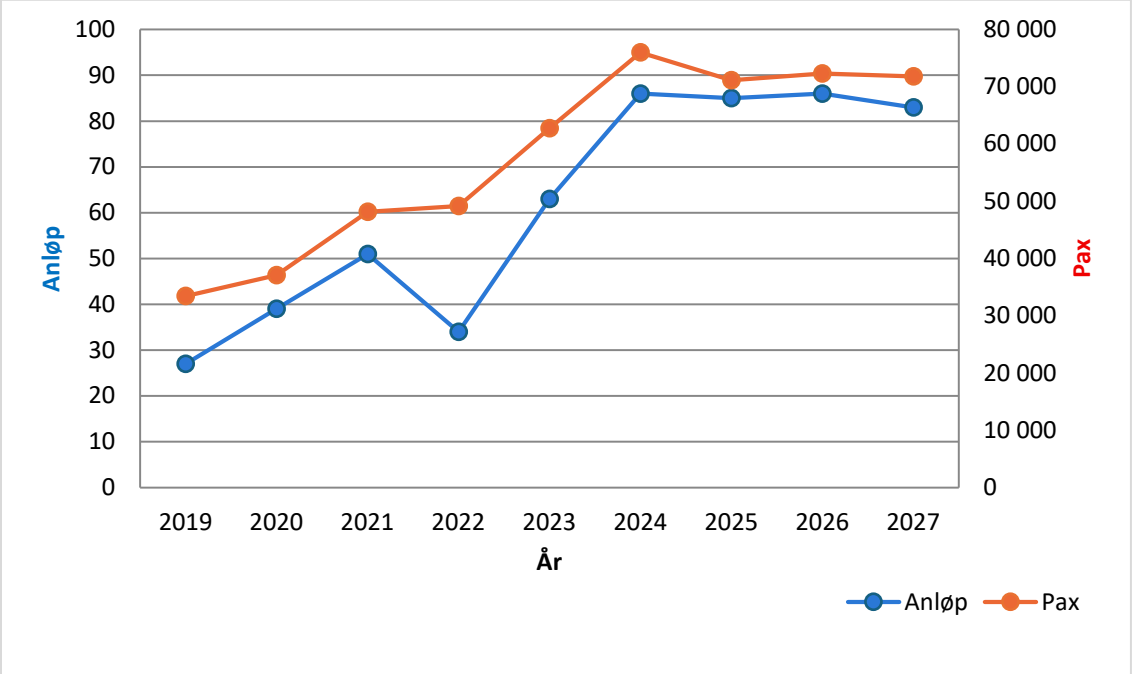
Antall tilgjengelige enheter for korttidsutleie gjennom AirBnb har økt de siste årene. Figur 5 viser utviklingen i antall tilgjengelige enheter til korttidsutleie gjennom AirBnb i perioden 2022-mars 2026. Grafen viser at det har vært en økning på 248 prosent i tilgjengelige enheter i perioden. Vi ser også at antallet tilgjengelige enheter varierer gjennom året.



Figur 5. Utvikling i tilgjengelige enheter for utleie i Alta gjennom AirBnb i perioden 2022-2026. Kilde: AirDna (Nord-Norsk Reiseliv)

2.3 Cruiseturisme

Det har i flere år vært en satsing på vintercruise til Alta. Fra 2019 til 2025 økte antall anløp med 215 prosent fra 27 i 2019 til 85 i 2025 (figur 6). I den samme perioden har antall cruisegjester økt med 113 prosent fra 2019 til 2025.



Figur 6. Antall anløp og passasjerer til Alta havn i perioden 2019-2027. Kilde: Alta Havn

Fra 2025 har antall anløp og passasjerer stabilisert seg, og innmeldte anløp for 2027 er omtrent som i 2026.

De fleste cruiseanløpene skjer i perioden november til april[26]. Ifølge forstudiet om organisering av cruiseturisme i Alta[27] har 72% av cruiseanløpene fra 2010 til 2024 anløpt mellom oktober og mars.

Beliggenheten nær innflygningen til Alta Lufthavn gjør at driften av dagens cruisekai er avhengig av dispensasjon fra Avinor. Havna kan i dag ta imot båter på inntil 270 meter, og Alta Havn KS jobber for å etablere ordning for landstrøm, samt en ny havn ved Bukta/Marinekaia.

2.4 Attraksjoner og verneområder

Alta har et bredt tilbud av naturbaserte opplevelser og aktiviteter. Om vinteren tilbys bl.a nordlysopplevelser og hvalsafari, hundekjøring og snøscooterkjøring, samt overnattingskonsept bygget rundt is og snø. Lokale syklister preparerer en rekke løyper for sykling med fatbike om vinteren. Om sommeren tilbys bl.a elvebåtturer,

[26] Ronny Berg, Alta Havn pers.medd
[27] Kreativ Industri (2024)

fisketurisme, terrengsykling og et stort stinett for vandring. Det er etablert et nettverk av løyper for snøscooter-kjøring om vinteren og ATV-kjøring på barmark. I tillegg kommer et bredt spekter av kultur- og historiebaserte opplevelser med utgangspunkt i bergkunst og samisk kultur og levesett.

Alta kaller seg selv for nordlysbyen. Kommunen har et stabilt innlandsklima med mange klare netter som gjør at nordlyset er synlig de fleste nettene om vinteren. Et nordlysobservatorium ble bygd på Haldetoppen i 1899, dette er nå en ubetjent DNT-hytte. Nordlyskatedralen er en godt besøkt turistattraksjon i Alta som bidrar til å styrke Altas profil som nordlysdestinasjon.

Altaelva er en av verdens mest kjente lakseelver. Elva er kjent for stor laks og har stor betydning både for lokalsamfunnet og reiselivet i Alta. Elva strekker seg fra Finnmarksvidda til Altafjorden. Laksefisket tiltrekker seg sportsfiskere fra hele verden som betaler godt for å oppleve fisket, mens lokalbefolkningen har lange tradisjoner og spesielle rettigheter til fiske i elva. Fisket skaper arbeidsplasser og inntekter for lokale bedrifter innen overnatting, guiding og servering. Altaelva har også en viktig kulturhistorisk rolle for lokalbefolkningen og samisk kultur, både som matkilde og ferdselsåre. Elva og fiskerettighetene forvaltes av Alta Laksefiskeri Interessentskap.

Seiland nasjonalpark ligger i Alta og Hammerfest kommuner. Nasjonalparken ble opprettet i 2006[28]. Formålet med vernet er å bevare et alpint kystlandskap med variert biologisk mangfold. Vernet skal også sikre variasjonen av naturtyper i regionen og ta vare på landskapsformer og kulturminner. Regelverket for parken legger til rette for at allmennheten kan ha naturopplevelser gjennom tradisjonelt friluftsliv med lite teknisk tilrettelegging. Naturgrunnlaget i parken er viktig for samisk kultur og næringsutnyttelse, og området skal kunne brukes til reindrift. Det er noe kommersiell reiselivsaktivitet i randsonen til parken, med utgangspunkt i tettstedene sør og nord på øya, men parken har lite tilrettelegging og er vanskelig tilgjengelig.

Alta har to av Norges åtte verdensarvområder – helleristningene / bergkunst, og Struves meridianbue. Alta Museum formidler Altas historie, og man kan oppleve helleristninger fra det store feltet med bergkunst på Alta Museums godt tilrettelagte område i Hjemmeluft. Museet er åpent hele året. Struves meridianbue er valgt ut som verdensarv, hvorav ett av punktene er i Alta (Lille Raipas).

Alta museum hadde 69.686 besøkende i 2025[29]. Utviklingen i besøk har vært relativt stabil siden 2019, med unntak av de to årene i pandemien (2020-2021). Besøket varierer mye gjennom året, med størst besøk i perioden juni til september.

2.5 Samisk og kvensk kultur og reiseliv

Alta er flerkulturelt og har en rik kulturarv der samisk, kvensk og norsk kultur har levd side om side gjennom generasjoner. Den samiske kulturen er nært knyttet til språk, tradisjoner, reindrift, duodji (samisk håndverk) og sterke bånd til naturen, mens den

[28] Seiland nasjonalpark (u.å)
[29] Alta Museum (pers.medd)

kvenske kulturen gjenspeiler historien til finskspråklige innvandrere som slo seg ned i regionen og satte sitt preg på bosetting, næringsliv og kulturarv.

For reiselivet i Alta representerer disse kulturene viktige ressurser som gir besøkende autentiske opplevelser gjennom kulturformidling, mattradisjoner, fortellinger, håndverk og møte med lokal historie. En styrket satsing på samisk og kvensk kultur i reiselivet kan bidra til både verdiskaping, identitetsbygging og bevaring av kulturarven for framtidige generasjoner.

2.6 Frivillighet

DNT Alta og Omegn (Alta Turlag) er en lokal medlemsforening i Den Norske Turistforening (DNT). Foreningen dekker kommunene Alta, Kautokeino, Karasjok og Loppa og har om lag 620 medlemmer. Turlaget har fire hytter og tilbyr et bredt spekter av turer og aktiviteter. Turlaget er representert i reisemålsledelsen i Alta.

Røde Kors Hjelpekorps har en avdeling i Alta. Hjelpekorpset blir kalt ut av politiet ved større hendelser og ulykker, og når noen er meldt savnet eller har skadet seg på tur. Innsatsen spenner fra krevende redningsaksjoner i dårlig vær og ulent terreng, til førstehjelpsoppdrag på ulike arrangementer og eventer.

3.0 Hovedfunn og resultater / tålegrensedimensjoner

Flere av problemstillingene og utfordringene dreier seg om forhold som overlapper mellom flere av de åtte dimensjonene. Vi har drøftet disse i den dimensjonen der vi mener de har best tilhørighet. I samråd med oppdragsgiver er *Naturressurser og kulturminner*, *Infrastruktur og trafikk* og *Besøkstrykk og kapasitet* utvalgt som prioriterte dimensjoner.

3.1 Naturressurser og kulturminner

Gjennom intervjuer og dialog i innsiktsfasen i prosjektet ble det tydelig at enkelte områder i kommunen er påvirket av ferdsel og aktivitet slik at det blir økt slitasje på natur- og kulturverdier. Vi har, i samråd med oppdragsgiver, valgt å beskrive Komsatoppen, stien til Sautso/Canyon og bergkunst-området ved Amtmannsneset i denne dimensjonen. Både Komsa (Komsafjellet) og Amtmannsnes i Alta kommune er underlagt strenge fredningsvedtak for å beskytte Norges eldste kulturminner[30],[31]. Funn og forslag til tiltak er i stor grad overførbare til andre områder med lignende utfordringer.

[30] Riksantikvaren (2017)
[31] Riksantikvaren (2007)

3.1.1 Utvalgte pressområder

Komsa

Komsatoppen er en fjelltopp som ligger tett på Alta sentrum og flere boligområder. Fra toppen har man utsikt over Alta by og Altafjorden. Turen til Komsa er mye brukt av lokalbefolkningen, er merket som en Perletur av Friluftsrådet, men blir også brukt av turister. Til tross for at det er laget en gruslagt løype og en merket sti, er området preget av en del slitasje fra ferdsel også utenfor stier og tilrettelagt løype. Det er flere startpunkter for turen til Komsa. Fra startpunktet ved tilfluktsrommet er det noe informasjon, og man kan velge å gå lysløypa eller en av de mange stiene som går mer direkte opp til toppen. Deler av stien er merket med kommunens logo, men store deler av stiene er ikke merket. Mye av slitasjen i området er sannsynligvis fra lokale brukere, men vårt materiale indikerer at det er økende bruk av området også for turister i Alta.

Uavhengig av om den oppstår som følge av lokal eller turistrelatert ferdsel, kan en uklar og rotete merkestruktur være medvirkende til slitasjen en ser i området. Her er det mulig å gjøre en tydeligere kanalisering av ferdsel ved å bestemme seg for hvilke(t) stiløp en ønsker å prioritere, og skilte og tilrettelegge (feks grusing og klopping) bedre langs disse. Det er, så vidt vi vet, ikke gjort tellinger som registrere bruken av stiene.

Vi anbefaler at man gjør en opprydning i hvor man ønsker at folk skal gå, og hvilke stier som skal være «hovedstier». Så bør disse stiene merkes og skiltes tydeligere, og det kan være nyttig å sette opp tellere for å overvåke ferdsel.



Figur 7. Bildet til venstre viser Komsatoppen og noe av slitasjen. Kartutsnittet viser all registrert aktivitet i barmarksesongen i området rundt Komsatoppen. Foto: SPOR. Kilde: Strava.com

Canyon

Stien til Sautso / Canyon er også mye brukt av både lokalbefolkning og tilreisende. Stien er skiltet som både fottur og sykkeltur. Besøkende kan kjøre frem til parkeringsplass drøyt fire kilometer etter Gargia fjellstue. Parkeringskapasiteten har forholdsvis lav kapasitet og har ingen oppmerking. Ved turutgangspunktet er det godt skiltet til stien. Det er en del ferdsel med ATV langs stien, sannsynligvis knyttet til reindrift. Deler av stien er det lagt klopper med langsgående plankebord, noe som har god kanaliserende effekt og reduserer slitasjen betydelig (figur 8). Det er imidlertid synlig slitasje flere steder på stien, spesielt i våte partier.



Figur 8. Bildene viser deler av stien til utsiktspunktet ved Sautso / Alta canyon. Foto: SPOR

På selve utsiktspunktet mot canyon er det et gammelt og ustabilt gjerde som sannsynligvis ikke har effekt på sikkerheten ved å oppholde seg i området, og det er mye nedtråkket vegetasjon og tydelig slitasje langs kanten ved utsiktspunktet (figur 9).



Figur 9. Bildene viser gammelt og ødelagt gjerde (venstre) og slitasje ned mot utsiktspunktet. Foto: SPOR

Gjerdet bør etter vår mening fjernes. I norsk friluftstradisjon er utgangspunktet at folk ferdes i naturen på eget ansvar, og må akseptere naturlige farer som for eksempel stup og skrenter. Med tanke på at turmålet blir markedsført, og tiltrekker seg internasjonale besøkende, bør det gjøres en vurdering av om utsiktspunktet bør ha informasjon og ferdselsråd (for eksempel advare mot å gå for nær kanten).

Enden av den merkede stien slutter på en «pauseplass» omtrent 300 meter før selve utsiktspunktet. Her er det tilrettelagt med turpostkasse og bord. Å tilrettelegge for opphold her, og dermed begrense oppholdstiden ved selve utsiktspunktet, virker fornuftig, og kan begrense eventuell trengsel dersom flere besøkende oppholder seg lenge på det eksponerte utsiktspunktet.

Det har blitt nevnt i våre intervjuer en mulig etablering av en utsiktsplattform, og dersom dette eventuelt gjennomføres vil det kunne gi svært mye høyere besøkstall enn i dag. I forkant av et slikt prosjekt må det gjøres en helhetlig vurdering av tilretteleggingsbehovet, slik at kvalitet på veien fra Gargia, stien, parkeringskapasitet og evt andre tilretteleggingstiltak samsvarer med forventet besøksvekst. Ettersom adkomstveien går gjennom bygda Gargia og over tunet på Gargia fjellstue, vil en eventuell besøksvekst kunne innebære uønskete trafikkutfordringer for lokalbefolkning og næringsdrivende i området.

Det virker uklart hvem som er ansvarlig for å legge til rette på denne stien, noe som også kommer tydelig frem i intervjuene. Det må avklares hvem som er ansvarlig for tiltak og tilrettelegging. Klopping vil ikke løse spor fra ATV. Stien og tilretteleggingen av stien virker uferdig og det er rom for forbedringer som vil styrke både tåleevnen for økt ferdsel og sikkerheten ved utsiktspunktet. Vi mener det vil være både rimelig og lite ressurskrevende å fullføre klopping på de gjenværende våte partiene, noe som vil gjøre stien langt mer robust for ferdsel.

Visit Alta er tydelige på at Alta Canyon er en naturbasert attraksjon med et stort potensial ut over dagens besøk, men at det med dagens nivå på tilrettelegging gjør at det vil framstå uansvarlig å markedsføre denne mer enn i dag. Vi deler Visit Altas vurdering om å begrense markedsføring frem til det er gjort et større arbeid med besøksforvaltning og tilrettelegging for dette turmålet.

Bergkunsten ved Amtmannsnes

Mellom Amtmannsnesveien og fotballbanen ligger et lett tilgjengelig helleristningsfelt. I motsetning til bergkunsten ved Alta Museum i Hjemmeluft, er ikke feltet ved Amtmannsnes tilrettelagt med gangveier og skilting for turister. Helleristningene er sårbare for slitasje, og det er fare for ytterligere slitasje dersom besøket til feltet øker[32] og det ikke gjøres mer for å styre ferdselen utenfor de åpne steinpartiene med helleristninger.

UNESCO-status har en viktig verdi for Alta og Alta Museum sin rolle i kanalisering av ferdsel må ivaretas. Det uregulerte bergkunstfeltet ved cruisekaia (Amtmannsnes) er synlig på ulike karttjenester og skaper en uløst målkonflikt der Alta Museum forsøker å gjøre stedet mindre synlig digitalt fremfor å regulere ferdselen der.

I dette tilfellet er det et dilemma om man skal la det være «hemmelig» og ikke tilrettelegge eller omtale det, eller om man skal tilrettelegge og styre ferdsel tydeligere. I så tilfelle kan det vurderes å lage en tydelig gruslagt sti for å kanalisere folk vekk fra bergkunsten, slik man har gjort på Alta Museum.

All den tid det er en del turister som oppsøker bergkunsten på Amtmannsneset, og at feltet er sårbart for slitasje, mener vi det vil være hensiktsmessig å gjøre tiltak for å informere bedre og kanalisere ferdselen tydeligere. Som regel blir man som besøkende oppfordret til å gå på berget / stein for å unngå å slite på vegetasjonen. På Amtmannsnes er det slitasje på bergkunsten i steinen som er utfordringen, og de

[32] Alta Museum i møte med SPOR

besøkende bør derfor heller gå på vegetasjonen på siden av de åpne bergfeltene. Slik informasjon bør være tydelig på stedet. Det er uansett viktig med bedre informasjon på flere språk. I dag er skilt og informasjon kun på norsk (figur 10). Man skal imidlertid være oppmerksom på at tilretteleggingstiltak i mange tilfeller forsterker besøksveksten.



Figur 10. Venstre: Informasjon om bergkunsten og ferdselsråd på Amtmannsneset er kun på norsk og gjør det vanskelig for utenlandske turister å forstå at man skal unngå ferdsel på bergflatene. Høyre: Strava heatmap viser all registrert aktivitet i området rundt helleristningsfeltet ved Amtmannsneset. Kilde: Strava.com

En rekke andre kulturminner og kulturarv er sentrale i Alta. I tillegg til bergkunsten, kan vi nevne Struves meridianbue, kopperverket i Kåfjord, nordlysobservatoriet på Haldde og en rekke samiske kulturminner[33]. I tillegg kommer immateriell kulturarv som den lange historien om laksefisket i Altaelva samt den kvenske kulturarven.

Allemannsretten gir rett til ferdsel og opphold i utmark, men denne retten må utøves hensynsfullt og innenfor annet lovverk, herunder kulturminneloven. Det er derfor viktig at kulturminneforvaltningen og reiselivsutviklingen samarbeider for å legge til rette for turisme på en måte som ivaretar kulturarven.

3.1.2 Perleturer fra Finnmark Friluftsråd

Finnmark Friluftsråd jobber først og fremst med tilrettelegging for lokalbefolkningens folkehelse og aktivitet gjennom Perletur. De aller fleste tilrettelegginger som gjøres for lokalbefolkningen kommer imidlertid også de tilreisende til gode. Friluftsrådet samarbeider med Alta kommune, Alta Turlag og frivillige om hvilke turer som skal være med, og hvem som skal følge opp de enkelte turer. Det gjelder blant annet skilting og informasjon via perletur.no. Turene velges ut etter innspill fra lokalbefolkningen, og det er mål om variasjon i vanskelighetsgrad og et utvalg turer i hele kommunen. Turene graderes etter Merkehåndbokas mal[34]. En respondent erfarer at de samme turmålene ofte blir brukt som Perletur fra år til år. Dersom en tur fører til mye slitasje, kan den bli tatt ut av Perletur.

Frem til nå har det vært gjort lite fysisk tilrettelegging i regi av friluftsrådet. Finnmark Friluftsråd har, i samarbeid med Alta kommune, bygget to Perletur-hytter. En i Borras

[33] Alta kommune (2020)
[34] Merkehandboka.no (2019)

Vestre og en på Nordtoppen i Hjemmeluft. Friluftsrådet opplever at noen overnatter på Perletur-hyttene, og at det ofte er tilreisende som tar seg til rette på denne måten.

Friluftsrådet ble i 2026 tildelt kr 500 000,- fra SNN-stiftelsen. Dette er midler som ulike aktører kan søke om og som skal brukes sammen med dugnadsinnsats til utbedring av stier, broer, klopplegging og andre tiltak. Slike tiltak bør settes i system med en overordnet plan for besøksforvaltning og kanalisering av ferdsel.

Friluftsrådet har et mål om å lage «Temaplan for stier, løyper og friluftsliv» som de, sammen med Alta kommune, kan bruke i det videre arbeid. Det vil være viktig at også FeFo som grunneier deltar i dette samarbeidet.

Friluftsrådet har kun én teller som er plassert i tilknytning til Perletur-hytta på Borras Vestre. Det er krevende å telle besøk til Komsa, da ikke er noen naturlig «port» som alle må gjennom for å gå den turen. Friluftsrådet sier at de gjerne skulle hatt økonomi til å kjøpe inn flere tellere som kan utplasseres rundt på sentrale turmål, og flyttes etter hvert som det er behov for det. Dette bør prioriteres for overvåking og vurdering av ferdsel i besøksforvaltning i kommunen.

3.1.3 Motorisert ferdsel skaper slitasje og forstyrrelser

Motoriserte kjøretøy er nyttige til blant annet i reindriften og ved transport av utstyr, ved og varer. I Finnmark brukes snøscootere også til rekreasjon, i tilrettelagte og merkede løyper. Samtidig kan motorferdsel komme i konflikt med friluftsliv, fordi den skaper støy, forstyrrer dyrelivet og reduserer opplevelsen av ro i naturen. Kjøring på barmark kan også føre til slitasje og skader på vegetasjonen. For å begrense slike ulemper er motorferdsel i utmark regulert gjennom lover og forskrifter.

Kommunen har, i forskrift[35], etablert løyper for snøskuterkjøring om vinteren. Snøskuterløypene har en bredde på fire meter på hver side av merkestikkene, og det er klare regler for hvor langt og hvordan man kan kjøre ut av løypene for å raste. Parallellkjøring langs løypene er forbudt, og på flere strekninger er det forbudt å kjøre ut av løypa for å stoppe og raste. Det er etablert fem reiselivsløyper (nr 20-24). Snøskuterløypene åpner tidligst 1. november og stenges senest 5. mai. Det er ikke kjent i hvor stor utstrekning reiselivsløypene blir benyttet.

Det er også etablert en rekke barmarks-løyper for ATV-kjøring[36]. Forskriften åpner for å kjøre med motorkjøretøy på barmark langs et utvalg traktorveger for transport til hytter og i forbindelse med jakt, fangst, fiske og bærsanking, så lenge kjøringen kan skje på en slik måte at terreng og vegetasjon utenom den fastsatte traséen ikke skades.

En del av slitasjen i naturen i Alta skyldes bruk av terrenggående kjøretøy. En vi snakket med, som er sentral i tilrettelegging av stier, mener slik slitasje er et større problem enn slitasje fra gående og syklende. Slik slitasje kan redusere opplevelseskvaliteten for de som kommer for å oppleve natur.

[35] Lovdata.no (24.02.2025)
[36] Lovdata.no (04.10.2001)

3.1.4 Reindrift og reiseliv

Alta er en viktig kommune for reindriften i Finnmark. Reindriften er nomadisk, og flokkene trekker mellom ulike områder gjennom året. Alta berøres av flere reinbeitedistrikter. Om sommeren er Alta en av Norges største reindriftskommuner[37]. Reindriften i Alta er en sentral del av samisk kultur, næringsliv og geografi, der kommunen fungerer som både beiteområde og administrasjonssenter.

En samisk reiselivsaktør vi snakket med sier det er lite konflikt mellom reindrift og reiseliv. En annen sentral aktør nevner at enkelte av Perletur-turene går i reinbeiteområder, og mener at økt ferdsel kan føre til konflikt mellom reindrift og ferdsel i naturen og langs vei. Det blir også nevnt at slitasje langs stien til Sautso / Canyon delvis skyldes en kombinasjon av ATV-bruk og reindrift. Visit Alta har god informasjon om hvordan man tar hensyn til reinsdyrene og reindriften[38].

Gjennom samtalene får vi et inntrykk at det er en manglende helhet i besøksforvaltningen, og at det kan være behov for tydeligere avklaring mellom reindrift, grunneier og tilrettelegger for videre tilrettelegging av reiselivsaktivitet i tilknytning til reinbeiteområder.

Det kommer også frem at det er viktig at utviklingen av det samiske reiselivet skjer gjennom samisk eierskap til historien og fortellingene, og at man unngår en form for «disneyfisering» der opplevelsene blir gjort kommersielle og lite autentiske. Vi opplever at det samiske reiselivet er ivaretatt på en god måte i dag, men kan utfordres ved vekst og nye aktører. Sami Siida er representert i reisemålsledelsen.

3.1.5 Hvalsafari vokser raskt

Alta er et reisemål med en rekke tilbydere av hvalsafari. I forhold til Tromsø, hvor man må kjøre et stykke for å finne hvalene, er hvalen tettere på i Alta. Når mange aktører, båter og ulike aktiviteter samles rundt de samme hvalene på samme tidspunkt, utfordrer det både sikkerheten, dyrevelferden og kvaliteten på gjesteopplevelsen. Bekymringene rundt hvalsafari er blant annet knyttet til fart, avstand til dyrene og en økende mengde båter. Vi har ikke fått tydelige indikasjoner på at dette er blitt et problem i Alta enda, men med Altas gode forutsetninger er det viktig å være i forkant av utviklingen.

Både etterspørselen etter, og tilbudet, av hvalsafari vokser, og aktører i næringen etterspør strengere regler og reguleringer[39]. Nærings- og fiskeridepartementet sier de jobber med å få på plass nye regler for hvalsafari, men det ser pr i dag ikke ut til at disse blir klare for sesongen 2026-27.

Bærekraftig reiselivsutvikling og tåleevne handler om å bygge et robust reiseliv der man styrer ferdsel, ivaretar dyrevelferd, bygger lokal kapasitet og skaper rammevilkår som gjør det mulig å drive trygt, profesjonelt og med størst mulig lokal verdiskaping. Nettopp

[37] Alta kommune (u.å)
[38] Visit Alta (u.å)
[39] NRK (2. okt 2026)

derfor bør Alta styrke arbeidet med rammer og forutsetninger for å drive profesjonell hvalsafari som ivaretar dyrevelferd, bidrar til lokal verdiskaping og bygger opp under merkevaren. Det handler om å skape tydeligere rammer før belastningen blir for stor. Det vil gi en tryggere og bedre opplevelse for gjestene, bedre forhold for hvalen og mer forutsigbare rammer for de seriøse aktørene.

3.1.6 Villcamping er en økende utfordring

Bobiler, campervans og camping utenom organiserte plasser er et tema som går igjen i materialet. Lathari og Tverrelvdalen er områder som opplever utfordringer, men problemet virker foreløpig å være lokalt og avgrenset. Det ser ikke ut til å være et generelt slitasjeproblem.

Flere respondenter rapporterer at det er for lett å parkere på friluftslivsområder med bobiler og campingbiler, og at det er for lite tilrettelegging og styring av slik aktivitet. En respondent uttrykker det slik: «*De som kjører bobil er ekstremt dyktige til å finne fram til plasser der vi helst ikke burde ha bobilparkering*».

Et søk på bobil-siden www.park4night.com viser at det i nærheten av Alta sentrum er registrert mer enn 10 plasser for parkering og overnatting med bobil, kun to av disse er organiserte campingplasser (Alta Strand Camping og Alta river Camping). Flere av plassene er beskrevet som gratis oppstillingsplasser uten informasjon, eller som plasser med betalt parkering på dagtid og gratis over natten. Flere av stedene, som Transfarelvmoen (Lathari), får svært god score på nettsiden.

En av respondentene sier at en badeplass i Tverrelvdalen «er blitt bobilparkering», og friområdet ved Lathari blir omtalt som at det ikke har plass til turister. I innbyggerundersøkelsen nevnes Lathari konkret som et sted med økende villcamping. FeFo nevner også at får stadig flere henvendelser om folk som camper på ulovlige steder eller står for lenge på samme sted. De beskriver dette som «et svakt økende problem» og ønsker at camping i størst mulig grad skal skje på steder som er satt av til det. For Alta kan det være nyttig med en gjennomgang av tilgjengelige oppstillingsplasser for bobiler, og vurdere om man skal bruke lokale forskrifter for å begrense villcamping på steder man ikke ønsker slik ferdsel. Dette støttes også av funn i rapporten «Caravan og bobil i Finnmark» fra Øst-Finnmarkrådet[40].

Dokumentanalyse og intervjuer indikerer at det er for få tømmestasjoner, og at det er for lite plass til søppel. I forurensningsloven §26 nevnes det spesifikt at kommunen skal sørge for nødvendige anlegg for tømming av avløpsvann fra bobiler, fritidsbåter m.v. I vårt materiale blir det også nevnt at campingplassene har for liten kapasitet, og at villcampingen må møtes med mer kapasitet på etablerte campingplasser. Bobilrapporten for Finnmark peker på at Gargiaveien er en av de gjemte skattene, og er et besøkspunkt som vil kreve tilrettelegging og muligens regulering i fremtiden. Bæskades, veien fra Gargia til Solovuopme, er fredet av Riksantikvaren.

[40] Øst-Finnmarkrådet (2022)

Villcampingen kan også komme i konflikt med laksefisket i Altaelva og ALI sier at de ønsker bedre håndtering av villcamping og søppelhåndtering langs elven. De påpeker også at uorganisert camping, kanopadling, ATV-kjøring og annen aktivitet langs elva bl.a kan øke risikoen for spredning av parasitter. Det er heller ingen informasjon langs elven om smittefare knyttet til slik aktivitet.

Vestland fylkeskommune har utarbeidet en veileder[41] (foreløpig unntatt offentlighet) om hvordan kommunene i Vestland kan håndtere utfordringer knyttet til villcamping. Mange av anbefalingene og tiltakene er av generell karakter og er overførbare til andre kommuner.

3.1.7 Behov for bedre informasjon og helhetlig tilrettelegging

Generelt får vi inntrykk av at det mangler en helhetlig plan for besøksforvaltning og tydelig rollefordeling knyttet til merking, tilrettelegging og kanalisere ferdselen i naturen i Alta. Et unntak er Alta Museum, der bergkunsten er ivaretatt gjennom å styre ferdsel over trebroer, klopper og tydelig skilting.

For å redusere slitasje og styrke tåleevnen for besøk og ferdsel, er det behov for mer helhetlig planlegging og tilrettelegging på de stedene man ønsker ferdsel. Det er avgjørende å være i forkant av utviklingen, slik at man kan styre og kanalisere ferdsel med en gjennomtenkt og tilpasset infrastruktur. Det gjelder både stier og plasser for bobiler. Det er et tydelig behov for bedre skilting og informasjon rundt de stedene mange folk ferdes. Det innebærer at det er behov for å bli enige om hvor man ønsker økt ferdsel og aktivitet, og hvilke områder som bør holdes utenfor økt reiselivsaktivitet. Reisemålsledelsen er en viktig arena for slike avklaringer, men bør komplementeres med innbyggermedvirkning.

Vurdering av tålegrense natur og kultur	**Trafikklys**
Vi vurderer denne dimensjonen til gult nivå. Mye er bra «på papiret», men vi gir gult nivå på bakgrunn av det vi opplever som lite strukturert besøksforvaltning, uavklarte ansvarsforhold og svak rolleforståelse og -bevissthet hos flere av aktørene.	

3.2 Infrastruktur og transport

Underdimensjonert reiselivsrelatert infrastruktur kan bidra til at de besøkende får en dårligere opplevelse, og kan gi reisemålet et negativt omdømme. Underdimensjonert eller manglende infrastruktur har også negative konsekvenser for innbyggerne. Mye av Altas reiselivsrelaterte infrastruktur er omtalt i beskrivelsen av reisemålet. Konsekvensen for innbyggerne drøftes i hovedsak i den sosiale dimensjonen, andre aspekter drøftes også under natur- og kulturressurser, besøkstrykk og trafikk.

[41] Vestland fylkeskommune (2026)

3.2.3 Nye flyruter og vekst i overnattingskapasitet

Alta lufthavn opplevde en vekst i antall passasjerer på snaut 5 prosent fra 2024 til 2025, og det ble registrert omtrent 382.000 passasjerer i 2025[42]. Av disse var det mindre enn 1165 passasjerer som kom eller reiste direkte med rutefly fra Alta til utlandet. Lufthavnsjefen forteller at flyplassen kan håndtere videre trafikkvekst, og at det med dagens infrastruktur og drift vil være rom for en betydelig økning i trafikken før kapasitet på flyplassen blir en begrensende faktor.

Alta fikk en utenlandsforbindelse fra Frankfurt med Discover Airlines i desember 2025. Ruta ble trafikkert med to ukentlige rundturer i perioden desember 2025 til april 2026 og gjorde at utenlandstrafikken på Alta i januar 2026 alene var større enn i hele 2025. I oppstartsåret hadde ruten omtrent 7000 passasjerer. En stor andel var individuelle reisende og transferandelen (de som mellomlandet i Frankfurt på vei til eller fra Alta) var på 61 prosent. Avinor oppgir at gjestetilfredsheten knyttet til ruten er bra og oppstartsesongen betegnes som vellykket.

Våren 2026 fikk Alta også forbindelse til Helsinki med Finnair (fire dager i uken via Kittilä). Dette er planlagt som en sommerrute mellom mars og oktober, og selskapet har antydet at ruten vil utvides til syv ukentlige avganger i 2027. Ruten flys med et vesentlig mindre fly enn det Discover Airlines bruker mellom Frankfurt og Alta.

I våre intervjuer er det kommet fram at det er ønskelig fra flere i bransjen om flere direkteruter til og fra utlandet. Det jobbes også med dette fra Avinors sin side, og det er først og fremst vintertrafikk til og fra Alta som framstår som mest aktuelt i løpet av de neste to-tre årene. Avinor og Visit Alta forteller begge at de samarbeider tett om utviklingsmuligheter. Avinor virker bevisste på at det er viktig med en kontrollert ekspansjon, og at rutetilbudet som eventuelt etableres må samsvare med Altas reiselivsstrategi og -tilbud.

Alta har to store kjedehotell i sentrum, i tillegg til flere mindre overnattingsvirksomheter. Alta har også flere små, eksklusive overnattingssteder med fokus på aktiviteter og naturopplevelser utenfor sentrum. Det er i tillegg flere campingplasser i kommunen. Både Thon og Scandic, de to store sentrumshotellene, har planer om omfattende kapasitetsutvidelse (anslag om totalt 230 nye rom). Ut over de to etablerte hotellene, er det også planer om flere nyetableringer. Dersom flere av disse planene realiseres, kan det innebære en forholdsvis rask økning av hotellkapasiteten i Alta sentrum.

Flere av respondentene vi har snakket med, er tydelige på at overnattingskapasiteten i Alta begrenser fremtidig vekst og at den pr i dag er for liten til at ytterligere flyruter kan etableres til og fra Alta. Respondentene forteller at det er flyselskaper som viser interesse for Alta, og det vil være nærliggende å tro at en økning i overnattingskapasiteten vil kunne ha betydning for nye ruteetableringer. Respondentene er tydelige på at interessen i første omgang er knyttet til vinterruter, og skal disse etableres vil det også være nødvendig at kapasiteten i aktivitetstilbudet også

[42] Avinor (2025)

tilpasses et økt volum. Mange av aktivitetsbedriftene forteller allerede om et stort trykk i vintersesongen av egne gjester og gjester fra vintercruisene.

For å unngå at sesongsvingningene forsterkes ytterligere for aktivitetsbedriftene, vil det være nødvendig med en større satsing på verdiskapning og produktutvikling i sommerhalvåret for å utjevne sesongvariasjonene for disse bedriftene.

3.2.4. Vekst i bilutleie kan gi utfordringer

Alta har et forholdsvis bredt tilbud av leiebil-operatører, og flere av disse er tilgjengelig på flyplassen (blant annet Hertz, Sixt, Avis/Budget og Alta bilutleie). Vi har ikke fått et totaltall på omfanget av utleie, men har gjennom intervjuene fått inntrykk av at omfanget av bilutleie er økende og at det er særlig stor etterspørsel etter leiebiler i forbindelse med ankomstene knyttet til Frankfurt-ruta.

Innbyggerundersøkelsen som ble gjennomført i forbindelse med tåleevneanalysen for Tromsø i 2026, viste at turister i leiebil ble opplevd som en stor trafikkrisiko. Det har i Nord-Norge også vært ulykker knyttet til utenlandske leiebilsjåfører med begrenset erfaring på vinterføre. Det virker foreløpig som om utfordringene i Alta knyttet til dette er begrenset, men for å unngå at dette blir en utfordring vil det være avgjørende å styrke informasjon om kjøring på vinterveier i Arktis. Et viktig tiltak vil også være å tilrettelegge for et reiseliv og transporttilbud om vinteren som reduserer turistenes behov for leiebil for å oppleve reisemålet.

Alta kan redusere behovet for leiebil gjennom å utvikle produkter og opplevelser der transport og guide er inkludert, og løfte frem slike produkter i kommunikasjon og markedsføring. I tillegg er det nødvendig å utvikle produkter og tilrettelegge for aktivitets- og overnattingstilbud som ikke krever egen bil, men at transfer/lokaltransport er endel av tilbudet. For å begrense behovet for leiebil, bør turistenes reisemønster også hensyntas i planlegging av offentlig kommunikasjon og i kommunale planer.

Det jobbes også med nasjonale tiltak for å bedre trafikksikkerheten og redusere ulykker knyttet til utenlandske turister i leiebil. Det er blant annet utarbeidet en ny bransjestandard med mål om tryggere trafikk og færre ulykker[43].

3.2.5 Ny cruisekai og landstrøm-utbygging

Alta har i snaut tjue år satset på vintercruise, og siden det første vintercruise kom til Alta i 2009 har det vært en sterk vekst. I 2025 kom til sammen 85 cruiseanløp med totalt 71.150 passasjerer. Det forventes omtrent det samme antallet anløp og passasjerer i 2026 og 2027. Hovedsesongen er mellom november og april.

Dagens havn (terminalkaia) kan håndtere båter på inntil 270 meter. Den fysiske begrensningen i kombinasjon med en lokal ikke-formell overenskomst om at båter over 4000 passasjerer skal unngås og at det skal være maksimalt en båt pr dag, begrenser trafikken. Terminalkaia er plassert i innflygningen til flyplassen, og driften er avhengig av en dispensasjon fra Avinor. Kaia er værutsatt, og gjør at det det ved enkelte tilfeller blir nødvendig for båtene å ankre opp (tendre) et stykke fra land og frakte passasjerene til

[43] NHO Reiseliv (12.08.2026)

land i mindre båter. Dette er noe cruiserederiene ønsker å unngå på grunn av kostnader, tidsbruk, gjesteopplevelse og sikkerhet.

Det er planer om å etablere landstrøm på dagens terminalkai fra 2027/28, og i strategien til Alta Havn er det et mål om å etablere en cruise- og flerbrukskai i Bukta. Denne vil da kunne håndtere større skip og driften vil ikke komme i konflikt med innflygningen til Alta lufthavn. Landstrømutbyggingen vil være kostnadskrevende og i businesscaset for Alta Havn er det tatt høyde for i overkant av 80 årlige cruiseanløp[44].

Cruiseskip som legger til i Alta ligger forholdsvis lenge i havn (ofte 18-24 timer). Dette gir rom for at de besøkende kan ta del i flere opplevelser i Alta-området. De mest populære aktivitetene er knyttet til hundekjøring, nordlys og ishotellet til Sorrisniva. Aktivitetstilbudet organiseres i hovedsak av Boreal Adventure, som ordner med busser fra kaia og ut til de ulike aktivitetstilbyderne.

Basert på våre intervjuer kan det virke som om enkelte av de lokale aktivitetstilbyderne ønsker å redusere sitt tilbud til cruisegjestene, fordi de opplever at disse tar opp kapasitet og fortrenger andre, mer betalingsvillige gjester. Enkelte av aktivitetstilbyderne sier de ønsker å gjøre seg mindre avhengig av cruisegjester, og det er flere aktører som uttrykker at de ønsker å levere *«kvalitet og ikke volum»*.

Dette kan gjøre det krevende for cruisenæringen i fremtiden å ha det tilbudet gjestene etterspør, og som trekker anløp til Alta. I våre intervjuer er Narvik nevnt[45] som konkurrerende havn, der er det aktører som nå etablerer seg for å håndtere en mer volumbasert turisme på mange av de samme vinterproduktene som det Alta har.

Det kan altså oppstå en situasjon i fremtiden der lokale bedrifter ikke leverer tilstrekkelige produkter og opplevelser til cruisenæringen. Fordi utbygging og investeringer, bl.a i havnen, har tilrettelagt for fortsatt høy cruisetrafikk, vil det være et fremtidig behov for aktivitetsleverandører. Dette kan åpne for at større, eksterne leverandører kommer inn på dette markedet. Skal Alta da bevare sin opparbeidede posisjon som et *kvalitetsreisemål*, vil det være avgjørende at disse aktørene deler denne ambisjonen og også vil jobbe for dette, bl.a gjennom et sterkere Approved by Alta.

3.2.7 Offentlige toaletter

Manglende tilgjengelighet på offentlige toaletter i Alta går igjen i flere av intervjuene, uten at det omtales som et stort problem i dag. Reisemålsstrategiens tiltaksplan har et eget punkt (1.2): *"Etablere offentlige toaletter og gode avfallssystemer i sentrum og ved utfartsområder"* Tiltaksplanen tydeliggjør at reisemålsledelsen skal være ansvarlig for dette, og fristen var satt til våren 2025. Dette er ikke gjort, man har avventet resultatene av tåleevneanalysen.

[44] Ronny Berg, Alta Havn KF (pers.med)
[45] Pers medd. Katja Pettersen, Visit Alta

Etablering av offentlige toaletter på steder som besøkes mye av turister vil kunne få finansiering fra besøksbidragsordningen, ifølge lov om besøksbidrag[46], men krever at man har gjort kartlegging og dokumentasjon av behovet.

3.2.8 Tilgjengelighet blir viktig

Tilgjengelig reiseliv handler om å skape gode reiselivsopplevelser for alle. En aldrende befolkning utgjør en stor del av dagens reisende, og det er derfor viktig å tilrettelegge for målgrupper med spesielle behov. Dette er et stort og mangfoldig voksende marked[47].

Alta har de senere årene styrket arbeidet med tilgjengelig reiseliv. Visit Alta er med i Access Norway, en satsning på tilgjengelig turisme i regi av Norwegian Travel Cluster. Flere overnattingssteder, attraksjoner og aktivitetsleverandører tilbyr tilrettelegging for personer med nedsatt bevegelse, og Visit Alta har etablert en egen oversikt[48] over tilgjengelige opplevelser og turstier. Samtidig er tilgjengelighetsarbeidet fortsatt under utvikling, og destinasjonen erkjenner selv at det er behov for ytterligere innsats for å gjøre natur- og kulturopplevelser tilgjengelige for alle. Det jobbes derfor med kompetanseheving, tilgjengeliggjøring av verktøy og deling av kunnskap med reiselivsnæringen i kommunen.

3.2.9 Reiselivsnæringen må klimatilpasses

Med klimaendringene følger et villere og våtere vær. Norsk klimaservicesenter har utarbeidet klimaprofiler for alle landets fylker. For Finnmark viser denne at det vil være behov for tilrettelegging og tilpasning til kraftig nedbør, overvann, flom, jordskred, stormflo og havnivåstigning[49]. Norsk klimaservicesenter beregner at vinteren vil bli halvannen måned kortere og sommersesongen tilsvarende lenger. Nedbøren fram mot slutten av århundret er beregnet å øke med 10 prosent.

Selv om Alta, sammenlignet med en rekke andre destinasjoner, også fremover vil ha en forholdsvis kald og stabil vinter, vil produkt- og markedstilpasning til et fremtidig klima være viktig for reiselivsaktørene i Alta. Reiselivsbedriftene må i stadig større grad forholde seg til ekstremvær og ha fleksible program som kan gjennomføres under endrede og usikre vær- og klimaforhold. Det handler for eksempel om å ha tilgjengelig utstyr for utleie og tilbud i dårlig vær, opplevelser med guide og en fleksibilitet i turproduksjonen som kan tilpasses ved stengte veier eller når båter ikke kan legge til kai.

Det er også viktig for reiselivsaktørene å ta inn over seg at klimaendringene kan påvirke og endre de besøkendes reisemønstre.

3.2.10 Ladeinfrastruktur for elbil

Ifølge www.bilstatistikken.no er det 19 ladestasjoner for elbil i Alta, med totalt 75 ladepunkter. 9 av stasjonene har hurtiglading.

[46] Lovdata (2025)
[47] Norsk Turistutvikling (u.å)
[48] Visit Alta (u,å)
[49] Norsk Klimaservicesenter (2025)

Et reisemål som ligner Alta

Universitetsbyen Akureyri (20.000 innbyggere) på Island er et reisemål som har flere fellestrekk med Alta. Akureyri dobler nå hotellkapasiteten (til ca 650 rom). Høysesongen på Akureyri er sommerhalvåret, da cruisepassasjerer utgjør en stor andel av de besøkende. Vintergjestene på Island har kortere oppholdstid enn det sommergjestene har, og uten direkte flyruter opplevde Akureyri tidligere at vintergjestene stort sett oppholdt seg i området rundt Reykjavik.

Etter mange års arbeid fikk byen direkte flyrute til England i vintermånedene. Disse rutene hadde i 2025 ca 12.000 passasjerer. De lokale aktivitetstilbyderne hadde ledig kapasitet for flere vinterturister, og for dem ble etableringen av vinterrutene til London og Manchester en mulighet for å etablere flere helårsarbeidsplasser med fokus på snøscooter, hundekjøring, nordlys, truger, isfiske og hvalsafari i vinterhalvåret.

Akureyri jobber i dag lite med B2C-markedsføring, men jobber med turoperatører for å fylle opp flyruten som er etablert og for å forsøke å få etablert flere ruter. Først og fremst jobbes det for en rute til København. Dette er også en rute som vil være etterspurt lokalt, og på utenlandsruten mellom London og Akureyri er nær halvparten av passasjerene islendere (å fly fra Akureyri krever ellers normalt flyplassbytte i Reykjavik).

Akureyri har vist interesse for Altas arbeid med tåleevneanalyse, og vi formidler gjerne kontakt dersom Visit Alta eller Alta kommune ønsker erfaringsutveksling.

Vurdering av tålegrense infrastruktur og transport	**Trafikklys**
Vår vurdering av infrastruktur- og trafikkdimensjonen er at den i dag er på gult nivå. Mye av infrastrukturen er tilpasset dagens nivå, men det kan bli utfordringer i årene som kommer. Som følge av en mulig kaiutbygging og etablering av landstrøm, vil antallet vintercruisegjester sannsynligvis forbli høyt. En eventuell økning i overnattingskapasitet vil kunne føre til etablering av flere direkteflyruter i vintersesongen. Dette vil kunne forsterke sesongsvingningene for aktivitetsbedriftene som allerede har høyt trykk i vinterhalvåret. For å utjevne forskjellene vil det være viktig å skape økt interesse for aktivitetstilbudet i sommerhalvåret. Dagens vinterrute mellom Alta og Frankfurt har så langt gitt økt etterspørsel etter leiebiler, og fra Tromsø og Lofoten vet man at det har skapt utfordringer. For å forebygge ulykker og styrke trafikksikkerheten vil det være viktig å utvikle et reiselivstilbud og flere opplevelser som ikke krever leiebil. Investeringer i kai- og landstrømutbygging vil legge til rette for fortsatt høy cruisetrafikk. Samtidig ønsker lokale aktivitetsleverandører å redusere sine leveranser til cruisenæringen, noe som kan åpne for	

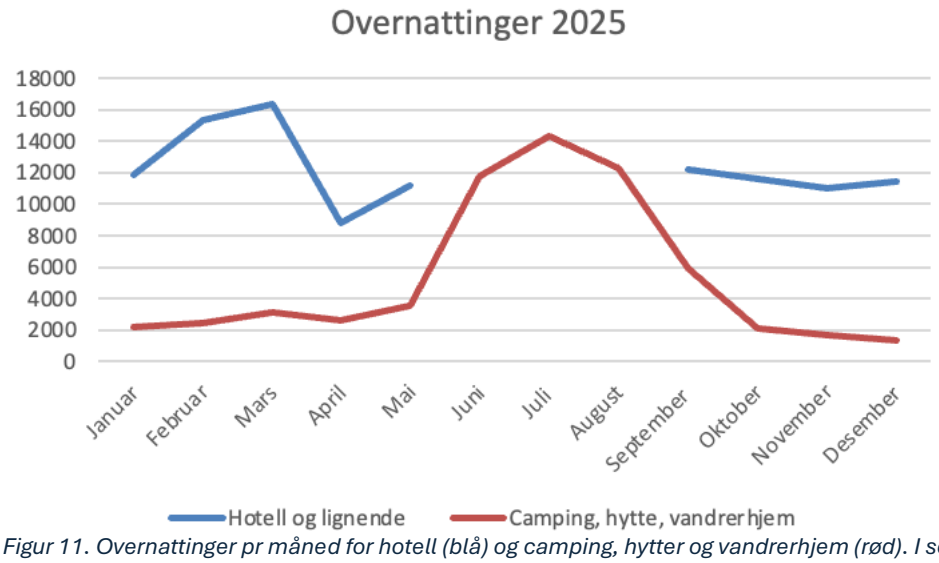
eksterne aktører. Dette kan utfordre den etablerte posisjonen Alta har som *kvalitetsreisemål*.	

3.3 Besøkstrykk og trafikk

Det er variasjon gjennom året i hva slags type turister som besøker reisemålet. Grovt sagt kan man si at en stor andel av de besøkende om vinteren kommer med fly eller cruisebåt, og en stor andel av de besøkende om sommeren kommer med bil, bobil eller campingvogn.

Thon og Scandic, Altas to store hoteller, har lavest belegg i vintersesongen. De to store hotellene har også en stor andel yrkestrafikk. Yrkestrafikken er forholdsvis jevnt fordelt gjennom året, med en markert nedgang i juli. Samtidig er vinteren den mest hektiske perioden for aktivitetstilbyderne (delvis på grunn av cruisegjester) og de mindre overnattingsstedene rundt Alta. Flere av disse har en mer «eksklusiv» profil og annen målgruppe enn de to sentrumshotellene.

SSBs overnattingsstatistikk viser at tallet på overnattinger på camping, hytte og vandrerhjem har en stor besøkstopp i juni, juli og august. I disse månedene publiserer ikke SSB statistikk på hotellene fordi de to største aktørene til sammen har mer enn 95 prosent av totalmarkedet. Besøkstoppen i camping, hytte og vandrerhjem skyldes i stor grad gjennomfartstrafikken til og fra Nordkapp.



Figur 11. Overnattinger pr måned for hotell (blå) og camping, hytter og vandrerhjem (rød). I sommermånedene utgjør Thon og Scandic en så stor andel av de totale gjestedøgnene i Alta at SSB ikke offentliggjør overnattingstall. Kilde: SSB

Overnattingskapasitet er en begrensende faktor som begrenser mulighet for flere flyruter, ifølge Avinor[50]. Når hotellene bygger ut og overnattingskapasiteten øker, etter planen om to-tre år, vil det skape mulighet for flere flyruter. Flere flyruter vil igjen kunne øke etterspørselen etter mer overnattingskapasitet, flere leiebiler og flere aktiviteter og opplevelser. En slik situasjon vil kunne øke den totale verdiskapingen i bransjen, men flere av de vi har snakket med er bekymret for at en slik utvikling kan føre til at Alta mister kvalitetsfokuset og styrken det er ved å være et lite og eksotisk reisemål.

Med planene om hotellutbygging, ny og større cruisekai og mulighet for flere direkte internasjonale flyruter vil Altas infrastruktur for overnatting og reisen til og fra reisemålet utvides. I dag er disse faktorene en flaskehals for økt besøk. Visit Alta har et mål om 30% vekst i verdiskaping fra reiselivet og 30% vekst i antall ansatte innen 2027.

Det er positivt at Visit Alta ikke har tallfestet et mål på vekst i antall gjester. Samtidig er Visit Alta opptatt av å ha en kontrollert vekst i reiselivet, der målet også er å holde på kvaliteten i leveransene og legge vekt på godt betalende kunder. Vi stiller spørsmål ved om det er realistisk å nå de store vekstmålene på verdiskapning og antall ansatte uten også en sterk vekst i antallet besøkende. En sterk vekst i antall besøkende kan gjøre det vanskelig å holde på den kvaliteten som kjennetegner deler av reiselivet i Alta i dag.

Omtrent hvor mange turister er det i Alta på en vinterdag med cruiseanløp?
Forutsetninger:
*Det er høyt belegg og nesten fullt på hotellsengene i Alta (ca1100 personer)
*Det bor 2 besøkende på alle 175 Airbnb-oppføringer (350 personer)
*Det er en cruisebåt i byen med 2.000 personer

= **Totalt: 3450 personer**

En tilvekst på snaut 3500 besøkende til Alta tilsvarer en økning i kommunens innbyggertall på omtrent 15 prosent.

Til sammenligning ga en tilsvarende utregning i Tromsø en økning i innbyggertallet på 20 prosent. Tallet for Altas del vil være veldig annerledes hvis det ankommer en større cruisebåt, og skulle den ha 3500 passasjerer (som tilsvarer kapasiteten til de aller største båtene som ankommer Alta pr i dag), vil økningen være på omtrent 23 prosent.

Figur 12. SPOR har gjort en betraktning rundt hvor mange turister som kan oppholde seg i Alta på en dag. Tallene er forbundet med usikkerhet, og fanger feks ikke opp bobil/camping og private besøkende.

3.3.1 Behov for produktutvikling og synlighet i sommerhalvåret

Visit Alta har igangsatt et prosjekt for å styrke tilbudet og øke verdiskapningen i sommerhalvåret. Dette er en periode da Alta har mange besøkende, men der mange av de små overnattingstedene og aktivitetstilbyderne i kommunen har mye ledig kapasitet. Det å øke verdiskapning i disse periodene vil derfor ha stor betydning for lønnsomhet og muligheten for å etablere faste, helårsarbeidsplasser. Produktutvikling for å få

[50] Avinor pers.medd.

gjennomfartsturistene til å bli lenger og i større grad legge igjen penger i Alta-regionen, vil ha stor betydning for å jevne ut sesongvariasjonene.

Det å endre reisestrømmer og etablere og synliggjøre nye tilbud er tidkrevende, og det er viktig at dette prosjektet får langsiktighet og går over flere år.

3.3.2 Approved by Visit Alta og lokal tilhørighet

«Approved by VisitAlta» er et kvalitets- og partnermerke som destinasjonsselskapet har innført for reiselivsbedrifter i Alta. Ordningen er et godt steg i riktig retning for å utvikle en kvalitetsordning på reisemålet. Ordningen er imidlertid ikke bindende og har ingen formelle krav, noe som flere kilder mener er en svakhet. De eksisterende retningslinjene og kvalitetskravene er lite forpliktende og vanskelig å dokumentere og kvalitetssikre, men ambisjonen er at merket skal deles ut til bedrifter som forplikter seg til å levere tjenester og opplevelser i tråd med Altas verdier. Et tydeligere og mer forpliktende kriteriesett og retningslinjer som tar inn lokal forankring, er noe som bør vurderes. Det, i kombinasjon med tydelig kommunikasjon og markedsføring fra Visit Altas side, vil kunne styrke attraktiviteten og verdien av ordningen. For å fange opp flere bedrifter, kan det vurderes ulike nivåer på ordningen. Enkelte aktører i næringen beskriver en risiko for at ordningen kollapser dersom sentrale aktører velger å stå utenfor. Vi erfarer at det er et ønske fra reiselivsnæringen i kommunen om et strengere "Approved by Visit Alta".

Det vil ikke være hensiktsmessig at «Approved by Visit Alta» har kriterier knyttet opp hvor bedriften er etablert, da bedriftenes selskapsskatt uansett ikke tilfaller kommunen. Det vesentlige er derimot at ordningen fanger opp at bedriftene som får merket er tett på Alta-samfunnet, har en lokal tilknytning og jobber for å utvikle bedriften i tråd med Altas verdier, målsetninger og sikre at arbeidsplassene har en lokal tilhørighet. Å belønne og synliggjøre bedrifter med lokal tilhørighet vil bli viktig når en fremtidig reiselivsvekst vil kunne tiltrekke seg nye aktører.

Flere av de ledende aktørene i reiselivsnæringen i Alta i dag er ikke lokale (Boreal Adventure er et nasjonalt selskap med hovedkontor i Stavanger), men som likevel har en sterk tilstedeværelse og forankring i Alta. Samtidig er lokalt eierskap framhevet av flere respondenter som en viktig suksessfaktor for Alta og blitt begrunnet med at det vil være lettere å opprettholde kontroll og lokal tillit til reiselivet når graden av lokalt eierskap er høy. Hvorvidt det er faktisk forskjell på lokalt eierskap og lokal forankring, er noe SPOR ikke har hatt mulighet til å gå nærmere inn på i denne tåleevneanalysen.

Vurdering av tålegrense for besøkstrykk og trafikk	**Trafikklys**
Vi vurderer denne dimensjonen som gul. Alta har tilsynelatende relativt god kontroll, men hvis veksten fortsetter uten tydelig styring og det ikke gjøres tiltak knyttet til besøksforvaltning, er det risiko for at utfordringene kan bli store. Videreføring og styrking av sommersatsningen og et tydeligere og mer forpliktende kriteriesett i «Approved by Visit Alta»-ordningen vil være viktige produktutviklingsgrep.	

3.4 Sosial dimensjon

Den sosiale tålegrensen vurderer vi i forhold til to perspektiver; hvordan de som bor i Alta opplever turismen, og hvordan de som besøker Alta opplever Alta som reisemål. Grunnlaget for vurderingene har vi fra våre intervjuer og befaringer, samt innbyggerundersøkelsen og gjesteundersøkelsen som ble gjennomført i forbindelse med merking av Alta som bærekraftig reisemål i 2024. Disse undersøkelsene har dessverre betydelige svakheter.

3.4.1 Funn fra befaringer og intervjuer

I våre intervjuer og samtaler med folk i og rundt reiselivet i Alta har nesten samtlige innledet samtalen med at «vi skal i hvert fall ikke bli som Tromsø». Dette gjenspeiler en frykt for rask og ukontrollert vekst i turismen, og blir behandlet under flere dimensjoner. Det er samtidig få som har konkrete løsninger på hva som må gjøres for at Alta skal unngå de samme utfordringene som Tromsø har møtt som følge av rask turistvekst.

Et generelt inntrykk er at den rådende holdningen hos både folk og næringsliv i Alta er at reiselivsnæringa gjør en meget god jobb og har utviklet autentiske og etterspurte opplevelser. En respondent som kjenner Alta-samfunnet godt gjennom å skrive for lokalavisen, viser til bredden i opplevelser og lokale attraksjoner som bergkunst, nordlyset, skifer, samisk kultur, opplevelser med snøscooter og hundekjøring, ishotellet i Sorrisniva og den senere tiden er det utviklet matopplevelser basert på lokalt råstoff.

Gjennom våre befaringer og intervjuer er det blitt tydelig at det er behov for at turismen kanaliseres bedre, og at det er behov for å velge hvilke steder en ønsker mer besøk, og steder lokalbefolkningen kan ha mer for seg selv. Dette er også et mål i tiltaksplanen for reisemålsstrategien (mål 4.4, utvikle plan for besøksforvaltning) som skal være oppnådd innen høsten 2027. En respondent som jobber med reiselivssaker i en lokal avis påpeker at pågår en debatt i Alta om masseturismen og faren for økt press mot naturen og verdier som "stillheten".

I mange av intervjuene kommer det tydelig frem en enighet om at Alta skal jobbe for å være et reisemål med høy kvalitet, tilpasset en betalingsvillig målgruppe. Dette gjenspeiler målene i Altas reisemålsstrategi. En respondent sier det slik: «*Vi vil heller ha kvalitet på produktene og ta en høyere pris på opplevelsene. Det gjelder de fleste aktørene - god samstemthet på ønsket om kvalitet fremfor volum.*" Dette er i tråd med reisemålsstrategien[51] og gjenspeiles også i masterplanen for utvikling av reiseliv i Alta[52]. Samtidig kommer det frem i innbyggerundersøkelsen at satsingen på kvalitet og dyre opplevelser kan oppleves som ekskluderende for en del i det lokale markedet.

[51] Visit Alta og Alta Kommune (2024)
[52] 2469 Reiselivsutvikling (2018)

3.4.2 Innbyggerundersøkelsen[53]

Det er en svakhet for analysen i denne dimensjonen at det ikke finnes nyere data på innbyggernes oppfatning av reiselivet i Alta, og at det er usikkerhet knyttet til utvalg av respondenter. Det er stor overvekt av kvinnelige respondenter, og ingen respondenter under 20 år. Det er også en overvekt av respondenter med høyere utdanning. I tillegg kan samme person svare flere ganger. Det er stor sannsynlighet for at undersøkelsen ikke gir et riktig bilde på lokalbefolkningens opplevelse av turismen på reisemålet.

Innbyggerundersøkelsen ble gjennomført fra oktober 2023 til april 2024 av Nord Norsk Reiseliv på vegne av Alta kommune og Visit Alta, som en del av prosessen med å bli merket som «bærekraftig reisemål» i Innovasjon Norges merkeordning. Respondenter ble rekruttert gjennom lokalavis, på radio og engasjert gjennom sosiale medier. Denne rekrutteringsmetoden gir ikke et representativt utvalg, og i gjennomføringen utelukkes det ikke at enkeltrespondenter kan besvare undersøkelsen flere ganger. Ved remerking som bærekraftig reisemål i 2027 vil det være nyttig med en undersøkelse med bedre utvalg og representativitet.

Undersøkelsen hadde 994 besvarelser. 80% av respondentene er bosatt i sentral-Alta og 20% i utkant-Alta. 73% av respondentene er kvinner og 27% er menn. 18 % av respondentene er 20-35 år, 29 % er mellom 36-50 år mens 33 % er 51 – 65 år og 16 % er over 65 år. 68 % av respondentene har høyere utdannelse enn videregående skole. Vi vil igjen påpeke skjevheten i utvalget. I Alta er det ifølge SSB 41% som har høyere utdannelse, mens i innbyggerundersøkelsen er 68% som oppgir at de har høyere utdannelse. At 73% av respondentene er kvinner understreker skjevheten i utvalget.

Undersøkelsen viser et bilde av en lokalbefolkning som stort sett er positive til turismen der de bor. 81 % sier de er litt eller svært positive til reiselivet på hjemstedet (66 % er svært positive), og bare 6 % er negative. Kun 8 % opplever bostedet som "overfylt av turister", mens 78 % er uenig i at bostedet føles overfylt av turister. Kun 14 % er bekymret for at tilreisende / turister skal ødelegge for verdien av å bo i Alta i fremtiden.

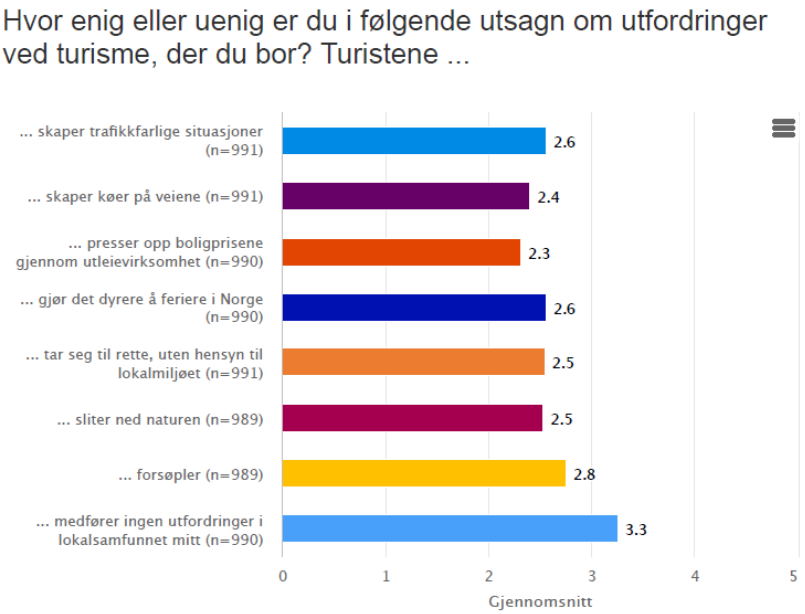
Et interessant funn er at 42 % av respondentene opplever at det er akkurat passe antall turister, mens ca 6 % mener det er for mange. Blant de som ønsker flere turister sier 61 % at det er plass til flere turister året rundt. 48 % sier det gjerne kan bli noe flere turister i fremtiden, mens 20 % mener antallet bør holdes omtrent på dagens nivå (NB: 2024-nivå).

På spørsmålet om hvor bærekraftig turismen oppleves (med bærekraft menes i dette tilfellet evnen til å ta vare på natur, miljø, kulturarv og lokalsamfunn) svarer nesten halvparten at det er ganske/svært bærekraftig, mens 28 % er nøytrale og 12 % mener det er lite bærekraftig.

Figur 7 viser hvordan respondentene stiller seg til en rekke påstander om turister i Alta. Skalaen går fra 0 til 5, og høyere tall betyr større enighet. Det er relativt stor enighet om

[53] NordNorsk Reiseliv (2024)

at turismen ikke medfører utfordringer i lokalsamfunnet (3,3), mens det er ganske stor enighet i at turistene forsøpler (2,8), at turistene skaper trafikkfarlige situasjoner (2,6) og at turistene sliter ned naturen (2,5) (skala fra 1 (uenig) til 5 (svært enig)). Det er stor stolthet i at turister velger Alta som reisemål (4,3), men samtidig ganske stor enighet i at cruiseturister (3,4) og bobilturister (3,5) legger igjen lite penger.



Figur 13. Grafen viser hvordan respondentene stiller seg til ulike påstander. Kilde: Innbyggerundersøkelsen i Alta, 2024

I innbyggerundersøkelsen kunne respondentene også gi svar i fritekst. Det kom inn over 280 fritekstsvar, som bidrar til å gi et mer utfyllende bilde av innbyggernes oppfatning. Hovedinntrykket er at det er mange positive kommentarer, og vi får inntrykk av at mange er stolte over at turister velger Alta og viser glede over å kunne hjelpe tilreisende. Flere har også en oppfatning av at mange av reiselivsaktørene i Alta har fokus på bærekraft, et bilde vi ikke ser like tydelig i gjesteundersøkelsen og i dialog med aktørene selv.

Samtidig er det et tydelig ønske om et mer levende sentrum med flere kafeer, uteliv og en bedre havnesone. Flere beskriver at det er synd at turistene, spesielt på søndager, møter en by der alt er stengt. En innbygger sier: «*Det er veldig lite å gjøre for turister i sentrum av Alta. Spesielt når det er søndag, stakkars de som vandrer der. Ikke er det liv i byen vår*».

Fritekstsvarene viser at det er mange meninger om cruiseturismen. Mange beskriver at cruisegjester slippes av i et lite tilrettelagt industriområde i Bukta, og at det er mangelfull skilting for å føre dem på rett vei mot sentrum. En lokal innbygger sier: «*Turistene trenger mer tilrettelagt vei til sentrum. Det er hverken skilt eller trygg vei fra havna i bukta og til sentrum.*». Dette er nevnt som tiltak i handlingsplanen i reisemålsstrategien, men man avventer resultatene fra tåleevneanalysen før tiltaket blir fulgt opp[54].

[54] Katja Pettersen pers.medd.

En rekke kommentarer går også på at cruiseturister legger igjen lite penger og at cruise bør reguleres eller begrenses. Andre gjentagende temaer i kommentarene dreier seg om at kommunen har mangelfull infrastruktur for bobiler og camping, spesielt gjelder det få tømmestasjoner for bobil og for få parkeringsplasser. Det kommer også tydelig frem at det mange steder er mangelfull skilting og at det bør etableres flere toaletter på steder hvor mange ferdes. Dette er et funn som går igjen i mange av dimensjonene, og som handler om en manglende helhetlig besøksforvaltning med rolleavklaring og ansvarsfordeling.

Vi ser også at en del bekymrer seg for klimaavtrykket fra cruise og fly, og naturslitasje fra motorisert ferdsel som scooter / ATV / hundekjøring. Det er vanskelig å skille ut turistrelatert slitasje fra annen næringsvirksomhet.

Flere av kommentarene gir også en ganske tydelig skepsis til satsingen på "high end"-turisme, noe flere opplever som en prisdreining som ekskluderer noen målgrupper. Flere ytrer også et ønske om at samisk kultur får en tydeligere plass i reiselivet hele året.

3.4.3 Gjesteundersøkelsen[55]

Undersøkelsen er basert på 323 respondenter. Svarene kom inn mellom februar og april 2024 og i perioden juni – august 2024. Vi mener antall respondenter er for lite til å gi et klart bilde på turistenes opplevelse av Alta, og at tallene må anses som indikative.

Hovedbildet vi får fra gjesteundersøkelsen er at det stort sett er svært fornøyde gjester. Samtidig kommer det frem at det er enkelte konkrete forbedringspunkter for Alta.
De fleste har vært i Alta på ferie/fritidsreise eller på besøk hos familie og venner. 77 % av respondentene svarte at de ikke opplever at Alta er overfylt av turister, noe som gjenspeiler lokalbefolkningens oppfatning av turistantallet. I våre intervjuer er det imidlertid flere som nevner at det tidvis er mange cruiseturister og flere snakker om «mange røde jakker» i sentrum.

I fritekstsvarene kommer naturen og kulturhistorien frem som den dominerende assosiasjonen turistene har om Alta. Det mest positive med Alta, ifølge respondentene, er naturen med nordlys og hundekjøring og kultur med bergkunstmuseet og helleristningene. Flere fremhever fravær av overturisme og respekt for natur og miljø som en styrke for Alta som reisemål.

Av konkrete innspill til forbedringer nevner respondentene i gjesteundersøkelsen fremkommelighet uten bil som et viktig punkt. Bedre mobilitet og offentlig transport er viktige punkt i bærekraftig reisemålsutvikling. Det er også relativt få turister som er kjent med Altas arbeid med bærekraft og status som merket bærekraftig reisemål.

På spørsmål i gjesteundersøkelsen om tilfredshet med konkret tilrettelegging i kommunen kan de besøkende svare på en skala fra 0 til10, der 10 er svært godt fornøyd.

[55] NordNorsk Reiseliv (2024)

Gjestene er godt fornøyd med søppeldunker i sentrumsområder (score 6,7) og at det er gode lademuligheter for elbil (score 6,2), mens det er for få offentlige toaletter (score 5,9) og mangelfull avfallshåndtering i tilrettelagte naturområder (score 5,4). Spesielt nevnes at det er mangel på tømmestasjoner for bobil (score 4,6). Dette samsvarer godt med det vi observerte i intervjumaterialet, der villcamping, bobil- og campinginfrastruktur er et gjentagende tema.

Av negative tilbakemeldinger i gjesteundersøkelsen er det noen som opplever at Alta har et lite og dyrt overnattingstilbud, og at det for mange er stor avstand og lang reisetid til Alta. Dette er forhold det er vanskelig å gjøre noe med. Flere fremhever også at det er et dårlig kollektivtilbud, og at gågaten og arkitekturen i sentrum av flere oppleves som noe «stusselig». Nordlyskatedralen oppleves som et positivt unntak.

Vurdering av tålegrense sosial dimensjon	**Trafikklys**
Basert på eksisterende innbyggerundersøkelse og gjesteundersøkelse er det vanskelig å gjøre vurderinger av tåleevnenivå. Med erfaringer fra våre befaringer og fra prosjektarbeidet vurderer vi dimensjonen til grønt nivå, men det heller mot gult. Vi understreker viktigheten av å gjøre innbygger- og gjesteundersøkelser med bedre representativitet, noe dette prosjektet ikke hadde kapasitet til. Utfordringene som løftes er i stor grad konkrete og stedsspesifikke (cruiseanløpet i Bukta, søndagsstengt sentrum, bobilinfrastruktur, sesongtopper) snarere enn en grunnleggende motstand mot turisme, og fremstår derfor som håndterbare gjennom bedre besøksforvaltning, tilrettelegging og styring. For et bedre kunnskapsgrunnlag i den sosiale dimensjonen skulle prosjektet hatt rammer til å gjennomføre bredere medvirkning med lokalbefolkningen i Alta, og det skulle gjerne vært flere respondenter på gjesteundersøkelsen.	

3.5 Økonomisk dimensjon

Når vi ser på økonomidimensjonen i arbeidet med en tåleevneanalyse, handler det om i hvilken grad reiselivet fører til ønsket økonomisk verdiskaping. En stor reiselivsnæring vil også innebære betydelige offentlige og private kostnader, og verdiskapning og annen økonomisk effekt av reiselivsaktivitet må overgå disse kostnadene. Alta har et forholdsvis variert næringsliv, og tall fra Alta næringsforening viser at reiseliv, sammen med sjømat, varehandel og bygg/anlegg er de mest sentrale private næringene i Alta[56].

[56] Pers med, Kjetil Kristiansen (Alta Næringsforening)

Av kommunene i Finnmark kommer Alta best ut i NHOs «Kommune-NM»[57] som måler kommunens økonomiske bærekraft og potensial for vekst og attraktivitet for næringslivet. Kommuner og fylker som rangeres høyt i Kommune-NM har gjerne høy yrkesdeltakelse, høy andel private jobber, en ung og kompetent arbeidsstyrke, høy næringsvariasjon og god kommuneøkonomi. Sammenlignet med de andre kommunene i fylket viser indikatorene at Alta har forholdsvis høy næringsvariasjon, høy andel privat sysselsetting, høy sysselsettingsandel, høyt inntektsnivå og høy andel unge arbeidstakere.

3.5.1 Verdiskaping og skatteinntekter

Innovasjon Norges verdiskapingstall[58] viser at reiselivets totale verdiskapning i Alta var 473,2 millioner kroner i 2024, og at veksten i verdiskaping fra 2019 til 2024 har vært på drøyt 56 prosent. Det var i 2024 1092 ansatte og 589 årsverk i reiselivsbransjene i Alta. Antall foretak var 111. Verdiskapingen pr ansatt og årsverk har gått betydelig opp siden 2019.

Ifølge Menon (2023) var den direkte verdiskapingseffekten fra tilreisendes forbruk på 222 MNOK i 2023, mens den indirekte verdiskapingseffekten var på 225 MNOK. Direkte ringvirkninger betyr de effektene som finner sted direkte i bedriftene der de tilreisende handler. Indirekte ringvirkninger betyr de økonomiske effektene som forplanter seg nedover i verdikjeden for leverandørene til bedriftene der forbruket finner sted. De indirekte effektene finner sted i hele Norge[59].

Selv om verdiskapingstallene fra 2020 til 2024 viser en tydelig vekst, viser en enkel gjennomgang av årsresultatene på Proff.no[60] av et utvalg av aktørene i reiselivsnæringen i Alta at marginene er små og resultatene varierende. En respondent som skriver om reiseliv i en lokalavis påpeker imidlertid at mange av aktørene har bedre økonomiske marginer nå enn tidligere, og at overskuddet (utbyttet) gjerne brukes til reinvesteringer i egen bedrift for å utvikle opplevelsene.

NHO reiseliv har beregnet Alta kommunes skatteinntekter fra reiselivsnæringen til 24,2 MNOK i 2024[61]. Til sammenligning bidro sjømat-næringen i Alta med skatteinntekter på 39,5 MNOK.

3.5.2 Omfanget av korttidsutleie er foreløpig begrenset

Selv om det har vært en betydelig økning i korttidsutleie de siste årene i Alta, er tilbudet foreløpig forholdsvis begrenset og det framgår ikke av SPORs arbeid at dette skaper fortrengning på boligmarkedet eller sosiale spenninger i dag. I Alta kommune er det i overkant av 7000 eneboliger og leiligheter, og det er omtrent 200 utleieenheter registrert på AirDnA (antall tilgjengelige utleieenheter varierer imidlertid gjennom året). Dette utgjør i underkant av 3 prosent av tilgjengelig boligmasse. Til sammenligning har Tromsø

[57] NHO (u.å)
[58] Innovasjon Norge (2024)
[59] Menon (2023)
[60] www.proff.no
[61] NHO Reiseliv (u.å)

kommune omtrent 28.000 eneboliger og leiligheter og 4000 registrerte utleieenheter. Dette utgjør drøyt 14 prosent.

Konjunkturbarometeret for Nord-Norge, en rapport som utarbeides av Kunnskapssenteret til Sparebank 1 Nord-Norge, viser at Alta hadde en omsetning på 24 millioner kroner i korttidsutleie i 2024[62] Sammenlignet med for eksempel Tromsø og Lofoten er det en liten del av dette som leies ut og formidles gjennom profesjonelle agenter. Ut fra beregninger som Konjunkturbarometeret har gjort for skatteinntektene for utleievirksomhet i Tromsø vil det med samme utregningsmetode og Altas omsetning av korttidsutleie, gi omtrent 2,5 millioner kroner i skatteinntekter til Alta kommune.

3.5.3 Arbeidsintensiv næring med rekrutteringsutfordringer

Reiselivsnæringen er en arbeidsintensiv næring, og næringen spiller en viktig rolle for rekruttering og inkludering av førstegangsansatte. Det er mange unge og fremmedspråklige som får sitt første møte med arbeidslivet i reiselivsnæringen.

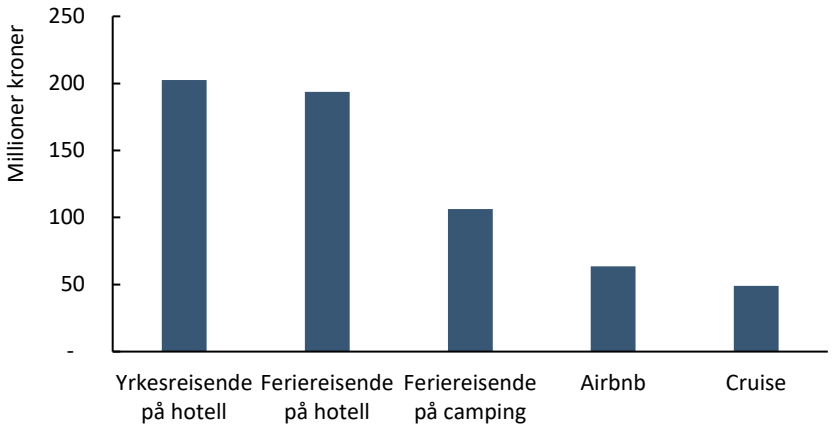
Samtidig har flere av respondentene nevnt at det er krevende å tiltrekke seg kompetent arbeidskraft. Dette begrunnes delvis med at det er mange sesongarbeidsplasser i næringen, og at universitetet reduserer sitt reiselivsrelaterte studietilbud. Dette har tidligere gitt reiselivsnæringen god tilgang på studenter med relevant fagbakgrunn som har kunnet ta jobb i Altas reiselivsbedrifter. Rekrutteringen har dermed blitt vanskeligere, samtidig som det er et stort behov for å tiltrekke seg medarbeidere med høy kompetanse.

Altas reiselivsstrategi fra 2024 har mål om å øke verdiskaping for reiselivsnæringen i Alta med 30 prosent og øke antall arbeidsplasser i reiselivsnæringen i Alta med 30 prosent innen 2027. Tall for verdiskapningen i Alta er tilgjengelig gjennom blant annet Innovasjon Norges dashbord for verdiskapning. Antallet «arbeidsplasser» er litt mer krevende å måle, da både SSB og Innovasjon Norge i sine tall refererer til «antall ansatte» eller «antallet årsverk». Det anbefales derfor at målet i reiselivsstrategien samkjøres med SSB og Innovasjon Norges definisjoner, slik at det skal være lettere å kontrollere måloppnåelse.

3.5.4 De besøkendes forbruk

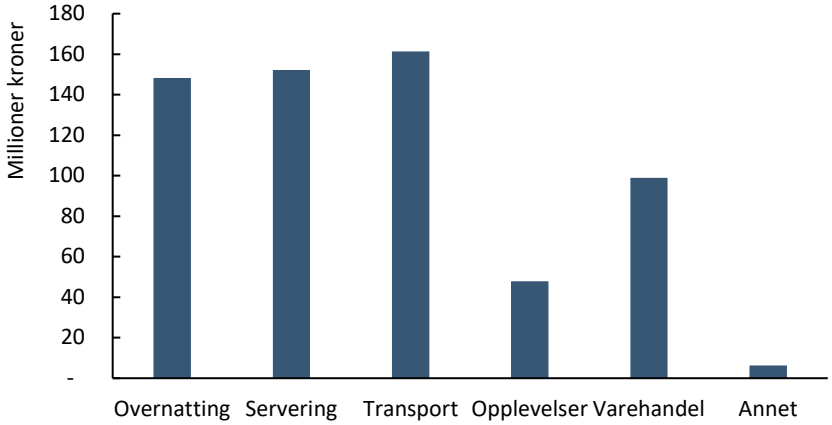
Menons ringvirkningsanalyse fra Alta[63] viser at tilreisende hadde et forbruk i 2023 på totalt 615 MNOK. Figur 14 viser hvordan forbruket var fordelt på ulike turistgrupper.

[62] Sparebank 1 Nord Norge (2025)
[63] Menon (2023)



Figur 14. Tilreisendes forbruk fordelt på segment i 2023. Kilde: Menon (2023)

Menon så også på fordelingen av forbruket på ulike bransjer i reiselivet (figur 15).



Figur 15. Fordelingen av forbruket på bransjene i reiselivet i Ata. (Menon 2023)

Innovasjon Norges nordlysrapport[64] viser at nordlysturistene har et høyt døgnforbruk (2780 kroner) når de er i Norge. Dette er betydelig høyere enn andre turistgrupper. De blir også lenger i Norge enn det mange andre turistgrupper gjør. Undersøkelsen viser at det er nordlysturister fra USA og Storbritannia som har det høyeste døgnforbruket.

Utenlandske turister brukte i snitt 1 820 kroner per døgn per person i 2025[65]. Norske turister brukte i gjennomsnitt 1 365 kroner per døgn per person. Amerikanere og briter er de som bruker mest penger, med et døgnforbruk på henholdsvis 3 335 kroner og 3 185 kroner. Bobilturistene har det laveste forbruket på ferien i Norge, med et gjennomsnittlig døgnforbruk som ligger i underkant av 800 kroner.

Boreal Adventure, selskapet som håndterer de fleste cruiseanløpene i Alta, har utregninger på at en cruisegjest i Alta i 2022 la igjen rundt 1850 kroner i aktivitet, buss og havneavgift. Dette tallet har gradvis blitt lavere og er nå omtrent 1000 kroner. Innovasjon Norges cruiseundersøkelse (2019[66]) oppgir at gjennomsnittlig forbruk per dagsbesøk i

[64] Innovasjon Norge (2025)
[65] Innovasjon Norge (2025)
[66] Innovasjon Norge (2019)

land kr 510 pr cruisepassasjer, men tallene er ikke nødvendigvis direkte sammenlignbare. Innovasjon Norge gjennomfører en ny cruiseundersøkelse i 2026, tallene derfra er ikke tilgjengelige pr nå. Tallene fra Boreal betyr ikke at cruisepassasjerene i Alta bruker mindre penger enn før, men en lavere andel av forbruket kanaliseres gjennom Boreal Adventure (som har avtalen med cruiserederiene) og i stedet bookes direkte mellom cruisepassasjerene og ulike landbaserte operatører. Dette skaper, ifølge Boreal Adventure, mer konkurranse, dårligere organisering og gjør at ansvaret blir pulverisert.

3.5.5 Losjiomsetning og belegg

Losjiomsetning pr rom (RevPar) er et nøkkeltall som brukes for å beskrive lønnsomheten i hotellnæringen. Losjiomsetningen pr rom i Alta i 2023 var 723 kroner og den steg til 849 kroner i 2024, en økning på 17,4%. Kildegrunnlaget er en spesialutkjøring SSB har gjort for NordNorsk Reiseliv og datagrunnlaget har noen mangler[67].

Til sammenligning lå RevPar i hhv Lofoten og Tromsø på 840 og 1277 kroner i 2024. NHO Reiseliv viser RevPar for regioner i Nord-Norge[68], der Alta inngår i region Vest-/Indre Finnmark. RevPar i regionen lå i 2024 på 643 kroner. Av de ti regionene var det kun Tromsø som hadde høyere RevPar enn Alta.

Beleggsprosenten i Alta i 2024 var 64,5 prosent, en økning på omtrent 8 prosentpoeng fra året før. Dette er et forholdsvis høyt tall, og av de ti regionene i Nord-Norge er det kun Tromsø som i 2024 hadde høyere kapasitetsutnyttelse (74,7 prosent). Yrkestrafikk utgjør en stor andel del av overnattingsdøgnene (40 prosent) i Vest-/Indre Finnmark. I Tromsø og Lofoten er andelen yrkestrafikk vesentlig mindre (hhv 25 og 12 prosent).

Hvordan en utvidelse av overnattingskapasiteten i Alta vil få betydning for belegg og rompriser[69], er ikke noe vi har kunnet analysere innenfor rammene i dette prosjektet.

3.5.8 Kommuneøkonomi og finansiering av fellesgoder og besøksforvaltning

Reisemålets tåleevne for turisme er avhengig av en mest mulig forutsigbar finansiering av fellesgoder og infrastruktur som brukes av de besøkende. Det er også viktig å ha en langsiktig finansiering av drift og vedlikeholdsoppgaver knyttet til både infrastruktur og tilrettelegging og til andre besøksforvaltningsoppgaver.

Som for andre norske kommuner, er det en utfordring for Alta at kommunen blir sittende med store kostnader knyttet til turismen, mens bare en liten del av skatteinntektene som reiselivsnæringen skaper tilfaller kommunen. Gjennom å innføre besøksbidrag kan kommunen finansiere fellesgoder og styrke den reiselivsrelaterte håndteringsevnen.

Kommunens eget handlingsrom er begrenset av en relativt dårlig økonomi[70]. Alta omtales i flere av intervjuene som en "fattig kommune", og en respondent mener at Alta

[67] Pers. medd Gunnar Nilsen, NHO Reiseliv
[68] NHO Reiseliv / SSB (2024)
[69] En slik analyse kan gjøres av feks Wiederstrøm Hotel Consulting
[70] Alta kommune (27. apr 2026)

er "neste på Robek-listen". Dårlig økonomi kan redusere kommunens kapasitet og evne til langsiktig samfunnsutvikling. Vi finner i tillegg flere indikasjoner på at ansvar for fellesgoder som bl.a skilting, informasjon og tilrettelegging er fragmentert mellom aktørene, og at aktørenes roller og ansvar ikke er definert og avklart.

Den nye loven om besøksbidrag[71] blir av mange nevnt som en mulighet til å løse noen av utfordringene med finansiering av fellesgoder. Innføring av et besøksbidrag kan være et viktig verktøy for Alta til å nå målene om å utvikle reiselivet på en måte som både styrker lokalsamfunnet og beskytter natur- og kulturverdiene. Et besøksbidrag kan bl.a finansiere tilrettelegging og vedlikeholdskostnader knyttet til stier, utsiktspunkter og toaletter, skilting og informasjon, parkering, avfallshåndtering, beredskap og redningstjenester og slitasjeforebyggende tiltak i naturen[72]. Med krevende kommuneøkonomi vil et besøksbidrag kunne bidra til at turismen i større grad betaler egne samfunnskostnader og -påvirkning, og at nødvendige investeringer til turistrelaterte tiltak ikke påvirker andre kommunale oppgaver.

Den vedtatte loven om besøksbidrag åpner for en kommunal overnattingsavgift på 3 % av overnattingsprisen for blant annet hotell, vandrerhjem, utleiehytter, leiligheter, hus og annen betalt overnatting. En cruiseavgift er hjemlet i loven, men må reguleres nærmere i forskrift. Det er kun kommuner med «særlig stor belastning fra reiselivet» som kan innføre besøksbidrag og cruiseavgift.

Visit Alta kartla i oktober 2025 partnerbedriftenes holdning til et besøksbidrag i Alta kommune. 23 bedrifter svarte på undersøkelsen. Resultatene av undersøkelsen bør tolkes med forsiktighet, fordi utvalget er lite og bare omfatter Visit Altas partnere. Et klart flertall er positive til at Alta innfører besøksbidrag. I de åpne svarene trekker flere fram cruise- og bobilturismen som segmenter som i dag gir lite lokal verdiskaping, og som legger beslag på felles infrastruktur. Resultatene av undersøkelsen viser at næringen mener at midlene først og fremst bør gå til infrastruktur som parkering, toaletter, skilting og avfallshåndtering, til vedlikehold og tilrettelegging av natur- og friluftsområder, og til besøksforvaltning.

Funnene i undersøkelsen viser at næringen selv kobler et besøksbidrag til mange av de samme belastningspunktene som tåleevneanalysen peker på: infrastruktur, slitasje i friluftsområder og trykket fra cruise og bobil. Vi mener derfor at besøksbidrag kan bli en mulig finansieringskilde for bedre besøksforvaltning og avbøtende tiltak. Undersøkelsen viser også at aksepten for ordningen avhenger av lokal forvaltning og synlige resultater. Respondentene setter tydelige vilkår for støtten, og mener, i tråd med loven om besøksbidrag, at midlene må øremerkes reiselivsformål og holdes utenfor kommunens driftsbudsjett. Flere mener at midlene bør forvaltes i samarbeid mellom kommunen, Visit Alta og næringen, og at ordningen må forankres i en strategi og tiltaksplan som omfatter hele kommunen. Reisemålsledelsen vil være en sentral aktør i forvaltningen av bidraget. Et mindretall advarer mot negative virkninger for prisnivå og konkurranseevne.

[71] Lovdata (2025) Lov om besøksbidrag (https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2025-06-20-104)
[72] Regjeringen.no (2025) Ny lov om besøksbidrag (https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/ny-lov-om-besoksbidrag/id3110146/)

For å kunne innføre besøksbidrag, må Alta få godkjenning fra Nærings- og fiskeridepartementet. Loven er avgrenset til kommuner med særlig stor belastning fra reiselivet. Belastningen kan blant annet vises gjennom slitasje på natur og friluftsområder, press på parkering og infrastruktur eller press på offentlige tjenester. En søknad for å ta i bruk ordningen må være basert på dokumenterte forhold og at det foreligger en tydelig plan for bruk av inntektene.

Vi mener at tåleevneanalysen gir et godt utgangspunkt for Alta til å søke om å ta i bruk ordningen. Selv om Alta pr i dag er i en situasjon der det er relativt god kontroll på utviklingen, vil innføring av et besøksbidrag kunne ha stor betydning for å gjøre Alta i bedre i stand til å håndtere dagens situasjon, og ikke minst håndtere en vekst som med stor sannsynlighet vil komme, og som vil kunne bli krevende å håndtere hvis man ikke har tilstrekkelig ressurser.

Vurdering av tålegrense økonomisk dimensjon	**Trafikklys**
Vår vurdering av økonomi-dimensjonen er at den er på grønt nivå. Reiselivsnæringen er sentral for Alta, både når det gjelder skatteinntekter, verdiskapning og arbeidsplasser. Det bør jobbes videre med å øke oppholdstiden pr gjest og styrke verdiskapingen pr gjest, fremfor vekst gjennom flere besøkende. Å arbeide for å utjevne sesongvariasjonene gjennom å øke verdiskapningen i sommersesongen vil også være sentralt for å skape attraktive helårsarbeidsplasser og tiltrekke seg kompetent arbeidskraft. Satsningen «Approved by VisitAlta»-ordningen bør styrkes med tydelig kriteriesett. Attraktiviteten til ordningen og fordelene for medlemsbedriftene vil bli større med økt kommunikasjon og markedsføring til turistene rundt hensikten med ordningen. Kommuner med «særlig stor belastning fra reiselivet» kan innføre besøksbidrag og cruiseavgift. Dersom Alta oppfyller kravene og ønsker en slik ordning kan dette være et verktøy for å finansiere reiselivsrelaterte fellesgoder.	

3.6 Klima og miljø

Altas kommunedelplan for energi, klima og miljø[73] har et ambisiøst mål om å redusere klimagassutslippene fra altasamfunnet med 55 prosent i 2030 sammenlignet med 2009. Kommunen er langt unna dette målet, og med utgangspunkt i Miljødirektoratets

[73] Alta kommune (2025)

utslippskalkulator[74] for norske kommuner, er utslippene fra 2009 til 2024 kun redusert med omtrent 4 prosent. Ifølge utslippskalkulatoren hadde Alta i 2024 et utslipp på 101.450,5 tonn co2-ekvivalenter, og utslippene økte med 6,9 prosent fra 2023 til 2024. Kalkulatoren har tall for ti ulike sektorer. To av sektorene som måles, luftfart og sjøfart, som begge er sentrale for reiselivsnæringen, hadde en større prosentvis økning enn den totale veksten på 6,9 prosent.

Luftfart utgjorde i 2024 omtrent 3000 tonn co2-ekvivalenter, og økte med omtrent 14 prosent fra 2023. Sjøfart utgjorde i 2024 29.656 tonn co2-ekvivalenter og økte med snaut 15 prosent i forhold til året før. En tredje sektor som særlig berører reiselivsnæringen, er veitrafikk. Denne gikk i 2024 litt ned sammenlignet med året før.

Med utgangspunkt i befolkningsvekst, reiselivsvekst og utviklingen fra 2009 til 2024, er det lite som tyder på at Alta skal klare å nå kommunedelplanens utslippsmål innen 2030, og reiselivsveksten bidrar til å gjøre måloppnåelsen vanskeligere.

3.6.1 Store forskjeller i turistenes klimaavtrykk

En stor andel av de besøkende i vintersesongen kommer med cruisebåt eller fly. Om sommeren benytter en stor andel av de besøkende bil eller bobil, en transportform som raskt er i ferd med å elektrifiseres. Altas beliggenhet langt fra markedene og større befolkningssentre gjør uansett at mange av de besøkende må reise langt for å besøke destinasjonen.

Fordi en forholdsvis liten del av utslippet til en turist i Alta skjer i kommunen (geografisk utslipp), vil det gi mest mening å se turistenes klimautslipp fra et forbruksperspektiv (forbruksbasert utslipp). Det innebærer at dersom et besøk i Alta er formålet med reisen, er det naturlig å ta med hele utslippet som skjer som følge av reisen hit – ikke bare utslippet som faktisk skjer når den besøkende er i Alta.

Tabell 2. Anslag på klimaavtrykk (utslipp kg co2) for turister i Alta fra tre ulike markeder. Kilde: Klimatsmartsemester.se[75]

Amerikansk turist (reise t/r Los Angeles)	2397 kg co2
Britisk turist (reise t/r London)	609 kg co2
Tysk turist (reise t/r Frankfurt)	579 kg co2
Omtrentlig forbrukerbasert klimaavtrykk pr år for person bosatt i Norge	*14.000 kg co2*

Med utgangspunkt i klimakalkulatoren til Klimatsmart semester (tabell 2) kan vi se hvordan klimaavtrykket knyttet til flyreisen til og fra Alta varierer med hvor turisten reiser fra. Utregningen viser at turister fra et oversjøisk marked har mer enn tre ganger så stort klimaavtrykk som en turist fra Europa. Til sammenligning utgjør, ifølge Miljødirektoratets forbruksbaserte utslippstall, det årlige klimaavtrykket til en gjennomsnittlig nordmann omtrent 14.000 kg co2[76].

[74] Miljødirektoratets klimaregnskap (u.å)
[75] www.klimatsmartsemester.se
[76] Miljødirektoratet (2024)

Reisemålstrategien til Alta[77] har et mål om at klimautslippet pr gjest skal reduseres med 10 prosent fra 2024 til 2027. Det framstår uklart om målet også omfatter reiseveien / transporten til og fra Alta, eller om det er en utslippsreduksjon som kun er tenkt på destinasjonen. Dersom det gjelder på destinasjonen, vil det sannsynligvis være for lite til at det bidrar til at reiselivsnæringen tar sin del av «kaka» i kommunens klimaambisjon for 2030. Det framgår heller ikke tydelig hvor stort utslippet pr gjest er i referanseåret og hvordan reiselivet i Alta skal måle og kontrollere eventuell måloppnåelse i 2027.

Dersom reiselivsnæringen i Alta skal opprettholde eller øke antallet besøkende, vil det ha stor betydning for klimaavtrykket hvor gjestene reiser fra. Visit Alta opplyser[78] at de prioriterer markedsføring mot DACH-markeder (Tyskland, Sveits, Østerrike), Storbritannia, Frankrike, Italia, Spania, USA og Australia[79]. Begrunnelsen for at USA og Australia er utvalgte markeder, er at disse markedene står for høy verdiskapning og har lang oppholdstid. De viser dessuten stor interesse for lokal kultur. Med Finnair sin forbindelse mellom Alta og Helsinki på høstsesongen vurderes også en satsning på det japanske markedet.

Det er i intervjuene også kommentert at satsningen på «highend-turisme» medfører at det er besøkende som reiser til og fra Alta med privatfly. Vi har ikke fått nøyaktig tall fra Avinor på hvor omfattende dette faktisk er, men i klimadimensjonen er det viktig å være klar over at dette innebærer et svært stort klimaavtrykk. Privatfly slipper ut mellom 5 og 14 ganger så mye co2 pr passasjer sammenlignet med rutefly[80].

I det videre markedsarbeidet vil det være viktig at Visit Alta og reiselivsnæringen er klar over at det er svært store forskjeller i klimaavtrykket for de ulike målgruppene Visit Alta prioriterer; en flypassasjer fra Frankfurt t/r Alta har for eksempel et avtrykk på 600 kg co2, mens en flypassasjer t/r Tokyo har et avtrykk på omtrent 2200 kg co2. Klimaavtrykket fra tre europeiske turister tilsvarer omtrent klimaavtrykket til en turist fra USA eller Japan. Flyreisen t/r Alta for fem europeiske turister har et tilvarende avtrykk som flyreisen til en turist t/r Australia-Alta.

I reisemålsstrategien er Alta tydelige på at reisemålet tiltrekker seg besøkende fra hele verden, og at mange av gjestene må reise langt med fly, noe som gir store klimaavtrykk. I strategien står det at «For å balansere dette med bærekraftsmålene, kan Alta fokusere på tiltak som fornybar energi, miljøvennlig lokaltransport, bærekraftige turisttilbud og målretting mot betalingsvillige målgrupper». Det er viktig å være klar over at dette ikke vil være tilstrekkelige for å kompensere for differansen mellom en europeisk, flybåren gjest og en flybåren gjest fra et oversjøisk marked.

Reiselivsnæringen argumenterer ofte for at lang oppholdstid og høyt døgnforbruk hos enkelte målgrupper kan forsvare en satsning på disse, selv om avtrykket er høyt. Dersom gjestene bor lenge i Alta og bruker mye penger pr døgn de er på reisemålet, kan verdiskapningen pr kg co2 være lavere enn om turistene hadde vært i Alta kort og brukt

[77] Alta kommune og Visit Alta (2024)
[78] Katja Pettersen pers.medd
[79] Visit Alta (2025)
[80] CE Delft (2023)

lite penger. For å lykkes med en satsning med å få gjester som blir lenge, vil det være nødvendig at destinasjonsselskapet og næringen målrettet jobber med produktutvikling, kommunikasjon og markedsføring der dette er styrende.

I diskusjonen om de riktige gjestene og i det videre arbeidet med reiselivsutviklingen i Alta, er det viktig at det defineres tydelig hvilke turister man ønsker at skal komme på besøk, og at det er disse segmentene det aktivt jobbes for å tiltrekke seg. Dette er viktig av hensyn til både økonomi og klima. Ofte omtales *de riktige gjestene* som de med høyest døgnforbruk og som legger igjen mest penger på reisemålet. Det er viktig å være klar over at dette samtidig er en målgruppe som ofte har høyt klimautslipp og som i mange tilfeller bor på overnattingssteder og bruker tilbud som lokalbefolkningen i liten grad selv benytter og har glede av – ut over at det kan bidra til lokale arbeidsplasser.

I tillegg til å bidra til lokal verdiskapning, bør det legges vekt på at *de riktige gjestene* også skal være den gruppen som belaster natur og klima minst og som bidrar til at lokalsamfunnene de besøker blir bedre plasser å bo på.

3.6.2 Cruiserelaterte utslipp

Det å reise på cruise er en reiseform med høye klimautslipp målt pr passasjerkilometer. Når cruiseskip ligger til kai, må de vanligvis holde motorene i gang for å produsere strøm. Med landstrøm kan motorene slås av. Det er planlagt landstrøm til cruisekaia i Alta i 2027/28, noe som vil bidra til å redusere utslipp av klimagasser, lokal støy og lokal luftforurensing når båtene ligger i havn. Kystverkets maritime utslippsmodell MarU[81] har beregnet de cruiserelaterte utslippene ved kai i Alta til 3.217 tonn co2 i 2025. Sammenligner man de cruiserelaterte utslippene ved kai fra 2025 med Altas totaltall fra Miljødirektoratets utslippskalkulator, utgjør disse omtrent 3 prosent av Altas totale utslipp.

Det er ikke gjort utregninger på hvor stort lokalt kutt i klimaavtrykk et slikt landstrømanlegg vil innebære, men anlegget får ingen betydning for de cruiserelaterte utslippene når skipene seiler.

Landstrømutbyggingen er kostnadskrevende. I businesscaset for Alta Havn er det lagt et estimert nivå på i overkant av 80 årlige cruiseanløp[82]. Med etableringen av et kostnadskrevende landstrømanlegg vil dermed de lokale utslippene gå ned, men det bidrar også til å nødvendiggjøre et stort antall årlige anløp av cruiseskip.

Alta havn benytter EPI-ordningen (Environmental Port Index[83]), et system som brukes av cruisehavner for å måle hvor miljøvennlig et cruiseskip opererer mens det ligger til kai, sammenlignet med en referanseverdi. EPI-scoren brukes til å differensiere havneavgiftene på bakgrunn av miljøpåvirkning og utslipp. Havneavgiften regnes ut med utgangspunkt i ulike miljøindikatorer, og ordningen skal bidra til å redusere cruisenæringens miljøpåvirkning gjennom å belønne de mest miljøvennlige skipene med

[81] Kystverket (u.å)
[82] Ronny Berg, Alta Havn KF (pers.med)
[83] EPI (u.å)

økonomiske insentiver. Skip som scorer dårlig får opp mot 60 prosent påslag i kaivederlaget, og skip som scorer høyt får inntil 20 prosent rabatt. Skipene som får mellom 20 og 70 poeng betaler alle ordinær pris.

Alta har siden 2022 benyttet ordningen og EPI-scoren har variert fra 38 poeng (2023) til 51 poeng (2025). Det innebærer at langt på vei de aller fleste skipene som anløpet Alta betaler ordinært kaivederlag uten å få miljødifferensiert rabatt eller påslag. Selv om den gjennomsnittlige EPI-scoren i Alta er bedre i 2025 enn i 2022 (51 mot 42 poeng), er det totale co2-utslippet fra cruisebåtene i havna likevel gått opp fra totalt 3.042.898 kg til 3.193.656 kg på grunn av at antallet anløp har økt.

Vurdering av tålegrense klima og miljø	**Trafikklys**
Vår vurdering av klima og miljødimensjonen er at den i dag er på gult nivå, men tenderer mot rødt. Beliggenheten og behovet for flyreiser innebærer at det alltid vil være forholdsvis store klimaavtrykk knyttet til reiselivsnæringen i Alta, men disse kan reduseres ved å forsterke satsningen på nærmarkedene (turister med kortere reisevei) og styrke satsingen på gjester med lengre oppholdstid. Et lavere antall turister med lang oppholdstid kan gi like stor verdiskapning i Alta med lavere klimaavtrykk, som det mange besøkende med kort oppholdstid vil gi. For å redusere de lokale utslippene fra cruisetrafikken mens skipene ligger til kai vil det ha relativt stor betydning å etablere et landstrøm-anlegg. Det framstår uklart hvorvidt næringens klima-avtrykk har en sentral plass i aktørenes bevissthet, og uklare indikatorer i reiselivsstrategien gjør det vanskelig å kartlegge måloppnåelse på klima-ambisjonen. Det virker heller ikke som at det de siste årene er gjort særskilte grep for å nå reiselivsstrategiens klimaambisjon. Dette, i kombinasjon med en satsning på enkelte oversjøiske markeder og en eventuell forsinkelse på landstrøm-utbygging, gjør at det kan argumenteres for at dimensjonen vil kunne nærme seg rødt.	

3.7 Juridisk, politikk, forvaltning

3.7.1 Organisering av reiselivsutvikling

Alta kommune og Visit Alta har utviklet en reisemålsstrategi for Alta[84], gyldig for perioden 2024-2030. Fra strategien: «*Reisemålsstrategien skal fungere som et veikart for bærekraftig næringsutvikling, til det beste for lokalsamfunnet og næringen selv. Den skal også være et verktøy for besøksstyring, med mål om å minimere miljøpåvirkningen, beskytte lokalsamfunnet og bevare den unike kulturarven og naturen som gjør Alta til et attraktivt sted å bo og besøke*». Strategien understreker at reiselivsutvikling handler om stedsutvikling og må skje i tett dialog og forankret hos lokalbefolkningen og ulike interessenter. Overordnede mål er vekst og verdiskaping, redusert klima og miljøbelastning og høy tilfredshet blant gjester og innbyggere. For å styrke involvering og medvirkning med lokalbefolkning bør det etableres faste møteplasser for informasjon og dialog rundt utvikling av reiselivet.

Medlemsavgiften til Visit Alta er omsetningsbasert. Deltakelse i Cruisenettverk Alta er en frivillig tilleggstjeneste for de bedriftene som vil jobbe strukturert med cruiseutvikling og ha direkte påvirkning på hvordan arbeidet med cruise utvikles lokalt.

I reisemålsstrategien understrekes at destinasjonsselskapets rolle har endret seg fra å være primært fokusert på markedsføring av reisemålet, til å også ha et stadig større ansvar for å sikre at turismen kommer lokalsamfunnet til gode, og at lokal natur og kultur ivaretas. Visit Alta opplever at det er de som har ansvaret for mange av oppgavene innenfor besøksforvaltning i dag.

Visit Alta har i dag tre ansatte i administrasjonen. Visit Altas strategidokument fra 2023[85] viser at formålet er å være en samlende aktør for partnerne og et verktøy for å synliggjøre Alta som reisemål. Strategien skal revideres en gang pr år.

Medlemsundersøkelsen til Visit Alta[86] viser at medlemsbedriftene mener at det å styre reisemålets omdømme, øke gjestenes oppholdstid og tilfredshet, jevne ut sesongvariasjoner og tiltrekke de riktige gjestene er viktigere enn å øke antallet besøkende. Medlemmene er også tydelige på at Visit Alta er et viktig redskap for å skape en bærekraftig vekst og for å skape en god samarbeidskultur.

Oppgaven med å styrke samarbeidet får vi inntrykk av at Visit Alta har lykkes med. Flere av respondentene refererer til Visit Altas gode arbeid med å styrke samarbeidet og å fokusere på hvordan reisemålet kan få en vekst i tråd med medlemmenes mål. Destinasjonsselskapets rolle som utvikler av reisemålet er det mer krevende å lykkes med, selv om det er gjort gode grep med både merking som bærekraftig reisemål, reisemålsstrategi, etablering av en bred reisemålsledelse og ordningen Approved by VisitAlta. Det er imidlertid krevende å lykkes med utviklerrollen når det ikke er en klar rolle- og ansvarsfordeling i besøksforvaltningen på reisemålet.

[84] Alta kommune og Visit Alta (2024)
[85] Visit Alta (2023)
[86] Visit Alta (2025)

3.7.2 Visit Alta og reisemålsledelsen

Våre funn gir et inntrykk av at Alta, på papiret, har en god styringsstruktur for reiselivet, der Visit Alta AS fungerer som destinasjonsselskap og sekretariat for reisemålsledelsen. Reisemålsledelsen er formalisert gjennom egne vedtekter og eies i fellesskap av Alta kommune og Visit Alta. Reisemålsledelsen er bredt sammensatt og har et uttalt mandat til å forvalte og rullere reisemålsstrategien, koordinere fellesoppgaver og drive næringspolitisk arbeid. Sammensetningen av reisemålsledelsen må også inkludere ungdommens perspektiv gjennom for eksempel ungdomsrådet i kommunen.

Samtidig er reisemålsledelsen etter vedtektene kun et rådgivende organ og det er opp til det enkelte medlem å beslutte hvordan de kan følge opp saker som vedtas. En representant i reisemålsledelsen sier det fortsatt er for tidlig å si om reisemålsledelsen fungerer i praksis, til tross for sterk interesse fra næringen. En reisemålsledelse som er et koordineringsorgan uten selvstendig gjennomføringsmakt bør sette kurs for utvikling av reisemålet, mens reell styring i stor grad avhenger av at kommunen og enkeltaktørene faktisk følger opp. Dette er kjent fra andre reisemål med etablert reisemålsledelse, og noe som merkeordningen for bærekraftig reisemål jobber med.

3.7.3 Roller og ansvar i besøksforvaltningen

Ansvaret for besøksforvaltning hviler ikke på en eller to aktører alene. God besøksforvaltning er avhengig av at alle aktører kjenner sin rolle og er sitt ansvar bevisst, og at aktørene spiller på lag og samarbeider om en felles retning på utvikling av reisemålet. Reisemålsledelsen er en god arena for dette samarbeidet, men dialogen bør også bli tettere med flere aktører. Gjennom våre intervjuer får vi klart inntrykk av at det er lite avklart hvem som har hvilken rolle i tilrettelegging og kanalisering av ferdsel, og både grunneier (FeFo), kommune og reiselivsaktører kan bli mer bevisst sin egen rolle i utvikling og tilrettelegging for reiseliv og aktivitet.

Visit Altas strategi nevner ikke besøksforvaltning som oppgave. Vår oppfatning gjennom intervjuene er at det er Visit Alta som oppleves som ansvarlig for besøksforvaltningstiltak, og at det skjer lite dersom destinasjonsselskapet ikke følger opp kommunen og andre aktører. Vi får samtidig inntrykk av at kommunen forstår behovet for mer helhetlig planlegging og tilrettelegging, og at besøksforvaltning er viktig og en forutsetning for at Alta skal unngå «Tromsø-tilstander».

Vi ser indikasjoner på at enkelte medlemmer ikke helt er bevisst sin rolle i et utviklings- og besøksforvaltningsperspektiv, noe som understreker behovet for å tydeliggjøre roller og ansvar. Vårt inntrykk er at reisemålsledelsen trenger ytterligere tid på å etablere seg og finne en form på arbeidet som får effekt på samarbeid for felles måloppnåelse.

Vi tror også det er behov for å finne en form for sterkere samarbeid for å styre ferdsel til ønskede plasser og redusere slitasje. Reisemålsledelsen kan være et slikt forum, men oppgaven bør beskrives tydeligere og inngå i en helhetlig plan for utvikling av reisemålet.

3.7.4 Grunneier har en sentral rolle

En viktig aktør som FeFo (Finnmarkseiendommen), som er grunneier av mye av utmarka i Finnmark, har i stor grad fokusert sitt arbeid rundt arealforvaltning og jakt og fiske, og har nok ikke helt funnet sin rolle i besøksforvaltningen. FeFo som grunneier har for så vidt tatt en bevisst rolle i arealforvaltningen, og ønsker ikke å blande seg ikke inn i kommunens arealplaner. De sier de skal først og fremst ivareta lokalbefolkningens interesser før de påtar seg en tilretteleggerrolle for reiselivet.

Finnmarksloven[87] er tydelig på at forvaltningen av eiendommen skal sikre naturressursene som grunnlag for samisk kultur, reindrift, utmarksbruk, næringsutøving og samfunnsliv. Finnmarkseiendommen (FeFo) er representert i reisemålsledelsen, men virker å ha begrenset bevissthet rundt reiselivsrelaterte besøksutfordringer. Med et reiseliv i vekst, økende besøk i utmarka og økt press på naturressursene, vil det være nødvendig for FeFo å bygge opp kompetanse og kapasitet til å drive besøksforvaltning i større grad enn i dag. Et godt eksempel er Statskog, en annen stor statlig grunneier, som har styrket sitt arbeid med besøksforvaltning og reiseliv i Nordland gjennom ansettelse av en biolog som tar Statskog fra å være en observatør til en aktiv medspiller i arbeidet med natur- og besøksforvaltning og reisemålsledelse.

FeFo peker på at nye måter å ferdes på i naturen, som elsykler og sykkelstier, ofte utvikles uten innledende dialog med FeFo som grunneier. Gitt at naturbasert aktivitet ligger an til å vokse, er det viktig at FeFo i større grad legger planer for håndtering av økt besøk og aktivitet. Vi tror det er nyttig at FeFo tar en større rolle i arbeidet med en ansvarlig utvikling av infrastrukturen og informasjonen knyttet til naturbaserte aktiviteter og opplevelser i tettere samarbeid med andre forvaltningsaktører og reiselivsaktører.

Finnmarksloven gir FeFo mindre handlingsrom som grunneier enn det private eller kommunale grunneiere ellers ville hatt, noe FeFo selv trekker frem som en forklaring på hvorfor de er tilbakeholdne med å ta en aktiv tilretteleggerrolle for reiselivet. Dette har direkte betydning for reisemålets evne til å styre ferdsel og arealbruk i utmark, siden svært mye av naturgrunnlaget for reiselivet i Alta ligger på FeFo-grunn.

3.7.5 Oppfølging av merkeordningen for bærekraftige reisemål

Merking som bærekraftig reisemål krever kontinuerlig oppfølging av en rekke kriterier og indikatorer. Det vil være lurt å implementere oppfølging av relevante kriterier i ulike roller i kommunen gjennom virksomhetsstyring.

Innbyggerundersøkelser gjennomføres i forbindelse med merkeprosessen for bærekraftig reisemål. Det er imidlertid behov for å styrke datagrunnlaget gjennom bedre representativitet i utvalget av respondenter, samt å styrke kunnskapen om de besøkendes opplevelse av reisemålet. Det kan også med fordel skapes møteplasser der lokalbefolkningen blir involvert i reiselivsutvikling og vurderinger av reiselivets effekter.

Få av de vi har snakket med i reiselivsnæringen har i intervjuene nevnt merkeordningen og bærekraftsarbeidet.

[87] Regjeringen.no (2005)

Eksempel på involvering av lokalbefolkning i reiselivsutvikling
Vega kommune på Helgelandskysten har utmerket seg med en «nedenifra-og-opp»-modell. Gjennom et forpliktende samarbeid mellom kommunen, lokalbefolkningen og Helgeland Reiseliv jobber de strategisk med å tiltrekke «rett gjest, på rett sted, til rett tid» for å unngå konflikter og sikre lokal verdi.

I Meløy kommune i Nordland har kommunen tatt i bruk såkalte utopiverksteder. Dette er fysiske dialogmøter der lokalbefolkningen, reiselivsaktører, politikere og administrasjonen setter seg rundt samme bord. Møtene brukes til å drømme, diskutere og planlegge hvordan reiselivet kan være et verktøy for å styrke lokalsamfunnet – på innbyggernes premisser.

3.7.6 Planer og styring

Reiseliv er en av fire satsningsområder i fylkeskommunens næringsstrategi[88]. Troms og Finnmark fylkeskommune har vedtatt reiselivsstrategien «sammen om å skape sterke opplevelser 2023-2032». I denne strategien vektlegges å utvikle et bærekraftig reiseliv og kulturnæring som legger til rette for en vekstkraftig region og en god stedsutvikling, og presiserer at samisk kultur og kulturnæring skal ivaretas og innarbeides som en viktig del av reiselivssatsingen.

I Norge er kommunene sentrale for hvordan vi skal forvalte den lokale reiselivsutviklingen. I mange tilfeller har ikke kommunene den nødvendige kompetansen eller ressursene i form av midler eller folk, og kommunene må i mange tilfeller løse utfordringene uten at det eksisterer en nasjonal forankring.

Staten forventer at kommunen tar strategiene for reisemålsutviklingen inn i kommuneplanens samfunnsdel og arealdel[89]. Alta kommune er i gang med revidering av kommuneplanens samfunnsdel[90]. Ny plan skal ferdigstilles i løpet av høsten 2026 og skal gjelde for 2026-2038. Utvikling av reiseliv og turisme skjer tett på lokalsamfunnet, og må derfor inkluderes og tas med i revidering av samfunnsplanen. Reiseliv bør også inn som tema ved revisjon og rullering av andre kommunale planer, og det er viktig å få inn reiselivstiltak i arealplanen når den skal rulleres.

Vi finner blant annet et eksempel på at det er manglende evne til å se ting i sammenheng i forholdet mellom reiselivsstrategien fra 2024 og den nye kommunale planen for idrett, kultur og friluftsliv[91]. Begge har tydelige mål om skilting og tilrettelegging av stier og løyper, men de omtaler ikke hverandre. Når en slik sentral besøksforvaltningsoppgave ikke er koordinert på tvers av arbeidet med lokalbefolkning og turisme, mister man en mulighet til å styrke reisemålets infrastruktur. Alta har

[88] Troms og Finnmark fylkeskommune (2023)
[89] Kommunal og distriktsdepartementet (2023)
[90] Alta kommune (16. feb 2026)
[91] Alta kommune (2026)

potensial for å lykkes bedre med dette gjennom bevisstgjøring i de enkelte seksjoner og etater i kommunen, og samarbeid på tvers av næringsaktører og organisasjoner.

Alta Havn KF er ansvarlig myndighet etter havne- og farvannsloven, og har en tiårig havnestrategi (2022–2032) med etablering av cruise- og flerbrukskai som ett av fire strategiområder. Driften av dagens cruisekai er avhengig av dispensasjon fra Avinor. Handlingsrommet er i praksis begrenset av forhold utenfor kommunens egen kontroll, bl.a har Alta mistet cruiseanløp fordi flere av de større skipene ikke kan legge til kai på grunn av restriksjoner fra Avinor og Kystverket.

Reisemålsstrategien (2024–2030) og den tilhørende tiltaksplanen er konkrete styringsdokumenter med ansvarsfordeling og tidfesting av tiltaksfrister. Flere tiltak handler om å styrke besøksforvaltningen, bl.a utvikle en egen plan for besøksforvaltning, integrere reiselivstiltak i kommunens planverk og arealplan, og å opprette dialog med tilsynsmyndigheter. Enkelte tiltak er gjennomført, men vi finner også at flere tiltak som skulle vært gjennomført enda ikke er ferdigstilt eller påbegynt. Flere av våre funn og forslag til tiltak er allerede nevnt i tiltaksplanen, og vi mener at Altas tåleevne vil bli styrket ved å fullføre tiltaksplanen.

3.7.9 Lovverk og håndheving

En rekke lover og forskrifter som på ulike måter påvirker, begrenser eller gir retningslinjer for utviklingen av et reisemål (tabell 2).

Tabell 2. Oversikt over noen relevante lover og forskrifter

Navn på lov / forskrift	Virkeområde
Lov om motorferdsel i utmark og vassdrag (motorferdselloven)	Formålet med loven er å regulere motorferdselen i utmark og vassdrag med sikte på å verne om naturmiljøet og fremme trivselen.
Lov om besøksbidrag (besøksbidragsloven)	Lovens formål er å bidra til å finansiere reiselivsrelaterte fellesgoder gjennom besøksbidrag i form av avgift i områder med særlig stor belastning fra reiselivet.
Finnmarksloven	Regulerer eierskap, rettigheter og forvaltning av grunn og naturressurser i Finnmark. Lovens formål er å sikre en balansert og bærekraftig forvaltning av naturressursene til beste for innbyggerne i fylket, og særlig som grunnlag for samisk kultur, reindrift, utmarksbruk og næringsliv.
Reindriftsloven	Loven skal legge til rette for en økologisk, økonomisk og kulturelt bærekraftig reindrift og sikre reindriftsarealene som grunnlag for samisk kultur og næringsutøvelse. Loven regulerer blant annet beiterett, flyttleier, motorferdsel, gjerder, distriktsplaner og forholdet til annen arealbruk.
Sameloven	Sameloven gir rammer for samisk medvirkning og konsultasjoner. Offentlige myndigheter har i mange saker plikt til å konsultere berørte samiske interesser, herunder reindriften. Dette er særlig relevant ved større planer og tiltak.
Kulturminneloven	Loven skal sikre at kulturminner tas vare på både som kilder til kunnskap om fortiden og som grunnlag for opplevelse, trivsel, verdiskaping og bærekraftig samfunnsutvikling for dagens og framtidige generasjoner.

Lov om forvaltning av naturens mangfold (naturmangfoldloven)	Naturmangfoldloven regulerer bruk og beskyttelse av naturen. Den omfatter all natur, og gjelder for alle som tar beslutninger som har konsekvenser for naturmangfoldet. §15 er interessant ifht hvalsafari: «*Ved enhver aktivitet skal unødig skade og lidelse på viltlevende dyr og deres reir, bo eller hi unngås. Likeledes skal unødig jaging av viltlevende dyr unngås*.» Usikkert om hvalsafari kommer inn under denne paragrafen.
Lov om friluftslivet (friluftsloven)	Friluftsloven regulerer personers rettigheter og plikter for opphold i, og bruk av naturen i Norge. Loven skal sikre retten til opphold og ferdsel i naturen uavhengig av kven som eier arealet.
Lov om planlegging og byggesaksbehandling (plan- og bygningsloven)	Plan- og bygningsloven skal fremme bærekraftig utvikling til beste for den enkelte, samfunnet og framtidige generasjoner. Planlegging etter loven skal bidra til å samordne statlige, regionale og kommunale oppgaver og gi grunnlag for vedtak om bruk og vern av ressurser. Reindriftsinteresser skal vurderes og ivaretas i kommunale og regionale planprosesser. Ved utbygging, reiselivsanlegg, veier, løyper og annen arealbruk må konsekvensene for reindriften utredes og vurderes.
Lov om hamner og farvann (hamne- og farvannsloven)	Hamne- og farvannsloven regulerer hamner og farvann i Norge. Loven tar sikte på å fremme sjøtransport og legge til rette for sikker, miljøvennlig og effektiv drift av havner og ferdsel i norsk farvann. Bestemmelsene i loven retter seg særlig mot sjøsikkerhet. Loven kan blant annet benyttes til å innføre begrensninger for opphold i havner, hastighet og bruk av bestemte farleder og farvann. Begrensinger kan gjelde både fritidsbåter og skip i næring.
Lov om produktkontroll	Produktkontrolloven har til formål å: a) forebygge at produkter og forbrukertjenester medfører helseskade, herunder sørge for at forbrukerprodukter og forbrukertjenester er sikre. b) forebygge at produkter medfører miljøforstyrring, bl.a i form av forstyrring av økosystem, forurensing, avfall, støy og liknende. c) forebygge miljøforstyrring ved å fremme effektiv bruk av energi i produkt
Forskrift om internkontroll	Alle virksomheter som tilby produkt eller forbrukertjenester i Norge skal ha et system for internkontroll. Et internkontrollsystem er systematisk arbeid med helse, miljø og sikkerhet. Hensikten med internkontrollsystemet er blant annet å forebygge at farlige produkter og forbrukertjenester blir tilbudt til forbrukere.
Yrkestransportlova og yrkestransportforskriften	Loven og forskriften beskriver kravene til løyve for transport med motorvogn opp til 9 personer og over 9 personer.
Forskrift om utøvelse av hvalsafari	Forskriften skal sikre at hvalsafari skjer på en sikker, bærekraftig og skånsom måte som ikke forstyrrer dyrene i deres naturlige habitat. Det er forbudt å utøve hvalsafari på en måte som bidrar til at hvalene forstyrres i sitt naturlige habitat. Forskriften sier ingenting om antall båter, nærgrense til hvalene eller andre krav.

3.7.10 Lovverk, kontroll og tilsyn

Reiseliv er omfattet av en lang rekke lover, men er selv lite regulert. I tåleevneanalysen i Tromsø[92] ble det påpekt at deler av lovverket bør vurderes i forhold til en oppdatert reiselivssituasjon, og at en rekke regler kan gjøres tydeligere. Det gjelder for eksempel hvalsafari, der forskriften ikke regulerer antall båter eller avstand til hvalene.

[92] Spor Natur og Reiseliv (2026)

Kommunen har også et handlingsrom som kan tas i bruk for å styrke besøksforvaltningen, og bør bruke virkemidlene som finnes allerede nå. For eksempel kan det være relevant å se på føre-var-prinsippet i naturmangfoldloven § 9 i forhold til hvalsafari.

A-krimsenteret i Troms og Finnmark har hovedsete i Alta. Det er et tverretatlig samarbeid mellom politiet, Skatteetaten, Arbeidstilsynet og NAV. Senteret samarbeider også med blant annet kommuner, Statens vegvesen, Fiskeridirektoratet, Kystvakta, Mattilsynet, NHO og Visit-selskapene. Målet er å forebygge og bekjempe arbeidslivskriminalitet og å sette useriøse aktører ut av spill. Det gjør senteret gjennom kartlegging og analyse, kontroller i risikoutsatte bransjer og veiledning til aktører som ønsker å følge regelverket. A-krim har reiseliv som en av sine prioriterte bransjer. Nordlysturismen har vært hovedfokus, men senteret ser også på havfisketurisme og hvalsafari.

A-krimsenteret opplever at Alta i dag fremstår som en destinasjon med relativt god oversikt, men påpeker at det er viktig å være oppmerksom på at fortsatt vekst i reiselivet kan øke risikoen for arbeidslivskriminalitet og annen useriøs aktivitet[93]. Erfaringer fra bl.a. Troms viser at vekst i reiselivsnæringen kan medføre økt risiko for at useriøse aktører etablerer seg i markedet. Dette kan blant annet gjelde virksomheter innen guiding, persontransport og annen naturbasert opplevelsesturisme, men også servering, overnatting, renhold og bygg- og anleggsvirksomhet knyttet til reiselivsutbygging. I slike bransjer ser A-krim typisk risiko knyttet til bruk av sesongbasert og utenlandsk arbeidskraft, manglende etterlevelse av krav til lønns- og arbeidsvilkår, mangelfull registrering hos offentlige myndigheter samt manglende tillatelser eller løyver der dette kreves.

A-krim sine kontroller de siste sesongene viser at det, også i Alta, avdekkes brudd på relevant regelverk, men funnene gir ikke grunnlag for å konkludere med at situasjonen er sammenlignbar med det utfordringsbildet som har vært beskrevet i Tromsø. A-krimsenteret vil fortsette kontrollaktiviteten i tiden fremover – både for å forebygge arbeidslivskriminalitet, men også for å avdekke ulovlig virksomhet.

Kravet om kjøreseddel er både viktig og nødvendig i reiselivet. På eksempelvis nordlyssafari, hvor guiden kjører over lengre avstander, på varierende veier og under krevende vinterforhold, er det naturlig med tydelige kompetansekrav. Det er imidlertid utfordrende at dagens regelverk og prosesser i liten grad er tilpasset en sesongbasert reiselivsnæring med en rekke utenlandske guider og ansatte. Mange aktører har en kort sesong og dermed kort tid fra ansatte kommer til Norge til de skal være operative, samtidig som prosessen rundt teori/prøve, helseattest, dokumentasjon og selve kjøreseddelen kan være både tidkrevende og vanskelig tilgjengelig for utenlandske arbeidstakere. Her er det prosesser på gang der NHO Reiseliv, Statens Vegvesen og andre aktører samarbeider for å finne bedre løsninger.

[93] A-krimsenteret i Troms og Finnmark, dialog med SPOR 20.10.2026

I Alta er det, ifølge flere av våre funn, ikke nok busser, minibusser og taxier til å dekke behovet på dager med høyt press. Det vil derfor være hensiktsmessig med at lokale reiselivsaktører kunne løst transporten til egne anlegg selv. Med dokumentert internopplæring og gode sikkerhetsrutiner, kunne det avlastet transportkapasiteten og gjort det enklere å kanalisere gjester bort fra pressområder.

En mulighet å utrede videre kan være å skille tydeligere mellom ulike typer transport. Regelverket åpner allerede, på visse vilkår, for at overnattingssteder kan transportere egne gjester. En tilsvarende løsning kan for eksempel være at reiselivsaktører kan transportere gjester til og fra egne aktivitetsanlegg, på faste strekninger og innenfor tydelige rammer.

Regjeringen varsler at det skal settes inn en rekke tiltak for å rydde opp i ulovligheter knyttet til reiselivet[94]. Regjeringens nye grep innebærer styrking av politi og Økokrim med eget Økokrim-kontor i Tromsø, innføring av ny lov om investeringskontroll for bedre oversikt over investeringer i nord, opprettelse av åpenhetsregister som viser reelle eiere av selskaper og etablering av ekspertgruppe som skal vurdere sikkerhet på vinterveier og innen aktivitetsturisme som hvalsafari og nordlysturer.

3.7.11 Reindrift og reiseliv

Reindriftsloven gir reindriften et sterkt vern av beiteområder, flyttruter og andre områder som er nødvendige for reindriften. Reiselivsaktiviteter som fører til forstyrrelser eller hindrer reinen i å bruke områdene kan derfor møte begrensninger.

Motorferdselloven regulerer snøscooterkjøring, ATV-kjøring og annen motorisert ferdsel. I Alta inngår flere av disse i flere ettertraktede reiselivsprodukter. Hensynet til reindrift er et sentralt vurderingstema ved tillatelser og løypeplanlegging.

Plan- og bygningsloven krever at kommunen vurderer mulige konsekvenser for reindrift når det planlegges nye turistanlegg, stier, utsiktspunkter, overnattingsanlegg eller annen infrastruktur. I et besøksforvaltningsperspektiv understreker dette viktigheten av at planlegging og tilrettelegging av turstier, scooterløyper, attraksjoner og arrangementer bør planlegges i dialog med reinbeitedistriktene for å unngå konflikter.

3.7.12 Naturbaserte aktiviteter

Hvalsafari, nordlyssafari og hundekjøring er blant aktiviteter som har stor etterspørsel fra turistene i Alta. En rekke aktører tilbyr slike aktiviteter. Vi har inntrykk av at aktørene i Alta er profesjonelle og holder god kvalitet. Ved vekst i denne delen av bransjen er det viktig at bransjen opprettholder høy kompetanse og kunnskap om lovverk og etiske retningslinjer. Eksempler på sentrale lover og forskrifter som alle aktører må kjenne til er produktkontrolloven og internkontrollforskriften, friluftsloven, lov om motorferdsel, lov om yrkestransport og forskrift om yrkestransport.

[94] NRK (21.10.2026)

3.7.13 Sikkerhet og beredskap

Store avstander, tøffe værforhold og mørketid gjør at vinterturistene i Alta kan møte krevende forhold. Sannsynlighet for stengte veier og lang vei til sykehus, gjør dessuten at eventuelle hendelser kan bli krevende å håndtere - både for turistene selv og for beredskapsapparatet.

Ut fra dagens reiselivsaktivitet, er bussulykke, hendelser med cruisebåt, snøskred eller snøscooter-/ATV-ulykke noe som kan oppstå. Reiselivet (gjennom Visit Alta) er med i kommunens beredskapsråd, og får skryt av kommunen for sitt forebyggende arbeid.

Alta har døgnåpen legevakt, og det er ikke rapportert om at reiselivsnæringen påfører denne stor belastning. Nærmeste sykehus er i Hammerfest. Ved en større, alvorlig hendelse vil det være behov for at Alta får ressurser fra omkringliggende kommuner.

Tiltaksplanen til reisemålsstrategien inneholder konkrete tiltak om å gjøre en ROS-analyse og gjøre denne kjent blant partnerne, og å etablere systemer for beredskap og sikkerhet i den enkelte bedrift. Visit Alta skal også delta i kommunens beredskapsråd

Vurdering av tålegrense juss, politikk og forvaltning	**Trafikklys**
Dimensjonen vurderes til gult nivå. Alta har bygget en bredt forankret styringsstruktur for reiselivet gjennom Visit Alta og reisemålsledelsen, men det vurderes som en svakhet at mye av den faktiske styringen av utvikling på reisemålet fortsatt er uformell og med uavklarte roller. Relasjoner mellom sentrale aktører som kommunen, FeFo, nasjonalparkstyret og reiselivet er lite formalisert. Reisemålsledelsen er fortsatt i en oppstartsfase, og har alle muligheter til å bli et sterkt organ for felles styring og utvikling. Til sammen er dette grunnlaget for at dimensjonen vurderes som gult. Vi mener det er behov for å styrke besøksforvaltningen gjennom å styrke samarbeid mellom aktører og bevisstgjøre aktørene om sine roller og ansvar i utviklingen av reisemålet. Det vil også være viktig å styrke finansieringen av reiselivsrelaterte fellesgoder. Besøksbidrag kan være en viktig kilde til slik finansiering.	

3.8 Visuell dimensjon

Funnene våre viser at naturen er en viktig positiv assosiasjon, der opplevelser med nordlys, urørt natur og bergkunst trekkes frem. Naturen og urørtheten kan altså vurderes som positive forhold i den visuelle dimensjonen. De mer negative visuelle forholdene knytter seg mer til sentrum og cruisekaien. Flere av respondentene i innbyggerundersøkelsen mener det må gjøres noe med cruisegjestenes ankomstopplevelse fra kaien og inn til sentrum. Noen mener dette området gir et dårlig førsteinntrykk. En innbygger uttaler: «*Cruiseturistene kommer til en kjedelig havn, og må*

selv finne veien frem derifra». Havnestrategien[95] har selv et mål om å gjøre områdene ved kaien visuelt og estetisk penere.

Flere av respondentene i innbyggerundersøkelsen svarer at de opplever at det ved cruiseanløp er mange «røde jakker» langs aksen fra cruisekaien og til sentrum. Med «røde jakker» refereres det til cruisepassasjerenes like uniformering. Det er uklart om dette oppleves som en form for overturisme, på grunn av mange tilreisende som går i flokk, eller om det er et uttrykk for at det bør legges bedre til rette for å ferdes i dette området.

Altas viktigste visuelle kvaliteter ligger i møtet mellom bebyggelsen og det omkringliggende arktiske landskapet. Bystrukturen bærer preg av spredt bebyggelse og et ikke sammenhengende byrom.

Mye av reiselivsaktiviteten foregår utenfor byen. En av Altas fordeler er at det er kort vei fra Alta sentrum til arktisk «villmark».

På våre befaringer har vi sett at det er stedvis mye spor etter ATV-kjøring, og noen steder nedslitt vegetasjon som følge av ferdsel. Dette er omtalt i andre dimensjoner, men angår også den visuelle oppfatningen av reisemålet. Gjennom bedre tilrettelegging av turmål og stier kan en del slike slitasjeutfordringer reduseres.

Vurdering av tålegrense visuell dimensjon	**Trafikklys**
Vi gir denne dimensjonen nivå grønn. Med en bedre struktur på besøksforvaltning og oppfølging av tiltak mener vi det vil være relativt enkelt å holde dette nivået.	

4.0 Altas tåleevne for turisme

4.1.1 Viktig å sette målbare mål

Altas tåleevne for turisme defineres av en rekke faktorer. Vi har sett på åtte dimensjoner. Funnene viser at Alta har satt seg gode mål og har en klar tanke med hvor man vil med reiselivsutviklingen, men vi ser at det er mer krevende å faktisk nå de målene man har satt seg. Reisemålsstrategien har klart definerte hovedmål med strategiske innsatsområder og tiltak, men vi finner at det er mangelfull oppfølging av flere av målene, manglende oppfølging av noen tiltak og manglende målbarhet på noen av målene.

[95] Alta Havn (2022)

4.1.2 Kontrollere og styre veksten i reiselivet

En sentral problemstilling for Alta er om, og eventuelt hvordan, man kan kontrollere vekst i reiselivet. Både reiselivsstrategien og mange av aktørene vi har snakket med er tydelige på at man ønsker å vokse kontrollert og å holde på Altas kvalitetsreiseliv. Man virker ganske omforent om hva slags vekst man vil ha, men hvordan kan reisemålet vokse kontrollert og samtidig holde på kvaliteten og det eksklusive preget Alta er kjent for i dag?

Viktige flaskehalser for rask vekst i reiselivet i Alta er i dag knyttet til liten kapasitet på overnatting, lang reisevei og få direkte internasjonale flyruter. Vi opplever at dette er en ønsket situasjon hos mange av aktørene vi har snakket med. Dersom situasjonen endrer seg, at overnattingskapasiteten øker og flere flyruter blir etablert, vil besøket og turismen til Alta med stor sannsynlighet øke. VI ser en bekymring blant mange av aktørene for en slik utvikling. Et mer volumdrevet reiseliv vil ytterligere kunne forsterkes ved at cruisekaien utvikles til å ta imot større skip, slik havnestrategien legger opp til. En slik utvikling vil utfordre dagens småskala kvalitetsreiseliv i Alta.

En rekke reisemål i Nord-Norge har store trafikale utfordringer med utenlandske turister i leiebil. Mange av disse mangler erfaring med kjøring på vinterføre, noe som har skapt ulykker og trafikkfarlige situasjoner. Omfanget av dette har foreløpig vært begrenset i Alta, men er beskrevet som økende – særlig knyttet til etableringen av direkteruten mellom Frankfurt og Alta. Å være bevisst på disse utfordringene, og tilrettelegge for produkter og opplevelser som ikke krever egen leiebil, vil være sentralt for Altas reiselivsutvikling.

Mye av infrastrukturen er tilpasset dagens nivå, men det kan bli utfordringer i årene som kommer. Som følge av en mulig kaiutbygging og etablering av landstrøm, vil antallet vintercruisegjester sannsynligvis forbli høyt. En eventuell økning i overnattingskapasitet vil kunne føre til etablering av flere direkteflyruter i vintersesongen. Dette vil kunne forsterke sesongsvigningene for aktivitetsbedriftene som i dag allerede har høyt trykk i vinterhalvåret. For å utjevne forskjellene vil det være viktig å skape økt interesse for aktivitetstilbudet i sommerhalvåret.

For å møte en slik utvikling må reisemålet styrke besøksforvaltningen og sørge for at aktørene samler seg rundt en felles forståelse av hvor man ønsker økt besøk og hvilke områder man ønsker at lokalbefolkningen kan ha mer for seg selv. Det vil innebære at flere aktører blir mer bevisst sin rolle og at ansvaret for ulike utviklingsoppgaver blir fordelt mellom aktørene. Det vil også kreve etablering og oppfølging av møteplasser der lokalbefolkningen kan delta i arbeidet med utvikling av reisemålet.

4.1.3 Helhetlig og langsiktig besøksforvaltning blir sentralt

Visit Alta har, gjennom reisemålsstrategien, et ansvar for å jobbe med markedsføring av reisemålet, men har også et stadig større ansvar for å sikre at turismen kommer lokalsamfunnet til gode, og at lokal natur og kultur ivaretas. De opplever også en stadig større forventning om å være ansvarlig for en rekke besøksforvaltningsoppgaver. Denne rollen må tydeliggjøres og avklares i forhold til andre aktører med tilgrensende oppgaver,

som kommune og grunneier. Det bør også tydeliggjøres i form av mandat og rollefordeling med andre aktører, og i styrking av finansiering og koordinering av oppgaver knyttet til besøksforvaltning.

Alta skal ha ros for en bredt sammensatt reisemålsledelse. Når reisemålsledelsen får noe mer tid på seg, vil det kunne være en sentral arena for reiselivsutviklingen i kommunen. En tydeligere beskrivelse av utvikler- og besøksforvaltningsrollen er nødvendig, også opp mot reisemålsledelens rolle. Hvis det er en forventning om at Visit Alta skal ta en enda tydeligere rolle som ansvarlig reiselivsutvikler og besøksforvalter, i tillegg til markedsarbeidet, bør et eventuelt fremtidig besøksbidrag kunne benyttes til å styrke destinasjonsselskapets kompetanse og kapasitet til slike oppgaver. Besøksbidrag kan også være viktig for å finansiere tilretteleggings- og andre besøksforvaltningsoppgaver.

I besøksforvaltningen må man gå fra å spørre hva naturen og lokalsamfunnet tåler, til å spørre hva besøkende og turismen skal bidra med. En viktig rolle er å avklare hvordan turismen kan bidra til livskraft i lokalsamfunnet. Det kan handle om å styrke sysselsettingen, bidra til å finansiere tilretteleggingstiltak, utvikle møteplasser og redusere konflikter gjennom medvirkning. Lokalsamfunnet bør også ha en plass i reisemålsledelsen.

4.1.4 Bedre føre var enn etter snar

De fleste vi har snakket med i Alta har sagt at «vi skal i hvert fall ikke bli som Tromsø». I Alta er man, slik vi oppfatter det, i forkant av de største utfordringene. Andre steder ser vi at mange av utfordringene rundt ansvar og kostnader oppstår når aktørene ikke har snakket godt nok sammen. I Alta har man nå anledning til å nettopp styrke de arenaene som trengs for å være "føre var" og etablere det nødvendige samarbeidet som må til for å drive god og langsiktig besøksforvaltning. Erfaringer fra besøksforvaltning i Hemsedal, viser at for de som skal drive besøksforvaltning må målene velges, ansvar må avklares og kostnader og gevinster må henge sammen[96]. Mandatet for besøksforvaltningen må ha fokus på helhetlig forvaltning, ikke ensidige løsninger.

Reisemålsledelsen må få et klart mandat til å være mer koordinerende for utviklingen, og reiseliv og turisme må tas med som viktig elementer i kommunens planer, spesielt arealplan og samfunnsplan. I tillegg må Approved by Visit Alta bli mer formelt og inneholde krav og klare kriterier for bruk og strengere krav til deltakelse.

I Alta snakker man om at man ikke vil bli som Tromsø, og kommunen står nå i en situasjon der det vil være nyttig å lære av Tromsø. Tåleevneanalysen for Tromsø har sentrale læringspunkter som er overførbare til Alta. Helga Bårdsdatter Kristiansen, som nå er reiselivssjef i Tromsø, har erfaring fra både kommunalt arbeid med bærekraftig reiselivsutvikling og destinasjonsselskapet, og vil kunne bidra med viktige innspill til Alta.

En av respondentene i intervjuene uttalte:

[96] Nasjonalparkkommuner.no (03.03.2026)

«Tromsø må ikke bli et skjellsord, for der har de lyktes på mange områder. Alta er endel av et større internasjonalt marked og etterspørselen etter arktiske opplevelser er høy. Det er en utfordring at mye av trafikken ikke nødvendigvis styres av destinasjonen selv, men også av store, internasjonale distribusjonskanaler og selskaper.
Alta kan derfor ikke klare å «stoppe» veksten i reiselivet.

Reguleringer vil være et viktig virkemiddel dersom man ønsker å styre utviklingen, men Norge har begrensede nasjonale og regionale verktøy som sikrer at veksten i reiselivet skjer på en helhetlig og kontrollert måte.

Løsningen for Alta er ikke å forsøke å stoppe utviklingen, men sørge for at vi har gode nok rammer, kunnskap, samarbeid og reguleringer til å håndtere den veksten som faktisk kommer. Vi må derfor se på både det Tromsø har lykkes med og de utfordringene de har fått som følge av veksten, slik at Alta kan lære av begge deler og være bedre forberedt.»

Satsingen på vintercruise har sannsynligvis vært viktig for å bygge opp mye av det aktivitets- og opplevelsestilbudet som finnes i Alta i dag. Vi erfarer imidlertid nå at flere ønsker å trekke seg vekk fra arbeid med cruisegjester. Mange sier de ikke vil jobbe med cruise, men har samtidig gjort seg avhengig av den, og enkelte rapporterer til oss at de, etter å ha redusert sitt cruiserelaterte tilbud, sliter med å få økonomien til å gå rundt i selskapet. Hvis flere nå slutter å tilby aktiviteter og opplevelser til cruisegjestene, klarer man ikke å levere det tilbudet cruisegjestene etterspør, og det er sannsynlig at båtene vil droppe Alta som anløpshavn, og heller gå andre steder.

Det må være en balanse mellom flyt inn av turister, med fly, skip og buss/bil, med tilbudet av opplevelser og aktiviteter på reisemålet. Med økning i overnattingskapasitet, ny cruisekai med plass til flere og større skip og mulighet for flere direkte flyruter, blir det viktigere enn noen gang å finne denne balansen. Balansen må ikke bare inkludere tilbud, verdiskaping og næringsutvikling, men er helt avhengig av å også inkludere lokalbefolkningens syn på utviklingen. Reiselivsutviklingen må gå fra å være markedsstyrt til å være samfunnsstyrt.

I den forbindelse kan det være nyttig å tenke slik man gjør i arealplanleggingen, og legge en form for rekkefølgekrav på reiselivsutviklingen. En slik modell tydeliggjør en tankegang som allerede er under utvikling i norsk besøksforvaltning, og kan være spesielt aktuelt i områder der turismen påvirker sårbare natur- og lokalsamfunn. Modellen innebærer at bl.a. nødvendig infrastruktur, besøksforvaltning, grunneieravklaringer og hensyn til reindrift, friluftsinteresser, natur- og kulturverdier må være på plass før et område markedsføres eller tilrettelegges for økt ferdsel eller turisttrafikk. Det kan også være nyttig med overvåking av besøksmønster og ferdsel. Et slikt prinsipp kan bidra til å forebygge konflikter og sikre at vekst skjer innenfor reisemålets tåleevne.

4.1.5 Besøksbidrag kan bidra til bedre besøksforvaltning

Besøksbidragsloven sier at kommuner som opplever stort press fra reiselivet kan la de besøkende bidra økonomisk til å finansiere fellesgoder som stier, toaletter, avfallshåndtering, parkering, besøksforvaltning, informasjonstiltak, natur- og

kulturmiljøer og annen infrastruktur som slites av mange besøkende. For Alta vil en besøksordning gjennom overnattingsavgift og cruiseavgift kunne gi et betydelig bidrag til å styrke besøksforvaltning og reiselivsutvikling på reisemålet.

Loven er avgrenset til kommuner med «særlig stor belastning fra reiselivet». Kommunen må dokumentere at reiselivet skaper et betydelig press på natur, infrastruktur eller tjenester. Tåleevneanalysen kan brukes som kunnskapsgrunnlag i en søknadsprosess om besøksbidrag. Kommunen må også lage en plan for hvordan inntektene skal brukes. Planen må godkjennes av staten før avgiften kan innføres. Besøksbidraget er en overnattingsavgift på 3 % av overnattingsprisen ekskl. mva. Loven åpner også for at kommuner kan kreve inn bidrag fra cruiseturisme. Den konkrete avgiftssatsen må fastsettes gjennom forskrift og nærmere regler, men et beløp på 100 kroner pr cruisegjest pr døgn/anløp har vært brukt som et nivå som flere aktører har diskutert.

Overnattingsavgiften kan legges på hotellrom, hytter og leiligheter til utleie (også campinghytter som leies ut på campingplasser), vandrerhjem, hotellskip, privat korttidsutleie (for eksempel Airbnb) og annen form for betalt overnatting under 30 dager. Ordningen omfatter ikke telt på campingplass, campingvogner, bobiler på campingplass og fritidsbåter i gjestehavn. Slik loven er utformet er villcamping/telting i naturen og bobiler som står utenfor campingplasser eller andre betalingspliktige overnattingssteder, heller ikke omfattet av overnattingsavgiften. Årsaken er at besøksbidraget kreves inn gjennom kommersielle overnattingsaktører. Det betyr at besøkende som telter etter allemannsretten, står med bobil på en rasteplass eller på annen gratis parkering ikke omfattes.

Alta har gode muligheter til å styre utviklingen av reiselivet, men det krever organisering, bevisstgjøring av roller og ansvar, og finansiering. Spørsmålet er om Alta i dag tilfredsstiller kravet om «*særlig stor belastning fra reiselivet*» som loven krever. Analysen viser at Alta er et attraktivt arktisk reisemål som ligger an til å vokse videre.

Et besøksbidrag vil gi Alta mulighet til å styrke infrastrukturen og organisere besøksforvaltningen slik at man er i forkant av utviklingen, og kan iverksette forebyggende og avbøtende tiltak, og ikke behøver å løpe etter og sette gnagsår på steder som merker stor belastning fra reiselivet.

5.0 Anbefalinger og tiltak

Tåleevneanalysen viser at det er en rekke utfordringer knyttet til reiselivet i Alta. Vi har drøftet situasjonen i lys av åtte dimensjoner og diskutert konsekvenser av turismen. Vi opplever at Alta er "føre var", og har mulighet til å gjøre grep og tiltak for å forebygge og unngå negative konsekvenser av turismen.

Mange av utfordringene som er beskrevet kan kommunen, destinasjonsselskap, reiselivsaktører og andre aktører løse selv og i samarbeid. Vi mener det er behov for å jobbe videre i to spor: 1. Løse det som kan løses lokalt og regionalt, og 2. Bidra til å legge trykk på nasjonale myndigheter for nasjonale løsninger.

Flere av tiltakene og anbefalingene overlapper mellom flere dimensjoner. Tiltakene er gruppert tematisk i seks tabeller. For flere tiltak har vi foreslått hvem vi mener er ansvarlig for oppfølging, og hvem som bør være med i et samarbeid.

Noen tiltak vil være lette og rimelige å ta tak i, andre krever mer ressurser og er kostbare. Besøksbidragsordningen vil sannsynligvis kunne finansiere en rekke av tiltakene som er foreslått.

Ut fra våre funn og samlede oppfatning av reisemålet, mener vi de viktigste tiltakene er:

- Skape en sterk reisemålsledelse som skal ha en samlende og koordinerende rolle for styring og håndetring av reisemålets strategier (tiltak 1.1 og 1.2)
- Jobbe for helårlig reiselivsnæring (med fokus på å øke verdiskapning i sommerhalvåret (tiltak 6.4)
- Videreutvikle og styrke Approved by Visit Alta (tiltak 5.1)
- Styrke ivaretakelse av populære utfartsområder (tiltak 2.2, 4.1, 4.2)
- Utvikle plan for besøksforvaltning (tiltak 1.3, 1.4, 2.1, 3.3)
- Bedre skilting mellom cruisekai og Alta sentrum (tiltak 3.1)

Tiltak – tåleevneanalyse for Alta

1. Styring, roller og forankring

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
1.1	**Forankre besøksforvaltningen politisk og administrativt.** Reisemålsledelsen får et formelt mandat i vedtektene som rådgivende organ i saker om reiselivsutvikling. Reisemålsledelsen må ha en bred sammensetning, med blant annet ungdomsråd, grunneier, friluftsråd og reindrift. Reiseliv og besøksforvaltning tas inn i samfunnsplanen og arealplanen når de revideres, og i andre relevante temaplaner. Arbeidet koordineres på tvers av kommunens sektorer gjennom å opprette en intern besøksforvaltningsgruppe på tvers av seksjoner og avdelinger. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Alta kommune	Reisemålsledelsen, Visit Alta
1.2	**Avklare roller og ansvar.** Det lages en ansvarsmatrise for kommunen, Visit Alta, FEFO, friluftsrådet, Alta Havn, Avinor, reiselivsaktørene og frivilligheten. Matrisen skal vise hvem som eier, drifter og finansierer hver oppgave: skilting, toaletter, stier, renovasjon og mottak av cruisegjester. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Reisemålsledelsen	Alle aktørene som nevnes
1.3	**Opprette en stilling / rolle som besøksforvalter.** Besøksforvalteren følger opp tiltakene i tåleevneanalysen og reisemålsstrategien, koordinerer aktørene og følger opp Merket for bærekraftig reisemål. Rollen er viktig for å følge opp at tiltak blir gjennomført. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Alta kommune og Visit Alta (plassering avklares)	Finnmark fylkeskommune, FeFo
1.4	**Revidere tiltaksplanen og målsystemet.** Besøksforvaltning blir overordnet ramme for tiltaksplanen. Alle mål får nullmåling, indikator, datakilde og ansvarlig, også klimamålene. Målene om verdiskaping og arbeidsplasser samordnes med definisjonene til SSB og Innovasjon Norge (sysselsatte og årsverk). Indikatorene i Merket for bærekraftig reisemål brukes som felles rapporteringssystem, med en årlig statusrapport til reisemålsledelsen og politisk nivå. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Reisemålsledelsen / Visit Alta	Alta kommune
1.5	**Utrede besøksbidrag.** Det må vurderes om Alta oppfyller kriteriene i besøksbidragsloven, og hvilke fellesgoder som eventuelt kan finansieres. Tåleevneanalysen kan brukes som dokumentasjon. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Alta kommune	Visit Alta, reiselivsnæringen, Finnmark fylkeskommune
1.6	**Lære av andre reisemål.** Kommunen etablerer erfaringsutveksling med Tromsø og andre reisemål med høyt besøkstrykk, om besøksforvaltning, regulering og bransjeveiledere. **Tidsperspektiv:** Lang sikt	Visit Alta	Visit Tromsø, Nord-Norsk Reiseliv

2. Kunnskapsgrunnlag og overvåking

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
2.1	**Gjennomføre en representativ innbyggerundersøkelse.** Undersøkelsen gjennomføres av et analysebyrå, slik det ble gjort i Tromsø. Den gjentas jevnlig, for eksempel i takt med ny merking, slik at utviklingen kan følges over tid. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Alta kommune	Visit Alta
2.2	**Sette opp ferdselstellere og etablere et besøksregnskap.** Tellere settes opp på prioriterte stier og områder, blant annet Komsa, Canyon og Amtmannsnes. Telledataene kobles med tall for overnatting, cruise, flytrafikk, korttidsutleie og bruk av natur (Strava) i et besøksregnskap (overvåking av besøk og effekter). **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Finnmark Friluftsråd	Alta kommune, FEFO, Visit Alta
2.3	**Analysere verdiskapingen fra cruise.** Analysen må beregne hva en cruisegjest legger igjen i Alta, og om cruiseturismen fortrenger andre gjester. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Alta Havn KF	Visit Alta, Boreal Adventure, cruisenettverket

3. Vertskap, tilgjengelighet og fellesgoder

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
3.1	**Forbedre mottaket av cruisegjester.** Tiltaket omfatter en skiltplan og en trygg gangrute fra kaia til sentrum, Komsa og Sandfallet. Gjestene får informasjon om åpningstider og tilbud før de kommer, via rederier og agenter. I tillegg vurderes shuttle og søndagsåpne butikker i samarbeid med handelsnæringen. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Alta Havn KF	Visit Alta, Alta kommune, vegeier, Alta Næringsforening
3.2	**Etablere offentlige toaletter i sentrum og ved de mest brukte utfartsområdene.** Tiltaket er et naturlig fellesgode som kan finansieres med besøksbidrag. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Alta kommune	Visit Alta, FeFo
3.3	**Lage en helhetlig løsning for bobil og camping.** Løsningen omfatter: • flere tømmestasjoner • tydeligere informasjon om campingplasser i kommunen • vurdering av flere tilrettelagte oppstillingsplasser • tiltak mot villcamping langs Altaelva og ved Lathari (informasjon, skilting og eventuelt lokal forskrift om forbud der det trengs) **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Alta kommune	Visit Alta, campingplassene, ALI, FeFo
3.4	**Styrke kollektivtilbudet og mobilitet uten bil.** Styrke kollektivtilbud til utfartsområdene og transport for cruisegjester. **Tidsperspektiv:** Lang sikt	Finnmark fylkeskommune	Alta kommune, Avinor, Boreal Adventure, reisemålsledelsen

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
3.5	**Hente erfaringer om internasjonale direkteruter.** Erfaringer fra Lofoten, Bodø og andre flyplasser hentes inn før Alta etablerer nye ruter. Både positive og negative konsekvenser kartlegges. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Visit Alta	Avinor, Nord-Norsk Reiseliv
3.6	**Styrke arbeidet med tilgjengelighet og Alta som inkluderende reisemål.** Et mer tilgjengelig reisemål kan tiltrekke flere besøkende og forlenge oppholdstiden. Tilgjengelige attraksjoner, overnattingssteder og transportløsninger kan gi økt omsetning for lokale reiselivsbedrifter.	Visit Alta	Alta kommune, reiselivsaktører

4. Natur og friluftsområder

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
4.1	**Lage en sti- og løypeplan for kommunen.** Planen avklarer rollene mellom kommunen og friluftsrådet og prioriterer hvor økt besøk er ønsket. Der det er ønsket, får stiene flerspråklig skilting og merking. Reindriftsinteressene skal være med i arbeidet. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Alta kommune	Reisemålsledelse, FeFo, Finnmark friluftsråd, DNT, reindriftsaktører
4.2	**Lage tilretteleggingsplaner for prioriterte besøksområder.** Planene gjelder Canyon (sti, våte partier, sikring av utsiktspunktet og ATV-trafikk utenfor stien), Komsa og Amtmannsnes (avveining mellom formidling og vern av bergkunsten). **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Reisemålsledelse	FeFo, Alta Museum, Alta kommune, reindriften

5. Kvalitet og regulering av opplevelsesturismen

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
5.1	**Styrke Approved by Alta.** Ordningen får formelle krav og kriterier. Etablere organ for kontroll av at krav blir fulgt. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Visit Alta	Næringen, A-krim, Nord-Norsk Reiseliv
5.2	**Utvikle bransjeveiledere for naturbaserte aktiviteter.** Bruke Tromsøs veiledere for nordlys og hvalsafari som modell. Inkludere retningslinjer for samisk turisme rettet mot besøkende, turoperatører og lokale aktører. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Visit Alta	A-krimsenteret, guider og reiselivsaktører
5.3	**Legge rammer for hvalsafari med lokale grep.** Kommunen utreder kanalisering av ferdsel på sjøen, blant annet gjennom havne- og farvannsloven og kystsoneplanen. Kommunen vurderer også føre-var-prinsippet i naturmangfoldloven. Koble til arbeidet som foregår i Tromsø. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Alta kommune og Visit alta	Fiskeridirektoratet, Statsforvalteren, aktører i opplevelsesbransjen

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
5.4	**Arbeide for nasjonal regulering.** Alta og Tromsø arbeider sammen for å få anledning til å teste konsesjon, lisens eller kapasitetsbegrensning (antall fartøy, aktører og samtidige båter) for særlig utsatte aktiviteter, med hvalsafari først. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Alta kommune (politisk)	Tromsø kommune, Visit Alta, Visit Tromsø, fylkeskommunene, Nærings- og Fiskeridepartementet, Fiskeridirektoratet

6. Lokalsamfunn, produkt og sesong

Nr	Tiltak	Ansvarlig	Samarbeid
6.1	**Etablere faste møteplasser for dialog med lokalbefolkningen.** Lokalbefolkningen, næringen og de som forvalter besøket, møtes jevnlig for å utveksle informasjon og diskutere utviklingen av reiselivet i kommunen. **Tidsperspektiv:** Kort sikt	Reisemålsledelsen	Visit Alta, Alta kommune, ungdomsrådet
6.2	**Utvikle tilbud for innbyggere.** Det legges vekt på lokalt eierskap og på aktører som deler verdiene i «this is arctic living» og oppfyller kravene i Approved by Alta. Eksempler er restplasser for lokalbefolkningen og sentrumsutvikling. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Reiselivsaktørene	Visit Alta, næringen
6.3	**Utvikle sentrum for både innbyggere og gjester.** Sentrumsutvikling, åpningstider, tilgjengelighet. **Tidsperspektiv:** Lang sikt	Alta kommune	Reisemålsledelsen
6.4	**Gi sommerprosjektet et langsiktig løp.** Prosjektet videreføres ut over den vanlige treårsperioden, fordi det tar tid å utvikle produkter og tilpasse dem til sesongene. **Tidsperspektiv:** Kort sikt (prosjektet pågår)	Visit Alta	Reiselivsaktører, Alta kommune, Finnmark fylkeskommune, Innovasjon Norge
6.5	**Styrke formidlingen av samisk og kvensk kultur, historie og reindrift.** Arbeidet følger opp forprosjektet om samisk reiselivsstrategi. **Tidsperspektiv:** Mellomlang sikt	Visit Alta	Samiske reiselivsaktører, reindriften
6.6	**Gjøre reiselivsproduktene mer robuste mot klimaendringer og ekstremvær.** Bedriftene utvikler fleksible program, tilbud for dårlig vær og utstyr til utleie. **Tidsperspektiv:** Lang sikt	Reiselivsbedriftene	Visit Alta

5.1 Finansiering

En rekke tiltak vil komme inn under fellesgoder og besøksforvaltningstiltkak som, slik vi tolker lov om besøksbidrag, kan finansieres med inntekter fra et besøksbidrag. Det gjelder blant annet tiltak 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 3.2, 3.3, 3.4, 5.1, 5.2, 6.1.

6.0 Kilder og referanser

Adventure Travel Trade Association (2025) 2025 Adventure Travel Trends & Insights: State of the Adventure Travel Industry.

Alta Havn (2022) Havnestrategi

Alta kommune og Visit Alta (2024) Reisemålsstrategi for Alta 2024-2030.

Alta kommune (2025) Kommunedelplan for energi, klima og miljø

Alta kommune (2020) Temaplan for kulturminner

Alta kommune (u.å) Reindrift. Hentet 07.10.2026. https://www.alta.kommune.no/tjenester/naering-og-landbruk/reindrift

Alta kommune (16. feb 2026) Kommuneplanens samfunnsdel- Utkast til ny kommuneplanens samfunnsdel er nå på høring! (hentet 15.09.2026 https://www.alta.kommune.no/velkommen-til-alta/sentrale-rapporter-planer-og-styringsdokumenter/kommuneplanens-samfunnsdel)

Alta kommune (27. apr 2026) Prognose tilsier 94 millioner kroner i merforbruk i 2026. Hentet 15.09.2026 (https://www.alta.kommune.no/nyhetsarkiv/nyheter/2026-04-24-prognose-tilsier-94-millioner-kroner-i-merforbruk-i-2026)

Alta kommune (2026) Kommunedelplan Fysisk aktivitet, idrett og friluftsliv.

Avinor (2025) Trafikkstatistikk. https://om.avinor.no/om-oss/trafikkstatistikk/

CE Delft (2023) CO_2 emissions of private aviation in Europe. https://cedelft.eu/publications/co2-emissions-of-private-aviation-in-europe/

EPI (u.å) Environmental Port Index

Euronews (2026) 2026 European cruise travel trends: Smaller ships, cultural exchanges and F1 (hentet 13.09.206 fra https://www.euronews.com/travel/2026/02/15/2026-european-cruise-travel-trends-smaller-ships-cultural-exchanges-and-f1)

2469 Reiselivsutvikling (2018) Masterplan for utvikling av reiselivet i Alta – 2030

Havnemagasinet (2025) Fem klare cruisetrender for 2026. (12.12.2025) Hentet 12.09.2026. https://www.havnemagasinet.no/cruise-cruiseturister-havn/fem-klare-cruisetrender-for-2026/1477058

Innovasjon Norge (u.å) Merket for bærekraftig reisemål

Innovasjon Norge (2024) Turistundersøkelsen årsrapport. Feriereisende i Norge 2024

Innovasjon Norge (2019) Cruiseturismen I Norge 2019

Innovasjon Norge / SSB (2025) Sysselsatte i reiselivet

Innovasjon Norge (2025) Turistundersøkelsen sommer

Innovasjon Norge (2025) Utenlandske nordlysturister 2025

Innovasjon Norge (2025) Nøkkeltall for norsk turisme 2024

Innovasjon Norge / SSB (16.09.2026) Overnattingsstatistikk

Kommunal og distriktsdepartementet (2023) Nasjonale forventninger til regional og kommunal planlegging 2023-2027.

Kreativ Industri (2024) Organisering av cruise i Alta. Forstudie.

Kystverket (u.å) Kystdatahuset

Kystverket (u.å) Maritim utslippsmodell – MARU
https://www.kystverket.no/klima-og-barekraft/maru/

Kystverket (2026) Nytt rekordår for cruise i Norge. (20.01.2026) Hentet 09.09.26
https://www.kystverket.no/nyheter/2024/nytt-rekordar-for-cruise-i-norge/

Lovdata.no (24.02.2025) Forskrift om snøskuterløyper, Alta kommune, Finnmark

Lovdata.no (04.10.2001) Forskrift om bruk av motorkjøretøy på barmark langs traktorveger, Alta kommune, Finnmark

Lovdata (2025) Lov om besøksbidrag (https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2025-06-20-104)

Lüthje, M., Ren, C., Kramvig, B. & Appelblad, H. (2026) Indigenous tourism in the European Arctic: Reclaiming pasts and strengthening futures. Nordisk ministerråd

Menon (2023) Ringvirkningsresultater for Alta

Miljødirektoratet (u.å) Utslipp av klimagasser i kommuner og fylker.
https://www.miljodirektoratet.no/tjenester/klimagassutslipp-kommuner/?area=745&sector=-2

Miljødirektoratet (2024) To tredelar av utsleppa frå forbruket vårt skjer i andre land. Pressemelding 28.11.2024

Merkehandboka.no (2019) https://www.merkehandboka.no/wp-content/uploads/2023/04/DNT_Merkehandbok_2019.pdf

Nasjonalparkkommuner.no (03.03.2026) Intervju med besøksforvalter Hanne Lykkja: – God besøksforvaltning starter med at aktørene snakker sammen (Intervju med besøksforvalter Hanne Lykkja: – God besøksforvaltning starter med at aktørene snakker sammen - Norges nasjonalparkkommuner) (Hentet 4. Okt 2026)

NHO Reiseliv (2025) 2026 blir året for de bevisste reisevalgene. (29.12.2025) Hentet 06.10.2026.
https://www.nhoreiseliv.no/nyheter/2025/reiselivstrender-2026/

NHO Reiseliv (12.08.2026) Ny bransjestandard skal gjøre veiene tryggere. https://www.nhoreiseliv.no/bransjer/bilutleie/nyhet/2026/ny-bransjestandard-skal-gjore-veiene-tryggere/ (Hentet 01.09.2026)

NHO (u.å) NHOs Kommune NM. Kommuneresultater. https://www.nho.no/tema/offentlig-sektor-og-naeringslivet/kommune-nm/kommuneresultater/ (Hentet sept. 2026)

NHO Reiseliv (u.å) Tall og fakta om reiselivsnæringen

NHO Reiseliv / SSB (2024) Regionstatistikk per desember 2024

Nord Norsk Reiseliv (2024) Innbyggerundersøkelse Alta

Nord Norsk Reiseliv (2024) Gjesteundersøkelse Alta

Norsk Klimaservicesenter (2025) Klimaprofil Finnmark. Oppdatert oktober 2025. Hentet 01. okt 2026. https://klimaservicesenter.no/kss/klimaprofiler/finnmark

Norsk Turistutvikling (u.å) Et stort og mangfoldig marked. Hentet 06.10.2026. https://norskturistutvikling.no/et-stort-og-mangfoldig-marked/

NRK (02.10.2026) Ny hvalsesong uten etter-lengtede regler: – Vondt i magen av hva vi så. https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/ny-hvalsesong-i-troms-uten-etterlengtede-regler_-vondt-i-magen-av-hva-vi-sa-1.18032244 (hentet 07.10.2026)

Regjeringen.no (2005) Finnmarksloven https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/finnmarksloven/id515308/

Regjeringen.no (2025) Ny lov om besøksbidrag (https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/ny-lov-om-besoksbidrag/id3110146/)

Riksantikvaren (2007) VEDTAK OM OMRÅDEFREDNING MED HJEMMEL I LOV OM KULTURMINNER (KML) § 19 JF. § 22. AMTMANNSNES, GNR. 30, BNR. 13, 34, 52, 120, 121 OG DELER AV BNR. 45, 48 OG 66, ALTA KOMMUNE

Riksantikvaren (2017) Komsa Fredningsbrev (22.08.2017)

Seiland nasjonalpark (u.å) Om nasjonalparken. Hentet 21.08.2026 (https://seilandnasjonalpark.no/om-nasjonalparken/)

Snelandia (2026) Sommer med Snelandia. https://snelandia.no/reise/sommerbilletten/

Sparebank1 Nord-Norge (2025) Konjunkturbarometer for Nord-Norge 2025

Spor Natur og Reiseliv (2026) Reiseliv i Tromsø. Tåleevneanalyse og tiltak for reiselivet i Tromsø

SSB kommunefakta (28.04.26) https://www.ssb.no/kommunefakta/alta

Troms og Finnmark fylkeskommune (2023) Strategi for næringsutvikling i Finnmark 2023 til 2028

UN Tourism (2024) UN Tourism: Accessible travel “a game changer” for destinations and businesses. (03.12.2024) Hentet 06.10.2026. https://www.untourism.int/news/un-tourism-accessible-travel-a-game-changer-for-destinations-and-businesses

Vestland fylkeskommune (2026) Veileder for tåleevneanalyser

Vestland fylkeskommune (2026) Rettleiar for kommunar: Korleis handtere utfordringar knytt til villcamping

Visit Alta (2023) Strategidokument Visit Alta 2023

Visit Alta og Alta kommune (2024) Reisemålsstrategi for Alta 2024-2030

Visit Alta (u.å) Bransjeinfo. Lenke: https://visitalta.no/bransjeinfo/ (hentet 08.09.2026)

Visit Alta (u.å) Tilgjengelig reiseliv. https://visitalta.no/artikkel/tilgjengelig-reiseliv/ (hentet 01.10.2026)

Visit Alta (u.å) Vis hensyn til reinsdyrene. https://visitalta.no/artikkel/vis-hensyn-til-reinsdyrene/ (hentet 11.10.2026)

Visit Alta (2025) Markedsstrategi

Visit Alta (2025) Partnerundersøkelse

Visit Alta (2026) Priser for pakker / tjenester for 2026.

Øst-Finnmarkrådet (2022) Caravan og bobil i Finnmark. Rapport forstudie.