



# Destinasjonsstrategi Salten

- Utkast til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø.



# - Utkast til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø.

## Destinasjonsstrategi

Salten Regionråd har med forankring i Salten strategiene for 2012 – 2016, har tatt initiativet til utforming av et prosjekt for en helhetlig organisering av reiselivsnæringen i Salten. Prosjektet har også sin bakgrunn i Nordland fylkeskommunes reiselivssatsing samt det nasjonale strukturprosjektet tilknyttet Nærings- og fiskeridepartementet. Visit Bodø har hatt prosjektansvaret.

Følgende vedtak er fattet i Salten Regionråd i løpet av prosessen:

### SR Sak 45/13

Salten Regionråd tar initiativ til å sette i gang et nasjonalt pilotprosjekt hvor formålet er å gjennomføre en prosess for å bidra til en fremtidig felles organisering av reiselivet i Salten. Dette skal bidra til økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen i Salten.

### SR-sak 40/15

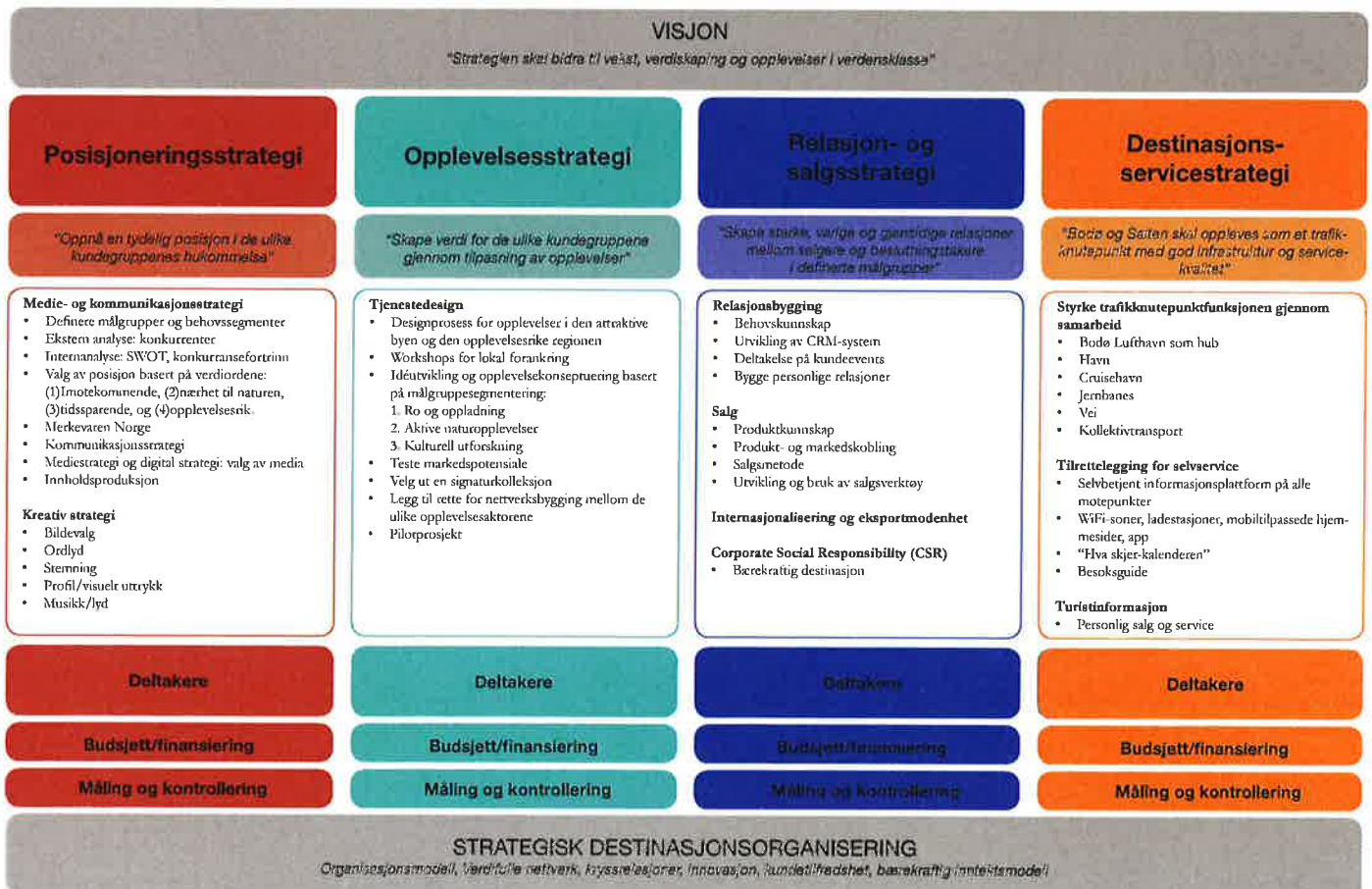
Salten Regionråd vedtar destinasjonsstrategi for Salten med de innspill som framkom i møtet og ber om at kommunene slutter seg til strategien.

En felles destinasjonsorganisering i Salten bør ha til hensikt å bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag. Allerede etablerte merkevarer bør søkes videreført i destinasjonsorganiseringen.

Arbeidsutvalget gis fullmakt til å effektivisere "Pilot Salten" som et ledd i det videre arbeidet med å etablere en innovativ og fremtidsrettet destinasjonsorganisering i Salten. Herunder finne fram til en hensiktsmessig organisering og finansiering av "Pilot Salten".

Følgende destinasjonsstrategi og modell for innhold ble vedtatt:

## DESTINASJONSSTRATEGI SALTEN Salten som reisemål mot 2025



## **Implementeringsfasen**

I SR-sak 17/16 ble følgende vedtatt:

En felles destinasjonsorganisering i Salten skal ha en hensiktsmessig organisering og bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag og skal implementeres i destinasjonsselskapet Visit Bodø. Implementeringsprosessen iverksettes iht forelagte planer.

Det etableres en regional arbeidsgruppe på fire-fem personer som skal bidra til å kvalitetssikre og gjennomføre prosessen iht planene. Salten Regionråd bidrar med kr. 100.000,- til implementeringsfasen.

Implementeringsfasen gjennomføres i løpet av 2016 med prosjektnavnet:

## **Innovativ og bærekraftig destinasjonsorganisering Salten – Implementeringsfasen.**

### **Beskrivelse**

Samhandling er nøkkelen til suksess i destinasjonsutvikling. Samhandling på tvers av kommunegrenser og sektorer. Samhandling mellom næringsliv, offentlige myndigheter, FoU og frivillig sektor. En langsiktig, systematisk og forutsigbar satsing er også en nødvendighet for å lykkes.

En annen kritisk faktor er at alle sentrale aktører har en felles forståelse for viktige begreper som blant annet destinasjonsutvikling, opplevelsesnæring, destinasjonsorganisering og merkevarebygging.

### **Sentrale begrep i opplevelsesbasert verdiskaping og reiselivsutvikling er:**

- Opplevelsesbasert verdiskaping
- Opplevelsesutvikling i reiselivet
- Destinasjonsutvikling
- Merkevarerbygging av en region
- Nasjonal reiselivsstruktur
- Eksportmodenhet

I tillegg til dette er det svært viktig å bygge en felles forståelse av hva de ulike sektorenes rolle er. Her er kommunens rolle spesielt viktig. Dette gjelder spesielt i en oppbyggingsfase i merkevarebyggingen av destinasjonen Salten.

### **Kommunens rolle i destinasjonsutvikling**

- Produkteier  
Offentlige rom, strender, parker, museer, kulturhus, havn, idrettsarenaer, etc.
- Rammesetter  
Planmyndighet, bestemmer åpningstider, gir skjenkebevilgninger og løyver etc.  
Kommuneplanens arealdel er særlig viktig.
- Utviklingsaktør  
Næringsfond, næringsplaner, være medinvestor, partner i regionalt samarbeid gjennom blant annet Salten Regionråd og interkommunalt samarbeid, etc.
- Vertskapsfunksjon  
Turistkontor, turistinformasjon på nett og i trykte guider, skilting, offentlige toaletter etc.

### **Andre viktige forhold er også:**

- Hvordan kommunen definerer reiselivsmessig infrastruktur.
- Hvordan reiselivet involveres i viktige planprosesser.
- Hvordan samarbeidet og samhandling over kommunegrensene organiseres og finansieres i felles utviklingsprosjekter og satsinger - som for eksempel Sykkel i Salten.
- Nødvendige administrative ressurser settes av i kommunene til å ivareta viktige oppgaver i tilknytning til destinasjonsutviklingen.
- Kompetanseheving og strategisk forankring i kommuneplaner og andre politiske vedtak.

### **Bransjens rolle i destinasjonsutvikling:**

- Markedsføring og salg
- Produktutvikling
- Kvalitet og vertskap i den enkelte bedrift
- Samarbeidsløsninger

### **Destinasjonsselskapets rolle i destinasjonsutvikling:**

- Medie- og markedskommunikasjonsstrategi  
Med hovedvekt på digital distribusjon og online synlighet, tilrettelegging for felles kampanjer og pressearbeid.
- Opplevelsesstrategi  
Felles utviklingsprosjekter forankret i vedtatte strategier.

- Destinasjonsservicestrategi  
Vertskap, destinasjonsservice og organisering på destinasjonsnivå.
- Nettverk, kompetanse, møteplasser og samhandling  
Tilrettelegging for samhandling, verdifulle nettverk, workshops og kurs. Samarbeid med FoU og utviklingsaktører.

Nordland fylkeskommunes rolle som utviklingsaktør innenfor reiseliv og opplevelsesbasert verdiskaping er også sentral. Destinasjonsutviklingen i Salten skal føye seg inn i Nordland fylkeskommunes satsing på reiseliv og opplevelser.

En beskrivelse av de ulike sektorenes rolle i reiselivs- og opplevelsesutvikling er viktig for forståelsen og aksept av egne og andres roller. Rolleavklaringen er nødvendig for å utarbeide avtaledokument som synliggjør forpliktelser.



Modell: De ulike sektorenes rolle i reiselivsutvikling.

### Grunnpakke leveranse av tjenester til kommunene - innhold i avtalen mellom kommunene og Visit Bodø

Forslag til innhold beskriver en grunnpakke for leveranser av tjenester til kommunene.

Andre oppgaver som for eksempel større utviklingsprosjekter, større vertskapsoppgaver og kampanjer, må organiseres og finansieres særskilt. Et eventuelt tilbud om betjent turistinformasjon ivaretas av den enkelte kommune.

Avtalenes formål vil være å sikre en bærekraftig inntektsmodell for en innovativ, fremtidsrettet og bærekraftig destinasjonssorganisering i Salten som igjen skal legge til rette for verdifulle nettverk, kryssrelasjoner, innovasjon og kundetilfredshet og kvalitetsmessig gode leveranser av tjenester. Kommunenes kjøp av leveranser av tjenester skal gi viktige bidrag til at kommunene når sine mål knyttet opp mot reiselivs- og opplevelsesutvikling.

### Nettverk, samhandling og møteplasser

Langsiktig samhandling på tvers og kommuner og sektorer vil være nøkkelen til å lykkes i en felles destinasjonsutvikling for Salten.

Det vil legges til rette for samhandling gjennom tilrettelegging av møteplasser, workshops og digital informasjonsflyt og kommunikasjon.

### Kompetanse

Kompetanse er avgjørende for å sikre en innovativ, bærekraftig og kundeorientert destinasjonsutvikling.

Det vil legges til rette for at vi etableres felles arenaer der relevant kunnskap loses inn i utviklingsarbeidet. Også inn mot kommunal utviklingsetat.

### Mediearbeid og markedskommunikasjon.

Gjennom målrettet mediearbeid og markedskommunikasjon skal det oppnås en tydelig posisjon i våre kunders hukommelse.

Kommunikasjonen vil skje gjennom nettstedet [www.visitbodo.com](http://www.visitbodo.com), sosiale medier og andre relevante distribusjonskanaler.

## Informasjon om Salten

Gjennom å systematisere og distribuere viktig turistinformasjon vil vi gjøre det enklere for besøkende å finne fram i Bodø og Salten.

Turistinformasjonen vil distribueres gjennom nettstedet [www.visitbodo.com](http://www.visitbodo.com) og trykt reiseguide for Salten.

## Det viktige reiselivet

Reiseliv og opplevelser er prioritert både på statlig nivå og på fylkeskommunalt nivå i Nordland. Reiselivs- og opplevelsesbransjene gir viktige bidrag til:

- Verdiskaping
- Identitet
- Arbeidsplasser
- Bo- og arbeidslyst

Gode tilbud til besøkende betyr også gode tilbud til fastboende. Synlighet og positiv omtale vil også bidra til posisjonering og økt attraktivitet for kommunene. Samarbeidet vil dermed også kunne gi positive bidrag til økt bo- og arbeidslyst til regionen. Kommunenes roller i destinasjonsutvikling er av stor betydning. En strategisk tenkning rundt hver av kommunenes fire roller er avgjørende for å sikre kontinuitet, langsiktighet og forutsigbarhet for næringsliv og andre samarbeidspartnere. Det er også viktig at kommunene setter av ressurser og kontaktperson som vil være kontaktpunktet mellom kommune og destinasjonsselskap.

For oppfølging av avtalene bør det utvikles et system for rapportering og evaluering av avtalene med gitte mellomrom. I avtalens første (kanskje to første) år skal det gjennomføres evalueringsmøter mellom kommunenes kontaktpersoner og Visit Bodø. Deretter årlig. Visit Bodø er ansvarlig for å ta initiativ til dette.

Det er av svært viktig at reiselivs- og opplevelsessatsingen i Salten forankres i hver enkelt kommune. Gjerne gjennom en ansvarlig for reiselivssatsingen i den enkelte næringsetat.

Avtalens varighet bør være minimum tre år, med mulighet for forlengelse i to nye år.

Avtalen mellom kommunene i Salten og Visit Bodø skal være et verktøy for kommunene for å nå sine strategiske mål knyttet til næringsutvikling generelt og reiselivs- og opplevelsesutvikling spesielt.

Kommunenes samarbeidsavtaler med destinasjonsselskapet Visit Bodø vil kunne danne grunnlag for å utløse finansiering til større utviklingsprosjekter som føyer seg inn i en strategisk destinasjonsutvikling for regionen Salten. Her er satsingen på verdibasert verdiskaping, som er en av tre pilarer i DA-Bodø, svært relevant.

Et regionalt samarbeid knyttet til reiseliv i Salten vil bety en større slagkraft og effektivisering av utviklingsarbeidet og føyer seg inn i det nasjonale strukturprosjektet, ledet av Nærings- og fiskeridepartementet. Det skal også føye seg inn i Nordland fylkeskommunes nye reiselivs- og opplevelsesstrategi. Destinasjonsorganiseringen i Salten vil dermed være inngangsbilletten til den nasjonale reiselivsstrukturen.

Definisjonen av de ulike nivåene på destinasjonsselskap i den nye reiselivsstrukturen viser også tydelig hvor viktig organiseringen av Bodø Salten i et selskap vil være. Denne definisjonen vil ligge i den kommende stortingsmeldingen for reiseliv og legge føringene for hvem som kan delta i strukturen

## Definisjonene av de ulike nivåene i strukturen

**Landsdelsselskap:** Selskap som dekker et område bestående av en eller flere fylkeskommuner med underliggende Regionale destinasjonsselskaper og eventuelle Destinasjonsselskaper som er egne selskaper eller avdelinger. Omsetning > 25 mill. kroner. Landsdelsselskaper skal ha bindende avtaler med de regionale destinasjonsselskapene og eventuelle Destinasjonsselskaper om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver. Landsdelsselskapene har hovedansvar for å i samarbeid med nivåene under, utarbeide en tydelig definisjon av ansvarsområder og arbeidsoppgaver for de ulike nivåene i sitt geografiske område.

**Regionalt destinasjonsselskap:** Selskap som består av flere destinasjonsselskap eller avdelinger og dekker et definert område innenfor en landsdel. Omsetning > 10 mill. kroner. Et regionalt destinasjonsselskap skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene i samme landsdel om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

**Destinasjonsselskap:** Selskap som dekker et definert geografisk område. Omsetning > 3-5 mill. kroner. Destinasjonsselskapene skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene og landsdelsselskapet i samme region om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

**Reiseselskap:** Selskap som betjener et mindre geografisk område. Reiseselskapene har et tjenestetilbud og ingen nedre grense for omsetning. Medlemskap i eller avtale med et destinasjonsselskap er nødvendig for å kunne motta tjenester fra nivåene over.

Det bør forutsettes konsensus til den økonomiske modellen. Det er ønskelig, men ikke en forutsetning at alle kommunene i Salten går inn i en Saltenorganisering. Samarbeidsmodellen kan settes i gang selv om en eller flere kommuner i Salten ikke går inn i samarbeidet. Men det er en forutsetning at det i sum oppnås tilstrekkelige ressurser til at avtalte oppgaver ivaretas og kan løses med høy kvalitet.



**INNOVATIV DESTINASJONSSATSING**  
**Bodø | Salten**

**DESTINASJONSOPPGAVER**

Marked & Media

Opplevelsesdesign

Destinasjonssalg

Utvikling & Nettverk

Kompetanse & Møteplasser

Destinasjonsservice

**Visit  
Bodø**

[visitbodo.com](http://visitbodo.com)

Destinasjonsstrategi Salten -

Utkast til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø.

Prosjekt: Innovativ og bærekraftig destinasjonsorganisering Salten. Implementeringsfasen.

Bakgrunn

Destinasjonsstrategi

Salten Regionråd har med forankring i Salten strategiene for 2012 – 2016, har tatt initiativet til utforming av et prosjekt for en helhetlig organisering av reiselivsnæringen i Salten. Prosjektet har også sin bakgrunn i Nordland fylkeskommunes reiselivssatsing samt det nasjonale strukturprosjektet tilknyttet Nærings- og fiskeridepartementet. Visit Bodø har hatt prosjektansvaret.

Salten Regionråd fattet følgende vedtak ved oppstart og ved vedtak av Destinasjonsstrategi Salten:

**SR Sak 45/13**

*Salten Regionråd tar initiativ til å sette i gang et nasjonalt pilotprosjekt hvor formålet er å gjennomføre en prosess for å bidra til en fremtidig felles organisering av reiselivet i Salten. Dette skal bidra til økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen i Salten.*

**SR-sak 40/15**

*Salten Regionråd vedtar destinasjonsstrategi for Salten med de innspill som framkom i møtet og ber om at kommunene slutter seg til strategien. En felles destinasjonsorganisering i Salten bør ha til hensikt å bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag. Allerede etablerte merkevarer bør søkes videreført i destinasjonsorganiseringen. Arbeidsutvalget gis fullmakt til å effektivere "Pilot Salten" som et ledd i det videre arbeidet med å etablere en innovativ og fremtidsrettet destinasjonsorganisering i Salten. Herunder finne fram til en hensiktsmessig organisering og finansiering av "Pilot Salten".*



Notatet "Reiselivet i Salten – kartlegging av bedriftsgrunnlag, reisemønster og virkninger i regionen", utarbeidet av Nordlandsforskning ble utarbeidet og inngikk i faktagrunnlaget i arbeidet for å tilrettelegge for et forslag til en mer helhetlig organisering av reiselivet i Salten-regionen. Rapporten ble utarbeidet første halvår 2015.

### **Oppsummering fra notatet Reiselivet i Salten – Kartlegging av bedriftsgrunnlag, reisemønster og virkninger i regionen**

Oppsummeringen fra notatet gjengis nedenfor:

*Reiselivsnæringen i Salten er i øyeblikket organisert gjennom to destinasjonsorganiserings (Bodø og Hamarøy og Sørfold), mens virksomheten i de øvrige kommuner i mindre grad er medlemsdrevet og retter seg mest mot informasjonsvirksomhet/turistinformasjon i regi av kommunene direkte. Dersom målet er at saltenregionen skal ta en sterkere posisjon i opplevelsesdrevet næringsutvikling og verdiskaping, tilsier dette at det er behov for en styrking og konsolidering av den opplevelsesbaserte destinasjonsutviklingen og helårlig verdiskaping basert på turisme.*

*Ved en tidligere analyse av destinasjonsselskapene i Nordland som ble utført av Menon i 2011, ble strukturen i destinasjonsorganiserings i Salten dokumentert. Analysen viste svært store forskjeller mellom finansieringsmodellen for Hamsuns Rike (med sterkt innslag av kommunal/øffentlig finansiering, og Visit Bodø som hadde nærmere ¾ av sine ressurser gjennom bidrag fra næringslivet gjennom DA-midler og medlemsinnbetalinger og kjøp av tjenester.*

*En foreløpig oppsummering av gjennomgangen av medlemsgrunnlaget som er dokumentert i Visit Bodø og gjennom uttrekk av registerbaserte bedriftsdata er at det ligger et betydelig potensiale til konsolidering av medlemsgrunnlaget i destinasjonsorganiserings og det ressursmessige grunnlaget for å konsolidere en mer robust og tilstrekkelig finansiering av destinasjonsutviklingsarbeidet framover.*

*Kommunene i Salten fremtrer i dag med stor bredde og ulik innretning i sin utvikling av natur- og kulturbasert reiseliv, noe som også gir grunnlag for å samarbeide for et regionalt sortiment av destinasjoner og opplevelsesprodukter som profilerer regionen bedre og drar nytte av etablerte merkevarer (som Hamsuns Rike). En videre konsolideringsprosess må også rette seg mot å avklare hvordan man både nyttiggjør seg disse, samtidig som utfordringene og konkurransen om rundreiseturister kan møtes slik at regionen oppnår et samlet større omfang av turistbesøk og avledet verdiskaping av dette.*

*Videre viser analysen av de økonomiske nøkkeltallene knyttet til det mulige bedriftsutvalget i saltenkommunene at Bodø-regionen utgjør en relativt dominerende andel og vil være en sterk drivkraft for en videre konsolidering av destinasjonsutviklingen i Salten. Økningen i*

hotellkapasitet og satsing på videreutvikling av Bodø som kommunikasjonsknutepunkt, gir grunnlag for å utvikle et tettere samarbeid mellom byen og regionen for øvrig både når det gjelder markedsorientering, produktsortiment og økt attraktivitet som reisemål. Også utviklingen av cruise turisme og snuhavnsaktiviteter og satsing på arrangementsturisme vil da bli styrket av en mer sammenhengende opplevelsesregion. Dette vil kunne gi grunnlag for å utvikle en utvidet destinasjon som bedre er i stand til å tilby opplevelser som er både basert på natur, kultur og urbane kvaliteter (på samme måte som Tromsø har lyktes med dette i utviklingen av nordlysturisme).

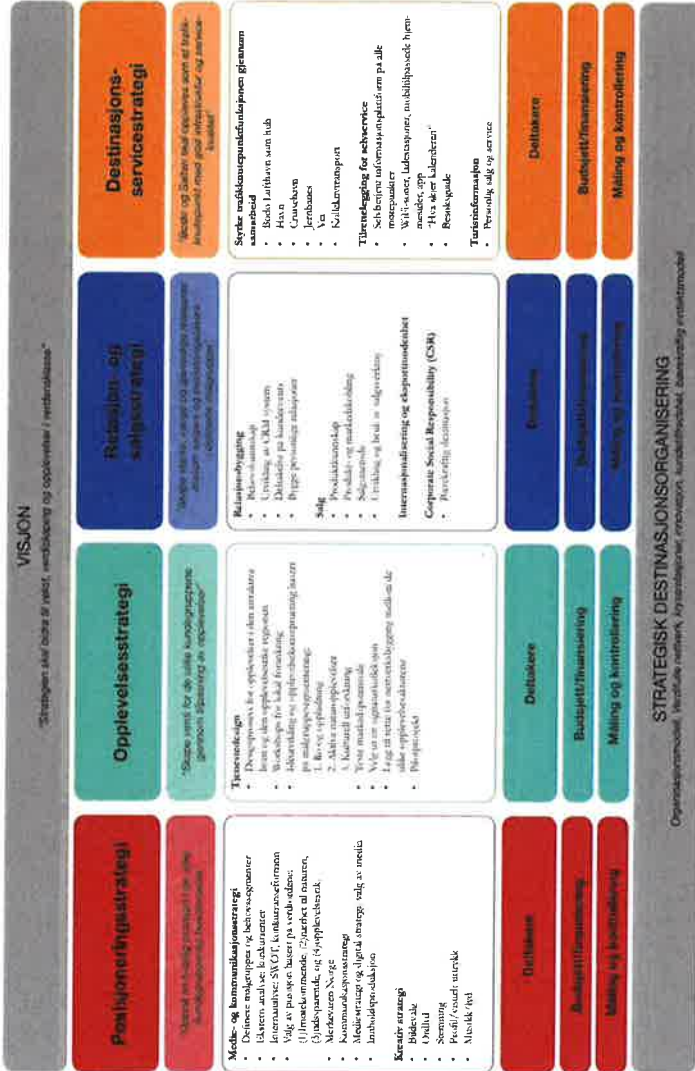
Et videre utviklingsarbeid vil kunne gi grunnlag for å legge til en slik prosess der sortiment og attraksjonskraft i regionen blir styrket og utnyttet gjennom mer systematisk samarbeid mellom kommuner og næringsaktører i Salten. En slik strategi vil kunne baseres på å utnytte etablerte og sterke merkevarer/destinasjoner samtidig som komplementariteten i sortimentet styrkes.

Den regionale utviklingen vil foruten mer samordnet utviklingsinnsats innen produktsortiment og destinasjonsutvikling være avhengig av en sterkere samordning for å styrke tilgjengeligheten til attraksjoner og opplevelser. Dette gjelder både for sommer- og vintersesong, men aktuelle tiltak og satsinger vil arte seg ulikt. For sommerturismen er tilgjengeligheten basert på veitransport og koordinering mot offentlig transportproduksjon/ferjetilbud være en viktig forutsetning. I vintersesongen vil fokuset være mer rettet mot hvordan tilgjengelighet og rutetilbud med flytransport til Bodø som nav henger sammen med tilgjengeligheten til sluttdestinasjoner og aktivitetsbaserte tilbud og destinasjoner i regionen.

Følgende destinasjonsstrategi og modell for innhold ble vedtatt:

# DESTINASJONSSTRATEGI SALTEN

## Såfnt som reiserål mot 2025





## INNOVATIV DESTINASJONSSATSING

**Bodø** | Salten

### DESTINASJONSOPPGAVER

Marked & Media

Opplevelsesdesign

Destinasjonssalg

Utvikling & Nettverk

Kompetanse & Møteplasser

Destinasjonsservice

Implementeringsfasen

**I SR-sak 17/16 ble følgende vedtatt:**

*En felles destinasjonsorganisering i Salten skal ha en hensiktsmessig organisering og bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag og skal implementeres i destinasjonsselskapet Visit Bodø. Implementeringsprosessen iverksettes iht forelagte planer. Det etableres en regional arbeidsgruppe på fire-fem personer som skal bidra til å kvalitetssikre og gjennomføre prosessen iht planene. Salten Regionråd bidrar med kr. 100.000,- til implementeringsfasen.*

Implementeringsfasen gjennomføres i løpet av 2016 med prosjektnavnet:

**Innovativ og bærekraftig destinasjonsorganisering Salten – Implementeringsfasen.**

Prosjektet er organisert med en rådgivende arbeidsgruppe, prosjektleder, prosjektmedarbeider og prosjektansvarlig. Salten Regionråds sekretariat er observatør.

Rådgivende arbeidsgruppe:

Espen Maruhn Meløy Utvikling

Per Løken , Steigen Kommune

Mathilde Winter , Fauna FK

Kyrre Didriksen , Bodø Kommune

Observatør: Kjersti B Pedersen, Salten Regionråds sekretariat

Prosjektleder, Eigil U. Rian, Kaluna Nordic

Prosjektmedarbeider, Lisbeth Ingebrigtsen, Visit Bodø

Prosjektansvarlig, Ann-Kristin Rønning Nilsen, Visit Bodø

Prosjektets leveranse er et forslag til felles saksframlegg som leveres Rådmannsutvalget i Salten. Saksframlegget skal bestå av bakgrunn, beskrivelse av innholds- og økonomisk modell samt et forslag til vurdering.

I tillegg til dette utarbeides det et forslag til anbuds- og tilbudsdokument samt en kortfattet beskrivelse av forslaget.

Forslaget forankres i Rådmannsutvalget. Forslaget oversendes deretter kommunene i Salten hvor saken vurderes og behandles av hver enkelt kommune i de respektive kommunestyrer.

#### Beskrivelse

Samhandling er nøkkelen til suksess i destinasjonsutvikling. Samhandling på tvers av kommunegrensene og sektorer. Samhandling mellom næringsliv, offentlige myndigheter, FoU og frivillig sektor. En langsiktig, systematisk og forutsigbar satsing er også en nødvendighet for å lykkes.

En annen kritisk faktor er at alle sentrale aktører har en felles forståelse for viktige begreper som blant annet destinasjonsutvikling, opplevelsesnærings, destinasjonsorganisering og merkevarebygging.

Sentrale begreper i opplevelsesbasert verdiskaping og reiselivsutvikling er:

- Opplevelsesbasert verdiskaping
- Opplevelsesutvikling i reiselivet
- Destinasjonsutvikling
- Merkevarebygging av en region
- Nasjonal reiselivsstruktur
- Eksportmodenhet

I tillegg til dette er det svært viktig å bygge en felles forståelse av hva de ulike sektorenes rolle er. Her er kommunens rolle spesielt viktig. Dette gjelder spesielt i en oppbyggingsfase i merkevarebyggingen av destinasjonen Salten.

Kommunens rolle i destinasjonsutvikling

- **Produkter**  
Offentlige rom, strender, parker, museer, kulturhus, havn, idrettsarenaer, etc.
- **Rammesetter**  
Planmyndighet, bestemmer åpningstider, gir skjenkebevilgninger og løyver etc. Kommuneplanens arealdel er særlig viktig.
- **Utviklingsaktør**  
Næringsfond, næringsplaner, være medinvestor, partner i regionalt samarbeid gjennom blant annet Salten Regionråd og interkommunalt samarbeid, etc.

- **Vertskapsfunksjon**

Turistinformasjon på nett og i trykte guider, skilting, offentlige toaletter etc.

Andre viktige forhold er også:

- Hvordan kommunen definerer reiselivsmessig infrastruktur.
- Hvordan reiselivet involveres i viktige planprosesser.
- Hvordan samarbeidet og samhandling over kommunegrensene organiseres og finansieres i felles utviklingsprosjekter og satsinger - som for eksempel Sykkell i Salten.
- Nødvendige administrative ressurser settes av i kommunene til å ivareta viktige oppgaver i tilknytning til destinasjonsutviklingen.
- Kompetanseheving og strategisk forankring i kommuneplaner og andre politiske vedtak.

Bransjens rolle i destinasjonsutvikling:

- **Markedsføring og salg**
- **Produktutvikling**
- **Kvalitet og vertskap i den enkelte bedrift**
- **Samarbeidsløsninger**

Destinasjonsselskapets rolle i destinasjonsutvikling:

- **Medie- og markedskommunikasjonsstrategi**  
Med hovedvekt på digital distribusjon og online synlighet, tilrettelegging for felles kampanjer og pressearbeid.
- **Opplevelsesstrategi**  
Felles utviklingsprosjekter forankret i vedtatte strategier.
- **Destinasjonsservicestrategi**  
Vertskap, destinasjonsservice og organisering på destinasjonsnivå.
- **Nettverk, kompetanse, møteplasser og samhandling**  
Tilrettelegging for samhandling, verdifulle nettverk, workshops og kurs. Samarbeid med FoU og utviklingsaktører.

Nordland fylkeskommunes rolle som utviklingsaktør innenfor reiseliv og opplevelsesbasert verdiskaping er også sentral. Destinasjonsutviklingen i Salten skal føye seg inn i Nordland fylkeskommunes satsing på reiseliv og opplevelser.

En beskrivelse av de ulike sektorenes rolle i reiselivs- og opplevelsesutvikling er viktig for forståelsen og aksept av egne og andres roller. Rolleavklaringen er nødvendig for å utarbeide avtaledokument som synliggjør forpliktelse.



Grunnpakke leveranse av tjenester til kommunene - innhold i avtalen mellom kommunene og Visit Bodø

Forslag til innhold beskriver en **grunnpakke** for leveranser av tjenester til kommunene.

Andre oppgaver som for eksempel større utviklingsprosjekter, større vertskapsoppgaver og kampanjer, må organiseres og finansieres særskilt. Et eventuelt tilbud om betjent turistinformasjon ivaretas av den enkelte kommune.

Avtalenes formål vil være å sikre en bærekraftig **grunntilrettelegging** og inntektsmodell for en innovativ, fremtidsrettet og bærekraftig destinasjonsorganisasjon i Salten som igjen skal legge til rette for verdifulle nettverk, kryssrelasjoner, innovasjon og kundetilfredshet **og kvalitetsmessig gode leveranser av tjenester**. Kommunenes kjøp av leveranser av tjenester skal gi viktige bidrag til at kommunene når sine mål knyttet opp mot reiselivs- og opplevelsesutvikling.



### **Nettverk, samhandling og møteplasser**

Langsiktig samhandling på tvers og kommuner og sektorer vil være nøkkelen til å lykkes i en felles destinasjonsutvikling for Salten.

Det vil legges til rette for samhandling gjennom tilrettelegging av møteplasser, workshops og digital informasjonsflyt og kommunikasjon.

### **Kompetanse**

Kompetanse er avgjørende for å sikre en innovativ, bærekraftig og kundeorientert destinasjonsutvikling.

Det vil legges til rette for at vi etableres felles arenaer der relevant kunnskap loses inn i utviklingsarbeidet. Også inn mot kommunal utviklingsetat.

### **Mediearbeid og markedskommunikasjon.**

Gjennom målrettet mediearbeid og markedskommunikasjon skal det oppnås en tydelig posisjon i våre kunders hukommelse.

Kommunikasjonen vil skje gjennom nettstedet [www.visitbodo.com](http://www.visitbodo.com), sosiale medier og andre relevante distribusjonskanaler.

### **Informasjon om Salten**

Gjennom å systematisere og distribuere viktig turistinformasjon vil vi gjøre det enklere for besøkende å finne fram i Bodø og Salten.

Turistinformasjonen vil distribueres gjennom nettstedet [www.visitbodo.com](http://www.visitbodo.com) og trykt reiseguide for Salten.

Økonomisk modell

Kommune	Alternativ 1	Alternativ 2	Maks Bodø Kommune	Pris Per Innbygger Alternativ 1	Pris Per Innbygger Alternativ 2	Alt.1 -Pris Per X Innbyggertall	Alt.2 -Pris Per X Innbyggertall	Totalt Alt.1	Totalt Alt.2
	Pris Egen andel	70000	1250000						
	Bodø Kommune - Egen Andel	1180000							
	Innbyggertall								
	Bodø			23,4	22,9	1180000	1160000	1250000	1250000
	Fauske			23,4	22,9	224463,6349	220659,1666	294463,6349	310659,1666
	Saldal			23,4	22,9	109847,8846	107986,0561	179847,8846	197986,0561
	Sørfold			23,4	22,9	45879,02076	45101,41025	115879,0208	135101,4102
	Hamarøy			23,4	22,9	42326,49342	41609,09524	112326,4934	131609,0952
	Steigen			23,4	22,9	59434,71716	58427,34908	129434,7172	148427,3491
	Beiarn			23,4	22,9	24166,53462	23756,93235	94166,53462	113756,9323
	Gildeskål			23,4	22,9	47748,77199	46939,47077	117748,772	136939,4708
	Meløy			23,4	22,9	151239,5025	148676,1211	221239,5025	238676,1211
	<b>Totalt Innbyggertall :</b>	80657				1885106,56	1853155,601	2515106,56	2663155,601

- Modellens utgangspunkt er Kultursamarbeid i Salten.
- Den økonomiske modellen gjenspeiler destinasjonsselskapets leveranser av tjenester til kommunene.
- Kommunens andel vil kunne være større enn bedriftens andel i en oppbyggingsfase.
- Det tilstrebes at bedriftsandelen skal utgjøre opp til 50 prosent over tid.
- Det bør tilstrebes konsensus blant kommunene om de økonomiske størrelsene i modellen. Kommunenes deltakerfinansiering må fastsettes ut fra samme prinsipp i alle kommuner.
- Det kreves ikke konsensus av alle ni kommunene i Salten om deltakelse i destinasjonssamarbeidet gjennom Visit Bodø.
- Innhold på leveranse må være i samsvar med tilgang på nødvendige ressurser for å kunne sikre leveranser av høy kvalitet.
- Avtalen bør være på minimum tre år med mulighet til forlengelse.
- Nivået på avtalen kan reguleres opp tidligere dersom partene er enige.
- Kvaliteten på leveransen vil bli evaluert fortløpende.
- Nivået på kommunenes innsats er på linje med tilsvarende destinasjonssamarbeid i andre landsdeler.

#### Kontingentsmodell medlemmer Visit Bodø

##### Grunnkontingent og markedsbidrag

Grunnkontingent er på NOK 1 000 eks. mva. og er obligatorisk for medlemmer . Grunnkontingenten faktureres årlig i januar. Medlemmer har stemmerett på årlig generalforsamling. I tillegg til grunnkontingent beregnes det et obligatorisk markedsbidrag som er omsetnings- og bransjekategorisert.

#### Butikk / handel

Enkeltfirma / butikk / reisebyrå	5 840,-
Kjøpesenter	23 370,-

#### Overnatting

**Sentrumshoteller Bodø****Markedsbidrag**

1,50 per solgte rom / faktureres månedlig

\* Øremerket markedsbidrag  
arrangementsattsing

1,50 per solgte rom / faktureres månedlig

**Sum markedsbidrag  
sentrumshoteller Bodø**

3,0 per solgte rom / faktureres månedlig

**Hoteller utenfor sentrum**

1,0,- per solgte rom / faktureres månedlig  
eller minimum 9 000,- i året

**Pensjonater, apparterement, hytter,  
rorbuer og campingplasser**

5 840,-

**Transport og bilutleie**

Omsetning:

Under 5 mill.: 7 020,-

Mellom 5-10 mill.: 11 690,-

Mellom 10-15 mill.: 17 530,-

Mellom 15-20 mill.: 23 370,-

Over 20. mill. i omsetning: individuelle avtaler (minimum  
35 060,-)

Markedsbidraget er knyttet opp til leveranse av en grunnpakke som medlemmene da får som en del av medlemskapet. I år er dette online synlighet, nettverk, tilbud om deltakelse i kampanjer, pressearbeid og kursrekken "Smart på nett" som skal bidra til et digitalt løft for Bodø og Salten.

#### Vurdering

Reiseliv og opplevelser er prioritert både på statlig nivå og på fylkeskommunalt nivå i Nordland. Reiselivs- og opplevelsesbransjene gir viktige bidrag til:

- Verdiskaping
- Identitet
- Arbeidsplasser
- Bo- og arbeidslyst

Gode tilbud til besøkende betyr også gode tilbud til fastboende. Synlighet og positiv omtale vil også bidra til posisjonering og økt attraktivitet for kommunene. Samarbeidet vil dermed også kunne gi positive bidrag til økt bo- og arbeidslyst til regionen.

Kommunenes roller i destinasjonsutvikling er av stor betydning. En strategisk tenkning rundt hver av kommunenes fire roller er avgjørende for å sikre kontinuitet, langsiktighet og forutsigbarhet for næringsliv og andre samarbeidspartnere. Det er også viktig at kommunene setter av ressurser og kontaktperson som vil være kontaktpunktet mellom kommune og destinasjonsselskap.

For oppfølging av avtalene bør det utvikles et system for rapportering og evaluering av avtalene med gitte mellomrom. I avtalens første (kanskje to første) år skal det gjennomføres evalueringsmøter mellom kommunenes kontaktpersoner og Visit Bodø. Deretter årlig. Visit Bodø er ansvarlig for å ta initiativ til dette.

Det er av svært viktig at reiselivs- og opplevelsessatsingen i Salten forankres i hver enkelt kommune. Gjerne gjennom en ansvarlig for reiselivssatsingen i den enkelte næringsetat.

Avtalens varighet bør være minimum tre år, med mulighet for forlengelse i to nye år.

Avtalen mellom kommunene i Salten og Visit Bodø skal være et verktøy for kommunene for å nå sine strategiske mål knyttet til næringsutvikling generelt og reiselivs- og opplevelsesutvikling spesielt.

Kommunenes samarbeidsavtaler med destinasjonsselskapet Visit Bodø vil kunne danne grunnlag for å utløse finansiering til større utviklingsprosjekter som fører seg inn i en strategisk destinasjonsutvikling for regionen Salten. Her er satsingen på verdibasert verdiskaping, som er en av tre pilarer i DA-Bodø, svært relevant.

Et regionalt samarbeid knyttet til reiseliv i Salten vil bety en større slagkraft og effektivisering av utviklingsarbeidet og fører seg inn i det nasjonale strukturprosjektet, ledet av Nærings- og fiskeridepartementet. Det skal også føye seg inn i Nordland fylkeskommunes nye reiselivs- og opplevelsesstrategi. Destinasjonsorganiseringsen i Salten vil dermed være inngangsbilletten til den nasjonale reiselivsstrukturen.

Definisjonen av de ulike nivåene på destinasjonsselskap i den nye reiselivsstrukturen viser også tydelig hvor viktig organiseringen av Bodø Salten i et selskap vil være. Denne definisjonen vil ligge i den kommende stortingsmeldingen for reiseliv og legge føringene for hvem som kan delta i strukturen

### **Definisjonene av de ulike nivåene i strukturen**

**Landsdelselskap:** Selskap som dekker et område bestående av en eller flere fylkeskommuner med underliggende Regionale destinasjonsselskaper og eventuelle Destinasjonsselskaper som er egne selskaper eller avdelinger. Omsetning > 25 mill. kroner. Landsdelselskaper skal ha bindende avtaler med de regionale destinasjonsselskapene og eventuelle Destinasjonsselskaper om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver. Landsdelselskapene har hovedansvar for å i samarbeid med nivåene under, utarbeide en tydelig definisjon av ansvarsområder og arbeidsoppgaver for de ulike nivåene i sitt geografiske område.

**Regionalt destinasjonsselskap:** Selskap som består av flere destinasjonsselskap eller avdelinger og dekker et definert område innenfor en landsdel. Omsetning > 10 mill. kroner. Et regionalt destinasjonsselskap skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene i samme landsdel om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

**Destinasjonsselskap:** Selskap som dekker et definert geografisk område. Omsetning > 3-5 mill. kroner. Destinasjonsselskapene skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene og landsdelselselskapet i samme region om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

**Reiseselskap:** Selskap som betjener et mindre geografisk område. Reiseselskapene har et tjenestetilbud og ingen nedre grense for omsetning. Medlemskap i eller avtale med et destinasjonsselskap er nødvendig for å kunne motta tjenester fra nivåene over.

Det bør forutsettes konsensus til den økonomiske modellen. Det er ønskelig, men ikke en forutsetning at alle kommunene i Salten går inn i en Saltenorganisering. Samarbeidsmodellen kan settes i gang selv om en eller flere kommuner i Salten ikke går inn i samarbeidet. Men det er en forutsetning at det i sum oppnås tilstrekkelige ressurser til at avtalte oppgaver ivaretas og kan løses med høy kvalitet.