

– 4 fengende årstider

Kommunal- og moderniseringsdepartementet

Att: Statsråd Jan Tore Sanner

Postboks 8112 Dep

0032 Oslo

Hva skal til for å få flere turister til Norge og styrke distriktene?

Det vi først og fremst trenger, er smarte, unike og innovative idéer og tiltak som kan settes i gang både på kort og lang sikt for å få flere internasjonale turister til Norge.

Fordeler med å investere i norsk reiseliv:

- 1) Alle investeringer forblir i Norge, siden næringen ikke kan flagges ut. Det vil eksempelvis være umulig å flagge ut Besseggen.
- 2) All omsetning på overnatting, restauranter, aktiviteter, o.l. fra internasjonale turister, forblir i Norge – sammenlignet med norske bedrifter på kurs/konferanse som får fradrag for mva på slike kjøp.
- 3) Reiselivsindustrien vil aldri gå tom for naturopplevelser, i motsetning til industri som er avhengig av å hente ut råvarer fra jorda.

Vi bør tenke at Norge er en "butikk" som er åpen hele året, og det gjelder å få flest mulig til å besøke "butikken" for å øke omsetningen. Omsetning gir sysselsetning i hele landet hele året. Reiselivet sysselsetter 140.000 personer, noe som utgjør like mye som landbruk (49.000), fiskeri og havbruk (47.000) og skogbruk (19.000) til sammen, og hele landet får glede av verdiskapningen som skjer i reiselivet. Målet bør være å få flere turister til å besøke Norge, og gjøre det bedre i forhold til den internasjonale turistveksten. Det bør settes opp mål for å få flere internasjonale gjestedøgn til Norge. I 2014 var det 8,1 millioner internasjonale gjestedøgn i Norge. Sverige hadde 13,7 millioner. Første mål bør derfor være å bli bedre enn svenskene. Vi klarer jo det i langrenn.

Tiltak som kan gjennomføres i samarbeid med ulike departementer for å øke verdiskapningen i reiselivsindustrien:

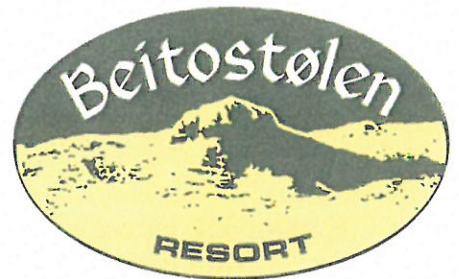
1. Etablere et forsknings- og utviklingscenter som skal utvikle opplevelser og aktiviteter i naturen. Senteret kan for eksempel starte med å utvikle produkter/aktiviteter/opplevelser som kan brukes i alpinanlegg om sommeren. Med 200 alpinanlegg spredd over hele Norge, vil tiltaket gi flere besøkende og helårs arbeidsplasser. Produktene kan også bli en internasjonal eksportvare, som kan gi en "Look to Norway" effekt.

Beitostølen Resort - N-2953 Beitostølen

Tlf: (+47) 61 35 10 00 - Faks: (+47) 61 35 10 01

E-post: info@beitostolen.com

www.beitostolen.com



– 4 fengende årstider

2. Øke servicegraden. I samarbeid med Kunnskapsdepartementet kan det innføres serviceopplæring i skolen. Effekten er flere fornøyde turister som anbefaler Norge som reisemål, og som kommer tilbake.
3. Satse på arrangementsturisme og store begivenheter som setter Norge på verdenskartet. Barcelona hadde i 80-årene et mål om å bli en attraktiv verdensby. For å nå målet søkte de om OL, og ble satt på kartet i 1992 da de arrangerte OL.
4. Turister er på samme måte som oss opptatt av utsikt når de reiser gjennom landet. De vil se fjell, vann og bygder. I samarbeid med Samferdselsdepartementet, starte et nasjonalt huggprosjekt av trær langs attraktive turistveier for å øke opplevelsesverdien for de reisende.
5. Markedsføre de 44 nasjonalparkene i samarbeid med Klima- og miljødepartementet.
6. Markedsføre de 18 nasjonale turistveiene i samarbeid med Samferdselsdepartementet.
7. Sykling er en hurtig voksende trend, og det er viktig å legge forholdene optimalt til rette for sykkelstier. Jeg vil foreslå å etablere et nasjonalt vedtak om at det kan tilrettelegges for sykkelløyper/stier om sommeren der det finnes langrennsløyper.
8. La filmselskaper få incentiver for å filme i Norge i samarbeid med Kulturdepartementet. Filminnspilling i lokalsamfunn gir verdifull omsetning, og når filmen vises på kino/tv kan det gi seere lyst til å besøke Norge. 1 av 10 turister som besøker New Zealand kommer fordi de har sett en film innspilt fra landet.
9. Hva om Innovasjon Norge kan sette av en sum kroner til en reklamefilmkonkurranse på nettet, der de "topp ti" filmene som best markedsfører Norge som turistland i hver årstid vinner pengepremier. Effekten er at alle filmene som deltar, spres i sosiale medier og på nettet.
10. Hvordan kan reiselivet bli bedre på salg? Skape arenaer for klynger og samarbeid med andre næringer. Hva kan reiselivet eksempelvis lære av norsk lakseeksport for å bli bedre på salg og ta nye markedsandeler? Etter samme prinsipp som Olympiatoppen Toppidrettssenter, som utveksler kunnskap mellom ulike idretter.

Beitostølen 29. september 2015

Med vennlig hilsen

Atle Hovi
Beitostølen Resort

Beitostølen Resort - N-2953 Beitostølen
Tlf: (+47) 61 35 10 00 - Faks: (+47) 61 35 10 01
E-post: info@beitostolen.com
www.beitostolen.com