

Styringsdokument reiseliv Innlandet fylkeskommune 2021 - 2022



Innholdsfortegnelse

1. Bakgrunn og formål	3
1.2. Reiselivsnæringen i Innlandet	3
1.2 Formål og avgrensning	4
2. Mål og premisser	5
2.1 Mål for Innlandet fylkeskommune sitt arbeid	5
2.2 Handlekraftige destinasjonsselskap som et verktøy for å nå målene.....	7
2.3 Ny nasjonal reiselivsstrategi	8
3. Nåsituasjon	9
3.1 Status i reiselivet	9
3.2 Innspill fra aktørene	10
3.3 Andre innspill	11
3.4. Ansvars- og rolledeling	13
4. Innsatsområder	14
4.1 Innsatsområder	15



Foto: Bård Gundersen

1. Bakgrunn og formål

1.2. Reiselivsnæringen i Innlandet

Innlandet er ett av Norges største reiselivsfylker. Med reiseliv menes her etterspørsel både fra ferie og fritidsbesøkende, arbeidsreiser, møter, kurs, konferanser og arrangement. I følge fylkeskommunens kunnskapsgrunnlag¹ har Innlandet:

- En reiselivsmessig verdiskaping² på rundt kr 5 mrd. pr år
- Rundt fire millioner gjestedøgn i kommersielle senger pr år. Dette gjør Innlandet til det 4. største hotell- og campingfylket i Norge etter Oslo, Vestland og Trøndelag som alle har store byer
- 85 000 fritidsboliger, noe som representerer anslagsvis 12 millioner gjestedøgn pr år, og gjør Innlandet til ett av Norges største hyttefylker generelt og desidert det største når det gjelder fjellhytter

I tillegg kommer gjestedøgn knyttet til utleie av private hytter (på Finn.no ol), AirBnB, besøk hos slekt og venner samt dagsbesøk.

Næringen er arbeidskraftintensiv, den gir skatteinntekter til kommunene og er et viktig virkemiddel for å sikre lokalt servicetilbud, gode lokalsamfunn og økt bolyst.

Reiselivsnæringen jobber systematisk med å bli mer bærekraftig. Mange av løsningene er tett koblet opp mot utviklingen av mer bærekraftige lokalsamfunn. Reiselivsnæringen er derfor en viktig partner i kommunenes og fylkenes arbeid med FNs bærekraftsmål samt i ambisjonene i den regionale planstrategien for Innlandet. I denne er visjonen: «Eventyrlige muligheter. Et fylke med sterke røtter og store drømmer med en ledende posisjon innen teknologi, industri, landbruk og reiseliv.», men satsningsområdene er innbyggere, innovasjon, inkludering og infrastruktur.



¹ Vi bygger Innlandet. Kunnskapsgrunnlag for Innlandstrategien, 2020-2024

² Definisjonen på verdiskaping er lønnskostnader og driftsresultat før avskrivninger og nedskrivninger

1.2 Formål og avgrensning

Styringsdokumentet skal være grunnlag for prioritering av ressurser (penger og tid) for Innlandets arbeid med reiseliv i perioden 2021-2022.

Styringsdokumentet skal

- beskrive hva Innlandet fylkeskommune ønsker å oppnå med reiselivssatsingen
- gi retning for Innlandet fylkeskommune sin rolle i utviklingen av reiselivet i regionen, både på kort og lang sikt
- være førende for oppdragsbrev til Innovasjon Norge og andre virkemiddelaktører i SIVA-nettverket
- gi rammer for fylkeskommunens tilnærming i samarbeidet med andre aktører

Dokumentet gjelder fylkeskommunens arbeid med å utvikle den tradisjonelle reiselivsnæringen, herunder dagsturer samt møte- og arrangementsturisme (MICE).

Den delen av reiselivet som handler om hytteutvikling og -bygging er lagt til Samfunnsutviklingsavdelingen i fylkeskommunen. Hytteeiernes forbruk av opplevelser, varer og private tjenester inngår imidlertid i det tradisjonelle næringsperspektivet. Det å bidra til å utvikle tiltak som øker bruken av hyttene, er dermed også være relevant for satsningen i dette styringsdokumentet.

Innholdet i dokumentet skal kommuniseres for å gi forutsigbarhet for reiselivsaktører og andre interessenter.



2. Mål og premisser

2.1 Mål for Innlandet fylkeskommune sitt arbeid

Innlandet fylkeskommune ser på reiselivet som en viktig næring for å sikre arbeidsplasser, bosetting og andre lokalpolitiske mål. Fylkeskommunen skal bidra til at reiselivet får tatt ut sitt kortsiktige potensial og behov for omstilling, og samtidig sikre den langsiktige utviklingen. Utfra dagens situasjon er det spesielt viktig å bidra til omstilling og utvikling som gjør at reiselivet «bygges bedre» etter Coronakrisen.

Hovedmålet for fylkeskommunen er å bidra til

Helårs arbeidsplasser og økt verdiskaping innenfor en bærekraftig ramme.

Den regionale planstrategiens mål og innsatsområder vil danne en overordnet ramme.

Midlene skal rettes inn mot tiltak der Innlandet fylkeskommune kan gjøre en forskjell, i forhold til hovedmålet over og i forhold til regional planstrategi. Reiseliv- og hytteutvikling vil bli tema i de tre regionale planene: «Klima, energi og miljø», «Samfunnssikkerhet», «Inkludering».

For å få optimal utnyttelse av ressursene skal en se etter løsninger der reiselivsmidlene kan kobles opp mot andre fylkeskommunale midler eller andre virkemiddelaktører. Bare innad i fylkeskommunen er det identifisert følgende innsatsområder/strategier som er relevant for reiselivsutviklingen og der reiselivet kan forsterke/bli forsterket ved å se arbeidet i sammenheng.



Foto: Colin Dobson/Skibladner

Illustrasjon: Fylkeskommunale strategier og innsatsområder med samhandlingspotensial mot reiseliv



Innlandet fylkeskommune har en egen satsing på lokalmat og reiseliv sammen med partnerskap landbruk. Lokalmat er derfor tatt ut av styringsdokumentet. Tilskudd til lokalmat skal ligge innenfor RT ordningen (regional tilretteleggingsmidler).

I tillegg er det prosjekter og programmer både hos Statsforvalteren og Innovasjon Norge som det er viktig å koordinere seg mot.

2.2 Handlekraftige destinasjonsselskap som et verktøy for å nå målene

Gjennomføring av innsatsområdene

Et viktig verktøy for å nå hovedmålet er samarbeidet med Innovasjon Norge, Statsforvalteren og destinasjonsselskapene i Innlandet.

Fylkeskommunen ønsker å bidra til en struktur med kompetente, regionale destinasjonsselskap som kan ivareta reiselivets utviklingsbehov.

Reiselivet i Innlandet er ikke tilknyttet noe landsdelsselskap som for eksempel Fjord Norge eller Nord Norsk Reiseliv. Innlandet fylkeskommune mener derfor det er viktig at alle reiselivsaktører har mulighet til å delta i et kompetent, innovativt og omstillingsdyktig fagmiljø. Med regionalt menes flere kommuner som naturlig er knyttet opp mot hverandre, geografisk og tematisk.

Destinasjonsselskapene er på mange måter fylkeskommunenes forlengede arm i arbeidet med å få til en god og bærekraftig utvikling i reiselivet.

Pr. i dag er organisasjonsformen ulik innad i fylket. De fleste selskapene er AS, men det er stor forskjell på antall ansatte og antall medlemmer og kommuner som er med. Det er også stor forskjell på type næringsliv som er medlemmer.

Fylkeskommunen forutsetter at destinasjonsselskapene har tilstrekkelig kompetanse til å ivareta oppgavene under. For å få til det, vil fylkeskommunen stimulere til en struktur med regionale destinasjonsselskaper som besitter høy kompetanse, har stabil økonomi og medlemsmasse, er framtidsrettet og prioriterer gode samarbeidsformer både mellom medlemmer og destinasjonsselskaper imellom. Målet er å få en stabil struktur for hele Innlandet.

Fylkeskommunen kan bistå for å få til en god organisasjonsstruktur. Næringen må vedta organisering ut fra sine behov. Fylkeskommunens ambisjon er å få på plass en organisasjonsstruktur som gir gode fagmiljø, skaper fellesskap og som sammen jobber for et bærekraftig og framtidretta reiseliv i hele Innlandet.

Destinasjonsselskapene skal kunne søke på en støtteordning om årlige midler til gjennomføring av følgende oppgaver:

- Marked, kundeinnsikt og analyse
- Digital markedsføring og digital kommunikasjon med medlemmer, markedet, lokalbefolkning og deltidsinnbyggere.
- Innovasjon, omstilling og produktutvikling
- Destinasjonsutvikling
- Samarbeidspart lokalt, regionalt og nasjonalt (kommune, fylkeskommune og Visit Norway) for gjensidig oppfølging og utvikling av reiselivet

2.3 Ny nasjonal reiselivsstrategi

På oppdrag av Nærings- og fiskeridepartementet er Innovasjon Norge nå i ferd med å lage en ny strategi for utvikling av norsk reiseliv. Strategien skal være ferdig 1. mars 2021. I en «løypemelding», pr januar 2021 sies det at bærekraft og det grønne skiftet, samt digitalisering, blir sett på som premissgivende for strategien. I tillegg er det pekt ut åtte viktige områder³:

- Tydelige mål med tilhørende monitorering på nasjonalt nivå: behov for bedre måling, kunnskap og dokumentasjon av reiselivsnæringens verdiskaping. I tillegg ønskes KPI'er for bærekraftsmålene, samt mer systematiserte data om sysselsetting, kundetilfredshet, holdningsundersøkelser, bedriftsundersøkelser, klimaavtrykk, med mer.
- Verdiskaping: Hva gir optimal verdiskapingseffekt i forhold til næringsutvikling, markeds- og målgruppevalg, reiseformer, helårig etterspørsel, type kundereiser ("reasons to go")
- Rammebetingelser: behov for å se på innretning av skatter, avgifter, lovverk og øvrige rammevilkår som ikke er utarbeidet for å regulere turisme på det nivået vi har nå.
- Organisering: rolleavklaring og ansvarsfordeling på lokalt, regionalt, nasjonalt nivå. Dette gjelder både i næringens fellesapparat, men vel så mye i det offentlige forvaltnings- og tiltaksapparatet
- Grønn omstilling: tiltak og virkemidler for at næringen kan gjennomføre grønne tiltak, og at dette sees på både i forhold til de stedbundne kjernenæringene (som står for 25 prosent av utslippene) - og transport og reisene til/fra destinasjonene i Norge som står for 75 prosent av Co2-utslippene.
- Tilrettelegging: herunder finansiering av fellesgoder, moderne formaliserte verktøy for besøksforvaltning, god infrastruktur inkl. samferdsel og beredskap (blålysetatene).
- Digitalisering: Bedriftsinternt, og på bransjenivå, herunder bruken av stordata, kommunikasjon, salg/booking, formidling og sømløse løsninger for sluttbruker
- FoU, kompetanse og rekruttering: fremtidig kunnskapsbehov, koordinering av FoU-initiativ og rekruttering av arbeidskraft



Foto: Jonas Hasselgren/Utefoto



Foto: Fredrik Otterstad/Trysil

³ Kilde: https://business.visitnorway.com/no/strategi-for-norsk-reiseliv/?mc_cid=6503c433a4&mc_eid=192d354fd3

3. Nåsituasjon

3.1 Status i reiselivet

Reiselivet i Innlandet er mangfoldig: her finnes noen av Norges største fjelldestinasjoner, et stort antall nasjonalparker med ikonstatus, Norges største innsjø, små nisjeaktører som leverer til internasjonale "high end-markeder", store kulturinstitusjoner og byer og tettsteder med særpreg og sjarm. Fylket ligger nært store befolkningskonsentrasjoner, har gode fasiliteter og stor kompetanse innen arrangement. Det er også Norges største hyttefylke.

Før koronasituasjonen var reiselivet i regionen i generelt god utvikling. Pandemien har gjort bildet mer nyansert; noen aktører hadde god omsetning fra nye norske målgrupper sommeren 2020, mens andre ikke fikk erstattet bortfallet av internasjonale gjester. Høsten og vinteren 2020 og våren/sommeren 2021 vil bli kritisk for aktører som er avhengig av kurs/konferanser og annen bedriftsrettet trafikk. Skisentre og fjelldestinasjoner har tradisjonelt mye skandinaviske gjester og ser også ut til å få en krevende sesong. Utfordringen for de fleste er at inntektene svikter, mens driftskostnadene relativt sett øker pga smittevern som gir stor uforutsigbarhet, lav kapasitetsutnyttelse og nye krevende prosedyrer.

Koronasituasjonen har vist hvor avhengig Innlandet er av turister og hytteeier. Det er derfor viktig at fylkeskommunen bidrar til omstilling som gjør at de gode bedriftene overlever og at reiselivet kan bli en positiv bidragsyter i utviklingen også fremover. Det antas at forbrukerne lenge – kanskje for alltid vil bli mer opptatt av reisemål som oppleves som trygge og velorganiserte, rene og smittefrie, som gir rom for sosial distanse. Dette er trender Innlandet kan levere på. Samtidig vil markedet kreve fleksible bestillingsløsninger, som gjør det mulig å avbestille eller snu hvis noe oppleves utrygt. Dette samt økonomisk nedgang og redusert tilgjengelighet (særlig i flysektoren) vil gjøre at reiselivsnæringen fremover vil få store omstillingsbehov.

OECD sin statusrapport for turisme⁴ gir grunn til å tro at dette i stor grad handler om

- Mer fokus på bærekraftsmålene – natur, kultur, miljø, lokalsamfunn og økonomi
- Turismen må ut av "turismebobla" og mer se vekst og utvikling som verktøy for regional utvikling
- Mer kunnskapsbaserte beslutningsunderlag
- Bedre og mer strategisk planlegging, koordinering av gjennomføring



⁴ OECD Tourism Trends and Policies 2020

3.2 Innspill fra aktørene

Prosessen med styringsdokumentet er bredt forankret i næringen, hos virkemiddelaktører og internt i fylkeskommunen. Arbeidet har vært organisert på følgende måte:

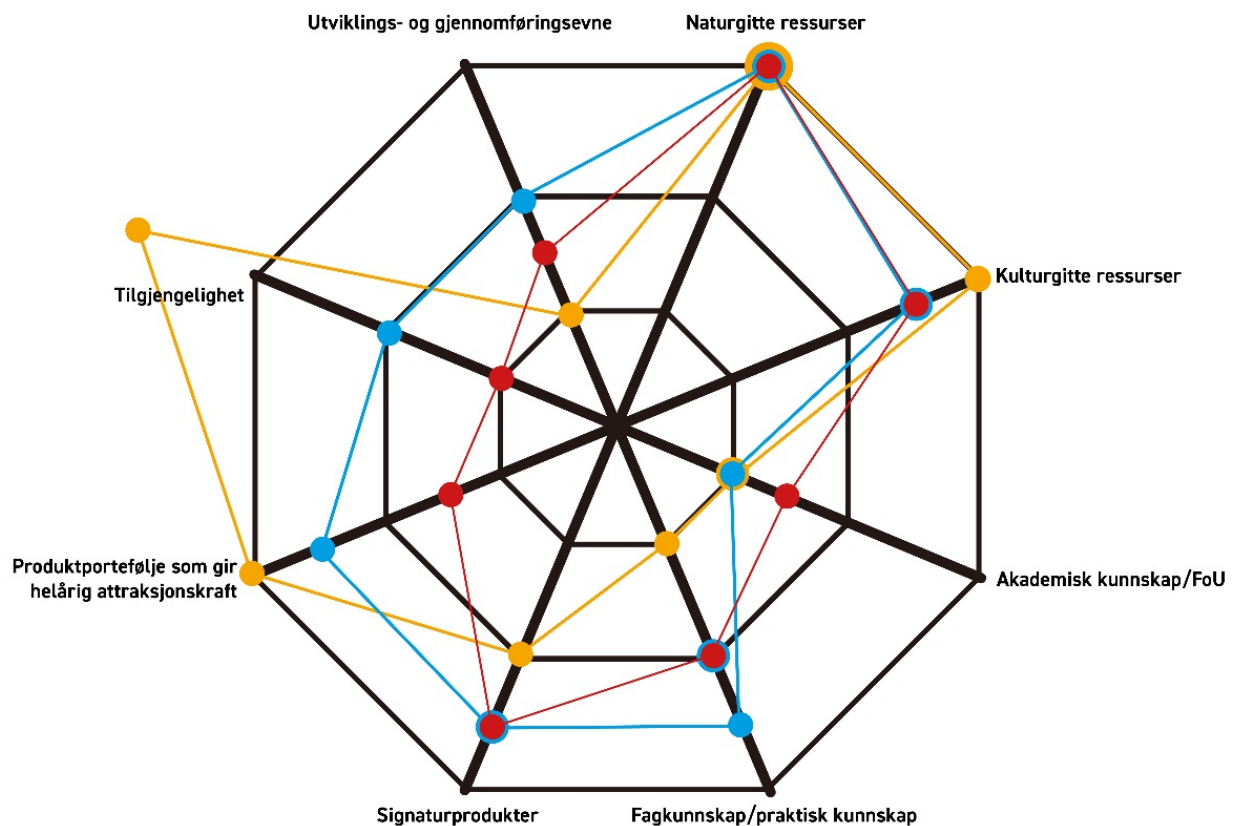
- Arbeidsgruppen har bestått av seksjonsleder og rådgivere fra Næring og internasjonalt samarbeid i Innlandet fylkeskommune, en representant fra Innovasjon Norge og innleid prosessleder fra Mimir
- Referansegruppen har bestått av rådgivere fra avdelingene Samfunnsutvikling, Kultur og Samferdsel i fylkeskommunen, en representant fra hvert destinasjonsselskap i Innlandet, Statsforvalteren og NHO Innlandet. Det er avholdt to møter i referansegruppen
- Hvert destinasjonsselskap har innhentet innspill direkte fra reiselivsnæringen.
- Fylkeskommunen har gjennomført dybdeintervju med Høgskolen i Innlandet og et utvalg bedrifter (hotell, opplevelser, kulturleverandører, arrangement)
- Det er gjennomført en spørreundersøkelse blant NHO Innlandet medlemmer

Innsikten fra møter og samtaler er nedfelt i egne notater, men kan kort oppsummeres slik:

- Bærekraft er en grunnleggende forutsetning som må ligge i bunnen for alt som gjøres.
- Helårighet er en forutsetning for lønnsomhet og gode arbeidsplasser
- Det er stor enighet blant aktørene om at Innlandet har gode natur- og kulturbaserte ressurser. Det er imidlertid varierende oppfatning av om de tas ut i signaturprodukter og unike opplevelser, men enighet om at det uansett blir viktig å tilrettelegge for mer skreddersydde og sømløse kundeopplevelser fremover
- Det er viktig å ta vare på natur, både klima og naturmangfold, men også for å sikre besøkende og lokalbefolkning sin tilgang til naturopplevelser.
- Nødvendig med en omstilling mot grønn mobilitet – både til og på reisemålene
- Digitalisering er viktig og utfordrende, også fordi det for mange krever endring i forretningsmodellen. Omstillingen er særlig krevende for små bedrifter, men potensialet er stort
- Det er stor enighet om at destinasjonsselskapene har en viktig rolle i arbeidet med å utvikle klyngesamarbeid/nettverk på reisemålet. På destinasjonsnivået må en fremover både jobbe med å skape og å håndtere trafikk.
- Små operatører/DMC'er er utsatt på grunn av korona, men er viktige for å skape trafikk og for å sikre bedriftene markedskunnskap og markedsadgang.
- Mange aktører er opptatt av at gjennomføringsevnen må styrkes
- Koblingen mot Innovasjon og FoU-aktørene må forbedres. Det er nødvendig med flere møteplasser mellom næring og FoU. I tillegg må en se på FoU-potensialet i å lære av andre næringer, andre FoU-aktører.

Situasjonen illustreres også delvis gjennom diagrammet nedenfor som ble laget i den første workshopen i referansegruppen. Her var deltakerne fordelt på tre grupper som på en skala fra 1-3 skulle vurdere styrken (hvor 3 er sterkest) i Innlandet når det gjaldt: naturgitte ressurser, kulturgitte ressurser, akademisk kunnskap/FoU, fagkunnskap/praktisk kunnskap, signaturprodukter, produktportefølje som gir attraksjonskraft og tilgjengelighet. Gruppene hadde kort tid til disposisjon og på noen områder (for eksempel tilgjengelighet) var det ulike forståelser/tolkninger. Resultatene må derfor tolkes med forsiktighet, men ga i møtene grunnlag for interessante diskusjoner og underbygges også av signaler i den øvrige innsiktsinnhenting.

Illustrasjon: Oppsummering gruppearbeid i referansegruppen. Innlandets styrke på ulike parametre



3.3 Andre innspill

Besøksforvaltning - innspill fra Statsforvalteren

Naturen og verneområdene i Innlandet er en viktig turistattraksjon. 11 av 40 norske nasjonalparker ligger helt/delvis i Innlandet, i tillegg til ca. 300 mindre verneområder. Internasjonalt har en i lengre tid arbeidet med aktiv besøksforvaltning, for å sikre at ferdselen blir så sporløs som mulig med hensyn til slitasje, forøpling og forstyrrelser av natur og andre besøkende. I Norge startet arbeidet med besøksforvaltning for alvor opp i 2015. Den juridiske, kompetansemessige og finansielle infrastrukturen for å få dette til i praksis er imidlertid fortsatt svak.

Bruk/vern er et tema som har hatt stort fokus i Innlandet i en årrekke. Det er utviklet stor kompetanse på temaet både hos regionale myndigheter, i høgskole- og forskningsmiljøene og på lokale forvaltningsknutepunkter for verneområdene. Denne kompetansen bør utnyttes på en bedre måte enn i dag for å fremme grønn omstilling i Innlandet. Fylkeskommunen og Statsforvalteren i Innlandet vil i fellesskap kunne spille en viktig rolle i å samordne virkemidler og tiltak, og være en støttespiller/pådriver for å utvikle besøksforvaltning knyttet både til natur- og kulturverdier.

Norges Nasjonalparkkommuner og Nasjonalparklandsbyer

Den av Miljødirektoratet initierte kommuneorganisasjonen Norges Nasjonalparkkommuner og Nasjonalparklandsbyer gjør et stort arbeid for å få flere kommuner med nasjonalpark til å sertifisere seg som nasjonalparkkommune og evt. med nasjonalparklandsby. Dette innebærer å integrere kunne ta i bruk merkevaren «Norges nasjonalparker». Organisasjonen kom på nasjonalbudsjettet fra 2020. Innlandet fylkeskommune vil støtte opp om det arbeidet som gjøres fra statlig side for at nasjonalpark- og nasjonalparklandsbystatusen i enda større grad kan være grunnlag for lokal naturressursbasert verdiskaping.



3.4. Ansvars- og rolledeling

Verdiskapingen i reiselivet skjer i reiselivsbedriftene og i de omkringliggende næringer (som for eksempel handel, bensinstasjon, håndverkere mm). Bedriftene har ansvar for verdiskaping, vertskap, sysselsetting, produktutvikling, markedsføring og salg/booking.

For å få synergier og kraft i arbeidet er fylkeskommunen avhengig av å samarbeide med de ulike utviklings- og virkemiddelaktørene i Innlandet. Disse er kort omtalt i tabellen nedenfor.

Aktør	Rolle
Innlandet fylkeskommune	Fylkeskommunen skal gjennom økonomiske, administrative og politiske virkemidler bidra til utviklingen av reiselivet i Innlandet. Fylkeskommunen skal koordinere reiselivssatsingen innen samferdsel, utdanning, kultur og kulturminner og næringsutviklingsarbeidet. Fylkeskommunen skal lede nettverk som omfatter destinasjonsselskapene i Innlandet.
Innovasjon Norge Innlandet	Innovasjon Norge skal gjennom dialog med kommersielle bedrifter og bedriftsnettverk være pådriver for lønnsom næringsutvikling. Tjenestene omfatter finansiering, kompetanse, nettverk og rådgivning.
Statsforvalteren	Statsforvalteren har et særlig ansvar for å bidra til utvikling av landbruket og landbrukstilknyttet virksomhet, slik som grønt reiseliv, lokalprodusert mat og matopplevelser, utmarksnæringer og bygdeutvikling generelt. Statsforvalteren har også ansvar for å følge opp nasjonale mål for å ivareta naturmangfoldet både i og utenfor verneområder, inkludert å finne bærekraftige løsninger for naturbasert reiseliv.
Destinasjonsselskap	Destinasjonsselskapene har et særlig ansvar i å koordinere tiltak og bistå medlemsbedrifter med kompetanse og kunnskap innen produktutvikling, sesongutviding, heilårsturisme, nettverksbygging, digitalisering og profilering av regionen for besøkende, deltidsturister (fritidsboligeiere) og innbyggere.
FoU-aktører (FORREGION, Høgskolen i Innlandet, Reg. forskningsfond, Forskningsrådet mm)	Virkemidler til bedrifter (og offentlige virksomheter) som vil heve sin kompetanse og innovasjonsevne ved å benytte seg av forskning.
NHO Innlandet, KS, Virke, Hanen, LO etc	Interesseorganisasjoner skal gjøre enkeltaktører sterkere i forhold til omverdenen både politisk og faglig. NHO Innlandet skal være et bindeledd som sikrer en bedre koordinering og samkjøring av nasjonale, regionale og lokale utviklingsprosesser for reiselivsnæringen.
Kommune	Kommunen har ansvar for å tilrettelegge for lokal infrastruktur og areal, vertskapsfunksjon og fellesgoder (ofte i samarbeid med næringsaktører og destinasjonsselskap), eks. Turistinformasjon og næringssservice, merking av stier og løyper, m.m.
Regionrådene	Regionrådene skal være bindeledd mellom det arbeid som gjøres lokalt og regionalt i reiselivet, og det overordnede arbeidet i fylket
Andre utviklingsaktører	Regionalparker, næringshager, SIVA, kunnskapsparker, Norges Nasjonalparkkommuner og Nasjonalparklandsbyer (NPKL)

4. Innsatsområder

FNs bærekraftsmål og de ti prinsippene for et bærekraftig reiseliv

Som nevnt innledningsvis er reiselivet en viktig partner i kommunens arbeid med å innfri FNs bærekraftsmål. Basert på bærekraftsmålene har Innovasjon Norge fastsatt tre tema og ti prinsipper for et mer bærekraftig reiseliv.

Illustrasjon: De ti prinsippene for et bærekraftig reiseliv (Kilde: Innovasjon Norge/WTO)



Innovasjon Norge har også etablert merkeordningen «Bærekraftig reisemål». Dette er en arbeidsprosess der reiselivet og kommunene samarbeider om å innfri en 42 kriterier og 103 indikatorer for bærekraftig utvikling. Trysil var en av pilotene i arbeidet med å utvikle denne ordningen. Lillehammerregionen og Femund Engerdal var også tidlig ute med å få merket. Valdres og Nasjonalparkriket er også i gang. Femund Engerdal er blitt re-merket som bærekraftig reisemål for tre nye år. Merkeordningen er viktig fordi den både er et kvalitetsstempel mot markedet, og fordi den har dokumenterte effekter på samhandlingen lokalt.

Illustrasjon: Innovasjon Norges merke for bærekraftig reisemål



BÆREKRAFTIG REISEMÅL

4.1 Innsatsområder

Hovedmålet for fylkeskommunen er å bidra til

Helårs arbeidsplasser og økt verdiskaping innenfor en bærekraftig ramme

Koronapandemien gjør det hensiktsmessig å både prioritere tiltak som bidrar til bærekraftig vekst og overlevelse på kort sikt samt tiltak som sikrer langsiktig utviklingsevne.

FNs bærekraftsmål og de ti prinsippene for et mer bærekraftig reiseliv skal være en grunnleggende premis. Bærekraft er altså et gjennomgående tema som ligger til grunn for all utvikling.

Fylkeskommunens fire innsatsområder er:

- **Helårs arbeidsplasser, inkl produktutvikling**
- **Mobilitet inkludert offentlig transport og kommunikasjon**
- **Digital tjenesteinnovasjon inkludert AR og VR**
- **Kompetanse og arbeidskraft**

Natur- og kulturopplevelser som bidrar til helårs arbeidsplasser vil bli prioritert. Når det gjelder kultur er det viktig med tett kobling til kulturstrategien og de øvrige styringsdokumentene.

4.1.1 Produktutvikling som gir helårs arbeidsplasser

Innspill fra næringsaktørene viser at mer helårig etterspørsel er avgjørende både for bedriftenes lønnsomhet og for å utvikle og beholde kompetent arbeidskraft. Mer helårige arbeidsplasser er også et politisk mål for å lokalsamfunnene. Forutsetningen for mer helårighet er at en jobber systematisk med å utvikle attraksjonskraft i lavsesong. Det handler altså om å utvikle produkter og tilbud som løfter frem reiselyst gjennom hele året, for eksempel mat- og kulturopplevelser samt MICE. Tiltakene kan være både bedriftsinterne, på destinasjonsnivå og ikke minst knyttet til utvikling av felles infrastruktur som gir grunnlag for verdiskaping.

Gjennom en utlyst støtteordning vil Innlandet fylkeskommune prioritere natur- og kulturopplevelser som bidrar til helårlige arbeidsplasser, og nye sesonger tilpasset den enkelte destinasjon og region.

4.1.2 Grønn mobilitet

Klimautfordringen er vår tids viktigste utfordring. Transportsektoren er en av de sektorene som er i størst omstilling med nye teknologier og nye tjenesteløsninger som samlet sett går under betegnelsen Grønn mobilitet. Grønn mobilitet kjennetegnes ved fokus på redusert transportbehov, prioritering av gange og sykkel, kollektiv- og deletransport fremfor bil.

På nasjonalt nivå er hele 75% av reiselivets Co2-utslipp knyttet til transporten til og på reisemålet. Dette er inkl flyreiser, cruise mm. Co2-utslippene er sannsynligvis mindre i Innlandet som har størstedelen av sine besøkende fra Norge og andre nærmarkedene. Økt elbilandel gjør også at Co2-avtrykket, særlig fra hytteturismen, i regionen sannsynligvis er redusert kraftig de senere årene. Overgangen fra fossil til strøm forutsetter imidlertid en infrastruktur i form av elbilladere og kapasitet på strøm.

Også med økt elektrifisering er det viktig å tilrettelegge for grønnere og mere sømløse transportløsninger for å komme seg til reisemålene, og internt på den enkelte destinasjon. Mange lokalsamfunn i Innlandet mangler trafikkgrunnlag til å utvikle attraktive kollektivløsninger for sine innbyggere. Innlandet fylkeskommune vil se lokalsamfunnets og reiselivets behov samlet i nye mobile løsninger gjennom kollektivtransport, bildelingsløsninger, autonome (selvkjørende) muligheter, påvirke togselskapene, nye taxiløsninger og apper som bidrar til samkjøring.

Det pågår flere prosjekter innen dette feltet, som må ses i sammenheng med mobilitetsstrategien til avdeling Samferdsel.

4.1.3 Digital tjenesteinnovasjon

Innlandet fylkeskommune og den nasjonale reiselivsstrategien betraktet digitaliseringen som en viktig driver for omstilling i reiselivet. I Store norske leksikon defineres digitalisering slik: *Digitalisering er å legge til rette for generering av digital informasjon samt håndtering og utnyttelse av informasjonen ved hjelp av informasjonsteknologi.*

Digitaliseringsbegrepet handler altså om å bruke teknologi til å fornye, forenkle og forbedre. Kjente endringer som kommer av digitalisering er Vipps eller apper for markedsføring, bestilling og informasjon som for eksempel VY, Hotels.com og AirBnB. Digitaliseringen får altså konsekvenser for enkeltbedriftenes forretningsmodeller og for samhandlingen mellom aktørene. Hvorfor skal Google eie informasjon om våre kunder når vi kan eie den selv?

Innlandet fylkeskommune er med i prosjektet Interreg Europe Digitourism. Målet er å utarbeide styringsdokument, basert på kunnskap fra prosjektet, som oppfordrer reiselivet i Innlandet til å ta i

bruk nye digitale virkeligheter som AR, VR og XR til produktutvikling, markedsføring, booking og oppfølging av kunder.

Innlandet fylkeskommune skal ha en offensiv holdning, og bidra til videre utvikling av digitale produkter og tjenesteinnovasjon.

4.1.4 Kompetanse og kunnskap

Digitaliseringen, bærekraft- og klimautfordringen og markedsendringer gjort det at reiselivet allerede før pandemien var inne i en stor omstilling. Pandemien har forsterket omstillingsbehovet ytterligere. Kompetanse og kunnskap til å både omstille seg, men også til å overvåke utviklingen, blir derfor enda viktigere fremover.

Innlandet har store forskningsmiljøer både innen reiseliv og andre sektorer. Det er enda viktigere å skape møteplasser og samhandling mellom reiselivsaktørene og FoU-miljøene fremover. Illustrasjonen i punkt 3.2 gir imidlertid indikasjoner på at også næringsaktørene ser dette potensialet. Forholdene ligger derfor til rette for å etablere en næringsrettet klynge/FoU-satsning for Innlandet.

I tillegg er det viktig å sikre reiselivsaktørenes tilgang til fagpersoner, for eksempel kokker og guide mm. Det å ha praktisk rettede utdanninger med tilgang til praksis og lærlingeplasser vil være viktig.

Innlandet fylkeskommune skal jobbe med å skape møteplasser og samhandling mellom reiselivsaktørene og FoU-miljøene.

Fylkeskommunen oppfordrer reiselivet til å utnytte andre støtteordninger som er rettet mot reiselivet, slik som BIO midler og midler gjennom FORREGION. Vi ønsker å samarbeide med Kompetanse og tannhelse om utvikling av fagtilbud knyttet til reiselivet.

Forholdet mellom innsatsområdene kan oppsummeres i følgende figur

Illustrasjon: Sammenhengen mellom mål og prioriteringer





Innlandet
fylkeskommune

