

Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling

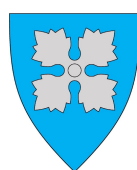


Nasjonalparkriket Reiseliv AS

2020–2022



Nasjonalparkriket



Bakgrunn og organisering	2
Om Nasjonalparkriket	2
Bakgrunn for oppstart med merkeordningen	5
Mandat	6
Hovedmålsetting	7
Organisering av prosjektet i fase 1:	7
Styringsgruppe:	7
Merket for bærekraftig reisemål	8
Bærekraftig reisemål – en langsiktig og dynamisk prosess	9
Handlingsplan	11
Fokusområder for bærekraftig reiselivsutvikling i Nord-Gudbrandsdalen	11
Tiltaksplan	11



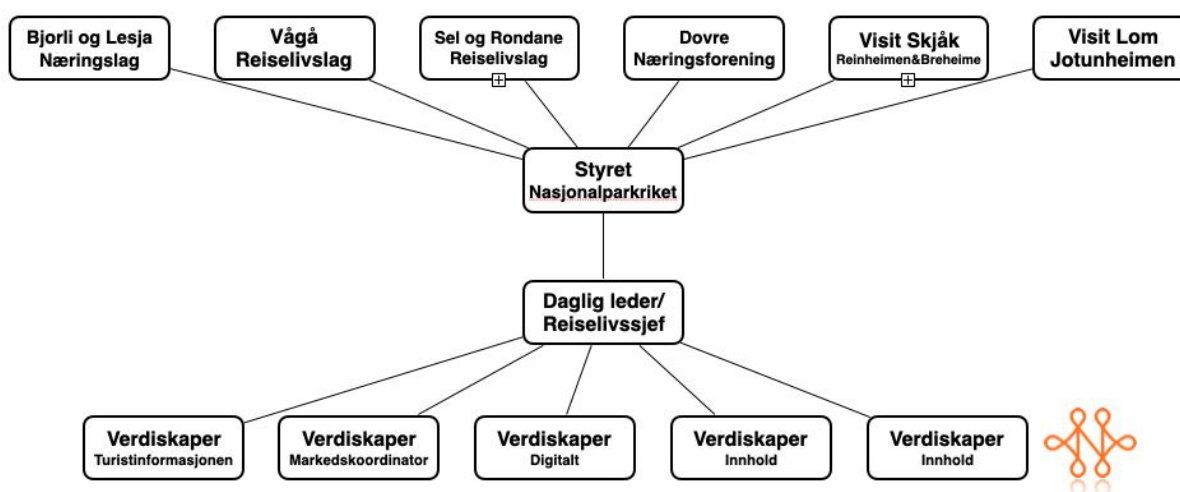
Bakgrunn og organisering

Nasjonalparkriket

Nasjonalparkriket Reiseliv AS (NPR AS) er destinasjonsselskapet for Nord-Gudbrandsdalen, der Dovre, Lesja, Sel, Skjåk og Vågå er eierkommuner.

NPR AS er organisert gjennom seks eierlag som hver har sin representant inn i styret. I tillegg er det ett eksternt styremedlem. Eierlagene arbeider lokalt, i sin hjemkommune, mens destinasjonsselskapet jobber på det regionale nivået, på vegne av alle eierlagene. Styret er med på å legge de overordnede målene for selskapet, som daglig leder sørger for at blir iverksatt.

ORGANISASJONSKART NASJONALPARKRIKET REISELIV AS



Området

Nord-Gudbrandsdal er en fjellregion med de aller mest kjente fjellområdene som inkluderer Jotunheimen, Rondane og Dovrefjell, samt Reinheimen og Breheimen, som har stort reiselivspotensiale. Det å være omringet av nasjonalparker og andre verneområder gjør det til en utfordrende oppgave å balansere vern og bruk.

Områdene brukes til landbruk, jakt, turisme og folkehelse, i tillegg til at det er leveområdet til dyr og planter. Til sist må det nevnes at hele området har et historisk sus der kulturminnene ligger som perler på snor.

Av aktiviteter i området, så er det ingen tvil om at vandring er mest populært. Dette understrekes blant annet antall besøkende til Besseggen, Snøhetta og

Galdhøpiggen. I tillegg kommer alle de andre turmulighetene, som blir for mange å nevne her.

Området har et enormt potensiale for fisketurisme. I tillegg er det også muligheter for fartsfylte opplevelser som rafting, klatring, juving, ridning osv. Vi har god plass, stillhet og et bugnende utvalg av lokalmat og drikke. Vinteraktivitetene er mange. Langrenn, alpint og snowboard, randonné, fjellski og truger for å nevne noen.

Vi har god tilgjengelighet med tog og buss inn i området, men det er utfordrende med infrastrukturen videre ut til destinasjonene.

Visjon

«Nasjonalparkriket skal være Norges friskeste og mest berikende reisemål for fjellopplevelser»

Vårt mål er å utvikle Nord-Gudbrandsdalen til den ledende Nasjonalparkregionen i Europa, og et utstillingsvindu for bærekraftig reiselivsutvikling.

Misjon:

Nasjonalparkriket Reiseliv skal samle reiselivet i regionen og skape entusiasme og tillit hos både bedrifter, lokalbefolkning og besøkende. Nord-Gudbrandsdalen skal fremstå som et attraktivt reisemål med en klar og enhetlig profil, og med fjellsamfunnets natur og kultur som innholdsmessig ramme.

Forretningsidè

Nasjonalparkriket Reiseliv skal på vegne av medlemmene samordne markedsføring, informasjon, salg og produktutvikling som skal tilføre næringslivet i Nord-Gudbrandsdalen mer lønnsom trafikk gjennom flere besøkende og økt betalingsvilje.

Formål

Selskapets formål er å markedsføre reisemål i Breheimen, Dovrefjell, Dovre, Jotunheimen, Reinheimen og Rondane, og ellers reisemål i Nord-Gudbrandsdalen.

Verdiskaperne i Nasjonalparkriket

Charlotte S. Lien Ansvarlig turistinformasjonen Otta og merkantil hjelp	Charlotte har lang fartstid i organisasjonen. Hun har uvurderlig kunnskap om praktisk tilnærming til regionen vår. Hvordan kommer jeg meg dit? Enkleste måten med buss? Hvor kan vi overnatte? Charlotte har svaret. Charlotte har sammen med Tatjana et ansvar i kontakt ut mot nye og eksisterende medlemmer.
Erland K. Husom Digitalansvarlig	Erland har en Bachelor i reiseliv fra Høgskolen på Lillehammer. Han har god teoretisk kunnskap og erfaring fra reiselivet. Erland er vår ekspert på digital markedsføring og hjemmesidearbeid (både drift og utvikling). Erland er og en dreven kursholder innenfor disse temaene. Erland innehar også foto- og videokunnskaper.
Ole Erik Bjørnstadhaugen Daglig leder/Reiselivssjef	Ole Erik er utdannet lærer og rektor. Han har ansvaret for å drifte selskapets utvikling, personal og økonomi. Dette gjøres i samarbeid med styret i Nasjonalparkriket. Etter 17 år i skolesystemet har han god kunnskap om kommunal sektor. Siden Nasjonalparkriket jobber tett med kommunene er det viktig å kunne se helheten mellom kommunal sektor og privat næring og viktigheten av samhandling.
Martin Amble Ruge Innholdsprodusent	Martin er utdannet Art Director fra Westerdals. Han har jobbet flere år i reklamebransjen, og er vår kreative innholdsprodusent. Martin har tilført administrasjonen en nytenkning når det gjelder innhold og markedsføring som vil løfte Nasjonalparkriket til det mest innovative destinasjonsselskapet i Norge. Martin er også vår ekspert på Instagram og kan holde innlegg og kurs knyttet til sin kunnskap.
Tatjana Breda-Gulbrandsen Markedskordinator	Tatjana er utdannet kokk i tillegg til en master i reiseliv. Hun er vårt orakel når det gjelder trender og kunnskap i faget. Denne kunnskapen er uvurderlig i arbeidet med å se sammenhengen mellom Nord-Gudbrandsdal og resten av verden. Hun har også et ansvar knyttet til medlems håndtering og kontakt med disse. Tatjana har og ansvar for produksjon og koordinering av vårt eget reiselivsmagasin FJELL.
Marius Nilsen Innholdsprodusent	Marius har en mastergrad i medievitenskap, utdanning som fotograf og nærmere 10 års erfaring med merkevarebygging i designbyrå i Oslo. Han er en aktiv syklist, men også en aktiv fjellkar generelt. Han har bakgrunn fra designbyrå som rådgiver og prosjektleder, nå senest i Heydays i Oslo. Han har jobbet med å utvikle visuell kommunikasjon og merkevarestrategier for en rekke nasjonale og internasjonale merkevarer. Marius har også bred erfaring innen prosjektledelse, research, analytisk og strategisk innsiktsarbeid, samt stått for art direction og produksjon av både større og mindre foto og filmprosjekter på tvers av mange plattformer.

Bakgrunn for oppstart med merkeordningen

I april 2018 ble det tatt initiativ til at NPR AS skulle søke Innovasjon Norge om støtte til fase 1 til “Merket for Bærekraftig reisemål”. Dette fordi bærekraft er veldig viktig innenfor reiselivet, og at merkeordningen gir oss tilgang på en verktøykasse som systematiserer og avdekker sider vi er gode på og der vi har forbedringspotensiale.

Arbeidet med merkeordningen er nedfelt i selskapsstrategien, vedtatt i styret i NPR AS juni 2018.

Det er en kjensgjerning at bærekraft har stått, og står i fokus i reiselivet, jfr. “Veikart for et bærekraftig reiseliv.”

<https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/barekraftig-reiseliv/dokumenter/2017/veikart-fra-reiselivsnaringen-i-norge/>

Det forventes av våre gjester og turoperatører at en destinasjon har fokus på bærekraft. Bærekraftsbegrepet i dette arbeidet kan defineres gjennom tre kjerneområder:

Miljømessig bærekraft, sosial bærekraft og økonomisk bærekraft:



Modellen over viser hvordan disse tre elementene er avhengig av hverandre, og om ett forsvinner, så er det ikke lenger bærekraft.

Fjellområdene i Nord-Gudbrandsdalen er viktige rekreasjonsområder både nasjonalt og internasjonalt. Dette har medført en økning i ferdselen de siste årene, som i noen områder har hatt negativ innvirkning på naturverdiene. Dette gjelder for eksempel rovfugllokaliteter i Jotunheimen. Den største utfordringen er imidlertid knyttet til villreinen. Villreinen er en internasjonal ansvarsart Norge er forpliktet til å ivareta gjennom internasjonale avtaler. Den genetisk mest opprinnelige villreinen finner vi

i Rondane–Dovre–området. Den største trusselen mot villreinen er fragmentering og reduksjon av villreinens arealer. I fjellområdene i Nord–Gudbrandsdalen fører menneskelig ferdsel nå til en oppsplitting og innsnevring av villreinens leveområder, særlig i Rondane og på Dovrefjell. På sårbare lokaliteter med villrein kan ferdsel gå utover verneverdiene selv ved relativt lite besøk.

Ferdselen er sammensatt, med lokalbefolkning, hytteiere, gjester på turistbedrifter og DNT-vandrere. For å finne bærekraftige løsninger trengs derfor et samarbeid mellom flere parter, og et sterkt fokus på besøksforvaltning framover. Det er eksempler, som Fokstumyra, der en regulering av ferdselen viser at det er mulig å ha en trafikkøkning utan at det går utover verneverdiene

Vi har ikke store utfordringer med overturisme i dag. Snarere har vi heller underturisme, da det er plass til mange turister i området, særlig i skuldersesongene. Her ligger det et stort potensiale. Likevel, så ser vi at det er noen områder der vi kan se konturene av overturisme og utfordringene det medfører. På Galdhøpiggen har det tidvis vært så mange mennesker samtidig, at det på et tidspunkt ble vurdert om det skulle kvoterer. På Besseggen går det i normale tider ca 60.000 mennesker på en sesong, der skoleferien er perioden hvor det er størst trykk på området. Det blir laget en egen besøksstrategi for Besseggen i arbeidet med å bli nasjonal turiststi. I enkelte sårbare områder med for eksempel villrein og rovfugl kan også turisme være et problem.

Området er preget av sesong. Mange bedrifter har stengt i perioder der det tradisjonelt sett er færre gjester. Det har rett og slett ikke opplevdes økonomisk bærekraftig å holde åpent. Derfor er skuldersesongene en stor mulighet for vårt område. Dette kan styrke lokal verdiskaping både når det gjelder økonomi og sysselsetting av reiselivsansatte. Det er mange små reiselivsbedrifter i regionen, drevet av mennesker som har annen jobb ved siden av. Dette kan gi utfordringer for å gi et helhetlig reiselivsprodukt utover hovedsesongene.

Mandat

Prosjektets mandat er å kvalifisere Nasjonalparkriket Reiseliv (Dovre, Lesja, Sel, Skjåk og Vågå) for Merket for bærekraftig reisemål. Dette gjøres gjennom å besvare og dokumentere “Standard for bærekraftig reisemål”, utarbeide handlingsplan for bærekraftig reiselivsutvikling og bidra til å iverksette tiltak som styrker reisemålene Dovre, Lesja, Sel, Skjåk og Vågå sin bærekraft. I dette ligger krav til reisemålsstrategi, handlingsplan, rapportering og remerking. Dette vil være en kontinuerlig prosess som bidrar til holdningsendring i involverte kommuner og reiselivet.

Hovedmålsetting

Den overordnede målsettingen er å oppnå Merket for bærekraftig reisemål, og på destinasjonsnivå jobbe målrettet og langsiktig for en bærekraftig utvikling i kommunene Dovre, Lesja, Sel, Vågå og Skjåk.

Vi skal gjennom arbeidet jobbe for at vi som destinasjonsselskap og våre medlemmer og kommuner skal ha økt fokus på effektiv bruk av ressursene og strekker seg så langt som mulig i å ta et miljøansvar.

Et annet viktig hovedmål må være å bedre kommunikasjonen og samhandling med forvaltningsmyndighetene. Vi må sørge for en felles forståelse for vern og bruk, der alle parter blir hørt og tatt hensyn til.

Vi skal jobbe for at mest mulig av reiselivets omsetning bidrar til lokal verdiskaping i form av lokal mat og drikke, lokale leverandører til reiselivet, utvikling av nye reiselivsprodukter med høy opplevelseskvalitet. I tillegg må vi ha i fokus å jobbe for flere helårslige arbeidsplasser i reiselivet. Vi skal også sørge for å øke kompetansenivået til de reiselivsansatte ved å tilby kompetansehevende tiltak, som skal styrke kvaliteten på opplevelsen, samt trygge de ansatte.

Til slutt må vi sørge for at våre gjester velger en ferie som gir minst mulig klimamessig fotavtrykk og velger transportløsninger som er bedre for klimaet, uten at det går ut over kvaliteten på opplevelsen. For eksempel øke tilgjengeligheten på sykkelferie.

Organisering av prosjektet i fase 1:

Prosjekteier: Nasjonalparkriket Reiseliv AS, Ole Erik Bjørnstadhaugen, reiselivssjef.

Prosjektleder: Nasjonalparkriket Reiseliv AS, Ole Erik Bjørnstadhaugen, reiselivssjef.

Styringsgruppe:

Kirsti Hjerkind (Hjerkinn Fjellstue & Fjellridning), Lars Baukhol (Leder for Innlandstrafikk), Dag Lindvig (Gammel – Kleppe Kulturavhotell), Merethe Sandum (Fylkesmannen i Innlandet), Kari Sveen (nasjonalparkforvalter, Jotunheimen. Fylkesmannen i Innlandet), Ole Erik Bjørnstadhaugen (Nasjonalparkriket Reiseliv AS) Mai Bakken (Norsk Fjellsenter) Pål Sverre Andgard (NGR) og Eli Johanne Lundemo (næringssjef Skjåk kommune)

Prosessveileder: Torill Olsson

Styringsgruppen skal reetableres i fase 2 av prosjektet, for å få inkludert politisk og administrativt nivå hos kommunene. Dette lyktes av flere grunner ikke helt i fase 1.

Merket for bærekraftig reisemål

Merket for bærekraftig reisemål bygger på de ti prinsippene for et bærekraftig reiseliv som ble vedtatt av UNWTO i 2005. Prinsippene skal hjelpe reisemål med å ta tak i og jobbe for en bærekraftig utvikling av reiselivet.



De ti prinsippene ligger til grunn for “Standard for bærekraftig reisemål” som definerer kriterier og indikatorer som reisemålet må besvare og dokumenter for å kvalifisere for merket. Standarden har 104 indikatorer fordelt på områdene A-E.

A – Forankring og implementering politisk

B – Forankring og implementering på reisemålet

C – Bevaring av natur, kultur og miljø

D – Styrking av sosiale verdier

E – Økonomisk levedyktighet

Bærekraftig reisemål – en langsiktig og dynamisk prosess

Prosjektet er delt inn i fase 1 og fase 2, og går over ca 2–2,5 år. Merket for bærekraftig reisemål tildeles reisemål som innfrir Standard for bærekraftig reisemål ved prosjektets slutt. Etter tildeling av merket, fortsetter arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling gjennom revisjon av vedtatt handlingsplan, årlig rapportering og remerking hvert tredje år.

Fase 1 – Forankring og handlingsplan

- 07.06.2018 – Generalforsamling og godkjenning av selskapsstrategi.
- 19.03.2019 – Innlegg fra Ole Erik Bjørnstadhaugen og Torill Olsson (Mimir) for Arbeidsutvalget i Nord-Gudbrandsdal (alle ordførerne samt regionsjef Frode Damstuen).
- 02.04.2019 – Medlemsmøte om bærekraft, samt gjennomgang og innspill til reisemålsstrategi og selskapsstrategi for NPR AS.
- 12.12.2019 – Styringsgruppemøte.
- Innlegg og vedtak i fem kommunestyre:
 - Sel kommune, 02.09.2019 og 10.02.2020, med vedtak i formannskapet 23.03.20, vedtak i kommunestyret 30.03.20
 - Dovre Kommune, 02.09.2019, med vedtak 14.10.19
 - Lesja kommune, 21.11.2019, med vedtak 05.03.20
 - Vågå kommune, 29.09.2020, med vedtak 27.10.20
 - Skjåk kommune, 24.09.2020, med vedtak i formannskapet 20.10.20. (kommunestyret får saken opp den 17.12.2020.)
- Digitale innspillsmøter for medlemsbedrifter i NPR AS, 3. og 4. november 2020.
- Innspill fra medlemsbedrifter som ikke deltok på digitale innspillsmøter. Dette ble gjort via spørreundersøkelse sendt ut 20. november 2020.
- Handlingsplan vedtatt i styret i NPR AS, 10. desember 2020.
- Handlingsplan vedtatt i digitalt styringsgruppemøte fredag 11. desember 2020.

Videre fremdrift fase en:

- Besvare og dokumentere indikatorene område A og B, nov–des 2020
- Kontroll/godkjenning av krav for fase en, 14. desember 2020
- Forberede og søke fase to, hovedprosjekt, januar 2021
- Starte fase to – hovedprosjekt, varighet ca. 18 måneder.

Fase 2 – Gjennomføring og måling

- Iverksette tiltak ihht Handlingsplanen, 2021/2022.
- Besvare og dokumentere standardens område C, D og E, 2021/2022.
- Etablere arbeidsgrupper og finansiere det videre arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling, 2021/2022.
- NPR er ansvarlig for årlig rapportering til kommuner og halvårlig rapportering til næring om status i det pågående arbeidet, om tiltak som gjennomføres og resultater som oppnås, 2021/2022.
- Handlingsplanen skal revideres våren 2022, og skal i den sammenheng presenteres for Nasjonalparkrikets medlemmer og vedtas i styret i destinasjonsselskapet, styringsgruppen og tilsluttes i kommunens formannskap eller kommunestyre. Det bidrar til at overgangen fra prosjekt til daglig drift går lettere.
- Tildeling av Merket for bærekraftig reisemål, vår/sommer 2022.
- Rapportering og avslutning av prosjektet, vår/sommer 2022.

Årlig merke som reisemål

- Iverksette tiltak ihht Handlingsplan
- Rapportere på bærekraftig utvikling i årsmelding til kommuner
- Utarbeide årlig rapport til Innovasjon Norge

Remerking hvert tredje år

- Besvare Standard for bærekraftig reisemål
- Revidere Handlingsplan

Handlingsplan

Handlingsplanen skal bidra til å styre arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling i fase to av prosjektet.

Fokusområder for bærekraftig reiselivsutvikling i Nord-Gudbrandsdalen

Vi har valgt ut fem fokusområder for arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling. Fokusområdene er definert ut fra innspillsmøter og spørreundersøkelse som vi har gjennomført blant medlemmer.

1. *Ressurseeffektivitet og miljøansvar*
2. *Forpliktende samarbeid mellom reiselivet og verneområdeforvaltningen*
3. *Lokal verdiskaping – Lokalbefolkning – Samarbeid og raushet*
4. *Mobilitetsløsninger for framtida*
5. *Kompetansetiltak*

Tiltaksplan

Tiltaksplanen er basert på de fem fokusområdene, hvor vi har identifisert ulike tiltak for å svare på innspillene fra medlemmer og indikatorer i merkeordningen. I tillegg er det lagt vekt på hvor det er størst gap mellom nåsituasjonen og ønsket situasjon i statusrapporten.

Ressurseeffektivitet og miljøansvar

Et rent miljø og bevaring av sårbar og urørt natur er en forutsetning for naturbasert reiseliv. Nasjonalparkriket skal støtte et bærekraftig bruk av naturressursene og støtte opp om tiltak og løsninger for et mer bærekraftig reiseliv.

Tiltaksnr/ Kriterier	Formål	Tiltak	Ansvar (forslag)
1. C4-1 B4-2 og 3	Vi skal øke antall miljøsertifiserte medlemsbedrifter og kommuneadministrasjoner og gjøre terskelen lavere for	Motivere og følge opp kommuneadministrasjoner og medlemsbedrifter til å bli miljøsertifisert.	Kommunen, bedrifter, NPR

	gjennomføring.	Forenkle oppstarten ved å identifisere aktuelle Miljøfyrtårn-konsulenter. Legge til rette for gruppesertifisering. Synliggjøre bedrifter som er sertifisert innenfor miljø, kvalitet eller bærekraft på destinasjonens nettside.	
2. C4-8 og C4-9	Vi skal bidra til økt kildesortering i regionen.	Vi skal kartlegge tilrettelegging for kildesortering i kommunene, hos fritidsinnbyggere og hos bedrifter. Gå i dialog med kommunene og NGR om å få på plass infrastruktur som gjør det enkelt både for bedrifter, fritidsinnbyggere å sortere avfall og velge bærekraftige løsninger. Fastsette detaljerte mål på bakgrunn av kartleggingen.	Kommunene NGR NPR
3. C3-4	Bidra til god kanalisering av trafikk og gode gjesteopplevelser.	Nasjonalparkriket skal produsere innhold som formidler regionens kulturelle rikdom, landskapets fysiske og visuelle integritet, biologisk mangfold og som gir de besøkende "codes of behaviour". Dette kan for eksempel være formidling av lokalt håndverk eller nasjonalparkenes verneverdier.	NPR Forvaltning
4. C4-8	Forsvarlig antall tømrestasjoner og offentlige toaletter	Gå i dialog med kommunene, NGR, evt andre for å kartlegge situasjonen. Få på plass offentlige toaletter og gode tømmeordninger i utmark og sentrumsnært.	NGR Kommuner NPR

Forpliktende samarbeid mellom reiseliv og verneområdeforvaltningen

En stor del av arealet i Nord-Gudbrandsdalen er vernet og et godt samarbeid mellom reiseliv og forvaltning er en forutsetning for at målene i handlingsplanen skal nås.

Nasjonalparkriket skal bidra til et godt samarbeid mellom verneområdeforvaltningen og reiselivsnæringen, for å tilrettelegge for økt

verdiskaping i og rundt nasjonalparkene, samtidig som natur- og kulturverdier ivaretas.

Det vil være viktig å bruke den samla kompetansen som finnes i regionen, for å få til et godt samarbeid; Norsk Fjellsenter i Lom, Norsk Villreinsenter Nord på Hjerkin, Norges nasjonalparkkommuner, nasjonalparkforvalterne, fylkeskommunen og Fylkesmannen.

Tiltaksnr/ Kriterier	Formål	Tiltak	Ansvar (forslag)
5. C3-1, C3-3	Skape fellesarenaer for å øke tilliten og samhandlingen mellom reiselivet og verneområdeforvaltningen	Samarbeide med forvaltning om årlige kurs/fagdager for reiselivet. Invitere verneområdeforvaltningen inn på medlemsmøter i NPR årsmøter i reiselivslagene. Formidle nyhetsbrev med info om tiltak og prosesser. Aktiv samarbeidspart ved utarbeidelse og gjennomføring av forvaltningsplaner og besøksstrategier for verneområdene for å sikre at reiselivssinteressene blir ivaretatt i planprosessene. Bidra med kompetanse for at besøksforvaltningstiltak blir så effektive som mulig.	NPR Forvaltning
6. C3-1 C3-3 E10-4	Jobbe for langsiktige og forutsigbare avtaler mellom forvaltning og reiseliv.	Sikre gode forutsetninger og rammebetingelser for reiselivsbedrifter som driver med guiding og aktiviteter i nasjonalparker, innenfor gjeldende verneforskrifter og øvrige gjeldende rammer.	NPR Forvaltning Medlemsbedrifter
7. C3-3 C3-4 D5-1	God formidling av "code of behaviour" i samarbeid med forvaltning.	Sikre en god formidling av nasjonalparkenes verneverdier og oppfordre til gode holdninger og gjesteadferd i verneområder. Samarbeide med verneområdeforvaltningen for at ferdsel i verneområdene skal bli mest mulig sporløs gjennom aktiv besøksforvaltning. Markedsføring og innholdsproduksjon er her viktige verktøy.	NPR Forvaltning, Besøkssenter

		Veilede og motivere bedrifter som ønsker å jobbe for bruk av tilhørighetslogo for merkevaren Norges nasjonalparker. Samarbeide om konkrete tiltak for besøksforvaltning, jfr.pågående prosjekt med Reinheimen og Breheimen	
--	--	--	--

Lokal verdiskaping

Nord-Gudbrandsdalen er en region full av lokale råvarer, natur og kulturlandskap. Det er det som skal danne grunnlaget for en bærekraftig verdiskaping og helårlig reiseliv i framtiden.

Reiselivet står for en stor del av næringslivet i Nord-Gudbrandsdalen, og har fortsatt stort potensiale. Vi skal jobbe for at mest mulig av reiselivets omsetning bidrar til lokal verdiskaping i form av lokal mat og drikke, lokale leverandører til reiselivet, utvikling av nye reiselivsprodukter med høy opplevelseskvalitet.

Tiltaksnr/ Kriterier	Formål	Tiltak	Ansvar (forslag)
8. D5-1 E9-2 E10-4	Øke den lokale verdiskapingen av reiselivet.	Nasjonalparkriket skal etablere destinasjonsbooking for Nord-Gudbrandsdalen for å bli bedre og mer konkurransedyktige på digitalt salg. Produsere inspirerende innhold til våre kanaler som bidrar til lokal verdiskaping, økt kjennskap til produsenter av lokalmat og drikke, og skape lokal stolthet og begeistring. Jfr. Matrute Gudbrandsdal Støtte opp om bedrifter som produserer og selger lokal mat, drikke og andre tjenester. Samarbeide med regionrådet i Nord-Gudbrandsdalen om tilflyttingsprosjektet "Kom til oss".	NPR, Medlemmer, Regionrådet, Kommuner
9. D7-2	Bidra til bedre helårs arbeidsplasser for å	Vi skal utvikle nye konsepter og prosjekter rettet mot	NPR, virkemiddelapparat

E9-2 E10-2	redusere sesongvariasjoner for reiselivet.	lavsесong og skuldersесong som kan føre til tilflytting, større verdiskaping og et mer helårs reiseliv.	atet, medlemmer
10. D6-1 E9-2 E9-3	Vi skal utvikle reiselivet i samhandling med lokalbefolkningen, fritidsboligeiere og lokale aktører.	Gjennomføre jevnlige undersøkelser blant lokalbefolkning og fritidsboligeiere. Synliggjøre hvor viktig turisme er for samfunnet i Nord-Gudbrandsdalen og gjennomføre ringvirkningsanalyse. Jobbe aktivt med presse i lokalaviser og andre medier. Opprette bransjeside for Nasjonalparkriket. Formidle markedskunnskap om reiselivsnæringen. Ha dialog med fritidsboligeiere. Blant annet med prosjekt: dialogplattform for enklere kommunikasjon med deltidsinnbyggerne i Innlandet.	Kommuner NPR, medlemmer.
11. D7-1 E10-4	Støtte opp om guidebedrifter og andre lokale aktører som utvikler bærekraftige produkter i nasjonalparker og randsonen.	Legge til rette for god informasjon og bookingprosess for bruk av lokale guider. Ta initiativ til opplæring/kompetanseheven de tiltak for for lokale guideselskap for å sikre en bærekraftig bruk og verdiskaping i nasjonalparkene, og større ringvirkninger. Et godt eksempel er moskusguiding på Dovrefjell.	NPR, medlemmer, nasjonalparkstyre, kommuner.
12: D5-2 E9-1	Beholde og utvikle arbeidsplasser innen destinasjonsselskap og leveranser av fellesgoder som bidrar til høyere kvalitet på reiselivsproduktet i regionen.	Jobbe for en sikker og langsiktig finansiering av Nasjonalparkriket og fellesgoder som reiselivet drar nytte av. Oppfordre til innsats for å bevare fellesgoder, kulturarv og biologisk mangfold.	NPR, kommuner, Virkemiddelpara tet, vegeiere og parkering, løype- og stilag,

13. D6 - 1	Jobbe for god dialog med lokale innbyggere og øke forståelsen for hva reiselivet er og betyr.	Gjennomføre innbyggerundersøkelse og følge opp signaler i henhold til merkeordningen. Bruke tall fra gjennomførte undersøkelser for å dokumentere verdiskaping av reiselivsnæringen.	
14. C1-1	Bidra til økt bruk av materiell- og immateriell kultur og kulturarv; steder, steder, objekter eller tradisjoner av kulturell interesse.	Det skal lages en oversikt over materiell- og immateriell kultur og kulturarv; steder, objekter eller tradisjoner av kulturell interesse, og som kan være en ressurs for reiselivet.	

Mobilitetsløsninger for framtida

Nord-Gudbrandsdalen er et stort geografisk området, og med et spredt reiseliv gjør det vanskelig å sette opp kollektivtilbud som treffer godt. Vi skal jobbe for å redusere klimaavtrykket som reiselivet står for på veien til og i regionen.

Vi skal jobbe med nye smarte, grønne transportmuligheter, som er tilpasset de geografiske avstandene vi har i Nord-Gudbrandsdalen, og som også kan bidra til verdiskaping i transportnæringene.

Tiltaksnr/ Kriterier	Formål	Tiltak	Ansvar (forslag)
15. C4-4	Arbeide for å redusere utslipp/transportbehov.	Vi skal lage god informasjon og innholdsproduksjon til våre kanaler om miljøvennlige alternativ til reisen til Nord-Gudbrandsdalen. Vi skal jobbe for å utvikle sømløse og grønne transporttilbud fra dør-dør. Jobbe for et bedre kollektivtilbud for reisen til og i regionen. Synliggjøre ladestasjoner for elbiler og jobber for å utvide tilbudet. Gjøre det enklere å	NPR, Kollektivselskaper , drosjesentraler, regionråd, kommuner, medlemmer, strømselskap

		planlegge sykkelferie. Jobber for et større nettverk av sykkelutleie og koordinere dette gjennom smarte bookingløsninger.	
16. C4-2, C4-3, C4-4	Redusere klimautslipp og velge markeder/segment som gir "high yield, low impact"	Måle bruk av transport til regionen og i regionen. Vi skal aktivt bruke utslippskalkulatoren og våre målinger i markedsarbeid og valg av markeder for å sikre "høy avkastning og lav miljøpåvirkning".	NPR

Kompetansetiltak

En forutsetning for verdiskaping i reiselivsnæringen er kunnskap om bærekraft i praksis. Nasjonalparkriket skal tilrettelegge for kurs og utdanning for reiselivsbedrifter for å gi større faglig kompetanse, økt opplevelseskvalitet og mer kompetanse rundt bærekraftsprinsippene i praksis.

Vi skal også være med på å fremme yrkesfag og fagutdanning som er relevant for reiselivsbedrifter.

Tiltaksnr /Kriterier	Formål	Tiltak	Ansvar (forslag)
17. D7-1	Jobbe for økt status og stolthet i reiselivsnæringen	Utdanning av nye flinke fagfolk i alle områder av reiselivet. NPR skal fortsatt være en lærebedrift og motivere andre bedrifter til å ta imot lærlinger. NPR skal støtte studieprogrammet Salg, service og reiseliv ved Nord-Gudbrandsdal avd. Otta. NPR skal støtte arbeidet med Dovrefjell Folkehøyskole? Fjellfriluftslinje i Lom	NG VGS Lærlingkontoret Gudbrandsdalen NHO, NPR, Medlemsbedrifter
18. D5-1 D6-2 D7-1	Ta initiativ til opplæringsprogram for reiselivsansatte for å sikre utvikling i reiselivsnæringen og økt status og stolthet blant ansatte.	Nasjonalparkriket skal arrangere og tilrettelegge for kurs innen temaer som bærekraftig reiselivsutvikling, digital markedsføring, opplevelsesproduksjon, vertskapskurs, pakkeringskurs og ellers kursporteføljen til Innovasjon Norge.	NPR

		Nasjonalparkriket skal arrangere tematiserte webinarer for medlemmene/medlemsmøte. Jobbe for å innføre en lokal sertifiseringsordning for guiding i nasjonalparker.	
19. D7-1 D8	Kvalitetssikre gjesters tilfredshet og trygghet	Gjennomføre gjesteundersøkelser med jevne mellomrom. Følge opp avvik fra gjesteundersøkelser med kompetansehevende tiltak mot reiselivsnæringen.	NPR Forvaltning Medlemsbedrifter
20. D8-3	Det skal være et mål at alle skal få ta del i de gode opplevelsene i Nord-Gudbrandsdalen. Besøkende og lokale innbyggere.	Jobbe aktivt for et <i>Tilgjengelig og likestilt/likeverdig reiseliv</i> i Nord-Gudbrandsdalen. NPR skal utbedre egne nettsider og materiell med god informasjon om tilgjengelighet. NPR skal informere medlemsbedrifter om "De 7 prinsippene for universell utforming" og NS 11036 Universell utforming - Tilgjengelige reiselivsopplevelser.	NPR Medlemsbedrifter Kommuner

I tillegg er følgende tiltak krav for å oppnå Merket for bærekraftig reisemål

Andre tiltak som skal gjennomføres i henhold til sertifiseringsprosessen er fremhevet i *Statusrapport for Nasjonalparkriket Reiseliv AS. Kommuner: Lesja, Dovre, Sel, Vågå og Skjåk. Kriterier og indikatorer.*

Tiltaksnummer/kriterier	Formål	Tiltak	Ansvar (forslag)
21. B1	Reisemålet skal en flerårig reisemålsstrategi som er tilpasset reisemålets størrelse og som er utviklet gjennom en åpen prosess.	NPR skal lage en reiselivsstrategi	NPR
22. B1 B2	Reisemålet har en flerårig reisemålsstrategi som er tilpasset reisemålets størrelse og som er utviklet gjennom en åpen prosess.	NPR skal jobbe for et langsiktig og tett samarbeid mellom kommunene og reiselivsnæringen. Årlig	NPR Kommunene

	NPR skal en handlingsplan for bærekraftig reiselivsutvikling	orientering for kommunestyrene. Det er viktig å involvere reiselivsnæringen i arbeidet med kommunale planer og strategier for å sikre fremtidig ressursforvaltning og verdiskaping.	Medlemsbedrifter
23.		NPR skal gi halvårlig orientering om status på reiselivsstrategien og arbeidet med handlingsplanen for medlemsbedrifter	NPR
24. B2	Reisemålet skal en flerårig reisemålsstrategi som er tilpasset reisemålets størrelse og som er utviklet gjennom en åpen prosess.	Oppdatere reiselivsstrategien. Minimum hvert 3.år.	NPR
25. C4-2 C4-3 D6-1 D8-1 D8-2 E9 E10		Gjennomføre undersøkelser og analyser: - Bedriftsundersøkelse (1.halvår i 2021) - Gjesteundersøkelse (i løpet av 1.halvdel av fase 2) - Innbyggerundersøkelser (1.halvår i 2021) - Ringvirkningsanalyse - Risikoanalyse	NPR Prosjektleder