

Masterplan Gudbrandsdalen

Ove Gjesdal, reiselivssjef Visit Lillehammer



Reiselivets betydning

- Innlandet fylke er Norges største fritidsboligfylke
 - *Gudbrandsdalens andel: 35%*
- Innlandet fylke er Norges 3 største reiselivsfylke målt i kommersielle gjestedøgn
 - *Gudbrandsdalens andel: ca 45%*

Reiselivets betydning

- **Over halvparten** av næringslivet i Lillehammer og Gudbrandsdalens kan sies å være del av «rekreasjonsnæringen», dvs. har en stor del av sin omsetning fra besøkende og deltidsinnbyggere i regionen (Kilde: Rudihagen as)



Hva er viktig for reiselivet post korona

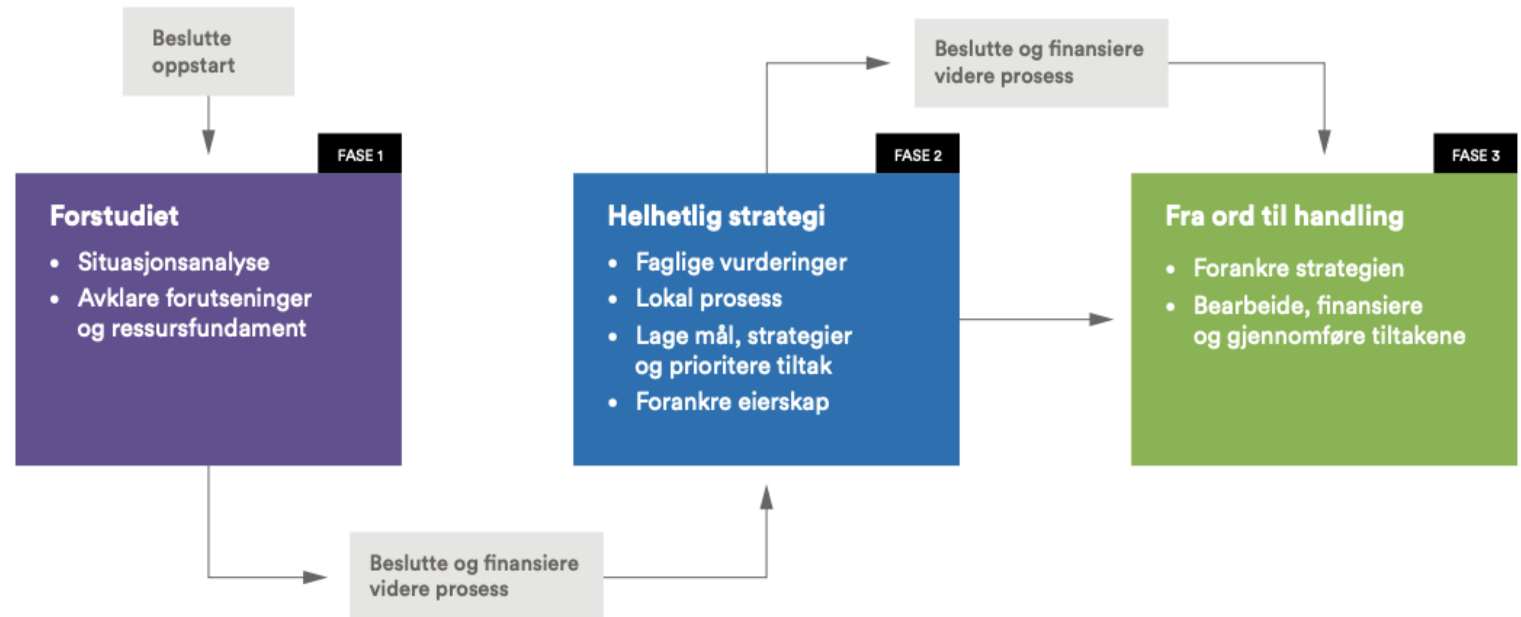
- Bærekraftig reisemål
- Omstilling (er den nye normalen)
- Helhetlig utvikling – økosystem - destinasjonsledelse
- Digitalisering
- Nærmarkeder

Vi ønsker å se på samarbeidsgenvinstene

Intensjonsavtale



Masterplan for Gudbrandsdalen



Figur 1.1 Arbeidsmodell for reisemålsutvikling i tre faser.

Masterplan for Gudbrandsdalen



Figur 3.1 Helhetlig perspektiv på utvikling av reisemål.

Masterplan for Gudbrandsdalen

HA2: Fase 1 - Forstudie

- Situasjonsanalyse
- Avklare forutsetninger og ressursfundament, herunder gjennomføre nullpunktanalyse av dagens situasjon og kartlegging av trender, markedsutvikling og andre rammebetingelser
- Avklare grunnlag for neste fase.

HA3: Fase 2 - Helhetlig strategi

- Utarbeide ulike scenarier for 2030
- Skape arenaer (digitalt/fysisk), gjennomføre workshops og dialog for å diskutere scenariene
- Basert på «valgt» scenarie utarbeide mål, strategi, tiltak og organisering for reiselivet i Gudbrandsdalen
- Forankre eierskap og tilslutning til masterplan for Gudbrandsdalen

Masterplan for Gudbrandsdalen

1. Budsjett

Kostnader	Kr (+mva)
Ekstern prosjektleder, inkl reiser, møtekostnader mm	1.120.000,-
Møtedeltagelse, arbeidsinnsats aktører	600.000,-
Sum	1.720.000,-

Inntekter	Kr (+mva)
14 kommuner (40.000,- per kommune)	560.000,-
IN / IFK	560.000,-
Egeninnsats	600.000,-
Sum	1.720.000,-

Den smarte grønne dalen