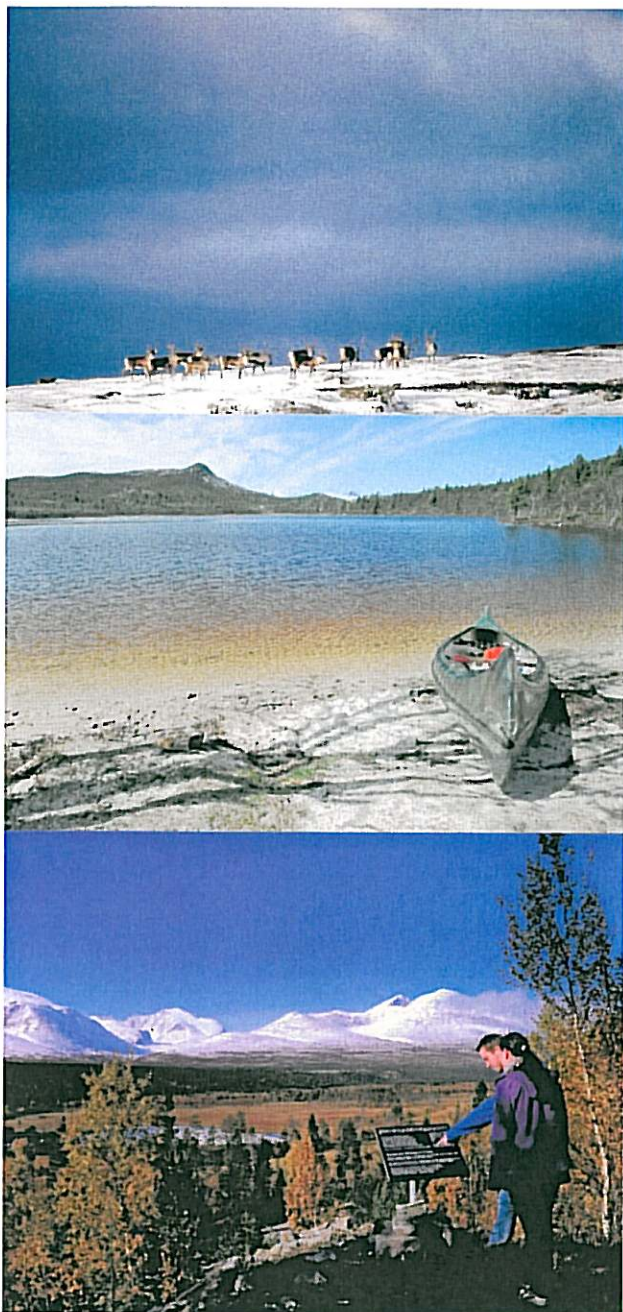


**PLAN FOR REISELIV OG OPPLEVELSESNÆRINGER
I STOR-ELVDAL 2011-2014**





INNHold

1.0 BAKGRUNN OG RAMMER

Bakgrunn	3
Prosess og metode	4
Rolleavklaring	4

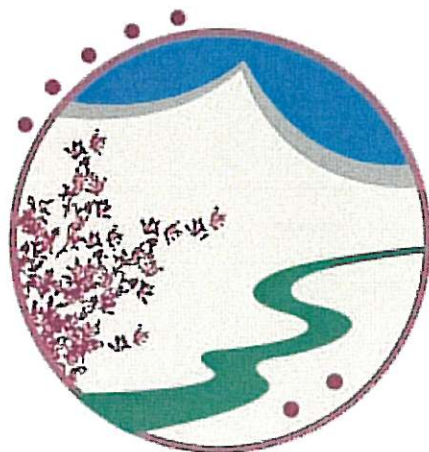
2.0 SITUASJONSBESKRIVELSE OG ANALYSE

Næringsstruktur og helhetlig utvikling	7
Marked	8
Målgrupper og sesong	9
Bosetting	10
Transport	10
Historie	11
Naturressurser	12
Aktiviteter og opplevelser	13
Overnatting og servering	13
Markedsføring, informasjon og infrastruktur	16
SWOT-analyse	17

3.0 MÅL, STRATEGIER OG TILTAK

Mål	18
Strategier	18
Tiltak i strategisk næringsplan	18
Nye tiltak	19
Tiltak ivare tatt av andre planer	21

Foto: Foto fremside: Hedmark Reiseliv. Bilder side 2 fra www.sollia.net, øvrige bilder fra www.stor-elvdal.kommune.no



STOR-ELVDAL

2.0 BAKGRUNN OG RAMMER

Strategisk Reiselivsplan for Stor-Elvdal kommune har sin forankring i kommunens Strategiske Næringsplan vedtatt i kommunestyret i 16.6.2010. Kommunen ønsker å legge til rette slik at reiselivsaktørene i Stor-Elvdal kan utnytte det potensial som ligger innen reiselivsmarkedet.

Reiselivsplanen skal være tydelig og gi retning for offentlig innsats og for næringens prioriteringer. Den skal være i tråd med nasjonale prioriteringer og følge opp hovedstrategien i planverk utarbeidet av Hedmark Fylkeskommune og Hedmark Reiseliv.

Planverket skal reflektere reiselivsaktørene sine mål og strategier og være et styringsdokument for utvikling av reiselivet i kommunen mht. bruk av virkemidler og offentlig innsats.

Reiselivsplanen er utarbeidet med bakgrunn i opplysninger innhentet fra næringslivet og Stor-Elvdal Kommune. Monica Eriksson i Hedmark Reiseliv har ført planen i pennen, med god hjelp fra Nærings sjefen i kommunen, samt en ressursgruppe bestående av Janne Mellum, Asgeir Murvold, Per Amlie og Tor Taraldsrud.

Formannskapet har gitt sin tilslutning til at kommunen i likhet med fylkeskommunens plan utformes med fokus på opplevelsesnæringene og med

de samme avgrensninger og bærende prinsipper som blir lagt til grunn i denne.

Opplevelsesnæringen defineres som;

”aktører som utvikler, leverer og selger fremmøtebaserte opplevelser som gir verdiskaping i Stor-Elvdal.”

Kilder til nasjonale og regionale føringer og bakgrunnsinformasjon:

- Regjeringens reiselivsstrategi ”verdifulle opplevelser”
- www.innovasjon norge.no/Satsinger/Reiseliv for informasjon om merkevaren Norge og prinsipper for bærekraftig reiseliv.
- Kommende plan for opplevelsesnæringene i Hedmark. Planprogram for prosessen er vedtatt.
- Fylkesdelplan for Reiseliv i Hedmark 2005-2010, gjelder inntil ny plan er iverksatt.
- Hvitebok for reisemålsutvikling
- Kommuneplan
- Strategisk Næringsplan 2010-2014
- Kommunedelplan for anlegg og områder for idretts- og friluftsliv 2009-2012
- Strategisk kulturplan 2011-2014

Prosess og metode

Det ble i løpet av våren og sommeren 2010 gjennomført to møter med næringsliv og politikere i Stor-Elvdal. Sommeren 2010 ble det gjennomført en spørreundersøkelse, utformet på grunnlag av innspillene som kom frem på møtene. Undersøkelsen ble distribuert ut til 96 bedrifter/personer i kommunen. 37 personer, hvorav 31 næringsdrivende svarte på undersøkelsen. Resultatene er presentert på naturlige steder i planen,

og har blitt brukt som diskusjonsgrunnlag for utvikling av mål, strategier og tiltak. Underrepresentasjon fra overnattingsbedriftene gjør at vi ikke kan bruke tallmaterialet til å beskrive antall gjestedøgn og omsetning i kommunen. Det har blitt gjennomført 3 møter i referansegruppa og hyppig dialog mellom nærings sjef og prosjektleder fra Hedmark Reiseliv.

Rolleavklaring

Innovasjon Norge

Reiselivet er organisert på ulike nivå i Norge. I organiseringen av det felles nasjonale og internasjonale salgs- og markedsføringsapparatet i Norge har Innovasjon Norge hovedansvaret for den generelle profileringen av Norge og norsk reiseliv i utlandet. Virksomheten ledes fra Oslo. Organisasjonen har kontorer i mer enn 30 land og har distriktskontor rundt omkring i landet, hvorav ett av kontorene er etablert på Hamar.

Markedssatsingen for Hedmark gjøres ved samordning mellom alle interesserte aktører i Hedmark gjennom Hedmark Reiseliv.

villmark som Stor-Elvdal skal bidra til å fylle med opplevelser.

Innovasjon Norge har som formål å fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering. Innovasjon Norge Hedmark, sitter i Partnerskapet for reiseliv i Hedmark.

NORWAY. POWERED BY NATURE



| www.visitnorway.com

Norge tilbyr "naturbaserte ferieopplevelser – det er her Norge har sin konkurransekraft. Strategien i kommunikasjonsplattformen peker ut fire opplevelsesområder som skal være spydspisser i profileringen av Norge. Fjord- og fjell-landskapet er valgt som Norges fyrtårn. Fyrlyktene er; Kysten og kystkultur, **Fjell og villmark**, og Det arktiske Norge. Her er det fjell og

Partnerskapet for reiseliv i Hedmark

Partnerskapet for reiseliv i Hedmark består av Hedmark Fylkeskommune, Fylkesmannen i Hedmark, Innovasjon Norge avd. Hedmark, NHO Innlandet og Hedmark Reiseliv. Stor-Elvdal Kommune er tilknyttet partnerskapet gjennom en samarbeidsavtale med Hedmark Fylkeskommune. Interessene til Stor-Elvdal kommune blir ivarettatt av den som Regionrådet i Sør-Østerdal har utpekt til oppgaven. Reiselivsbedriftene i Stor-Elvdal er tilknyttet partnerskapet gjennom samarbeidsavtaler med Hedmark Reiseliv avd. Østerdalen. Pr. 1.1.2010 er det totalt 17 kommuner og 563 bedrifter er tilknyttet samarbeidet. Gjennom samordning av satsingen på reiseliv kan vi få løst fellesoppgavene på en effektiv og god måte.

Hedmark Reiseliv

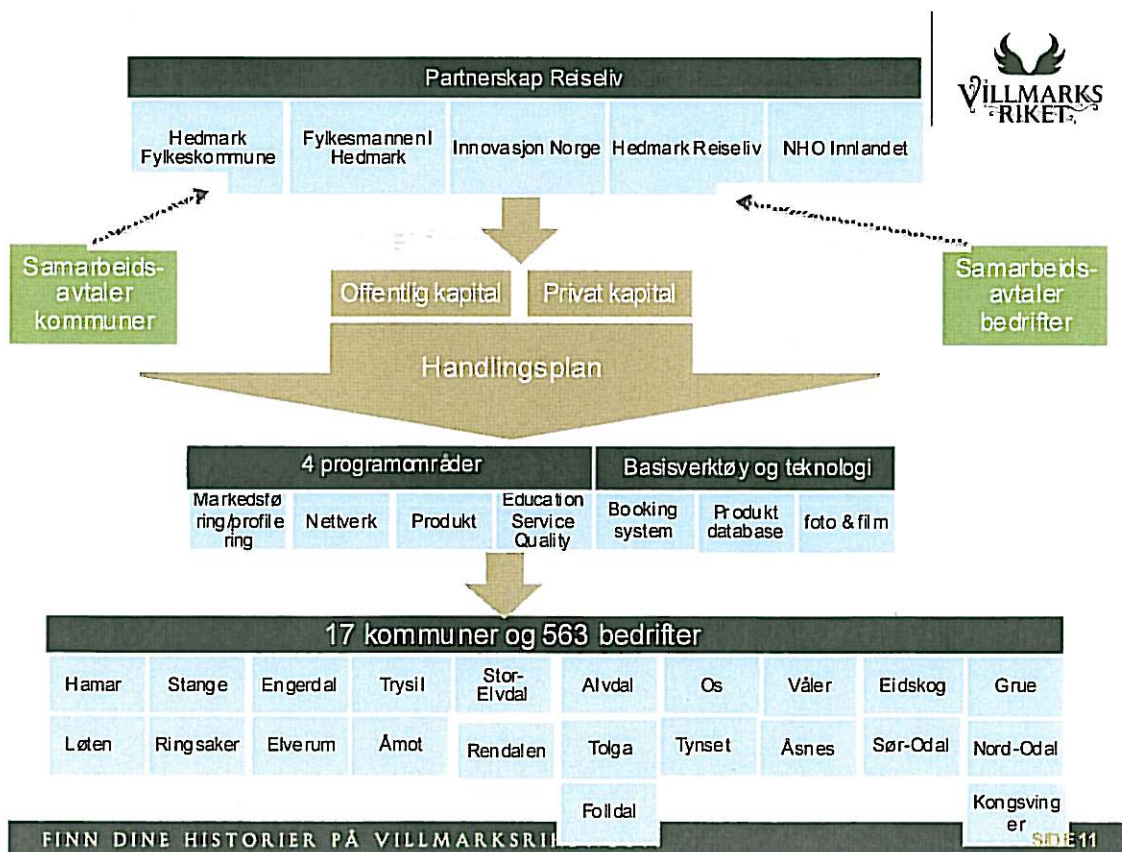
Hedmark Reiseliv skal være en profesjonell og slagkraftig fellesorganisasjon for reiselivsnæringen i Hedmark som arbeider for å posisjonere Villmarksriket med attraktive

destinasjoner for natur – og kulturopplevelser i tråd med visjonen "Natur- og kulturopplevelser for en hel verden." Stor-Elvdal Kommune har 5 av 170 andeler i selskapet som er organisert som et BA

Hedmark samarbeider tett med Innovasjon Norge, reiseliv, for å plukke ut de mest aktuelle markedssettingsingene på det nasjonale og internasjonale markedet for aktørene i Hedmark. Selv om Hedmark Reiseliv har hovedfokus på markedsarbeidet, har organisasjonen også ansvar for å gjøre kompetansehevingsmuligheter tilgjengelig for næringen, og bidrar til produktutvikling og organiseringen i Hedmark.

Destinasjonsselskap

Fellesorganisasjonen for reiselivet lokalt er Hedmark Reiseliv avd. Østerdalen. Regionen er organisert som en avdeling under Hedmark Reiseliv, og er en medlemsorganisasjon for næringen. Avdelingen skal ivareta reiselivets



fellesoppgaver innen markedsføring, profilering, produktkoordinering og informasjon til turister. Innenfor destinasjonsselskapenes geografiske omfang, finnes det ofte nettverk som jobber tett sammen, slik som for eksempel nettverket langs turistveg Rondane. Det er viktig at næringen og kommunen i samarbeid med andre kommuner i Sør-Østerdal er påvirket til å skape den stedsadministrasjonen man ønsker og trenger i tett dialog med Hedmark Reiseliv.

Kommunen

Reiselivsplanlegging på kommunalt nivå handler om hva kommunen som forvaltningsnivå faktisk kan planlegge og bestemme (politisk). Her er en enighet om at en vellykket utvikling av reiselivet bør ta utgangspunkt i et samarbeid mellom offentlige og private aktører. Kommunen er en viktig medspiller både når det gjelder bedrifts- og reiselivsutvikling, stimuleringsiltak og som rammesetter rundt ønsket utvikling av kommunen. Med utvikling menes både reiselivets omfang, type reisemål/turisme som skal stimuleres og rammer, arealbruk og miljøpolitikk. Kommunen har flere roller i utvikling av reiselivet. Disse kan skildres på følgende måte:

Produkteier

Visuelt miljø, byggeskikk, grøntareal, stedlig kultur og egenart, parkering,

veger, stier, badeplasser, fiskeplasser og rasteplasser oppleves av de tilreisende som en del av reisemålet.

Utviklingspartner

Gjennom strategisk planlegging, kommuneplaner, næringsutviklingsarbeid, stimuleringsiltak og initiativtaker er kommunen en utviklingspartner for reiselivsaktørene.

Rammesetter

Gjennom planer, skjenkeløyver, politiske vedtak osv, blir det skapt rammer som det kommersielle reiselivet må ta utgangspunkt i.

Vertskap

De kommunene som vedtar ei satsing på reiseliv og inviterer tilreisende til kommunen, tar samtidig på seg ei vertskapsrolle. Sammen med de kommersielle aktørene innenfor reiseliv, kultur, handel som ønsker kunder og gjester, må man ta et langsiktig ansvar for at disse skal tas i mot på en skikkelig måte. Destinasjonsselskapene er ofte kjernen i en slik vertskapsfunksjon.

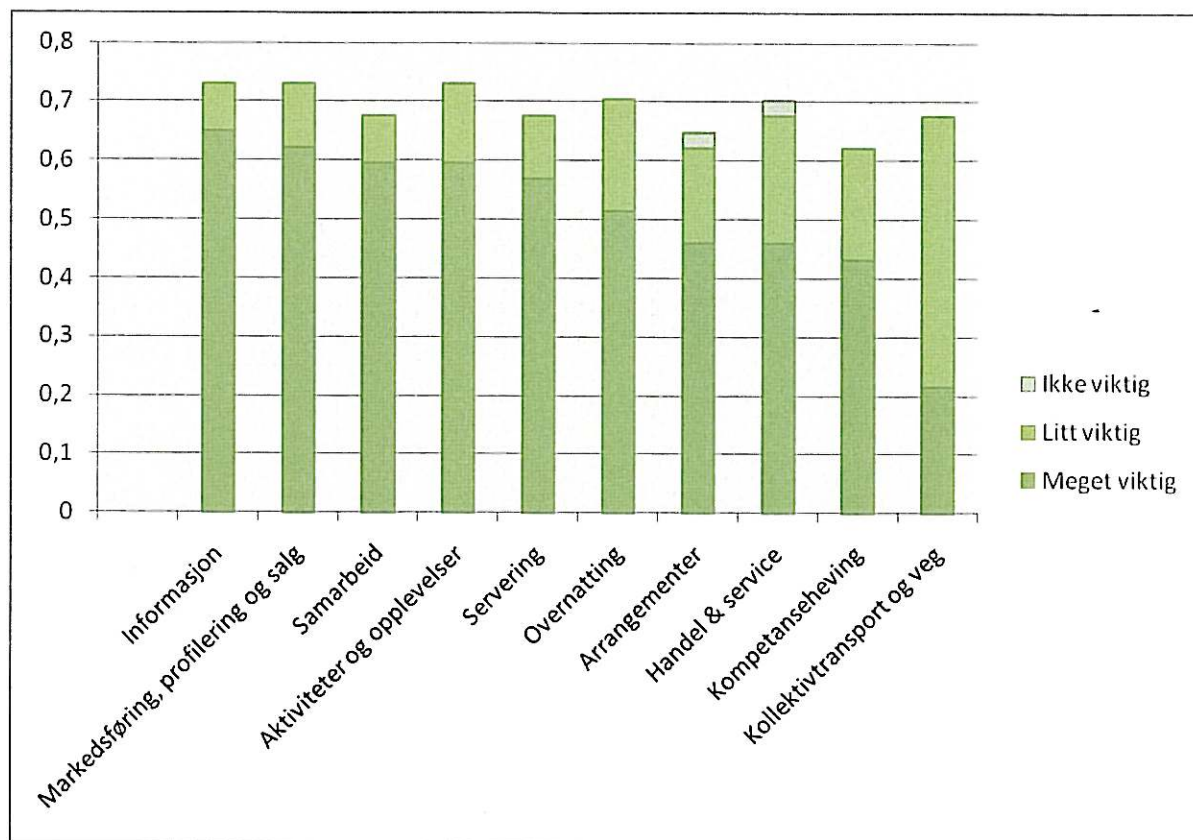
Næringen

Utviklingen av reiselivet i kommunen er helt avhengig av bedrifter og personer som skaper og videreutvikler aktiviteter og kommersielle tilbud.

SITUASJONSBESKRIVELSE OG ANALYSE

I situasjonsbeskrivelsen gir vi en beskrivelse av ulike sider av reiselivs- og opplevelsesnæringene i Stor-Elvdal og løfter frem det som er av reiselivsmessig interesse i kommunen og drøfter og analyserer spesielle utfordringer.

Næringsstruktur og helhetlig utvikling



Gjennom årtier har skogen, som dekker 45 % av kommunens areal, vært viktigste næringsvei i Stor-Elvdal Kommune. Kommunens største private arbeidsplass er fremdeles koblet til skogindustrien. 1 % av kommunens areal er dyrket mark og 54 % er fjell- og utmarksareal.

I årene fremover vil utvikling av tilbud for tilreisende kunne skape sesongarbeidsplasser, forbedre servicetilbudet for innbyggere og medvirke til en positiv utvikling i kommunen. Det er viktig å peke på at utviklingen vil skje etter "de små skrittets metode", og at det krever langsiktig,

systematisk og markedsrettet utvikling for å lykkes.

Stor-Elvdal kommune er et lite miljø. De fleste bedrifter innen reiseliv og opplevelsesnæringen i Stor-Elvdal er mindre bedrifter innen overnatting, servering, håndverk, hytteservice og aktiviteter. En relativt stor andel av de næringsdrivende har dette som attåttnæring til andre yrker.

Den videre utviklingen i Stor-Elvdal baserer seg på;

- hytteturisme
- bruken av de naturgitte forutsetningene med store skog og fjellområder og vassdragene Glomma og Atna, og

spisskompetansen kommunen har på dette området.

- Nasjonal Turistveg Rondane og Rondane Nasjonalpark som er av både nasjonal og internasjonal interesse
- Tett samarbeid blandt næringsaktørene og over kommunegrensene.

Bare gjennom å tilby det turistene ønsker, produsert på en bærekraftig måte, kan Norge utvikle et levedyktig reiseliv. Det er samspillet mellom reiseliv, handel, kultur, kommune og andre aktører som avgjør suksessen – og derfor må man eie samme visjon og jobbe mot samme mål.

Hvitebok for reisemålsutvikling

Markeder

Norge

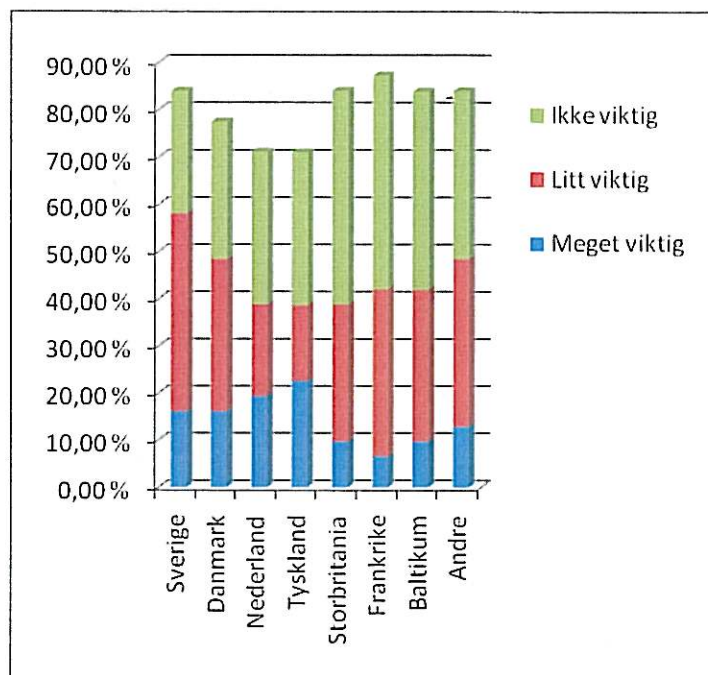
Analysen viser at næringen i Stor-Elvdal har de samme markedsprioriteringene som de som er gjort for hele Hedmark. Hovedprioriteringen for næringen i Stor-Elvdal er det regionale nærmarkedet og Oslo-området

Hvor viktig er kundene fra disse områdene i Norge?	Meget viktig	Litt viktig	Ikke viktig
Innlandet	64,50 %	9,70 %	0,00 %
Oslo-fjord området	64,50 %	6,50 %	0,00 %
Sørlandet	32,30 %	35,50 %	12,90 %
Vestlandet	29,00 %	35,50 %	16,10 %
Nord-Norge	25,80 %	32,20 %	19,40 %

Internasjonale markeder

Også internasjonalt peker aktørene på de samme markeder som er prioriterte markeder i Hedmark Reiseliv og på nasjonalt nivå.

- Sverige
- Danmark
- Nederland
- Tyskland



Mer informasjon

Hyttebrukerundersøkelsen i Stor-Elvdal

www.innovasjon norge.no/satsinger/Reiseliv/markedsdata gir god oversikt over tilgjengelig markeds kunnskap både på det nasjonale og det internasjonale markedet.

TØI`s rapport fra 2005 om "Økonomiske ringvirkninger i Hedmark og Oppland" et godt bilde av betydningen av reiselivet, selv om den er noe gammel. Den gir også gode tall for Sør-Østerdal.

Målgrupper og sesong

De tre prioriterte målgruppene for Stor-Elvdal er;

- Hytteturister
- Rundreiseturister/gjennomfartsturister
- Baseturister

Hytteturisten

Hytteturisten er den viktigste og høyest prioriterte typen turisme i Stor-Elvdal. I samme kategori som hytteturisten, regner vi også "faste plasser" på campingplasser, fordi de med unntak av byggekostnader, har samme betydning for lokalsamfunnet.

Hyttbrukerundersøkelsen som ble gjennomført i kommunen, viser at hytteteierne er viktig for opprettholdelsen av lokale servicetilbud. Som målgruppe er de lette å nå med informasjon og markeditiltak og avgrenser seg geografisk til det norske markedet. Med eierskifter til ny generasjon, vil man få en gradvis standardheving på hyttene og gradvis høyere krav til infrastruktur og tilrettelagte friluftsopplevelser.

Som den 4. største hyttekommunen i fylket, kan kommunen ha mye å hente i å påvirke hytteteierne til å bidra til flere "varme senger" (dvs. utleie av hyttene når eier ikke bruker hytta selv).

Rundreiseturisten/gjennomfartsturisten

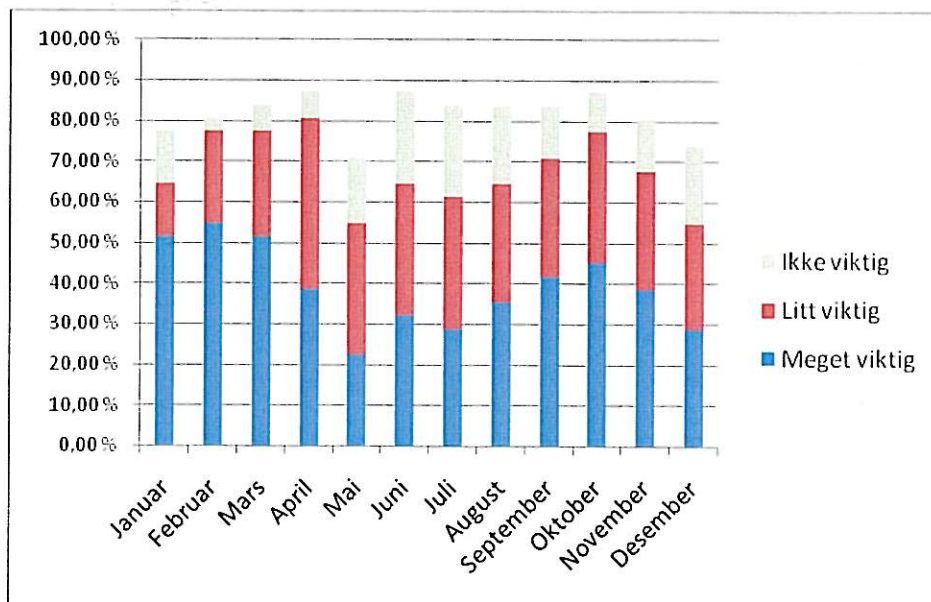
Rundreiseturisten representerer den største gruppen ferie- og fritidsreisende i Norge, og er meget viktig for Stor-Elvdal Kommune. Næringslivet i Stor-Elvdal har muligheter for å ta ut mye mer av denne trafikken ved systematisk arbeid med bedre informasjon og tilgjengelighet til produktene denne gruppen etterspør.

Baseturisten

Den største gruppen turister som kommer til Stor-Elvdal og som blir over flere dager i dag er fisketurister og turister som leier private hytter/utleiehytter på ukeshvis. Disse kommer hit for å nyte fredlige og rolige omgivelser kombinert med naturopplevelser. Å gjøre eksisterende overnattingsmuligheter tilgjengelig parallelt med gradvis utvikling av attraktive naturopplevelser, vil ha et potensial innenfor utvalgte nisjer i Stor-Elvdal.

Sesong

Hovedsesongen for næringen i dag er sommeren. Men potensialet og ønsket om utvidelse også høst og vinter er til stede.



Bosetting

Stor-Elvdal kommune ligger midt mellom Oslo og Trondheim. Kommunen er med et areal på med 2,16 mill mål like stort som hele Vestfold fylke. Dette gir god plass til de 2679 innbyggere. Kommunen er langstrakt med 16 mil fra nord til sør. Kommunens innbyggere har

siden bosettingen startet i hovedsak slått seg ned langs elvene Glomma og Atna. Det er naturlig å velge en høy grad av tilrettelegging i befolkningstette områder og områder hvor det er viktig for reiselivsutviklingen, og for øvrig ha en lav grad av fysisk tilrettelegging.

Transport

Hovedferdselsåren gjennom kommunen er Rv3, mens veiene i tilknytning til hytteområdene er grusveier. Rørosbanen har 3 stoppunkter i kommunen. Lavprisenekspressen har flere stopp i kommunen på strekningen Oslo-Trondheim.

Det er viktig at Stor-Elvdal selger inn nærheten til markedet. Reisende opplever avsanden mindre enn det man normalt gjør som innbygger. Det er også for Stor-Elvdal mulig å selge opplevelser som tar utgangspunkt i at reisende kommer med Fly til Gardermoen og tar tog eller leier bil videre.

Historie

Stor-Elvdals historie er tett knyttet opp til naturen på stedet. Den fruktbare jorden langs Glomma kombinert med store skogsvidder og gode forhold for viltet, ga grobunn for de store jord- og skogeiendommene Stor-Elvdal alltid har vært kjent for. Oldfunn forteller oss at det bodde mennesker her i steinalderen, altså for 4000 år siden.

Historien som er grunnlaget for Birkebeinerarrangementene mellom Rena og Lillehammer, har historisk tilknytning til Stor-Elvdal. Det hevdes

også at birkebeinerne søkte ly i en låve i Naffardal – dagens Imsdal, som er det eneste dalføret med utløer nord for Lillehammer, og at ferden gikk til Berg på Trønnes som var Kongsgård. Historien har gitt navnet til Birkebeinerveien som går over fjellet fra Lillehammer til Messelt i Stor-Elvdal.



Glomma med koppangøyene er et meget spesielt slettelandskap - en deltalignende labyrint av elveløp mellom talløse banker, øyer og holmer som strekker seg over ca. 10 km. Det drives fremdeles aktivt landbruk på de største øyene. Området er et eldorado for spennende friluftsliv som for eksempel kanopadling, fiske, turvandring og viltopplevelser. "**Her er Norges Rhindal,**" sa Bjørnstjerne Bjørnson da han skuet ut over Koppangøyene.

Imsdalen

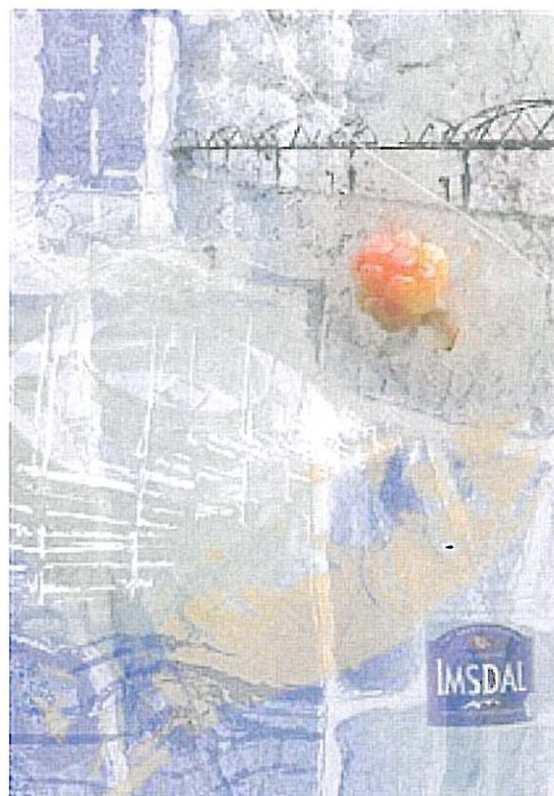
Imsa har sine kilder i fjell og myrkjøler langt inne på Ringebufjellet. Det er ei stri og stor elv som gjennom det meste av sitt drøye tre mil lange løp renner gjennom vidstrakte barskoger. Gjennom den trange Imsdalen kommer den for full musikk før den i ro og mak renner ut i Glomma. Den var ei viktig fløtningselv før skogsbilveienes tid. Mange forbinder nok Imsdal med flaskevannet som Ringnes produserer, men dette vannet kommer fra en kilde inne i selve dalen, og ikke fra elven. Imsdal er en sterk merkevare, som pr. i dag er et utnyttet potensial i promoteringen av Stor-Elvdal.

Atnsjømyrene

Her er en mengde blanke småtjern og elva Atna i langsomt løp gjennom frodige gressmyrer, rabber av fjellbjørk og aldrende furu. Her trives en stor del av vadefuglene man kan vente og finne i sørnorske fjellstrøk. For mengder av trekkfugler er dette området det endelige målet - det er her de hekker. Et interessant område for ornitologer.

Rondane nasjonalpark

Rondane ble landets første nasjonalpark i 1962 og utvidet i 2003. Målet er å bevare et egenartet naturområde for



ettertida. Nasjonalparken er spesielt viktig som leveområde for en av våre siste stammer av vill fjellrein, og omfatter et variert fjellområde med frodige fjelldaler, lavdekte flyer og mektige fjelltopper. I våre dager er det først og fremst fjellvandrere som ferdes i Rondane. Det finnes et nettverk av merkede stier og flere turisthytter. Det er muligheter for fiske og jakt av hare, rype og villrein. Fjellturismen i Rondane medfører stor ferdsel i perioder, og det er derfor viktig å ta hensyn til dyre- og plantelivet. Enkelte stier er lagt om de siste årene for å minke konfliktene med villreins trekkruiter og beiteområder.

Geologi

Regionen er av geologisk interesse, og har blant annet resultert i satsingen av Geopark Rondane. Videre utvikling og samarbeid kan gi interessante reiseruter som kan brukes i markedsføringen av regionen.

Nasjonal turistveg Rondane

Nasjonal turistveg Rondane ble offisielt åpnet i september 2008. Prosjektet er et samarbeidsprosjekt mellom Statens Vegvesen og kommunene Folldal og Stor-Elvdal. Det planlegges flere rasteplasser langs veien, og trafikken har økt bemerkelsesverdig den korte tiden veien har hatt status som Nasjonal Turistveg.

Veien går mellom Folldal i Nord og Enden i sør, og gir panoramautsikt mot Rondane. Maleren Harald Sohlberg fant sitt motiv til Vinternatt ved Rondane fra området ved Atnsjøen kafe. Her har statens Vegvesen anlagt en spektakulær utsiktsplass hvor man kan stå og nyte Rondanemassivet på den andre siden av Atnsjøen. Turistvegene får mye gratis

markedsføring gjennom nasjonale kanaler, men dersom veien skal være mer enn bare en vakker strekning, krever det at aktørene langs strekningen er aktive og synlige i reiselivssamarbeidet. Erfaringene med utviklingen av turistvegen bør overføres til andre vegstrekninger i kommunen. Selv om man på andre strekninger legger lista lavere, vil forbedringene langs tilførselsårene føre til en bedre totalopplevelse.

"Turistveg Rondane er en attraksjon som er av stor nasjonal og internasjonal interesse."

Hedmark Reiseliv



Aktiviteter og opplevelser

I en endret etterspørsel innenfor naturbaserte reiser hvor aktiviteter, kultur og formidling i større grad er innholdet i leveransene enn kun å beskue vakker natur, har regionen et uutnyttet potensial. Mulighetene kan utnyttes gjennom en kombinasjon av produktutvikling og forsterket markedsføring overfor ferie- og fritidsmarkedet. For å øke lønnsomheten i reiselivsvirksomhetene er det vesentlig at næringen ser mulighet for å satse på egen kompetanse. Naturen skaper muligheter for opplevelser, men det kreves kompetanse for å skape salgbare produkter og hente inntekter fra tilreisende.

Markedsgrunnlaget for lønnsom drift av organiserte aktiviteter, er ikke optimalt i dag, da dette henger nøye sammen med total overnattingskapasitet, tilgjengeligheten og bedriftenes samarbeid på området. Ved at næringen støtter opp under eksisterende aktivitetstilbud, spissing av tilbudet rettet mot utmarksbaserte opplevelser og tett samarbeid opp mot kompetansemiljøet på Evenstad og mellom aktørene, kan det på lengre sikt være mulig å bygge opp nye og levedyktige aktiviteter.

Arrangement

Kommunen har 4 årlige arrangement, som er populære i nærområdet og for hyttefolk og som man ønsker å videreutvikle. Det å gå

sammen i en region å skape et nytt sesongforlengende arrangement under felles konsept er en mulighet for utvikling.

Tabell : Vurdering av tiltak/satsingsområder som kom frem på innledende møter om opplevelsene i Stor-Elvdal

Tiltak opplevelser	Meget viktig	Litt viktig	Ikke viktig
Satsing på hytteturisme	70,30 %	13,50 %	0,00 %
Nasjonal Turistveg Rondane/de blå fjella	56,80 %	16,20 %	0,00 %
Satse på fisketurisme	54,10 %	8,10 %	0,00 %
Satse på vinterturisme (skiløyper, isfiske mm.)	54,10 %	18,90 %	2,70 %
Få grunneiere aktivt med i utviklingen i kommunen	54,10 %	13,50 %	0,00 %
Vi må koble arrangementene mot reiselivet	45,90 %	10,80 %	0,00 %
Gjøre aktiviteter og opplevelser mer tilgjengelig	40,50 %	10,80 %	0,00 %
Satse på vandreturisme	35,10 %	21,60 %	0,00 %
Utvikle nye aktiviteter og opplevelser	37,80 %	13,50 %	0,00 %
Satse på sykkelsturisme	29,70 %	29,70 %	0,00 %
Flere organiserte opplevelser	21,60 %	16,20 %	0,00 %

Overnatting og servering

Av den offisielle campingstatistikken fra 2009 på neste side, ser vi at totale registrerte gjestedøgn i Stor-Elvdal er 23000. Tallene for Stor-Elvdal er noe høyere enn dette, da dette kun omfatter noen få campingplasser i kommunen. Men grunnet underrepresentasjon fra overnattingsbedrifter i den gjennomførte undersøkelsen, kan vi ikke si sikkert hvor mye større den totale trafikken er. Flere av de større overnattingsbedriftene

er ikke i "reiselivsdrift" i dag. For at overnattingsbedriftene i Stor-Elvdal skal hevde seg i markedet, er det behov for en modernisering ved flere av bedriftene. Det er også en del å hente på å skape flere varme senger gjennom hus og hytteutleie.

I forhold til ferie- og fritidstrafikken, er hovedfokus på overnattingskapasiteten den individuelle trafikken, men unntak av de større serveringsstedene som også

kan ta i mot større grupper. Dagens etablerte overnattings- og serveringsbedrifter ivaretar lokal behov for møtefasiliteter, selskaper m.m.

Det gir en god synergieffekt at serveringsbedrifter bruker lokal produserte matvarer, og at man gjør dette synlig ovenfor besøkende.

Tabellen til høyre viser camping og hyttegrender januar-desember 2009 og 2008. Tabellen nedenfor gir en oversikt over overnatting, servering og aktiviteter og arrangement i kommunen. Mer informasjon om bedriftene finnes på www.stor-elvdal.kommune.no.

Marked	Antall overnattinger		Endring fra 2008 til 2009		Markedsandel	
	2009	2008	Antall overn.	Prosent	2009 %	2008 %
I alt	22	19	3 442	17,7	2,7	2,6
Nordmenn	15	13	2 650	20,2	2,6	2,6
Utlendinger	7 149	6 357	792	12,5	3	2,6
Sverige	2 239	1 908	331	17,3	3,2	2,9
Danmark	566	312	254	81,4	0,6	0,3
Finland	45	48	-3	-6,3	1,6	2,1
Storbritannia	82	36	46	127,8	1,9	0,8
Nederland	1 664	1 686	-22	-1,3	7,1	6,8
Tyskland	2 011	1 816	195	10,7	7,2	6,8
Frankrike	97	60	37	61,7	5,5	5,7
Spania	6	15	-9	-60	2,6	7,2
Sveits	57	173	-116	-67,1	5,3	16,9
Italia	18	9	9	100	2,2	1,3
USA	6	0	6	..	-1,2	0

Bedrifter/aktører	Overnatting	Servering	Aktiviteter og opplevelser
Koppang Camp og Hytteutleie, Koppang			Kanoutleie, organiserte fisketurer
Trya Camping, Koppang			
Huse Camping, Koppang			
Atna Camping, Atna			
Skogli Camping og hytteutleie, Atna			
Solhaug Camping, Atna			
Vesle Vuluvolden, Sollia			
Koppangtunet Hotel			
Skjerdingen høyfjellshotell, Atna			
Storfjellseter, Atna			Kunstutstilling, eventyrstund
Nordre Brænd Gård			Guiding i kulturlandskap, omvisning på Atnbrua Vannbruksmuseum, utleie av båter og kanoer.
Rondetunet Turistgård og dåhjordfarm, Sollia	Annen drift	Annen drift	
Fjelltun Pensjonat, Sollia			
Breisjøseter Turisthytte,			
Lia Gård, Koppang			
Rondane Gjestegård, Sollia			
Tangen Hytter			
Amperhaugen, Sollia			
Napoli, Koppang			
Den lille påtår, Koppang			
Tiurn Kro			
Glopheim Kafé, Atna			
Atnsjøen Kafé, Sollia			
Sollia Friluftsliv			Utleie av militærtelt, kanoer, truger, turski, fjellski, pulker og ryggsekker med sikkerhetsutstyr, barnepulker. Turguiding. Organiserte turer for kanopadling, ridning, truger.
Sollia Hesteritt			Ridning
Harrfestivalen			Arrangement
Moratråkket			Arrangement
kaupangrmartn			Arrangement

Handel og service

Kommunen er avhengig av omsetningen fra reiselivet for å kunne opprettholde servicenivået innenfor handel og service. Dette gjelder både Koppang og Sollia.

Det er selvfølgelig en viss forskjell på hvilke næringsaktører som tjener på de ulike typer turister. Noen tjener kun på utvalgte målgrupper som for eksempel hytteturister, andre tjener litt på alle.

Stor-Elvdal har fått et nyoppusset og velstelt kommunesenter, som gir en god atmosfære og trafikkflyt på stedet, og dermed et godt grunnlag for økt trafikk og utvikling.

Så selv om man ofte regner vertskapet som aktører innenfor overnatting, servering og opplevelser som er listet nedenfor, berører opplevelsesnæringene de fleste næringsaktører i Stor-Elvdal direkte eller indirekte.

Kommunen strekker seg over enorme avstander sett med lokale øyne. For en turist er det helt naturlig å sette sammen tjenester og opplevelser som berører både sør og nord. Så selv om samarbeidsrelasjonene pga. avstanden

er stor, er det viktig at alle aktørene forstår sin posisjon som ledd i verdikjeden i leveringen av gode opplevelser.

Nettverksarbeidet som er gjort i forbindelse med Nasjonal Turistveg Rondane, burde ha overføringsverdi til hvordan man også bør jobbe i resten av kommunen.

Markedsføring, informasjon og infrastruktur

Det svakeste leddet i reiselivstilbudet i dag er at reiselivet i Stor-Elvdal er for lite tilgjengelig og synlig for reisende. Informasjon og markedsføring, og er derfor satt opp som et prioritert område i kommende 5-års periode.

Utifra resultatene i tabellen til høyre, er det valgt tiltak som gir kommunen og bedriftene et godt grunnlag for å bedre informasjon og tilgjengelighet for reisende i kommunen.

Med bakgrunn i tidligere utredninger anbefales det ikke å etablere tradisjonelle turistkontor. Det anbefales derimot at stedene hvor informasjonsstasjoner blir utplassert søker om å bli digitalt turistkontor. Dette krever at informasjonsstasjonene blir plassert på et betjent og strategisk besøkssted i kommunen, hvor det også settes krav til vertskapet.

Tabell. Vurdering av tiltak/satsingsområder som kom frem på innledende møter om informasjon og markedsføring av Stor-Elvdal

	Meget viktig	Litt viktig	Ikke viktig
Oppdaterte informasjonstavler på rasteplasser	70,30 %	13,50 %	0,00 %
God skilting og tilrettelegging for vandring, sykling, fiske og andre friluftsopplevelser	67,60 %	5,40 %	0,00 %
Samordne satsingen på internett	64,90 %	5,40 %	2,70 %
Det må være tilgjengelig informasjon på utvalgte knutepunkter i kommunen.	62,20 %	13,50 %	0,00 %
At vertskap og servicepersonell i Stor-Elvdal kan svare turistene på det de spør om.	59,50 %	10,80 %	0,00 %
Vi må samarbeide om markedsføring.	54,10 %	10,80 %	0,00 %
Turistkontor som svarer på spørsmål fra turister pr. telefon, e-post og over skranke	43,20 %	21,60 %	5,40 %
Informasjonsstasjoner hvor turistene kan søke aktuell informasjon utplassert på strategiske steder i kommunen	40,50 %	21,60 %	0,00 %
Sørge for at flere bedrifter blir bookbare på nett med bookingsystem.	37,80 %	18,90 %	2,70 %
Flere bedriftsnettverk for samarbeid og salg	35,10 %	29,70 %	0,00 %
Informasjon er tilgjengelig i brosjyremateriell	35,10 %	27,00 %	0,00 %
Krysset på Koppang/Rv3 må utbedres.	32,40 %	27,00 %	16,20 %
Informasjonsskjermer utplassert på strategiske steder i kommunen hvor bedriftene kan annonsere gode tilbud og opplevelser	27,00 %	27,00 %	2,70 %
Informasjon kan lastes ned på mobiltelefon	16,20 %	24,30 %	8,10 %

SWOT-analyse

Gjennom en spørreundersøkelse sommeren 2010, bad vi næringen gi innspill til hvilke styrker, svakheter, muligheter og trusler som kjennetegner reiselivet i Stor-Elvdal. SWOT-analysen gir et felles utgangspunkt for prioriteringer i en utviklingsstrategi for reiselivet i kommunen.

Sterke sider	Svake sider	Muligheter	Trusler
Naturressurser <ul style="list-style-type: none"> Rondane Nasjonalpark, store skog og fjellområder med utmark og naturlig forekomst av rovdyr, spennende geologi og ornitologi. Glomma og Atna Gir flott ramme for hyttetomter og utvikling av naturopplevelser 	<ul style="list-style-type: none"> Lite tilrettelagte tilbud. 	<ul style="list-style-type: none"> Legge til rette for opplevelser i naturen. Badeplasser, sykling, vandring/turskigåing, jakt, fiske og annet friluftsliv Bruk av innovative og teknologiske løsninger der fysisk tilrettelegging ikke er ønskelig 	<ul style="list-style-type: none"> Manglende informasjon og forståelse for ressursbruk
Mennesker kompetanse og Vertskap og samarbeid <ul style="list-style-type: none"> Arbeidsomme mennesker og mange ildsjeler. Forsknings- og utdanningskompetansen på Evenstad 	<ul style="list-style-type: none"> Få personer som totalt sett drar reiselivs-utviklingen i et stort geografisk område Manglende kjennskap til hverandres tilbud og aktiv "salg" av hverandre 	<ul style="list-style-type: none"> Bygge opp en vi-følelse og få med flere som tør å satse. Holdningsskapende arbeid for kunnskap om verdien av samarbeid i reiselivet og fokus på vertskapsrollen. Lære av andre som har lykket med turismesatsing Påvirke til at organiseringen av regionen blir det støtteapparatet som næringen trenger. 	<ul style="list-style-type: none"> Avfolking og forgubbing.
Bedriftsutvikling <ul style="list-style-type: none"> Tilknytning til sterke varenavn som Imsdal og Birkebeineren Nærheten til kompetansemiljøene på Evenstad og Rena 	<ul style="list-style-type: none"> Reiselivet består av små og mellomstore bedrifter, og mye attåtnæring Manglende kapital ved etablering. Manglende gründere med interesse og initiativ For lite overnattingsplasser på Koppang 	<ul style="list-style-type: none"> Profesjonell støttefunksjon for små bedrifter Utbedring av Tlurn kro og området rundt Positive Initiativ for gründere ved Evenstad Systematisk og spisset utvikling av fellesgodene Utvikle og modernisere eksisterende bedrifter 	<ul style="list-style-type: none"> Lite profesjonalitet
Severdigheter, kultur, håndverk <ul style="list-style-type: none"> Sollia Kirke Glopheim Nystu Trønnes og flere 	<ul style="list-style-type: none"> Begrenset tilgjengelighet 	<ul style="list-style-type: none"> Gjøre kulturminner, mindre severdigheter og lokalt håndverk og tradisjoner bedre tilgjengelig Digital historiefortelling 	
Attraksjonskraft og profilering <ul style="list-style-type: none"> Nasjonal Turistveg Rondane Statusen som nasjonal turistveg gir mye gratis drahjelp nasjonalt og regionalt. 	<ul style="list-style-type: none"> Små aktører Liten tradisjon i aktivt markedsarbeid Lite som skiller naturen i Østerdalen fra andre lignende områder i Norge 	<ul style="list-style-type: none"> Utvikle turistvegen som reiselivsmotoren i kommunen. Gjøre flere produkter og opplevelser tilgjengelig og bookbare på nett Bedre tilgjengeligheten til opplevelsene gjennom bedre synlighet og aktivt salg av hverandre Den kommende "Elgruta" gir mange kreative muligheter for utvikling Skape særegenhet gjennom verdiskaping og være spesialister på det valgte feltet. Satse på det vi kan tilby turistene 	<ul style="list-style-type: none"> Mangler de store motorene
Sesong	<ul style="list-style-type: none"> Kort sesong, gir liten mulighet til helårsdrift og arbeidsplasser 	<ul style="list-style-type: none"> Vinteren er flott og eksotisk og har potensial for utvikling Skape nye sesongforlengende arrangementer i samarbeid i et større område 	<ul style="list-style-type: none"> Lang mørketid hvor det meste ligger brakk
Transport og infrastruktur <ul style="list-style-type: none"> Raskete veien mellom Oslo og Trondheim God tilgjengelighet med fly og tog fra Gardermoen Gjennomreisekommune 	<ul style="list-style-type: none"> Store avstander mellom ytterpunktene i kommunen Manglende stoppeeffekter Gjennomreisekommune Informasjon langs 	<ul style="list-style-type: none"> Øke attraksjonskraften til området slik at flere stopper og blir lengre Overføre erfaringene fra arbeidet med Nasjonal Turistveg til andre strekninger i kommunen 	<ul style="list-style-type: none"> Dårlig vegdekke på enkelte strekninger

3.0 MÅL OG STRATEGIER OG TILTAK

Mål, strategier og tiltakene tatt fra Strategisk Næringsplan er markert med blått. Nye tiltak som resultat av reiselivsplanen står i hvitt. Reiselivstiltakene rullers annet hvert år.

Mål

Å legge forholdene til rette slik at reiselivsaktører i Stor-Elvdal kan utnytte det potensial som ligger innen reiselivsmarkedet.

Strategier

Strategi 1: Legge til rette for økt lokal verdiskapning i forbindelse med hyttebygging og bruk av nye og eksisterende hytteområder. I Stor-Elvdal kommune ligger det 1891 hytter og fritidshusvær. Omkring 1400 av disse ligger i hyttefeltene Strand, Mykleby, Gåla, Vinjeveien, Lauvåsen, Gråsjøen, Gunstadsetera og hyttefeltene i Atnsjølia/Megrunnslia. Feltene har status både som lavstandard og høystandard hyttefelt. Det er i arealplanen godkjent ca. 500 byggeklare tomter i kommunen som ikke er bebygde. Service og håndverkstjenester knyttet til fritidsbebyggelsen utgjør i dag flere årsverk.

Strategi 2: Utnytte Nasjonal Turistveg Rondane som grunnlag for næringsutvikling. Nasjonal Turistveg Rondane ble åpnet i september 2008 for strekningen fra Folldal til Enden. Denne nasjonale satsingen vil kunne gi gode muligheter for næringsutvikling og markedsføring av kommunens tilbud.

Strategi 3: Legge forholdene til rette for og bidra til økt samarbeid om utvikling og markedsføring av utmarksturisme. Utmarksturisme, jakt og fiske er i dag viktige tilleggsnæringer, men det ligger et stort potensial i samarbeid om markedsføring og salg. Hedmark Reiseliv må være en av de strategiske samarbeidspartnerne.

Tiltak i strategisk næringsplan

Regionale tiltak:

- Å arbeide for å styrke samarbeidet med Hedmark Reiseliv i begge regioner
- Styrke Hedemark Reiseliv
- Oppdatere seg på, og om mulig delta i INTERREG - programmer

Kommunale tiltak:

Samarbeidsprosjekt mellom lokale håndverkere og skogeiere for videreføring av tømmer til bruk i hyttebygging.

Gjennomføre et forprosjekt for å avklare omfang og muligheter, deretter igangsette arbeid med organisering.

Resultat-/effekt mål: Samarbeidet etablert og i drift.

Tidsramme: 2010 - 2011

Kostnad: 5 000 kr

Finansiering: Løpende drift

Ansvar: Næringssjef

Videreføre prosjekt Rondane.

Arbeide for at bedriftsnettverket har tilgang på en 100 % prosjektleder i 4 nye år, for å gi oppstarten av Nasjonal Turistveg Rondane det løftet som den lokale turistnæringen trenger for å utnytte mulighetene.

Resultat-/effekt mål: Full godkjenning av turistvegen etter vegvesenets standard for turistveger (aktiviteter og opplevelser) i 2012.

Tidsramme:	2009 - 2012
Kostnad:	2 265 000 kr (SE kommunes andel ca. 350 000 kr fordelt på 4 år – 87 500 pr år)
Finansiering:	FMH, HFK, DN, Statens vegvesen, Folldal kommune og Stor-Elvdal kommune
Ansvar:	Næringssjefer i Folldal og Stor-Elvdal kommuner

Etablere en egen reiselivsstrategi.

Utarbeide en egen strategi for reiselivet sett i sammenheng med informasjon om, og markedsføring av kommunen. Dersom behovet blir tydeliggjort gjennom dette arbeidet skal det utarbeides markedsføringsplan med tiltak og ansvarsfordeling.

Resultat-/effekt mål: Vedtatt reiselivsstrategi i FS.

Tidsramme: Innen 4. kvartal 2010

Kostnad: 50.000

Finansiering: Næringsfond

Ansvar: Næringssjef

Nye tiltak

Oppdaterte informasjonstavler på rasteplasser og krysset Koppang/Rv3.

Ansvarsforhold: Plan og næringsavdelingen i samarbeid med Statens Vegvesen og Hedmark Reiseliv.

Økonomi: Kommunens andel 70.000 inkl. landskapsarkitekt.

Frist: Innen sesongstart 2012

Samordne satsingen på internett og forbedring av synlighet

For at det skal være hensiktsmessig å investere i å sette ut informasjonsstasjoner, må vi sikre at nettsiden som skal vises har et godt og kvalitetssikret innhold, og at det legges til rette rutiner for vedlikehold og videreutvikling som er så effektive som mulig. Videre er det viktig at bedrifter som har høy kvalitet og tilgjengelige produkter, blir gjort bookbare. Dette vil være positivt for synligheten til Stor-Elvdal.

Deltiltak

Medlemskapet i destinasjonsselskapet

Medlemskapet i et destinasjonsselskap er "inngangsbilletten" for bedriftene, både til samarbeid og til distribusjonsmuligheter i reiselivet. For å bidra til å løfte inn aktørene i samarbeidet bidrar kommunen med en andel av 1. års synlighet.

Registrering av bedrifter og opplevelser i Stor-Elvdal.

Så snart presentasjonene (tekst og bilder) tilfredsstiller kvalitetskravene for å bli distribuert gjennom databasen via Hedmark Reiseliv, vil den registrerte informasjonen bli automatisk distribuert til sider som; visitnorway sider på 15 språk, villmarksriket.com på tre språk, google, 1881 mfl.

Kommunens reiselivsside

Samordning av kommunens reiselivsnettside opp mot samme database vil bli gjennomført hvis dette teknisk lar seg løse mht. dagens kommunesamarbeid på nett.

Booking

Bistå aktuelle bedrifter i å bli bookbare på nett.

Ansvarsforhold:	Den enkelte næringsaktør må levere innhold for egen bedrift, vurdere om booking er aktuell og gjøre nødvendige bestillinger hos destinasjonsselskapet. Service og kulturavdelingen v/webansvarlig må levere innhold på grunnlag av ikke-kommersielle opplevelser. Plan og næringsavdelingen i kommunen må synliggjøre mulighetene for næringen. Hedmark Reiseliv er ansvarlig for teknisk utvikling og koordinering av vedlikehold og oppdateringer.
Økonomi:	Kommunens andel: Kr. 20.000 (kommunenettside) Kr. 50.000 til å støtte andel av medlemskap og booking for bedrifter. Kommunen dekker 50 % av kostnadene til bedriftene så langt budsjettet rekker. Næringen: 50 % av kostnaden for medlemskap og/eller booking. Første år, deretter 100 %.
Frist	31.12.2011

Informasjonsmateriell

Hedmark Reiseliv kan utvikle informasjonsmateriell for ulike målgrupper i reiselivet. En gang i året lages det en reiseguide for reiselivet i Hedmark. Denne får bred distribusjon både i Hedmark og langs tilførselsårene til regionen og blir distribuert i forbindelse med markedstiltak som for eksempel messer i inn og utland og blir også distribuert digitalt.

Ansvarsforhold:	Plan og næringsavdelingen i kommunen: overordnet profilering for kommunen. Næringen: kjøper ønsket produktprofilering. Hedmark Reiseliv koordinerer produksjon og distribusjon.
Økonomi:	Kommunens andel: inntil kr. 25.000 årlig Næringen: alle bedrifter som er medlem får en linjeannonse og mulighet til å kjøpe ekstra synlighet.
Frist	Årlig siste kvartal.

Kompetanseheving og samarbeid

Aktuelle fellesmøter og kompetansetiltak i reiselivet blir bekjentgjort for næringen i Stor-Elvdal. Dette gjelder både større konferanser, kurs og temakvelder som blir bekjentgjort for reiselivsnæringen lokalt, gjennom partnerskapet for reiseliv, utdanningsinsitusjoner og andre.

Som eget tiltak for næringen i Stor-Elvdal arrangeres det et kurs med fokus på presentasjon av egen bedrift, med hensyn til tekst, språk og bilder. I tillegg er det behov for fokus på vertskapsrollen og at bedriftene gis mulighet til utveksling av aktuell informasjon for sesongen.

Ansvarsforhold:	Plan og næring i samarbeid med Hedmark Reiseliv og lokal næring.
Økonomi:	Kommunens andel for eget oppsatt kurs/møtekveld(er); Kr 5.000 i året

Næringen; må selv vurdere hvilke av tilbudene som er aktuelle for egen bedrift, melde seg på og evt. betale de egenandelene som blir presentert. Det lokale kurset blir gratis for deltakerne.

Frist: April/mai hvert år.

Informasjonsstasjoner, skjermer og digitale turistkontor

Utplassering av digitale informasjonsstasjoner og skjermer på 3-4 strategiske steder i kommunen, og bistand til å søke få registrert disse som digitale turistkontor, der dette er mulig.

Ansvarsforhold: Plan og næring i samarbeid med Hedmark Reiseliv.

Økonomi: Leasingkostnad: kr. 100.000 pr. år fra kommunen, forutsetter at stedet hvor informasjonsstasjonen står plassert, dekker internettoppkobling og strøm. Inntekter fra evt. salg av annonser, bør gå til den som vedlikeholder informasjonen.

Frist: Våren 2012

Tiltak ivaretatt av andre planer.

Infrastruktur

God skilting og tilrettelegging for opplevelser som vandring, sykling, jakt, fiske og andre friluftsopplevelser er viktig for reiselivet. Dette omfatter vedlikehold av kart og informasjon om interessante ruter som også kan legges på nett. De viktigste profilrutene for reiselivet bør utvikles etter gjeldende råd fra temaprojektene vandring, sykling og fiske. Dette arbeidet ligger til den kommunale idrettsplanen.

Nye produkter og opplevelser

Plan og næring er viktig koordinerende ledd i å koble aktuelle aktører som kan skape nye opplevelser i samarbeid med hverandre. En viktig part i et slikt arbeid kan være Høgskolen i Hedmark avd. Evenstad. I tillegg til tradisjonell utvikling av utmarksbaserte guidede opplevelser, bør man kanskje også se på muligheten for å utvikle nye kommersielle utmarksbaserte opplevelser basert på teknologi som verdiskaper. Reiselivsbedrifter som har egne behov og ideer må selv ta kontakt med kommunen for veiledning.

Transport og visuelt miljø for reisende

Rydding langs riksvei 3 for bedring av sikt og opplevelse er gode eksempler på tiltak som har stor påvirkning på opplevelsen for reisende. Det samme gjelder standardheving av vei. Forskjønnende tiltak som for eksempel sentrumsutviklingen som er gjort på Koppang er viktig for reiselivsutviklingen.