

Virksomhetsbeskrivelse 2021 -

Visit Valdres AS



Foto: Valdresbilder.no



Foto: Valdresbilder.no



Foto: Scanout/Yngve Ask



Foto: Scanout/Yngve Ask

Innledning

Visit Valdres AS er regionens destinasjonsselskap og en felles serviceorganisasjon for næringslivet i Valdres og omegn. Selskapet ivaretar oppgaver av interesse for alle bransjer, med formål om å **styrke regionens verdiskaping ved å tiltrekke flere besøkende gjennom hele året**. Dette gjøres mest effektivt ved å samle alt næringsliv inn under en felles medlemsorganisasjon. Selskapet har lagt stor vekt på å tilpasse medlemsvilkår på en slik måte at alle bransjer naturlig kan finne sin plass innenfor Visit Valdres.

Virksomhetsbeskrivelsen

- Inneholder en overordnet plan for selskapets totale virksomhet.
- Sørger for at oppsatte utviklingsmål og verdigrunnlag støtter opp om et **reiseliv** og **næringsliv** som ivaretar, forsterker og fremhever Valdres sin lokale egenart, natur, kultur og miljø.
- Definerer prosjekter, tiltak og arbeidsområder Visit Valdres har som mål å ta tak i, samt synliggjør sammenhengen mellom disse for å underbygge en felles og samlende Valdresprofil.
- Skal være et effektivt arbeidsverktøy for planlegging og gjennomføring – både for eiere, administrasjon og ansatte.
- Må sees i sammenheng med selskapets årlige aktivitetsplan, strategiplan for Visit Valdres 2021 - 2025 og reisemålsstrategien «Valdres 2025».

Flere arbeidsområder og tiltak skissert i virksomhetsbeskrivelsen bygger også opp under «Merkevareprogrammet for Valdres» i samarbeid med Valdres Natur- og kulturpark (VNK). Visit Valdres 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 Vekst	14,73 %
Vang Utvikling	15,27 %
Nord-Aurdal Utvikling	14,91 %
Sør-Valdres Utvikling	15,27 %
Etnedal Utvikling	10,27 %

Styrerepresentasjon:

Én representant fra hvert av eierselskapenes styrer.

Tre representanter fra øvrig næringsliv, hvorav én fra landbruk/skogbruk samt én

representant fra Valdres Hytteforum.

Alle styrets representanter skal ha personlige varamedlemmer.

Visit Valdres AS sin visjon:

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

Visit Valdres AS sine hovedmål:

1. Visit Valdres har som formål å styrke regionens verdiskapning i form av å tiltrekke flere besøkende til Valdres.
2. Visit Valdres skal arbeide mot en felles forståelse for, og utvikle Valdres som en sterk regional merkevare.
3. Visit Valdres skal påvirke næringspolitisk for å skape gode rammebetingelser for sine medlemmer
4. Visit Valdres skal ha fokus på kompetanse- og nettverksbygging
5. Visit Valdres skal legge til rette for utviklingen av regionale opplevelsesprodukter, konsepter og løsninger i samarbeid med medlemsbedriftene og eierne.
6. 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.

Reisemålsstrategien «Valdres 2025»:

I desember 2020 vedtok regionen en helt ny Reisemålsstrategi: «Valdres 2025» som ble utviklet som en viktig del av prosessen for å oppnå merket for Bærekraftig Reisemål.

Strategien skal være retningsgivende for hvordan reiselivet i Valdres skal utvikle seg de neste 5 årene. Strategien peker ut tre hovedområder:

1. Omstille til et mer bærekraftig reiseliv
2. Utvikle helårlig attraksjonskraft
3. Reiselivets rolle som samfunnsnyttig næring

Medlemmer

Visit Valdres har medlemmer i alle de 6 Valdreskommunene (Etnedal, Sør-Aurdal, Nord-Aurdal, Øystre Slidre, Vestre Slidre og Vang). Medlemmene er også tilknyttet sine lokale utviklingslag (ett i hver kommune) som er Visit Valdres sine eiere. Inntektene gjennom medlemskontingenter utgjør ca. 30 % av selskapets totale omsetning. Medlemskapene reguleres gjennom skriftlige avtaler og kontingentene beregnes normalt ut ifra omsetning og bransjekode.

Etiske retningslinjer

Visit Valdres har utarbeidet noen etiske retningslinjer som et resultat av prosessen vi gjennomførte for å bli merket som bærekraftig reisemål. Disse retningslinjene skal hjelpe

både Visit Valdres og våre medlemsbedrifter til å implementere merkeordningen «bærekraftig reisemål» som et verktøy i den videre utvikling av Valdres som besøks- og opplevelsesregion.

- Vi skal bidra til en god samarbeidskultur til det beste for Valdres
- Vi skal oppfordre til samarbeid og nettverksbygging mellom medlemmer i Visit Valdres
- Vi skal sørge for egen miljøsertifisering, jobbe med bærekraftig utvikling og oppfordre våre medlemmer til å gjøre det samme
- Vi skal i størst mulig grad benytte oss av lokale leverandører og leverandører med en tydelig bærekraftprofil
- Vår markedskommunikasjon skal være autentisk, realistisk og respektfull overfor både gjester og lokalsamfunn
- Vi skal framsnakke hverandre i Valdres
- Vi skal engasjere oss i utviklingen av lokalsamfunnet
- Vi skal sørge for gode og trygge arbeidsforhold for de ansatte
- Vi skal praktisere god forretningsskikk

Generell beskrivelse - hovedområder

Bakgrunn

Det er stor sammenheng og synergi mellom ulike bransjer i Valdres. Vi snakker ofte om «ringer i vannet», som innebærer at stor aktivitet i én bransje veldig ofte gir ringvirkninger for andre bransjer. Derfor er alle bransjer samlet i en felles medlemsorganisasjon - Visit Valdres.

Gjennom dette framstår næringslivet enhetlig og koordinert. 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 og skaper flere helårs arbeidsplasser.**

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 for tiden over 650.000 kommersielle gjestedøgn og om lag 18.300 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 områdets hytteeiere vært gjester her før de etablerte seg med egen hytte. Gjennom det, blir ulike deler av det lokale næringslivet benyttet.

Reiseliv

Reiselivssatsingen foregår på flere nivåer og Visit Valdres engasjerer seg 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. Visit Valdres:

- Leder prosessen for at Valdresregionen skal bli merket som et bærekraftig reisemål og er en aktiv pådriver for å utvikle Valdres i en bærekraftig retning.
- Deltar i et nasjonalt nettverk for bærekraftige reisemål.
- Deltar i nettverk sammen med destinasjonsselskapene i Innlandet, Innlandet Fylkeskommune (IFK) og NHO Innlandet med fokus på felles kompetanseheving, utvikling, næringspolitikk og erfaringsutveksling.
- Er med på å løfte reiselivsnæringen innenfor digitalisering (AR/VR-teknologi) gjennom deltagelse i prosjektet Interreg Europe Digitourism i samarbeid med de andre destinasjonsselskapene i Oppland/Innlandet og OFK/IFK (2019-2022).
- Deltar på bransjetreff for destinasjonsselskaper i Norge som initieres av NHO Reiseliv.
- Er styreleder i det internasjonale salgssamarbeidet Mountains of Norway SA. (Ivaretas av daglig leder).
- Sitter i styringsgruppa i et nasjonalt terrengsykkelprosjekt, «Opplysningskontoret for terrengsykling» som arbeider med utvikling av nasjonale standarder og retningslinjer for bærekraftig utvikling av terrengsykling i Norge.
- Stiller opp på viktige møteplasser for å presentere betydningen av næringsliv, herunder reiselivsnæringen i forhold til verdiskaping, helårs arbeidsplasser og bærekraft.

Næringsutvikling

Visit Valdres har et viktig ansvar for å ivareta fagområdet for næringsutvikling samt påvirkning av næringspolitikk og rammebetingelser. Gjennom koronapandemien har dette fått økt betydning. Innføringen av ulike smitteverntiltak med restriksjoner og anbefalinger fra lokale og nasjonale myndigheter har i stor grad påvirket driften for mange av våre medlemmer, spesielt innenfor reiselivet. Dette har fått og vil få konsekvenser på både kort og lang sikt og vi må være med å bidra til at myndighetene legger forholdene best mulig til rette i en gjenoppbyggingsfase. Viktige fokusområder og tiltak:

- Vi skal lytte til næringslivets behov og spille inn viktige saker i samarbeid med destinasjonsselskapene i Innlandet, Innlandet fylkeskommune og NHO Innlandet. (I enkelte saker samarbeider vi også på nasjonalt nivå).
- Næringsaktiviteter vi fronter skal oppfattes som viktige og konstruktive.

- Vi skal være en næringspolitisk premissleverandør i offentlig planlegging og forvaltning.
- 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 ferdselsåre i regionen med tilknytning mot relevante fylkesveier.
- Oppfølging av nasjonal transportplan (NTP) og tiltak i forhold til kommende NTP prosesser skal ha særlig fokus. Aksen øst for Valdres mot Mjøsområdet (FV33), er også en viktig vei inn og ut av Valdres.
- Vi skal 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.
- 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.
- Vi 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 et stort reiseliv knyttet til overnatting i private hytter, leiligheter og faste oppstillingsplasser for camping. Det er anslagsvis 20.000 slike boenheter i Valdres, og med et snitt på 2,75 personer pr enhet og et snitt på 55 bruksdøgn i året (tall hentet fra Menon) utgjør dette ca. 3 millioner gjestedøgn. Dette betyr at ca. 80 % av alle gjestedøgnene i regionen generes av deltidsinnbyggerne, og 20 % kommer fra turister i kommersiell utleie.

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

- Flotte naturopplevelser
- God infrastruktur, som vei og veivedlikehold
- Godt tilrettelagte stier og løyper hele året
- Aktivitetstilbud, arrangementer 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. I 2020/2021 deltar vi i prosjektet Digital Strategi Innlandet med å finne enda mer effektive og målrettede kommunikasjonskanaler til deltidsinnbyggerne, som en av pilotregionene sammen med Nord-Gudbrandsdalen, Trysil og Lillehammer.

Markedsføring, salg og kommunikasjon

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, servicetilbudene, 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 nytteverdi. Både den årlige Valdresguiden og temabrosjyrene er veldig populære, spesielt blant deltidsinnbyggerne som liker å ha et eksemplar liggende på hytta samt turister (både norske og utenlandske) som har ankommet Valdres og skal planlegge dagene sine her. Vi har redusert opplaget noe de senere årene, men så lenge det er et behov i markedet og vi kan forsvare trykkostnadene, velger vi å fortsette med utvalgte trykksaker.

En annen viktig kommunikasjonskanal ovenfor det norske markedet er redaksjonelle artikler. Vi jobber derfor aktivt med å få inn saker, pressemeldinger eller invitere til pressemøter 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 internasjonal turisme fra våre nærmarkeder vil fortsette å være et viktig satsingsområde for Visit Valdres i tiden fremover. I 2020 og deler av 2021 er satsingen redusert grunnet koronapandemien og stengte grenser, men vi forventer at reiselysten blant utenlandske gjester som oppfatter Norske reisemål som trygge og autentiske vil ta seg kraftig opp igjen. Da må vi være klare til å ta de imot.

Visit Valdres har hovedansvaret for salg og markedsføring av Valdres på det internasjonale markedet. Dette gjennomføres i hovedsak gjennom salgssamarbeidet Mountains of Norway (MoN) som Visit Valdres var med å etablere i 2016. Messer som Vakantiebeurs, ITB Berlin, Norwegian Travel Workshop (NTW) og andre relevante salgsmesser ivaretas nå gjennom MoN. Det samme gjør visningsturer og direkte kontakt med turoperatører.

Mountains of Norway SA

Mountains of Norway SA (MoN) er en felles salgsorganisering for destinasjonsselskaper i fjellregionen og eies av Visit Valdres, Nasjonalparkriket Reiseliv (Nord Gudbrandsdalen), Visit Lillehammer og Visit Geilo, med driftsstøtte fra Innlandet fylkeskommune. Selskapet ble operativt i februar 2017 med oppstart av vår første «fjellselgar,» Eirik Høyme Rogn. Fra 2021 har selskapet 3 ansatte og én innleiet ressurs i ca. 50 % engasjement.



Forretningsidéen til MoN er å stå sammen om markedsføring, salg og pakkeføring 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.

I 2020 var 29 bedrifter med i salgssamarbeidet (12 fra Valdres) og ved utgangen av året hadde MoN vært involvert i mer enn 50 nye operatørvtaler siden oppstart.

Selskapet ønsker en kontrollert vekst, med flere destinasjoner og bedrifter, men først og fremst innenfor de regionene MoN 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 dette opplevelser som Kongevegen, Mjølkevegen og Historisk Rute Jotunheimen.

Visit Valdres v/Merete Hovi er styreleder for selskapet.

Digital kommunikasjon

Avtalen om den tekniske plattformen New Mind Tellus (nå Simpleview) ble inngått av Visit Valdres, Visit Lillehammer og Gjøvikregionen Hadeland Ringerike Reiseliv i fellesskap. Dette gjør at vi får en samordnet digital kommunikasjons-plattform, der destinasjonsselskapene kan være støttespillere for hverandre samt kan gå sammen om felles utviklingskostnader.

Inngangsporten til all informasjon om Valdres er www.valdres.no og Visit Valdres og Valdres Natur- og Kulturpark (VNK) samarbeider derfor om både drift, utvikling og innholdsproduksjon slik at nettsiden får et helhetlig og godt uttrykk og er i tråd med merkevaren Valdres. Kvalitetssikring av informasjonen på nettsiden er noe det hele tiden må jobbes med slik at innholdet til enhver tid er inspirerende, relevant, korrekt og salgsutløsende.

I forbindelse med en oppgradering av nettsidene i 2021, var det blant annet ønskelig med en tydeligere natur- og kulturparkprofil på valdres.no. Derfor ble det naturlig for organisasjonene å gå sammen om å finne en bedre måte å strukturere siden på samt utvikle en felles kommunikasjonsstrategi for Valdres som i størst mulig grad ivaretar begge organisasjonenes interesser og formål.

Sosiale medier har fått en sterkt økende betydning i vår digitale kommunikasjon, med nesten 30.000 følgere på Facebook, 14.000 på Instagram og mer enn 285.000 bilder som er tagget med #valdres/#visitvaldres. I tillegg har Mjølkevegen egen Facebook-side og Instagram profil som driftes av Visit Valdres. Vi jobber kontinuerlig med å få økt trafikk mot www.valdres.no og økt interaksjon på sosiale medier.

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 profilerer våre medlemsbedrifter, aktiviteter og arrangementer. For mange besøkende er dette det første møte med Valdres og denne vertskapsrollen er derfor en viktig forpliktelse overfor kommunene og medlemsbedriftene.

Vi besvarer alle typer henvendelser og sørger for god veiledning, både til de som fysisk kommer innom om de som henvender seg på telefon og på nett. 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.

Vi vil i tiden som kommer planlegge «fremtidens turistkontorer» i Valdres, i forhold til både informasjonsformidling og salg gjennom bruk av moderne teknologi.

Fagernes turistinformasjon (hovedkontor)

- Helårsåpent turistkontor med pt. ca. 7.000 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.
- Turistkontoret bemannes av de ansatte i Visit Valdres, som i tillegg har fagansvar for hovedsatsingsområdene samt områdeansvar og medlemsoppfølging. 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.
- Antall besøkende går sakte ned, men dette er ikke unaturlig med tanke på at flere nå benytter digitale kanaler for å innhente informasjon om reisemål og aktiviteter. Vi har en sterk vekst i antall besøkende på www.valdres.no og på Facebook/Instagram. Arbeidet med webutvikling og den økende digitale kommunikasjonen med kundene må derfor sees i sammenheng med turistinformasjonstjenesten.

Beitostølen turistinformasjon

- Helårsåpent turistkontor med normalt. ca. 15.000 besøkende i året. Åpningstidene på Beitostølen er i stor grad basert på helger og høysesongperioder, og er noe redusert i ukedagene i lavsesong. Turistkontoret flyttet inn i nye lokaler i Velkomstsenteret sommeren 2020 og vi må jobbe videre med å finne en bærekraftig driftsmodell for både turistkontoret og Velkomstsenteret i samarbeid med BU og Øystre Slidre kommune.
- Turistkontoret er i hovedsak bemannet av egne informasjonsmedarbeidere i Visit Valdres og med innleid hjelp ved behov.
- På grunn av turistkontorets beliggenhet i nærheten av turområdene i spesielt Jotunheimen, er behovet for veiledning om både sikkerhet og ferdsel ekstra stort.

Filefjell turistinformasjon

- Driften av Filefjell Turistinformasjon er tjenesteutsatt til Intersport ved Tyinkrysset. Fordelen med dette er at Intersport har helårsåpent samt utvidede åpningstider, noe som gjør turistinformasjonen har god tilgjengelighet. Området er i positiv utvikling både i forhold til hyttebygging og turisme, med viktige produkter som Kongevegen og tilgangen til Jotunheimen. Det er derfor viktig å få på plass et system for registrering av antall besøkende på turistkontoret slik at vi kan måle utviklingen over tid. Signalene fra Vang kommune at

turistinformasjonstilbudet må opprettholdes som en god service for hytteeiere og besøkende.

Produkt- og konseptutvikling

Valdres trenger flere «signaturprodukter» som setter oss på reiselivskartet samt tilby enda flere helhetlige og sømløse opplevelser til kunden. Samtidig er det et økende fokus på både digitalisering og bærekraftig utvikling, noe vi skal ha mye fokus på i tiden som kommer.

Prioriterte prosjekter og satsingsområder framover vil derfor være:

1. Mjølkevegen - Norges nye opplevelserute på sykkel

- Et nettverksprosjekt med 10 bedrifter som startet i 2016/2017. Innovasjon Norge prosjektet er avsluttet, men med mulighet for å søke ett år til.
- Mål om å få hele Mjølkevegen skiltet med sykkelskilt fra Statens Vegvesen innen 2022.
- Viktig med gode planer og systemer for kontinuerlig vedlikehold av både ruta, tavler, ramper og skilt
- Visit Valdres er koordinator og pådriver så lenge behovet er der
- Det er en av våre største satsinger og er selve definisjonen på tursykling i Valdres.
- Interessen for Mjølkevegen har hatt en kraftig økning de 2 siste årene og veksten bare fortsetter, også blant internasjonale turoperatører.

2. Valdres som bærekraftig reisemål

- Innovasjon Norge har utarbeidet en standard for bærekraftige reisemål. Standarden er godkjent av det Internasjonale organet Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Norge er med dette ett av få land som har en godkjent nasjonal standard for bærekraft i reiselivet. Et bærekraftig reisemål er der aktørene jobber langsiktig sammen om en utvikling som tar hensyn til både **natur, kultur, miljø, lokalsamfunn og økonomi**.
- Visit Valdres er godt i gang med prosessen for å bli «bærekraftig reisemål» og har som mål å motta merket i løpet våren 2021. I løpet av forprosjektet fikk vi på plass nødvendig forankring, både politisk og i næringen, kartlagt regionens status i forhold til merkeordningens 42 kriterier og 104 indikatorer samt utarbeidet en felles regionale handlingsplan for bærekraftig utvikling. Standarden for bærekraftige reisemål ligger her: <https://business.visitnorway.com/no/verktøy/merket-for-barekraftig-reisemal/om-merkeordningen/standard-for-brekraftig-reisemal/> Disse kriteriene og indikatorene må i størst mulig grad være oppfylt og med korrekte besvarelser for å kunne bli godkjent av merkeordningens sensor. Handlingsplanen ligger her: <https://www.valdres.no/visit-valdres/styrende-dokumenter>

- Merkeordningen er en felles forpliktelse og et verktøy for den videre utviklingen av Valdres i en bærekraftig retning og med krav om re-sertifisering hvert 3. år.

3. Digitalisering og ny-teknologi; samarbeidsprosjekter

- Digital Strategi Innlandet (2021)

Et samarbeidsprosjekt mellom destinasjonsselskapene i Innlandet og Innlandet fylkeskommune om å utvikle digitale forretningsmodeller i reiselivet. Visit Valdres deltar som en av pilotene innen digital kommunikasjon til deltidsinnbyggerne, sammen med Nasjonalparkriket Reiseliv, Destinasjon Trysil og Visit Lillehammer. Hensikten er å bygge en felles teknologisk plattform som gir muligheten til en mer målrettet digital kommunikasjon samt et felles databasesystem/CRM.

- EU Digitourism (2019 – 2022)

EU prosjekt innen utviklingen av AR og VR teknologi med partnere fra flere Europeiske land. Valdres er en del av den norske Stakeholder Group sammen med flere aktører fra Innlandet. OFK/IFK er prosjektleder. Hensikten er å bygge opp samt dele kompetanse på tvers av deltagerlandene for å heve det generelle nivået innen AR og VR teknologi i Europa. Vi ønsker i tillegg å kunne sette i gang en egen case i Valdres og deltar i første omgang i en ressursgruppe gjennom Skaperkraft Valdres.

4. 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 ifra en avtalt timesats.

5. Prosjekter/tiltak/tema som krever delaktighet fra Visit Valdres:

- Areal og transportplan Fagernes – Leira (SATS)

Sammen med tre andre nærings sammenslutninger i Nord-Aurdal, Vegvesenet, Kommunen og Fylkeskommunen, har Visit Valdres inngått en samarbeidsavtale om areal- og transportutviklingen i Fagernes og Leira. Arbeidet er viktig for at Fagernes/Leira skal utvikle seg godt som «regionhovedstad» for både de fastboende og besøkende i Valdres. Visit Valdres er representert i styringsgruppa.

- Valdres Friluftsråd (VFR)

Visit Valdres har en plass i samarbeidsutvalget og kan være med å påvirke hvilke oppgaver som skal ivaretas og prioriteres. Opprettelsen av VFR bidrar blant annet til at arbeidet med tilrettelegging av stier, løyper og turområder i Valdres nå er satt i system, og der kommunene samarbeider på tvers for en mer enhetlig tilrettelegging av regionen.

- Åpne kirker og stavkirker i Valdres
Visit Valdres bistår i arbeidet med å videreutvikle tilbudet med åpne stavkirker i Valdres i samarbeid med Prosten i Valdres, Soknerådene og VNK.
- Velkomstsenter på Beitostølen
Det er et felles ønske, både fra utleier, næringen, Visit Valdres og kommunen, å lage et konsept for Velkomstsenter i sentrum av Beitostølen. Så langt er det kommunen, Beito-Aktiv og Visit Valdres som er leietagere i lokalet. Et overordnet felles og bærekraftig konsept må utvikles både på kort og lang sikt. Visit Valdres deltar i arbeidsmøtene.
- Opplysningskontoret for terrengsykling (OFT)
Prosjektet ble avsluttet i 2019, men det ble dannet om til en ideell organisasjon for å ivareta både kompetansen og nettverket som ble bygget opp gjennom prosjektperioden. Organisasjonen skal jobbe på vegne av norske terrengsykkelanlegg og bidra til samhandling, utvikling og sikker drift i bransjen. Visit Valdres v/Merete sitter i styret.
- Langsua Nasjonalpark:
Visit Valdres v/Julia deltar i faglig rådgivende utvalg som representant for reiselivet.
- Nasjonalparkstyre – Jotunheimen
- Visit Valdres v/Julia deltar i faglig rådgivende utvalg som representant for reiselivet.
- Diverse nettverk gjennom VNK
Visit Valdres deltar på møter i nettverkene der vår tilstedeværelse er naturlig og nødvendig:
 - Festivalnettverket
 - Gard- og stølnettverket (inkl. ansvar for regnskap).
 - Mat frå Valdres
 - Stavkirkeforum

Medlemsservice

Vi har ca. 300 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 p.t 3.200.- for AS, kr 1.600.- for ENK foretak, maksimumssats er kr 65.000.-

for enkeltbedrift. Kontingenter gjennomgås årlig sammen med styret, og justeres etter behov. Det er viktig å ha stort fokus på å beholde eksisterende medlemmer samt tiltrekke nye, som en viktig del av inntektene til selskapet. Alle ansatte samt styrerepresentanter ansvar for bidrag til innsalg til nye medlemmer.

I tillegg til standardinnholdet i medlemskapet, har medlemmene blant annet mulighet til å kjøpe annonser i Valdresguiden, 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. 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.
2. Vi har en felles medlemsside på Facebook (Medlemmer av Visit Valdres) der vi løpende legger ut relevant informasjon og der medlemsbedriftene selv kan publisere saker.
3. Vi skal organisere flere kurs/samlinger som fokuserer på omstilling, kompetanseheving og mersalg, samt at vi i større grad samler medlemmene ut ifra felles interesser/bransjer fremfor geografi.
4. Visit Valdres foretar all utfakturering av næringskontingent 2x i året samt betaler fakturaer på vegne av lokallagene i forhold til vedtatt lokal handlingsplan for hvert kalenderår.

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 aktivitetsplan for reiselivs- og næringsutvikling i Valdres, spesielt med tanke på prosjekter og innsatsområder som Mjølkevegen, bærekraft og digitalisering.

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.

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 relevante statistikker verktøy som benyttes. Dette gjelder for eksempel SSB sin statistikk i forhold til kommersielle gjestedøgn, hyttebygging, og detaljhandel. Statens Vegvesen sin trafikkstatistikk er en annen viktig informasjonskilde for måling av trafikken inn til Valdres. 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.

Gjennom prosessen for å bli merket som «bærekraftig reisemål», skal det gjennomføres en ringvirkningsanalyse.

Når det gjelder målinger av arbeidet som gjennomføres på web og sosiale medier, finnes det gode verktøy for dette. Webansvarlig følger opp dette i Google Analytics, og andre nyttige web-verktøy. Effektmåling på web er en viktig del av arbeidet og vil ha et økt fokus fremover.

Tilbakemelding/kundemåling

Visit Valdres er en medlemsorganisasjon for sine eiere og medlemmer. Vi har ambisjoner om å iverksette en enkel kundetilfredshetsmåling/Quest-back blant våre medlemmer for å sikre tilbakemelding på viktige områder, og for å ivareta medlemmenes interesser på en effektiv måte. Dette vil bli et viktig supplement til styre- og medlemsmøter, samt daglig dialog med medlemsbedrifter. Gjennom bærekraftsatsingen skal det gjennomføres både en innbyggerundersøkelse, en undersøkelse blant deltidsinnbyggere og en bedriftsundersøkelse hvert 2. til 3. år.

Administrasjon/organisasjon

Tett oppfølging av budsjett og økonomi vil kontinuerlig ha høy prioritet.

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

	Ansvarsområder	Deltagelse i nettverk/grupper	
Ansvarlig for turistkontorene Julia Helgesen (100 %)	Turistinformasjonene (Fagernes, Beitostølen og Filefjell) Oppdatering og vedlikehold av www.valdres.no Valdresguiden, produktark og annonser Sykkel og vandring -Mjølkevegen	Gard- og stølsnettverk Stavkirkeforum Rådgivende Utvalg for Langsua Nasjonalpark samt Jotunheimen Nasjonalpark /Besseggen som Nasjonal Turiststi Samarbeidsutvalg for Valdres Friluftsråd Koordinator for Mjølkevegen-nettverk	
Ansvarlig for digital kommunikasjon Caroline Svae (100 %)	SoMe-kanaler Utvikling av valdres.no Digitale markeds-kampanjer og innholdsproduksjon Back-up på Turistkontoret	Web-gruppe Innlandet Markedsgruppe med VNK	
Medlemsservice og medlemsansvarlig Øystein Granhus (100 %)	Førstelinjekontakt for medlemmer (oppfølging av medlemsavtaler) Vedlikehold av medlemsinformasjon (CRM) Oppdatering og vedlikehold på valdres.no Medlemsaktiviteter	Prosjektdeltager: Digital Strategi – kommunikasjon til deltidsinnbyggerne Web-gruppe Innlandet Markedsgruppe med VNK	

	Nyhetsbrev Back-up på turistkontoret		
Reiselivssjef og daglig leder Merete Hovi (100 %)	Økonomi, administrasjon og personal Næringspolitisk påvirkning og engasjement Oppstart/bistand «alle» prosjekter -Prosjektsøknader -Prosjektregnskap -Rapportering Prosjektleder/ansvarlig: Bærekraftig Reisemål Mjølkevegen	Destinasjonsselskapene i Innlandet Forum for destinasjonsselskaper i Norge (gjennom NHO Reiseliv) Mountains of Norway (styreleder) Opplysningskontoret for Terrengsykling (styrerepresentant) EU Digitourism og Digital Strategi Innlandet (styringsgrupper) Valdresrådet Samråd med VNK Kompetanseforum Valdres Vert Lokalmatsatsing Valdreskonferansen og Årets Valdresambassadør	