

Handlingsplan 2018

Visit Valdres AS



Innledning:

Visit Valdres AS er en felles serviceorganisasjon for alt næringsliv i Valdres og omegn. Selskapet ivaretar oppgaver som ble utført i Valdres Destinasjon og Valdres Næringsforum tidligere. Formålet til selskapet er å styrke regionens verdiskapning, og dette gjøres mest effektivt ved å samles alt næringsliv under en felles medlemsorganisasjon for alle bransjer. Selskapet har siste året lagt stor vekt på å tilpasse medlemsvilkår på en slik måte at alle bransjer naturlig kan finnes sin plass innenfor Visit Valdres. Denne handlingsplanen har tatt følgende utgangspunkt:

- Handlingsplanen inneholder en overordnet plan for selskapets totale virksomhet.
- Oppsatte utviklingsmål og verdigrunnlag støtter opp om et **reiseliv** og **næringsliv** som ivaretar, forsterker og fremhever Valdres sin lokale egenart, natur, miljø og kultur.
- Handlingsplanen definerer alle prosjekter, tiltak og arbeidsområder Visit Valdres har som mål å gjennomføre i 2018, samt synliggjør sammenhengen mellom disse for å underbygge en felles og samlende Valdresprofil.
- Handlingsplanen skal være et effektivt arbeidsverktøy for planlegging og gjennomføring – både for eiere, administrasjon og ansatte.
- Handlingsplanen støtter opp under selskapet Strategiske Plan 2017-2019

Flere arbeidsområder og tiltak skissert i handlingsplanen bygger også opp under «Merkevareprogrammet for Valdres» i samarbeid med Valdres Natur- og kulturpark. Vi arbeider aktivt for å kunne ha en bred representasjon i Valdresrådet gjennom partnerskapsavtale med VNK.

Visit Valdres AS eies av:

Beitostølen Utvikling	29,55 %
Vaset og Vestre Slidre Reiselivslag	14,73 %
Vang, Tyn og Filefjell Reiseliv	15,27 %
Nord-Aurdal Utvikling	14,91 %
Sør-Valdres Utvikling	15,27 %
Etnedal Utvikling	10,27 %

Styrerepresentasjon:

Hvert utviklingslag/reiselivslag velger én representant.

Tre representanter fra øvrig næringsliv, hvorav én fra landbruket.

Én ekstern representant skal være valgt inn fra Valdres Hytteforum.
Alle styrets representanter skal ha personlige varamedlemmer.

Vist Valdres AS sin visjon:

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

Selskapet skal framstå som en serviceorganisasjon for all næringsvirksomhet i Valdres og omegn.

Visit Valdres AS sine hovedmål:

1. Visit Valdres skal arbeide mot en felles forståelse for, og utvikle Valdres som en sterk merkevare. Visit Valdres har som formål å styrke regionens verdiskapning i form av å tiltrekke flere besøkende til Valdres.
2. Visit Valdres skal påvirke næringspolitisk for å skape gode rammebetingelser for sine medlemmer
3. Visit Valdres skal legge til rette for utviklingen av regionale opplevelsesprodukter i samarbeid med medlemsbedriftene.
4. Visit Valdres skal være en sentral aktør og pådriver i forhold til utvikling av Valdresregionen i en bærekraftig retning, innenfor områdene: (1) bevaring av natur, kultur og miljø, (2) styrking av sosiale verdier og (3) økonomisk levedyktighet.

Strategiplan:

Visit Valdres utarbeidet høsten 2016 en tre årig Strategisk Plan for perioden 2017-2019. De årlige handlingsplanene koordineres tett opp mot den overordnede Strategiske Planen for selskapet.

Næringspolitisk påvirkning og rammebetingelser

Det er stor sammenheng og synergi mellom ulike bransjer i Valdres. Vi snakker ofte om «ringer i vannet», som innebærer at stor aktivitet i en bransje veldig ofte gir ringvirkninger for andre bransjer. Vi tror derfor veldig på ideen om at alle bransjer samles i en felles medlemsorganisasjon; Visit Valdres. Gjennom dette framstår næringslivet enhetlige og koordinerte. Dette gir anledning til å kunne utøve påvirkning i ulike sammenhenger der næringslivet skal og bør påvirke prosesser og retninger. Skillet mellom det tradisjonelle reiselivet og øvrig næringsliv er i ferd med å bli visket bort. **Målsetningen er den samme; flere kunder/gjester til Valdres gjennom alle årstider genererer økt omsetning til hele næringslivet.** Visit Valdres har to faste plasser i Valdresrådet, én dedikert reiseliv og én dedikert næringsliv generelt. Visit Valdres skal spille en aktiv rolle og ta ansvar i utformingen av det regionale utviklingsarbeidet gjennom denne deltagelsen.

Næringslivet i Valdres

I Valdres er reiselivet bærebjelken for de aller fleste næringer, med over 600.000 kommersielle gjester og om lag 18.000 fritidsboliger. I tillegg kommer faste camping- installasjoner (vogner) samt leilighetsbygg til fritidsmarkedet. Dette skaper store synergier for alt næringsliv, og i tillegg har mange av områdetes hytteeiere vært gjester her - før de etablerte seg med egen hytte. Gjennom det, blir ulike deler av det lokale næringslivet benyttet.

Helårsdrift i reiselivet er viktig for å kunne skape attraktive og forutsigbare arbeidsplasser samt økt kompetanse blant de ansatte. Desto flere aktiviteter og arrangement som skapes i skuldresesongene, desto flere oppsøker regionen ut over helger og høytider.

Reiselivssatsingen foregår på flere nivåer og Visit Valdres deltar i prosesser og på arenaer både nasjonalt og interregionalt for å skape økt oppmerksomhet til denne viktige næringen for både Norge, Innlandet, fjellregionen og Valdres. Arbeidet består blant annet av følgende:

- Fellessatsinger og møteplasser mellom de fire destinasjonsselskapene i Oppland sammen med reiselivsansvarlig i Oppland Fylkeskommune.
- Delta på bransjetreff for destinasjonsselskaper i Norge som initieres av NHO Reiseliv.
- Deltagelse i arbeidsgruppa for ny regional verdiskapingsplan for Oppland.
- Administrasjon og styrerepresentasjon i det internasjonale salgssamarbeidet Mountains of Norway SA.
- Deltagelse i styringsgruppa i et nasjonalt bærekraftig terrengsykkelprosjekt i fjellet, «Opplysningskontoret for terrengsykling»
- Styrerepresentasjon i STIN, Stiftelsen Sykkelturisme i Norge.
- Stille opp på viktige møteplasser for å presentere betydningen av reiselivsnæringen i forhold til verdiskaping, helårs arbeidsplasser og bærekraft.

Visit Valdres har et viktig ansvar i forhold til å ivareta fagområdet for næringsutvikling og næringspolitikk, nå som Valdres Næringsforum sine roller og oppgaver er en del av Visit Valdres. I tillegg til de sakene som er beskrevet mer inngående ovenfor, skal følgende aktiviteter og tiltak følges opp videre i 2018:

- Vi skal sette egne saker på dagsorden og ha høy fokus på de årlige handlingsplanene. Næringsaktiviteter vi har fokus på skal oppfattes som en viktig og konstruktivt.
- Visit Valdres skal være en næringspolitisk premissleverandør i offentlig planlegging og forvaltning på alle nivå.
- Vi skal vi gå inn i nye saker og hendelser som er viktig for næringslivet og våre medlemmer.
- Vi skal arbeide for en raskest mulig utbygging av E16, både som hovedveg til Valdres og som hoved ferdsselsåre i regionen. Oppfølging av nasjonal transportplan (NTP) og

tiltak i forhold til NTP 2018-2029 skal ha særlig fokus. Det skal også startes opp utbedring av FV33 over Tonsåsen i 2018, og dette er også viktig for Valdres.

- Vi vil delta i arbeidet for å nå målet om å gjøre Fagernes Lufthavn Leirin til en operativ flyplass for innkommende charterfly for fjellregionene.
- Visit Valdres skal involvere seg i dimensjoneringen av studietilbudet ved Valdres videregående skule. Vi mener at studieretningen «Service og samferdsel» skulle vært i Valdres, og mener området har behov for dette i framtiden.
- For å ta vare på og videreutvikle vår identitet og våre verdier og arbeide for å få ungdom i Valdres til å velge utdanningsløp innen reiseliv, landbruk og kulturfag. Vi skal også arbeide for at ungdommen blir bedre kjent med næringslivet og jobbmuligheter i Valdres. Blant annet skal vi sørge for at en passende elevgruppe på Valdres videregående blir invitert til Valdreskonferansen.
- Vi vil engasjere oss for at det tilbys flere lærlingeplasser i Valdres.
- Vi skal delta i styringsgruppa i Karrieresenteret Valdres. Der skal vi særlig bidra til at næringslivets interesser og behov blir ivaretatt.
- Vi skal bidra til at det arrangeres Valdresvertkurs for alle 1. klassinger ved Valdres videregående skole før de går ut i sommerjobb.
- Visit Valdres vil støtte opp om en offensiv satsing i landbruket. Vi skal også være talerør, sammen med de lokale faglagene, i saker som er viktig for Valdreslandbrukets framtid.
- Vi skal bidra til at all offentlig arealbasert næringsutvikling og planlegging skal skje sammen med grunneierne.
- Visit Valdres vil videreføre tradisjon med årlig kåring av Årets Valdresambassadør.

Hytteturismen/deltidsinnbyggere

Valdres har en stor turisme knyttet til overnatting i private hytter, leiligheter og faste oppstillingsplasser for camping. Med et samlebegrep kan vi gjerne kalle dette «deltidsinnbyggere». Det er anslagsvis 20.000 slike boenheter i Valdres, og med et snitt på 2,5 personer pr enhet gir dette 50.000 «deltidsinnbyggere». I tillegg viser en undersøkelse fra 2016 at nordmenn tilbringer i snitt 49 dager på hytta.

Hvor mange døgn disse velger å tilbringe i Valdres er i stor grad avhengig av hva Valdres har å tilby dem. Blant annet vet vi at denne gruppen etterspør

- God infrastruktur, som vei og veivedlikehold
- Godt tilrettelagte stier og løyper hele året
- Aktivitetstilbud, arrangement og festivaler
- Lokalmat- og drikke

I tillegg vet vi at hytteeierne har behov for mer informasjon utover det typiske turisttilbudet. Informasjon som: bygg/- håndverktjenester, vedlikeholds-/vaktmestertjenester og andre

servicetilbud, handel, helsetjenester, eiendomsforvaltere, taksering, bank/forsikring, kommunal informasjon, osv.

For bedriftene er det svært viktig at Visit Valdres markedsfører tilbudene som finnes på de portalene og arenaene som hytteturistene besøker og målet vårt er at www.valdres.no blir den foretrukne arenaen for informasjonsinnhenting. I tillegg fungerer alle turistkontorene i Valdres som informasjonskontorer for både fastboende, hytteinnbyggere og turister.

Kommunikasjon, markedsføring og salg

Visit Valdres samarbeider med Valdres Natur- og Kulturpark (VNK) for å sikre en mer helhetlig og tydelig kommunikasjon av merkevaren Valdres. Merkevarebygging ivaretas gjennom VNK og deres handlingsprogram, som blant annet sier at slagordet «*Valdres skjerper sansane*» skal knyttes enda tettere opp mot varer, tjenester og opplevelser som Valdres leverer. Visit Valdres sin primæroppgave er å markedsføre og selge alle de attraktive produktene, opplevelsene og arrangementene slik at flere gjester velger å besøke oss.

Det norske markedet

Nordmenn er i verdenstoppet når det gjelder bruken av digitale medier for innhenting av informasjon, og mesteparten av kommunikasjonen rettes gjennom disse kanalene. Visit Valdres benytter derfor mye tid og ressurser på å bygge opp både kompetanse og innhold på www.valdres.no, Google, Facebook og Instagram. Vi bidrar også i forhold til kursing og kompetanseheving for våre medlemsbedrifter.

Til tross for den digitale utviklingen, opplever vi at noen trykksaker fremdeles har en verdi. Den årlige Valdresguiden er veldig populær, spesielt blant deltidsinnbyggerne som liker å ha et eksemplar liggende på hytta samt turister som har ankommet Valdres og skal planlegge dagene sine her. I tillegg setter fremdeles de utenlandske gjestene stor pris på papirbrosjyrer, da ikke alle har kommet like langt som nordmenn i forhold til å bruke digitale flater. Vi har redusert opplaget noe i 2018, men så lenge det er et behov i markedet for papirbrosjyre og vi kan forsvare trykkostnadene, velger vi å fortsette med Valdresguiden.

En annen viktig kommunikasjonskanal ovenfor det norske markedet er redaksjonelle artikler. Vi jobber derfor aktivt med å få inn saker, pressemeldinger eller invitere til presse møter når vi har nyheter og temaer som vi mener er interessante for omverden. Det er viktig at vi jobber enda mer for å få Valdres frem i riksmediene.

Det internasjonale markedet

I Norge er «Valdres» relativt godt kjent og med mange positive assosiasjoner i folks bevissthet, men på det utenlandske markedet har vi fremdeles mye å hente. Fordelingen

mellom Norske og utenlandske kommersielle gjester er ca. 80/20 og økt satsing på internasjonalt salg vil fortsette å være et viktig satsingsområde for Visit Valdres i 2018.

Visit Valdres har hovedansvaret for salg og markedsføring av Valdres på det internasjonale markedet. Dette gjennomføres i samarbeid med Innovasjon Norge/Visit Norway sine temasatsinger samt salgs- og markedsarbeid gjennom Mountains of Norway (MoN). I 2018 deltar vi i to internasjonale kampanjer i samarbeid med Innovasjon Norge: vandring og sykkel. Dette er en videreføring av 2017-kampanjene og er spisset mot Tyskland, Nederland, Sverige og Danmark. Messer som Vakantiebeurs, ITB Berlin, Norwegian Travel Workshop (NTW) og andre relevante salgsmesser ivaretas nå gjennom MoN. Det samme gjør pre-tur for turoperatører i forbindelse med NTW.

Mountains of Norway SA

Mountains of Norway SA (MoN) er en felles salgsorganisering for destinasjonsselskaper i fjellregionen og eies i dag av Visit Valdres, Nasjonalparkriket Reiseliv (Nord Gudbrandsdalen) og Visit Geilo, med driftsstøtte fra fylkeskommunene i Oppland og Buskerud. Selskapet ble operativt i februar 2017 med oppstart av vår første «fjellselgar,» Eirik Høyme Rogn.



Forretningsidéen til MoN er å stå sammen om markedsføring og salg av norske fjellopplevelser til internasjonale tur- og reiseoperatører innenfor temaer som vandring, sykling, fiske, ski, kultur og lokalmat samt nasjonalparker. Formålet er å trigge en interesse samt skaffe flere internasjonale besøkende til fjellregionene i Norge.

21 bedrifter ble med i salgssamarbeid fra starten og 7 av disse er medlemmer i Visit Valdres. Destinasjonsselskapene og bedriftene har en samarbeidsavtale på 3 år (2017-2019). MoN ble etablert som et eget SA i mai 2017. På grunn av stor pågang og interesse i markedet, måtte enda en «fjellselgar» engasjeres og Annette Neshagen var på plass fra 1. september. Per 31/12-17 kunne selgerne vise til hele 12 nye operatøravtaler som de hadde vært involverte i.

I løpet av 2018 vil vi ha nærmere 30 bedrifter/tilbydere i MoN. Selskapet ønsker en kontrollert vekst, med flere destinasjoner og bedrifter, men først og fremst innenfor de regionene vi allerede jobber i som er Gudbrandsdalen, Hallingdal og Valdres. MoN vil ha økt fokus på å synliggjøre fjellregionens «signaturprodukter» som viktige døråpnere for å skape interesse for andre produkter og områder. For Valdres er det Kongevegen og Mjølkevegen som først og fremst skal fremheves.

Visit Valdres v/Merete Hovi er styreleder for selskapet og har det administrative ansvaret.

Aktivitetsplan for salg og markedsføring i 2018:

1. **Innovasjon Norges internasjonale sykkelkampanje (hele året)**
2. **Innovasjon Norges internasjonale vandrekampanje (hele året)**
3. **Hyttemesser:** Visit Valdres stiller med 1-2 representanter til Hyttemessene både vår og høst for å profilere aktiviteter og arrangementer i Valdres.
4. **Valdreskonferansen:** En viktig konferanse for næringslivet i Valdres som arrangeres i april av Valdres Næringshage, VNK, Visit Valdres og Scandic Valdres.
5. **Messer og workshops i utlandet:** All utenlandsk messedeltagelse vil koordineres gjennom vår deltagelse i Mountains of Norway SA.
6. **STIN (Stiftelsen Sykkelturisme i Norge):** Felles nasjonal profilering av sykkeltilbudet, med fokus på sykkelopplevelser langs nasjonale ruter.
7. **Valdres på Facebook:** Løpende oppdateringer av aktuelle budskap som «hva skjer», dagens Instagram, samt temakampanjer rettet mot spesifikke markeder/områder med et konkret budskap. Facebook-siden skal generere økt trafikk til www.valdres.no
8. **Web: www.valdres.no:** En av våre største satsingsområder og den beste måten å nå ut til kunder og markeder – spesielt de norske. Web-satsingen er et samarbeid med Valdres Natur- og Kulturpark.
9. **Valdresguiden 2018:** Opplag 20.000 (norsk, engelsk, tysk). Klar til vinterferien. Elektronisk versjon på www.valdres.no
10. **Sykelguider**
 - a. Produksjon av ny Mjølkevegen-brosjyre med flere turforslag
 - b. Samarbeid med VNK om mulighet for sykkelguide for Valdres
11. **Produktark:** Aktuelle produktark utvikles samarbeid med våre medlemsbedrifter.
12. **Film/foto:**
 - a. Videreføring av samarbeid med VNK som ble inngått i 2016 om å produsere en attraktiv hovedfilm for Valdres som inneholder våre viktige temaområder (vandring, sykkel, fiske og ski) til bruk på web, messer, kampanjer og presentasjoner, samt korte tematiske filmsnutter til bruk i sosiale medier.
 - b. Siste del av foto-shoot langs Mjølkevegen
13. **Nyhetsbrev fra Visit Valdres** til medlemmer og samarbeidspartnere sendes ut ca. 6 ganger i året.
 - 1) **Presse/Media/Film:** Kontakte relevante norske og internasjonale magasiner for å få inn redaksjonell omtale, som Reiser & Ferie, Fjell og Vidde, På Sykkel, Nordis. Vurdere samt jobbe med tv-produksjonsselskaper som henvender seg til oss ifm. Valdres som foretrukket innspillingslokasjon.

Digitale flater

Den tekniske plattformen *New Mind Tellus* ble kjøpt inn i fellesskap av Visit Valdres, Visit Lillehammer og Gjøvikregionen Hadeland Ringerike Reiseliv. Dette gjør at Valdres får en mer helhetlig og samordnet digital kommunikasjons-plattform. Det er ikke minst viktig for alle som skal besøke oss. Nå er inngangsporten til all informasjon om Valdres på www.valdres.no

Kvalitetssikring av informasjon på nettsiden er derfor noe vi hele tiden må jobbe slik at all informasjon er korrekt, og standardisert, og i tillegg har en salgsutløsende funksjon. Løsningen vi har valgt har et responsivt design slik at den fungerer like godt på alle plattformer, noe som er viktig med tanke på nær halvparten av brukerne våre benytter mobiltelefon.

Som et resultat av kompetansehevingsprosjektet Digitalt Reiseliv Oppland i samarbeid med OFK og destinasjonsselskapene, ønsker vi nå å etablere en regional kompetansegruppe hvor kompetanseutveksling og kvalitetssikring av informasjon på web/sosiale medier blir hovedinnsatsområder.

Hva Skjer kalenderen vår er den best oppdaterte og har blitt den mest brukte i Valdres. Det er viktig at både fastboende, både i og utenfor Valdres har ett sted det kan finne ut av alle store og små arrangement og festivaler i Valdres. Vi har valgt å utvide innholdet med alle typer events som er åpent for alle å delta på. Dette er en viktig del av vårt kommunikasjonsansvar ovenfor både gjester, medlemsbedrifter og samarbeidspartnere.

Sosiale medier har fått en sterkt økende betydning i vår digitale kommunikasjon og vi har per fra starten a 2018, mer enn 25 000 følgere på Facebook, 10.600 på Instagram, samt at flere og flere «tagger» bilder de legger ut med *#valdres*. Vi har på samme tidspunkt 180 000 bilder med *#valdres/#visitvaldres*, og øker raskt. I tillegg har Mjølkevegen egen Facebook-side og Instagram profil som skal videreutvikles i 2018.

Vi jobber kontinuerlig med å få økt trafikk mot vårt domene og økt interaksjon på sosiale media.

- 1) www.valdres.no (norsk, engelsk og tysk)
 - a. Hovedoppgaver for 2018 vil være en kontinuerlig videreutvikling av siden i forhold til nye funksjoner og muligheter som ligger i den tekniske løsningen vi har valgt. Menystrukturer må justeres for å kunne ivareta våre medlemmer og bransjekategorier på en bedre måte. Vi har gode statistikker som viser hvilke deler av nettsiden som fungerer bra (som det

klikkes mye på) og hvilke sider som har liten aktivitet/interesse blant de som besøker siden. Dette er et kontinuerlig arbeid.

- b.** Vi må øke selskapets kompetanse på Google Analytics for å kunne overvåke siden vår bedre samt gjøre nødvendig justeringer samt i forhold til gjennomføring av egne Google-kampanjer.
- c.** En stor jobb må gjøres i forhold til oppdatering av medlemmenes egne produktsider samt opprette gode rutiner for registrering av alle nye medlemmer. Visit Norways websider henter automatisk opp dataene som ligger i vårt system og derfor er viktigheten av kvalitetssikring høy.
- d.** Investeringer av nødvendige tilleggsmoduler gjøres i samarbeid med VNK og i henhold til avtale.
- e.** Implementeringen av VNK sine sider, samarbeid om redaksjonelle saker, nyhetsbrev til kunder samt avklaring av roller og arbeidsfordeling mellom VV og VNK er kontinuerlig tema på jevnlig redaksjonsmøter bedriftene mellom.
- f.** Vi jobber videre med å utvikle områdeportaler innenfor www.valdres.no i samarbeid med de lokale reisemålene som ønsker å gå inn på en slik løsning.

2) Sosiale media

- a.** Vi må forbedre oss ytterligere på bruk av sosiale media slik at dette blir en enda tydeligere kommunikasjonskanal. Samtidig som vi etablerer en arbeidsflyt for å få best mulig effekt av dette arbeidet. Noe kursing vil bli nødvendig, men dette vil også medlemmene ha direkte nytte av.

3) Outtt

- a.** Vi må først og fremst sørge for kvalitetssikring av informasjon som ligger på plattformen samt øke utvalget av turer. Mjølkevegen og Kongevegen må prioriteres.
- b.** Vi må vurdere de utviklings- og markedsmuligheter som ligger i Outtt systemet i forhold til vår egen nettportal, slik at disse i enda større grad kompletterer hverandre.

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, samtidig som vi kan profilere våre medlemsbedrifter, aktiviteter og arrangement. Vi besvarer alle typer henvendelser, både fra de som kommer innom, på telefon og på nett. I tillegg selger vi kart, turbøker, fiskekort, billetter og suvenirer. Vi tilbyr brosjyrer, informasjon og veiledning om turmål, reiseruter og severdigheter både i og utenfor Valdres. For mange besøkende er dette

det første møte med Valdres og denne vertskapsrollen er derfor en viktig forpliktelse ovenfor kommunene og næringen. Vi vil i løpet av 2018 fokusere på å finne løsninger på hvordan vi i framtiden kan kommersialisere turistkontorene enda mer inn mot ulike typer av salg på vegne av våre medlemsbedrifter, spesielt i forhold til aktiviteter og opplevelser.

1) Valdres turistkontor, Fagernes (hovedkontor)

- a. Helårsåpent turistkontor med nær 10.000 besøkende i året. Normal åpningstid er mandag til fredag fra 08-16, men i høysesong samt i forbindelse med store arrangement har vi utvidede åpningstider og økt bemanning.
- b. Turistkontoret bemannes av de ansatte i Visit Valdres, som i tillegg har fagansvar for hovedsatsingsområdene samt områdeansvar og medlemsoppfølging. Flere jobber i tillegg med utviklingsprosjekter og nettverksprosjekter. Dette gir turistkontoret særskilt høy kompetanse regionens temasatsinger samt at vi har løpende kontakt med medlemsbedriftene, noe som gir en god informasjonsflyt. I høysesong og ferier benyttes vikarer samt at vi har noen på tilkalling dersom det skulle bli nødvendig.
- c. Antall besøkende går sakte ned, men dette er ikke unaturlig med tanke på at flere nå benytter nettet for å innhente informasjon om reisemål og aktiviteter. Vi har en sterk vekst i antall besøkende på ww.valdres.no og på Facebook/Instagram. **Arbeidet med webutvikling og den økende digitale kommunikasjonen med kundene må derfor sees i sammenheng med turistinformasjonstjenesten.**

2) Beitostølen

- a. Helårsåpent turistkontor med ca. 16.000 besøkende i året. Åpningstidene på Beitostølen er i stor grad basert på helger og høysesongperioder, og har heller stengt i noen ukedager samt i lavsesong. Telefonen er viderekoblet til Fagernes de dagene kontoret er stengt samt at e-post henvendelser blir besvart.
- b. Turistkontoret bemannes av en ansatt i tilnærmet full stilling og to deltidsansatte/tilkallingsvikarer. De har høy faglig kompetanse i forhold til turer og opplevelser, både i og utenfor Beitostølen/Valdres.

3) Filefjell

- a. Driften av turistinformasjonen på Tyinkrysset er «utleid» til Intersport Filefjell. Fordelen med dette er at Intersport har helårsåpent samt utvidede åpningstider, noe som gjør turistinformasjonen tilgjengelig for turister og hytteeiere. Registrering av antall besøkende på turistkontoret er viktig å følge opp, sett i relasjon til den positive utviklingen i antall hytter i dette området samt attraktive opplevelser som turer i

Jotunheimen og den raskt økende interessen for Kongevegen og Mjølkevegen, etc. Signalene fra Vang kommune at turistinformasjonstilbudet må opprettholdes som en god service for hytteeiere og besøkende.

4) Kirkeguiding

- a. Guiding i Høre og Øye stavkirker vil videreføres på samme måte som tidligere år. Dette er et oppdrag vi utfører med innleid sommerhjelp. Kostandene dekkes av billettinntekter samt et fast kommunetilskudd fra Vang kommune.

Produkt- og konseptutvikling

Valdres trenger flere salgbare produkter, spesielt med tanke på at vi nå skal satse tyngre internasjonalt. Vi har behov flere «fyrtårn» som setter oss på reiselivskartet samt koble produktene våre tettere sammen med tilbyderne av transport, overnatting, servering og aktiviteter. Samtidig er det et økende fokus på bærekraftig utvikling og vi skal jobbe mye med dette gjennom prosjektet «Valdres som Bærekraftig Reisemål innen 2020».

Prioriterte prosjekter i 2018 vil derfor være:

1) Mjølkevegen Hovedprosjekt - Norges nye opplevelserute på sykkel

- a. Mjølkevegenprosjekt gjennom Innovasjon Norge (nettverksprosjekt)
 - i. Et 3-årig hovedprosjekt som startet i juni 2016 i samarbeid med 10 nettverksbedrifter. Det er en av våre største satsinger og er selve definisjonen på tursykling i Valdres. I løpet av første kvartal 2018 skal det sendes en ny søknad til IN for «år 2».
 - ii. Infrastrukturbehov 2018: Utsetting av to mjølkeramper samt skilting av ruta via Bygdin og Eidsbugarden. Søknad om finansiering sendes til relevante instanser.

2) Opplysningskontoret for terrengsykling (OFT) 2016 - 2018

- a. Et interregionalt samarbeidsprosjekt mellom 7 destinasjonsselskaper (Visit Valdres, Trysil, Visit Geilo, Hemsedal, Nesbyen, Ål og Gol) som jobber med å utvikle standarder og retningslinjer for bærekraftig utvikling av terrengsykling i Norge. Målet er å øke regionenes attraktivitet for både besøkende og fastboende. OFT samarbeider bredt med departement (KMD), fylkeskommuner og interesseorganisasjoner. Prosjektet ivaretar temaer som

bærekraftig stibygging, nye skiltstandarder, revidering av merkeordningen «syklist velkommen», guideutdannelse og andre relevante områder.

b. Terrengsykkelprosjekt i Valdres

- i. Generelt:** Visit Valdres ser på muligheten for å etablere et regionalt terrengsykkelprosjekt for å samordne satsingene i Valdres etter modellen «Tråkk 'n Roll» i Hallingdal. Kompetanseheving, kompetansedeling og felles prosjektstyring/administrasjon vil være svært fordelaktig, da de ulike tilbudene som utvikles vil komplettere hverandre og ikke konkurrere.
- ii. Beitostølen:** I 2016 var OFT/Visit Valdres med på å finansiere 50 % av en master plan for utvikling av terrengsyklingsmuligheter på Beitostølen. Øystre Slidre kommune har nå avsatt midler til prosjektet i en 5-års tidshorisont, med forventet byggestart i midten av mai, og ferdigstilling av første byggetrinn før høstferien 2018. Visit Valdres kan tilby bistand i forhold til prosjektadministrasjon samt bidra med støttebidrag og kompetanse gjennom OFT-prosjektet i 2018. Kasper Madsen (Bike Beitostølen) engasjeres som byggeleder pga av sin terrengsykkel-erfaring samt stibyggerkompetanse og Beitostølen Utvikling er prosjektansvarlig.
- iii. Nord-Aurdal:** I Nord-Aurdal vokser terrengsykkelinteressen raskt og det finnes mange pådrivere innenfor sykkelmiljøet, som CK Valdres og arrangementet Off Road Valdres. Både Fagernes, Leira og Aurdal er områder der terrengsykling potensielt kan vokse seg enda større, spesielt i område rundt Fløafjorden og med utgangspunkt i Valdres Storhall. Det er viktig at veksten av terrengsyklister i disse områdene foregår på en kontrollert måte for å sikre at stiene/områdene tåler denne belastningen. Det er derfor et relativt stort kartleggingsbehov i Nord-Aurdal samt at det bør lages en overordnet plan, noe OFT kan bistå med i samarbeid med kommunen og sykkelmiljøet (både med ressurser og kompetanse).
- iv. Tyin-Filefjell:** Det ligger også et stort potensial for terrengsykkelutvikling i dette området sammen med Tyin-Filefjell Utvikling og Vang kommune. På samme måte som Nord-Aurdal, er det først og fremst behov for en kartlegging av muligheter og utfordringer forbundet med utvikling av et kommersielt terrengsykkeltilbud.

2) Valdres som bærekraftig reisemål innen 2020

Visit Valdres er i gang med prosjektet «bærekraftig reisemål» med støtte fra Innovasjon Norge og har som mål å motta merket i løpet av 2020. En

foranalyse ble gjennomført i slutten av 2017/starten av 2018, og forprosjektet starter i midten av februar 2018. Vi har mottatt en bevilgning fra Innovasjon Norge på kr 250 000 til forprosjektet, som i hovedsak består i å kartlegge regionens «nå-situasjon» i forhold til 44 bærekraftkriterier innenfor tre hovedkategorier: **(1) bevaring av kultur, natur og miljø (2) styrking av sosiale verdier og (3) økonomisk levedyktighet**. Denne kartleggingen vil resultere i en handlingsplan for Valdres som blir utgangspunktet for hovedprosjektet, som har en forventet oppstart på sensommeren/høsten 2018. Standard for bærekraftig reisemål (kriterier og indikatorer) finnes her:

<http://www.innovasjon Norge.no/contentassets/8e208e009bb047b9af2545b6c89d699f/standard-2.0.pdf>

Miljøfyrtårn

I tråd med dette arbeidet må Visit Valdres sette i gang prosessen for å bli sertifisert som miljøfyrtårn; da dette er en forutsetning for å kunne søke om midler til hovedprosjektet. Vi har et mål om å bli miljøfyrtårn innen 1/6-18. Vi vil i tillegg sette i gang en prosess for å få flere av våre medlemmer samt kommuneadministrasjoner til å gjøre det samme, da regionen vil bli målt på økningen i antallet nye miljøsertifiserte bedrifter i prosjektperioden.

3) Prosjekter Visit Valdres leies ut til:

Det forekommer at våre eiere/samarbeidspartnere/medlemmer ønsker å leie våre ressurser til gjennomføring av lokale prosjekter og tiltak samt interne kurs og foredrag. Vi kan også ta på oss administrative oppdrag for prosjekter/nettverk. Dette må vurderes i hvert enkelt tilfelle i forhold til selskapets kapasitet samt ut i fra en avtalt timesats.

4) Prosjekter/tiltak/tema som krever delaktighet fra Visit Valdres:

Nytt nettverksprosjekt for å skape aktivitet på Fagernes Lufthavn Leirin

Et nytt nettverksprosjekt som består av næringsaktører fra både Valdres og Hallingdal er under etablering og skal ledes av Børre Berglund og Morten Torp, som har hatt stor suksess med prosjektet «Arena Lønnsomme Vinteropplevelser i Nord-Norge». Målet er å samle ca. 20 bedrifter som ønsker internasjonale gjester hele året via Fagernes Lufthavn. Bakgrunnen for denne satsingen er rapporten «*Evaluering av utviklingsmuligheter for Fagernes Lufthavn Leirin som privat helårs charterflyplass*». Dette var et oppdrag som ble gjennomført på vegne av fylkeskommunene i Oppland og Buskerud. Rapporten konkluderer blant annet med at det er utviklingsmuligheter for Leirin som helårs charterflyplass så lenge reiselivsnæringen og det offentlige virkemiddelapparatet står sammen. Visit Valdres vil være en naturlig støttespiller i et slikt prosjekt.

Areal og transportplan Fagernes – Leira

Sammen med tre andre næringskommenslutninger i Nord-Aurdal, Vegvesenet, Kommunen og Fylkeskommunen, har Visit Valdres inngått en 5-årig samarbeidsavtale om areal- og transportutviklingen i Fagernes og Leira 2015 – 2020. Arbeidet er viktig for at Fagernes/Leira skal utvikle seg godt som «regionhovedstad» for både de fastboende og besøkende i Valdres. Visit Valdres har påtatt seg å være næringslivets representant i styringsgruppa, i tillegg til at vi har en representant i arbeidsgruppa.

Langsua Nasjonalpark:

Langsua er Norges yngste nasjonalpark, opprettet i 2011. Det finnes en rekke merkede løyper og stier samt gode muligheter for jakt og fiske. I et reiselivsperspektiv er det enda mer som kan gjøres for å tilrettelegge disse områdene for turisme. Julia deltar i aktuelle møter om Langsua som representant for VV.

Diverse nettverk gjennom VNK

VV deltar på møter i nettverkene der vår tilstedeværelse er naturlig og nødvendig:

- v. Festivalnettverket
- vi. Gard- og stølnettverket (inkl. ansvar for regnskap).
- vii. Mat frå Valdres

Kongevegprosjektet

Kongevegen over Filefjell er nå etablert som et eget SA. Prosjektet jobber med å skape salgbare produkter langs denne historiske ruta. Visit Valdres har ingen direkte rolle i prosjektet, men deltar ved behov. Det er viktig at vi har en tett og god dialog i forhold til utvikling av Kongevegen som et opplevelsesprodukt for Valdres da Visit Valdres sin rolle blir å markedsføre og selge produktene gjennom våre kanaler.

Valdres Friluftsråd

Kvalitetssikring og videreutvikling av eksisterende produkter er viktig. **Valdres Friluftsråd** har siden 2012 hatt ansvar for å løse mange av disse utfordringene. Valdres Friluftsråd er underlagt VNK, men VV har en plass i samarbeidsutvalget og kan være med å påvirke hva slags oppgaver som skal ivaretas og prioriteres.

Opprettelsen av Valdres Friluftsråd bidrar til at arbeidet med tilrettelegging av stier og løyper i Valdres nå er satt i system, der kommunene samarbeider på tvers for en mer enhetlig skilting av regionen.

Besseggen som nasjonal turiststi

Oppland Fylkeskommune har søkt Miljødirektoratet om tilskudd til Besseggen som nasjonal turiststi. Hovedmålet med søknaden er å sørge for at Besseggen skal fortsette å være en kvalitetsopplevelse for turfolk i all fremtid, og at Besseggen skal brukes som et utgangspunkt for å planlegge for en bred verdiskaping i både Valdres og Nord Gudbrandsdalen. Visit Valdres er en av flere samarbeidspartnere i denne satsingen.

Medlemsservice

Vi har ca. 270 medlemsbedrifter i dag, og som er økende, fordelt på 6 lokale utviklings- og reiselivslag som i stor grad er sammenfallende med kommunegrensene. Visit Valdres ønsker i tillegg alle bedrifter som ligger i grenseområdene, og som ser en naturlig tilhørighet til vår region og våre satsingsområder, velkommen som medlem.

Alle medlemmer må inngå skriftlig medlemskontrakt. Beregningsmodellen for medlemskontingenten, ble justert i 2017, og der beregningen tar utgangspunkt i omsetning x bransjefaktor (promille- % av omsetning). Det er andre satser for foretaks former utover AS. Minstesatsen er 3.000,- for AS, kr 1.500,- for ENK foretak.

I tillegg til medlemskapet har medlemmene blant annet mulighet til å kjøpe annonser i Valdresguiden og på web, delta i kampanjer, være med på arrangement i regi Visit Valdres, delta på kurs/fagseminarer, samt bli en del av nettverkssamarbeid gjennom ulike prosjekter.

1. Visit Valdres har én områdeansvarlig i hvert lokallag som:
 - a. Har dialog og oversikt over medlemsbedriftene
 - b. Deltar i lokale medlemsmøter ved behov
 - c. Er en pådriver og dialogpart i forhold til opprettelse og gjennomføringen av lokale handlingsplaner som er i samsvar med den overordnede handlingsplanen til Visit Valdres (i samarbeid med styreleder lokalt)
 - d. Holder lokal styreleder og medlemmer orientert om arbeidet i Visit Valdres. I forbindelse med medlemsmøter fast orientering om Visit Valdres.
 - e. Bistand til verving av nye medlemmer i samarbeid med styreleder lokalt.

2. Nyhetsbrev sendes ut til alle medlemmer og samarbeidspartnere ca. 6 ganger per år. Medlemmene får også tilbud om aktuelle kurs/seminarer, samt at vi inviterer til felles medlemsmøter.

3. Etter ønske fra medlemmene skal vi ha fokus på å organisere flere kurs/samlinger som fokuserer på kompetanseheving og mersalg. Tema- og bransjesamlinger fremfor geografiske samlinger.
4. Visit Valdres foretar all utfakturering av næringskontingent 2x i året samt betaler fakturaer på vegne av lokallagene i forhold til vedtatt lokal handlingsplan.
5. Visit Valdres vil i tillegg til synliggjøre sine medlemmer på fanen Visit Valdres på nettsiden valdres.no, ta initiativ til å legge til rette for kobling via fanen «Hytte i Valdres» for de samme medlemmer. Dette skal sikre synlighet for medlemmer i Visit Valdres som vare- og tjenestetilbydere

Lokale handlingsplaner

Visit Valdres skal være et verktøy for næringen, men det er allikevel viktig at selskapet legger noen føringer i forhold til hva områdene bør prioritere i sine lokale handlingsplaner. Tiltakene skal fortrinnsvis være varige produktutviklingstiltak og konsepter som har som formål å tiltrekke flere gjester, og ikke til generell drift. De lokale handlingsplanene må også ha en sammenheng med selskapets overordnede handlingsplan for reiselivs- og næringsutviklingen i Valdres, spesielt med tanke på prosjekter som Mjølkevegen og Bærekraftig Reisemål som prosjektfinansieres fra OFK/IN.

De lokale handlingsplanenes økonomiske rammer vedtas av styret i Visit Valdres årlig og har p.t en generell ramme på 20 % av inntektene pr. område.

Års- og aktivitetsoversikt

Måling av resultater

Det er viktig å kunne ha noen måleparametere i forhold til arbeidet som gjøres i Visit Valdres. Selv om det er mye som kan påvirke ulike resultater, er besøksstatistikken til SSB et verktøy som kan benyttes. Denne viser kommersielle overnattingsdøgn fordelt på både nasjonalitet og type overnatting. Vi må i tillegg sørge for å lage noen enke måleparameter for hovedsatsingsområdene våre, som økningen i antall sykkel- og fisketurister som et resultat av arbeidet som gjøres. Dette må gjøres hos nettverksbedriftene som er aktive deltagere i prosjektene.

Når det gjelder målinger av arbeidet som gjennomføres på web og sosiale medier, finnes det gode verktøy for dette. Webansvarlig deltar p.t i en kursrekke blant annet for å øke kompetansen i Google Analytics, og andre nyttige web-verktøy. Effektmåling på web er en viktig del av arbeidet og vil ha et økt fokus fremover.

Ut over dette vil vi også benytte SSB statistikk i forhold til antall nye hytter som bygges i Valdres samt se på endringer i varehandelsomsetningen (kommuneprofilen.no).

Tilbakemelding/kundemåling

Visit Valdres er en medlemsorganisasjon til for sine eiere og medlemmer. Vi vil i løpet av 2018 iverksette en enkel kundetilfredshetsmåling/Quest-back blant sine medlemmer for å sikre tilbakemelding på viktige områder, for å ivareta medlemmenes interesser på en effektiv måte. Dette vil bli et viktig supplement til styre- og medlemsmøter, samt daglig dialog med medlemsbedrifter.

Administrasjon/organisasjon

Tett oppfølging av budsjett og økonomi vil ha høy prioritet i 2018.

Alle prosjekt- og tiltaksområder rapporteres i separate regnskapsrapporter og alle sluttrapporter på søkbare prosjekt godkjennes av revisor.

Reiselivssjefen bistår i oppstarten og organiseringen av alle prosjekter med ekstern finansiering samt ha det overordnede ansvaret for rapportering og økonomi. De ansatte vil få utdelt del-budsjetter innenfor sine ansvarsområder.

Fordeling av prosjekt-, område og temaansvar

	Prosjektansvar	Områdeansvar	Temaansvar
Julia Helgesen (100 %) Ansv. for turistkontorene (Verneombud)	Valdresguiden Visnings-/presseturer Bistand: prosjekter Bistand: mrk. kamp/arr.	Nord-Aurdal, Øystre Slidre og Vang Kontaktperson for nettverk/arb.grupper: (kunst, festival, gard og støl samt nasjonalparker) Koordinator for stavkirkeguiding	Turistinformasjonene (kontor og web) <u>Grafisk:</u> Kataloger/produktark/ annonser, o.l. Vandring
Øystein Granhus (100 %) Webansvarlig	Digitalt Reiseliv Oppland Webansvarlig www.valdres.no/.com Markedsgruppe med VNK (marked, web, komm.)	Etnedal, Sør-Aurdal og Vestre Slidre	Drift og utvikling av valdres.no samt statistikk/målinger Fiske, Turski <u>Bistand:</u> Turistkontoret
Merete Hovi (100 %) Reiselivssjef	Oppstart «alle» prosjekter -Prosjektsøknader -Prosjektregnskap -Rapportering Sykkelruta Mjølkevegen (Hovedprosjekt) Bærekraftig Reisemål innen 2020 Mountains of Norway -Int'l salgssamarbeid Opplysningskontoret for terrengsykling (OFT) -arbeidsgruppe for merkeordning Samarbeid: «Mat og Reiseliv» gjennom Fjellnettverket og IGW 2018-2020		Nyhetsbrev 6x/år <u>Styringsgrupper/styrerep:</u> Mountains of Norway (styreleder og adm.) Terrengsykkelprosjekt OFT STIN: Sykkelturisme i Norge Digitalt Reiseliv Oppland Valdresvert Valdresrådet Samråd m/VNK Samarbeidsutvalg: Valdres Friluftsråd

Erik Engelién (100 %) Daglig leder	ATP Fagernes Leira Andre prosjektet knyttet til regional næringsutvikling. Arb. gruppe: Valdreskonf. Vegforum Kompetanseforum	Adm.: Øk/regnskap/personal Jobbe med selskapets finansieringsmodell og struktur	Fagansvar for næringsutvikling og næringspolitisk påvirkning Samråd m/VNK Valdresrådet
Alexandra Henderson (ca. 80 %) Lars H. Andersen (ca. 10 %) Sissel Anderssen (ca. 10 %)	Daglig drift av Beitostølen Turistinformasjon	Beitostølen omegn	Betjening av turistkontoret på Beitostølen Engelsk oversettelse (Alexandra) Enkel web-oppdatering

ÅRSHJUL 2018 (det kan forekomme endringer)

