

Aktivitetsplan 2025

Visit Valdres AS



Foto: Scanout/Yngve Ask



Foto: Valdresbilder.no

Bakgrunn:

Innhold og fokusområder i Aktivitetsplan 2025 må sees i sammenheng med den regionale reisemålsstrategien «Valdres 2025», regional handlingsplan for bærekraftig utvikling (2024/2025), strategiplan for Visit Valdres (2021-2025) samt selskapets virksomhetsbeskrivelse. Alle dokumentene har relevans i forhold til hverandre, og ligger samlet og tilgjengelig på: <https://www.valdres.no/visit-valdres/styrende-dokumenter>

Visjon

Selskapets visjon er den viktigste retningsgiveren for selskapets prioriteringer og er i samsvar med regionens reisemålsstrategi der ett av hovedstrategiene er å utvikle en helårlig attraksjonskraft:

«Valdres – Norges mest attraktive besøks- og opplevelsesregion gjennom fire årstider».

Formål

- Styrke regionens verdiskapning ved av å tiltrekke flere besøkende til Valdres.
- Være en sentral aktør og pådriver i forhold til utviklingen av Valdresregionen i en bærekraftig retning, innenfor områdene:
 - ✓ bevaring av natur, kultur og miljø
 - ✓ styrking av sosiale verdier
 - ✓ økonomisk levedyktighet
- Arbeide mot en felles forståelse for, og utvikle Valdres som en sterk regional merkevare.
- Påvirke næringspolitisk for å skape gode rammebetingelser for sine medlemmer
- Ha fokus på kompetanseheving- og nettverksbygging
- Legge til rette for utviklingen av regionale opplevelsesprodukter, konsepter og løsninger.

Aktivitetsplanen er inndelt i følgende områder:

- | | |
|---|---------|
| 1. Markedsføring, salg og kommunikasjon | side 3 |
| 2. Turistinformasjon og vertskapsrolle | side 7 |
| 3. Produkt, tema- og konseptutvikling | side 9 |
| 4. Medlemsservice | side 12 |
| 5. Arenadeltagelse | side 14 |
| 6. Strategiarbeid | side 15 |

1. Markedsføring, salg og kommunikasjon:

Den viktigste oppgaven til Visit Valdres er å bidra til at flere velger å besøke regionen gjennom hele året, både turister og deltidsinnbyggere. Gode kommunikasjonskanaler er avgjørende for å kunne få ut budskapet om alle de gode grunnene til å komme til Valdres i form av aktiviteter, arrangement, opplevelser og tilbud. Bruk av digitale kanaler er den mest effektive måten å nå ut til kundene, og det er i tillegg en kraftig økning av nettbaserte henvendelser. Det er derfor helt nødvendig for Visit Valdres å bruke tilstrekkelig med ressurser for å ivareta regionens største digitale kanaler; både løpende driftsoppgaver (som vedlikehold av nettsider og besvare kundehenvendelser), men også for å kunne produsere innhold som gir oss nødvendig oppmerksomhet i en krevende konkurransesituasjon. Det er i tillegg viktig at Valdres fremstår som en samlet region der bærekraft spiller en sentral rolle i vår presentasjon og kommunikasjon av Valdres som reisemål. Vi skal by på ekte og genuine produkter og opplevelser gjennom hele året.

Sosiale Medier (SoMe)

SoMe-kanalene, og spesielt Facebook (36.000 følgere) og Instagram (17.000 følgere), er kanskje våre viktigste kommunikasjonskanaler og der vi når best ut med våre budskap. SoMe-kanalene er viktige verktøy for å drive trafikk inn til www.valdres.no gjennom kampanjer og linker til ulike tema og tilbydere. Betalte innlegg og kampanjer gir best treffsikkerhet og blir prioritert i forkant av høysesongperiodene. Vi produserer i større grad vårt eget innhold fremfor å kjøpe disse tjenestene fra eksterne leverandører og det gir oss mer kontroll, men det krever samtidig at vi til enhver tid har nødvendige ressurser, kompetanse og utstyr. Det er viktig å kunne skille seg ut i mengden av all den informasjonen som i dag formidles gjennom digitale kanaler og vi må til enhver tid sørge for å produsere og publisere innhold som skaper engasjement og som leder kunden videre til mer informasjon og bestilling.

Nettside

Regionens felles nettside, www.valdres.no, skal driftes videreutvikles i samarbeid med Valdres Natur- og Kulturpark for å skape enda mer reiselyst til Valdres og samtidig være den beste nettsiden for inspirasjon og informasjon om alt regionen har å tilby for både turister, deltidsinnbyggere, potensielle tilflyttere og fastboende. På samme måte som SoMe-kanalene er valdres.no en «ferskvare» som hele tiden må fremstå som oppdatert og aktuell, og skal på en tydelig måte formidle Valdres som et bærekraftig og ansvarlig reisemål og lokalsamfunn. Søkeoptimalisering på Google er viktig for økt besøk og er noe vi bør prioritere sammen med betalte kampanjer på SoMe. Nettsiden hadde 360.000 unike brukere og ca. 1,150 mill. sidevisninger i 2024. Dette er totalt sett en liten nedgang fra året før, men samtidig ser vi en økning i internasjonale brukere på ca. 11 %.

Mitt Sted App / Valdres App

Dette er en målrettet kommunikasjonskanal først og fremst for å nå ut til deltidsinnbyggerne. Systemet ble utviklet i samarbeid med andre visit-selskap i Innlandet, men en etter en har de andre trukket seg ut av satsingen. Fra 2025 er det kun Valdres som står igjen. Vi må derfor benytte første halvår på å vurdere om vi skal satse videre på egenhånd. Leverandøren av Mitt Sted er villig til å strekke seg langt for å kunne utvikle et system som også andre regioner kan ta i bruk på sikt og der Valdres er pilot Dette forutsetter en grundig uttesting i samarbeid med både leverandøren, hytteforeningene og kommunene.

Guider/trykksaker

Valdresguiden 2025/2026. Dette er en innholdsrik og 3-språklig informasjonsbrosjyre som ligger på turistkontorene samt distribueres til medlemsbedrifter og på naturlige innfallsporter og møteplasser både i og utenfor Valdres. Vi har den også med på arrangementer/møter der regionen skal promoteres. En digital versjon ligger på www.valdres.no. Guiden skal være trykkklar i januar 2025.

Presse/nyhetsbrev

Pressearbeid og pressemeldinger er en naturlig del av kommunikasjonsarbeidet og vi jobber aktivt opp mot både lokal presse og andre relevante aviser/magasiner for å få inn redaksjonelle saker om Valdres. Mellom 4-6 ganger i året sender vi ut nyhetsbrev til alle våre medlemmer og samarbeidspartnere; både for å holde dem oppdaterte i forhold til arbeidet som gjøres i Visit Valdres og for å dele aktuelle saker fra næringslivet i Valdres.

Internasjonalisering

Færre enn 20 % av dagens turister til Valdres kommer fra internasjonale markeder, men vi opplever nå en positiv utvikling av utenlandske tilreisende. Her ligger det derfor et stort potensial for vekst, og spesielt i lavsesongperiodene. Den internasjonale satsingen til Visit Valdres skjer i hovedsak gjennom salgssamarbeidet Mountains of Norway SA (MoN). Selskapet eies per 31/12-24 av Visit Valdres og Nasjonalparkriket Reiseliv (Nord-Gudbrandsdalen). Fra 2025 blir det en endring i eierstrukturen når Nasjonalparkriket blir en del av nye Rada Reiseliv. Rada blir en sammenslåing av Nasjonalparkriket Reiseliv, Visit Lillehammer og Visit Mjøsa (Hamarregionen). Det vil derfor være viktig å jobbe strategisk slik at MoN får en god videreføring og plass inn i det nye selskapet. Dette betyr i tillegg at Visit Valdres vil få litt ekstra ansvar i en overgangsperiode. MoN henvender seg til internasjonale turoperatører i nærmarkedene (i hovedsak Tyskland, Nederland/Benelux, Danmark, Sverige og Storbritannia) og jobber med å fremme de beste opplevelsene innenfor natur, kultur, vertskap og lokalmat i den norske fjellregionen. www.mountainsofnorway.com/

Jotunheimen Travel (JT) er også en viktig samarbeidspartner i jobbingen med internasjonale turoperatører og der de pakker turer i Valdres og omegn på både vandring, sykling og ski. JT samarbeider også tett med MoN der de fungerer som en incoming operatør. <https://jotunheimentravel.com/>

Norway Home of Skiing er et samarbeid mellom flere av de store skidestinasjonene i Norge, og er en viktig aktør som bringer inn skiturister til Beitostølen gjennom charteroperatøren TUI fra Storbritannia mellom desember og mars. <https://www.norwayhomeofskiing.com/en/>

I 2025 ønsker vi i tillegg å se på muligheten for å jobbe mer med B to C («business to consumer») fra Visit Valdres. Nå som det internasjonale markedet er i sterk vekst er det fornuftig at vi har flere ben å stå på i konkurransen om de internasjonale gjestene. Dette betyr å jobbe med kommunikasjon direkte mot sluttkundene.

Aktiviteter 2025

TEMA	BESKRIVELSE	TILTAK/AKTIVITET	PERIODE	ANSVARLIG
Digital kommunikasjon	Regionens felles informasjonsportal: www.valdres.no	1) Kontinuerlig arbeid med oppdatering, utvikling, drift og vedlikehold av nettsiden og reiselivsinholdet på alle tre språk.	Løpende	Julia: Temasider og oversettelser Øystein: Mdl. sider og arrangement Caroline: kobling til SoMe og artikler
		2) Samarbeid med VNK om innholdsproduksjon, markedsaktiviteter og nye investeringer. Faste møteplasser.	Løpende	Caroline/ Øystein
		3) Aktivt benytte SEO og Google Analytics som verktøy for økt synlighet, utvikling og overvåkning og av siden.	Løpende	Øystein
		4) Delta på relevante digitale møteplasser og kurs/ kompetanseheving samt opprettholde den gode dialogen med Visit-selskapene i Innlandet. (Kunnskapsdeling og erfaringsutveksling)	Løpende	Øystein / Caroline
	Sosiale Medier	5) Publisere innhold på Facebook, Instagram og andre relevante kanaler iht publiseringsplan.	Løpende	Caroline
		6) Jobbe med innholdsproduksjon/storytelling (Mål om min én ny film hver måned)	Løpende	Caroline i samarbeid med medlemsbedrifter/andre
		7) Målrettede kampanjer/	Iht sesong	Caroline

		annonsering innenfor hver sesong for å nå ut til et større publikum, øke antall følgere og lede trafikk inn til www.valdres.no		
	Mitt Sted App / Valdres App	8) Se på mulige løsninger for videre drift og utvikling av appen ut ifra nye forutsetninger 9) Ta en beslutninger om veien videre	Jan/Feb Mars	Øystein/Merete i samarbeid med Innocode Styret
Brosjyrer/Trykksaker	Valdresguiden 25/26 (ca. 20' eks)	1) Trykkferdig og klar til distribusjon	Jan 2025	Julia
	Andre trykksaker	2) Produktark og kart	Ved behov	Julia
Film/foto	Sørge for en god bilde- og videodatabase fra hele regionen med eksisterende og nytt materiell	1) Videreføre arbeidet med opprydding/ strukturering av eksisterende bildearkiv/bildemapper og avtaler. 2) Innhente nye bilder/filmer fra medlemsbedrifter. 3) Planlegging og produksjon av nye filmer/bilder iht behov: (SoMe, web, kampanjer, trykte medier, presse, osv).	Løpende Løpende Løpende	Caroline/Julia Øystein/Alle Caroline/Øystein (se også pt. 8 under SoMe)
Messer, konferanser og workshops	Visit Valdres skal engasjerer seg på arenaer som har til formål å promotere Valdres og fjellregionen.	1) Internasjonale messer og workshops gjennom deltagelse i Mountains of Norway 2) Bidra til planlegging og gjennomføring av	Hele året November	Mountains of Norway Øystein /Merete

		Valdreskonferansen 2025 <i>VV er medarrangør sammen med VNH, VNK; Valdres Sparebank, m.fl.</i>		
Nyhetsbrev	Nyhetsbrev til medlemmer og samarbeids-partnere.	1) Utvikling og utsending av nyhetsbrev med aktuelle saker fra Visit Valdres og reiselivet/næringslivet i Valdres	4-6x i året	Øystein/alle
	Nyhetsbrev til internasjonale turoperatører	2) Vurdere oppstart av nyhetsbrev-utsendelse til viktige turoperatører	1-2x i året	Julia
Presse/media	Formidling av aktuelle nyheter og attraktive aktiviteter og opplevelser i Valdres.	1) Kontakte relevante medier for å få inn redaksjonell omtale. 2) Sende pressemeldinger til lokal- og rikspresse	Løpende Løpende	Merete Merete

2. Turistinformasjon og vertskapsrolle

Visit Valdres drifter regionens tre turistkontorer på vegne av kommunene, noe som gir oss en unik mulighet til å være i direkte kontakt med de besøkende. For mange er dette det første møte med Valdres og denne vertskapsrollen er derfor en viktig forpliktelse overfor både kommunene og medlemsbedriftene. Vi besvarer alle typer henvendelser, både fra de som fysisk kommer innom og de som henvender seg på telefon og digitalt. I tillegg selger vi kart, turbøker, fiskekort, billetter, suvenirer og t-skjorter. Vi tilbyr brosjyrer, informasjon og veiledning om turmål, reiseruter og severdigheter både i og utenfor Valdres. Som bærekraftig reisemål har vi et ekstra ansvar for å gi våre gjester god informasjon om sikkerhet før de skal ut på tur samt om hensynsfull ferdsel i våre tur- og beiteområder. Nettsidene på valdres.no er også en viktig turistinformasjons-tjeneste.

Vi jobber videre i 2025 for å utrede muligheten for å utvikle et besøkssenter-/naturinformasjonssenter for nasjonalparkene Langsua og Jotunheimen i tilknytning til turistkontoret og Velkomstsenteret på Beitostølen, i samarbeid med blant andre kommunen, Beitostølen Utvikling, nasjonalparkstyrene, - og forvalterne.

Aktiviteter 2025:

TEMA	BESKRIVELSE	TILTAK/AKTIVITET	PERIODE	ANSVARLIG
Fagernes	NHO-godkjent grønt turistkontor (helårsåpent)	1) Betjene disk, telefon samt besvare epost- og andre digitale henvendelser. Løpende oppdatering av nettsider, o.l.	Hele året	Julia og Øystein
		2) Se på muligheter for en omdisponering og event. ombygging av arealene på Fagernes Skysstasjon etter at bussranken ble lagt ned.	Første halvår	Merete/styret i samarbeid med Skysstasjonen
		3) Drift av Fagernes og Beitostølen TK: Sørge for opplæring og gode rutiner, vaktlist, samt månedsoppgjør og innkjøp, osv. (for både Fagernes og Beitostølen)	Løpende	Julia
Beitostølen	NHO-godkjent grønt turistkontor (helårsåpent) som bemannes gjennom Visit Valdres.	1) Betjene disk, telefon samt besvare epost- og andre digitale henvendelser.	Løpende	Ove/Ola Kristian
	Adm./strategi	2) Andre oppgaver ved ledig kapasitet etter avtale med Julia. 3) Jobbe videre sammen med nasjonalparkforvalterne, kommunen og BU om potensialet for et nasjonalt naturinformasjonssenter i tilknytning til turistkontoret/Velkomsten	Jan-okt.	Julia/Merete Leif m.fl.

		teret.		
Filefjell	NHO-godkjent grønt turistkontor som er outsourcet til Intersport Filefjell.	1) Oppfølging av driftsavtale samt rutiner. 2) Evalueringsmøte	Løpende Før sommeren	Merete (avtale) Julia (rutiner) Julia/Merete

3. Produkt, tema- og konseptutvikling

Utvikling av nye produkter og konsepter er en god måte å tiltrekke nye målgrupper til Valdres samt gjøre regionen enda mer attraktiv. Visit Valdres både leder og er involvert i flere løpende prosjekter og satsingsområder som vil fortsette inn i 2025; som oppfølging av Bærekraftig Reisemål, Bærekraftig Reisemål nasjonalt nettverk (NDBR), Lokalmatsatsingen: Smak Valdres, Mjølkevegen og Mountains of Norway. Vurdering av nye prosjekt og satsingsområder gjøres løpende og er basert på både kapasiteten og økonomien i selskapet. Vi må jobbe aktivt med å koble tema og tiltak til satsingen på bærekraftig reisemål samt sørge for en god organisering av dette arbeidet fremover.

TEMA	BESKRIVELSE	TILTAK/AKTIVITET	PERIODE	ANSVARLIG
Prosjekter (VV regi):				
Bærekraftig Reisemål	Oppfølging av arbeid etter re-merking	1) Koordinere møter i Reisemålsledelsen og sørge for å sette viktige tema på dagsorden 2) Følge opp reisemålsstrategi og aktivitetene i handlingsplan for bærekraftig utvikling 3) Deltagelse i samarbeidende nettverk og ressursgrupper	Kvartalsvis iht møteplan Løpende Løpende	Merete m.fl. (Reisemålsledelsen)

[illegible]

Sykkelruta Mjølkevegen Bedriftsnettverk	Ivareta ansvaret for oppfølging av nettverket og vedlikehold langs ruta samt digital kommunikasjon.	1) Fasilitere for nettverksmøter og temamøter	Vår og høst	Julia/Merete
		2) Rekruttering av nye bedrifter inn i nettverket	1. kvartal	Julia
		3) Sette opp digitale sommer- og høst kampanjer på SoMe/Google	Etter påske og etter sommerferien	Caroline
		4) Befaring og vedlikeholdstiltak langs ruta	Juni og sept.	Julia i samarbeid med bedriftene
		5) Samarbeid med Jotunheimen Travel og MoN på utvikling og pakkeføring	løpende	Julia
		6) Vurdere ny prosjektsøknad i samarbeid med nettverket	Innen 1. juni	Merete/Julia
Mountains of Norway SA (MoN)	Et internasjonalt salgssamarbeid for fjellregioner i Norge som Visit Valdres var med å etablere i 2017. Merete er styreleder fra jan. 2025 og RADA Reiseliv overtar eierskapet fra Nasjonalparkriket Reiseliv.	1) Delta på styremøter, årsmøter og samlinger	løpende	Merete (Julia er vara)
		2) Bidra i strategiprosessen for å utvikle en mer bærekraftig og varig driftsmodell.	ila 2025	Merete (styret i MoN)
		3) Tettere oppfølging av MoN sine medlemsbedrifter i Valdres og rekruttering av nye	løpende	Julia/Øystein

		4) Jobbe med integrering av MoN inn i Rada Reiseliv	asap	Merete
Valdres Festivalnettverk	Administreres gjennom VNK	1) Bistå i revideringen av festivalstrategien	Januar	Julia/Merete
		2) Delta på min. 1-2 nettverksmøter pr år	Løpende	Julia
		3) Finne gode løsninger for digital promotering gjennom medlemskap i VV	Jan/Feb	Julia/Merete
Åpne kirker og stavkirker i Valdres	Være pådrivere for åpne kirker og stavkirker	1) Delta på møter i Valdres Stavkirkeforum samt holde innlegg på stavkirkeguide-kurset	1. halvår	Julia
		3) Markedsføre tilbudet gjennom våre digitale kanaler	løpende	Caroline/Julia

4. Medlemsservice

Med godt over 200 medlemsbedrifter er det viktig med ryddige systemer og rutiner for både oppfølging av eksisterende medlemmer og ny-rekruttering. Selskapet skal til enhver tid ha et innsalgbart konsept for alle bransjer, og tilhørende struktur i forhold til kontingent-fastsettelser. Visit Valdres skal invitere til åpent medlemsmøte min 2 ganger i året (vår/høst) samt sende ut nyhetsbrev 4-6 ganger i året. I tillegg skal vi fasilitere møteplasser for ulike bransjer/nettverk og innenfor ulike tema. Visit Valdres har en fast kontaktperson for generell oppfølging av medlemmer (Øystein Granhus) og vil i tillegg stille i lokale møter med faglige ressurspersoner ved behov/ønsker fra de lokale utviklingslagene. Vi må også jobbe mer aktivt med innsalg til nye potensielle medlemmer i samarbeid med de lokale styrelederne.

TEMA	BESKRIVELSE	TILTAK/AKTIVITET	PERIODE	ANSVARLIG
Oppfølging av medlemmer	Løpende oppfølging av medlemsbedrifter, avtaler og aktiviteter	1) Medlemskontrakter 2) Web-oppføringer 3) Kurs/kompetanse 4) Informasjon 5) Møter/kundebesøk 6) Rammebetingelser	løpende	Øystein/Merete
Medlemsmøter/-arenaer	Sikre gode møteplasser for medlemsbedriftene	1) Invitere til medlemsmøter minst 2x. pr år. 2) Invitere til og fasilitere andre relevante bransjetreff/temamøter/kurs. Bygge nettverk 3) Deltagelse på lokale møter (ved ønske/behov).	Vår/høst Jan-des Jan-des	Merete/Øystein Alle Samarbeid med VNH Velges ut ifra fagområde/tema
Nyhetsbrev og informasjon	Informere medlemmene om relevante nyhetssaker og informasjon fra Visit Valdres	1) Utsending av nyhetsbrev, normalt i forkant av høysesongsperioder 2) Formidle/dele informasjon via medlemssiden på Facebook og/eller i form av e-post utsendinger	4 – 6 ganger i året. løpende	Øystein/Merete Øystein/Merete
Temasaker	Bringe til «torgs» saker som har stor betydning for våre medlemmer	1) Følge med i samfunnsdebatten og på relevante statistikker, trender og analyser 2) Opprettholde en god dialog med NHO Innlandet og NHO	løpende	Merete/Alle Merete

		Reiseliv samt destinasjons-selskapene i Innlandet.		
Innsalg av nye medlemsavtaler	Sikre økte inntekter via flere medlemmer i Visit Valdres.	1) Oppsøkende aktiviteter sammen med lokale styre-representanter.	vår/høst	Øystein i samarbeid med lokale styreledere
Kontingents-struktur	Skal passe alle bransjer	1) Ha kontinuerlig fokus på at innbetalingsmodell er hensiktsmessig og salgbar 2) Utarbeide forslag til revidering av beregningsmodellen for medlems-kontingenter fra 2026	Løpende Innen desember	Merete/styret Merete/Øystein
Kompetanse og omstillingstiltak	Mange bedrifter har fokus på bærekraftig omstilling	1) Orienterere medlemmer om relevante ordninger og ta initiativ til kurs/kompetanse-heving. 2) Oppstart arbeidet med utvikling av digitale Valdres Vert-kurs med løsning gjennom nettverket for Bærekraftige Reisemål	Løpende Jan-Mar	Merete/Øystein i samarbeid med IN, NHO og VNH Merete/Øystein i samarbeid med VNK

5. Arenadeltagelse/verv

Visit Valdres skal delta på de arenaene der styret mener det er naturlig at vi er representert. Målet er å fremme næringslivets interesser på disse arenaene, i tillegg til å fremme nye og aktuelle saker av betydning for distriktets næringsliv. Ansvar for deltagelse er fordelt mellom daglig leder/ansatte, styrerepresentanter og regionale samarbeidspartnere.

Arena/Verv	Deltager fra 2025
NHO/NHO Reiseliv nasjonalt destinasjonsforum	Merete
Bærekraftig Reisemål nettverk NDBR (nasjonalt)	Merete
Valdresrådet	Merete
Destinasjonsselskapsnettverk i Innlandet	Merete
Reisemålsledelsen i Valdres - koordinator	Merete
Kompetanseforum	Merete
Vegforum	Eivind Brenna
Komm. Gruppe E16	VNK
Fagernes Skysstasjon – styrerepresentant	Merete
Mountains of Norway – styreleder	Merete
Faglige rådgivende utvalg for Jotunheimen og Langsua	Julia
Kulturnæringsnettverket	Merete
Mjølkevegen-nettverket - koordinator	Julia/Merete
Smak Valdres nettverket - prosjektleder	Merete (med Guri Grønolen)

6. Strategiarbeid

I 2025 skal det jobbes med en strategiprosess i Visit Valdres for å sikre trygghet, forutsigbarhet, langsiktighet og gode arbeidsforhold i selskapet. Vi må også imøtekomme behovet for en mer bærekraftig utvikling av reiselivet og der vi må få til en tettere kobling mellom reiselivsutvikling og samfunnsutvikling. Prosessen som også pågår med evaluering av det regionale næringsapparatet (VNK, VNH og VV), samt kommunal finansiering av disse, blir en viktig del av strategiprosessen.

I tillegg er det flere styringsdokumenter som må fornyes som:

- Strategisk plan for Visit Valdres (2021-2025)
- Virksomhetsbeskrivelse for Visit Valdres
- Reisemålsstrategi *Valdres 2025* (regional plan)
- Regional handlingsplan for bærekraftig utvikling (2024-2025)

Dette er planer som må sees i sammenheng. I tillegg må det være en kobling til arbeidet med ny reiselivsstrategi for Innlandet samt den nasjonale reiselivsstrategien. En god organisering og plan for strategiarbeidet må være etablert fra starten av 2025.