

A person wearing a red jacket, yellow pants, and a blue helmet with goggles is riding a blue snowmobile through a snowy landscape. The snowmobile has a large orange backpack and a pair of blue skis mounted on the back. The person is smiling and looking towards the camera. The background consists of snow-covered trees and a bright, overcast sky.

**VERDIEN AV
VISIT NAMDALEN
FOR KOMMUNENE**

Møte Namdal Regionråd 22.11.21
Forlengelse av kommunale avtaler

SOM EIERKOMMUNE I **VISIT NAMDALEN** FÅR DU FØLGENDE:

HELÅRS MARKEDSFØRING AV REGIONEN OG BEDRIFTENE - OPPGAVER:

1. **Profilmarkedsføring** av Namdalen, merkevaren Visit Namdalen
2. **Digital vertskapsrolle**, gjennom **drift og utvikling** av Namdalens digitale turistinformasjon
3. www.visitnamdalen.com
4. **Drift av produktdatabase** koblet til www.visitnamdalen.com, trondelag.com og Namdalens presentasjon på visitnorway.com
5. **Kommune- og aktørpresentasjon gjennom inspirasjonsartikler** på visitnamdalen.com og trondelag.com:
 - Turbeskrivelser, sykkel- og kajakkruiter
 - Reiseruter
 - Transport
 - Parkering sanitær-/serviceanlegg
 - Attraksjoner/severdigheter/rasteplasser
 - Badeplasser
 - Tømmestasjoner
 - Ladding
6. Drift av **Namdalens presentasjon** på visitnorway.com

FORTS...

7. Drift av **arrangementskalender** på www.visitnamdalen.com
8. **Strategisk** målrettet **pressearbeid** for Namdalen som region og reisemål
9. Utvikling av database med **foto/film** til bruk i markedsføring av regionen
10. Drift av Visit Namdalens **Facebook, Instagram og andre sosiale** kanaler
11. **Felles ressurs og** kompetanse til å gjennomføre markedsføringen Namdalske aktører gjennom;
 - Digitale kampanjer i ulike kanaler regionalt, nasjonalt, internasjonalt
 - Visning/presseturer
 - Fellesannonsering
 - Messedeltagelse
 - Informasjonsarbeid mot TV-produksjoner o.l.
12. Årlig produksjon av **offisiell turistbrosjyre** for Namdalen – Namdalen Reiseguide

FORTS...

KOMPETANSE, PRODUKT- OG NÆRINGSUTVIKLING:

13. **Kompetanseressurs** for opplevelsesnæringen – Visit Namdalen er «**Namdalseksperten**», rådgiver og følger opp kommunene og aktørene
14. **Koordinerende rolle** for reiselivsoppgaver i Namdalen
15. Skape **møteplasser** for alle med interesse for reiselivet i Namdalen
16. **Kompetanseheving/inspirasjon/nettverksbygging** gjennom å arrangere kurs/workshops
17. **NamdalsVert**

SIKRE GODE RAMMEVILKÅR FOR NÆRINGEN – OPPGAVER/ROLLE:

18. **Reisemålsutvikling** av Namdalen som attraktivt reismål:
 - Felles **reiselivsstrategi** «Namdalen som reismål 2018 – 2028»
 - Gjennom prosjektledelse **felles utviklingsprosjekter** for kommunene
 - Talerør for Namdalen og næringa opp mot det offentlig
 - Bindeledd mellom kommunene, næringen og virkemiddelapparatet

OPPGAVER SOM STÅR I AVTALEN SOM IKKE ER GJENNOMFØRT

Turistinformasjon

- Det står i avtalen at VN skal ha ansvaret for turistinformasjonene, - men det gjelder 'utvidet modell' som ikke har blitt innført.
- Oppgaver i utvidet modell var:
 - Drift av helårlige åpne turistinformasjoner i indre, midtre og ytre Namdal
 - Vurdere Turistkontor med turistkontakt.
 - Ansatte deltar i utviklingsarbeid lokalt
 - Ansatte deltar i rådgivning og bistand til bedrifter lokalt

Kom frem til at dette skulle kommunene ta hånd om selv

Hva nå?

- **Trenden i dag:** mange går vekk fra fysiske turistinformasjoner, digitale løsninger, oppdatere utvidede vertskapet til å gi god turistveiledning til alle de kommer i kontakt med.
- **Prosjektet NamdalsVert** starter på nyåret 2022, og vil gi god **kompetanseheving** for at Namdalen kan framstå med et godt og kunnskapsrikt vertskap.
- **Fortsette å jobbe med digitale løsninger** på lokale informasjonsutfordringer gjennom websidene til Visit Namdalen, aktører og kommunene.
- **Mulighet til å koble kommunesider direkte inn til www.visitnamdalen.com.** For eksempel med at de legger TURISTINFO GRONG på kommunens side – skriver litt om lokale kart, hva som finnes hvor og «ruter det videre» til www.visitnamdalen.com, for eksempel)

Diskutere veien videre

- Fase 2 opptrappingsmodell 1.12.18 – punkt om turistinformasjoner:
- Alt 1: Skal VN ta ansvaret for drifta og det det medfører?
- Alt 2: Kommunene er selv ansvarlig for driften, men stordriftsfordeler utnyttes i forbindelse med felles koordinering av Namdalens turistinformasjoner mht. kompetansepåfyll, fokus på vertskapsrollen, kunnskap om hele regionen

EKSTRAOPPGAVER **VISIT NAMDALEN**

MATSATSNING I NAMDALEN

- Namdalen sammen på Trøndersk Matfestival i Trondheim
- Trøndersk Matfestival et Sted Nær deg
- Namdalen med på European Region of Gastronomi, ERG – finansiert gjennom TFK midler
- Grüne Woche, publikumsmesse i Berlin 2022

Hva nå? Diskutere veien videre

ANDRE UTVIKLINGSPROSJEKTER SOM INVOLVERER KOMMUNENE

- Prosjekt «**NamdalsVert**» – diskutere verdien og prosess – finansiert gjennom Innovasjon Norge, Namdal Regionråd? Og TFK?
- Prosjekt «**Namdalen et Bærekraftig reisemål**» - diskutere prosess – finansiert gjennom Innovasjon Norge
- Prosjekt **vandring** – «Namdalen et vandreeldorado i Midt-Skandinavisk sammenheng» - finansiert gjennom fond Indre Namdal og TFK

Hva nå? Diskutere veien videre

FORTS....

SYNLIGGJØRE MERVERDIEN AV AT NAMDALEN HAR ET DESTINASJONSELSKAP/ KOMPETANSESENTER

Visit Namdalen MÅLER SEG PÅ FØLGENDE OMRÅDER:

- Besøksutvikling til Namdalen (Innovasjon Norges målingsverktøy)
- Utvikling antall medlemsavtaler
- Antall solgte annonser i Visit Namdalen Reiseguide
- Utvikling antall besøk/sidevisninger på www.visitnamdalen.com
- Synliggjøring av besøkstall på www.trondelag.com og www.visitnorway.no
- Resultat av strategisk pressearbeid
- Måling av respons betalte digitale kampanjer i SOME
- Utvikling av #visitnamdalen på Instagram
- Inntektsutvikling i selskapet
- Namdalen på Trøndersk Matfestival i Trondheim – omsetning totalt og pr. aktør
- Antall oppmøtte og stemning på reiselivssamlinger
- Antall påmeldte på kurs og lokale møter
- Tall på ringvirkning av besøkende i Namdalen - basert på Innovasjon Norges målinger
- Skatteinntekter i kommunen – kilde NHO
- Søkeord på f.eks. Grong på visitnamdalen.com – hvor mange treff

Er det andre ting kommunene ønsker at Visit Namdalen skal måles på?

Hvillken del av destinasjonsarbeidet måles på Visit Namdalen?

STYRETS ALTERNATIVE FORSLAG TIL AVTALE MED VISIT NAMDALEN OG KOMMUNE

Modell 1 – som i dag, 2 ansatte og 1 prosjektstilling i 2 år

Gjeldene periode 2022

- Fast kommunebidrag som tidligere kr 1.300.000
- Søke Namdal Regionråd om prosjektfinansiering mat pr år kr 550.000

Modell 2 – som i dag, men indeksregulert og bakt inn matsatsningen (fase 1 med 2 ansatt og 1 prosjektstilling i 2 år)

- Gjeldene periode 2022
- Fast kommunebidrag som tidligere kr 1.300.000
- + Indeksregulert med 3 % pr år periode 2018 - 2021 kr 164.000
- + Legge til fast beløp for ekstraoppgave på matsatsning, indeks reguleres årlig kr 550.000

TOTALT:

kr 2.014.000

Modell 3 – den opprinnelige skisserte utvidete modell som ble satt på vent(fase 2, 3-4 årsverk):

- Gjeldene periode 2023 til 2026.
- + Indeksregulert med 3 % pr år periode
- + Legge til fast beløp for ekstraoppgave på matsatsning
- Forhandles hvert 2. år, oppsigelsestid 2 år.

STYRETS FORSLAG TIL KOMMUNENE:

1. At kommunene går for modell 2, gjeldende i 2022.

Og....

2. Sette modell 3 på vent, men med ny avklaring til våren 2022 der det kjøres en prosess sammen med kommunene med det resultat at det utarbeides en modell basert på Modell 3 gjeldende fra 2023 – 2026.

DOKUMENTASJON RESULTAT



REISELIVSSATSING 2.0

- Kommunene i Namdalen viser vei
- Forutsigbar og langsiktig finansiering
- 3 årsverk, ressurser
- Veldrevet destinasjonsselskap
- Kjapp og god levering
- Ledende/koordinerende rolle innen **reisemålsutvikling**
- Sørger for **utviklingsmidler til Namdalen**
- **Bedre aktøroppfølging**
- Kompetansesenter for næringen /innsikt
- Synlighet - Trøndelag Reiseliv og Visit Norway
- Løfter i flokk – det smitter



3 ARBEIDSPLASSER



Bente Snildal
Reiselivssjef/daglig leder

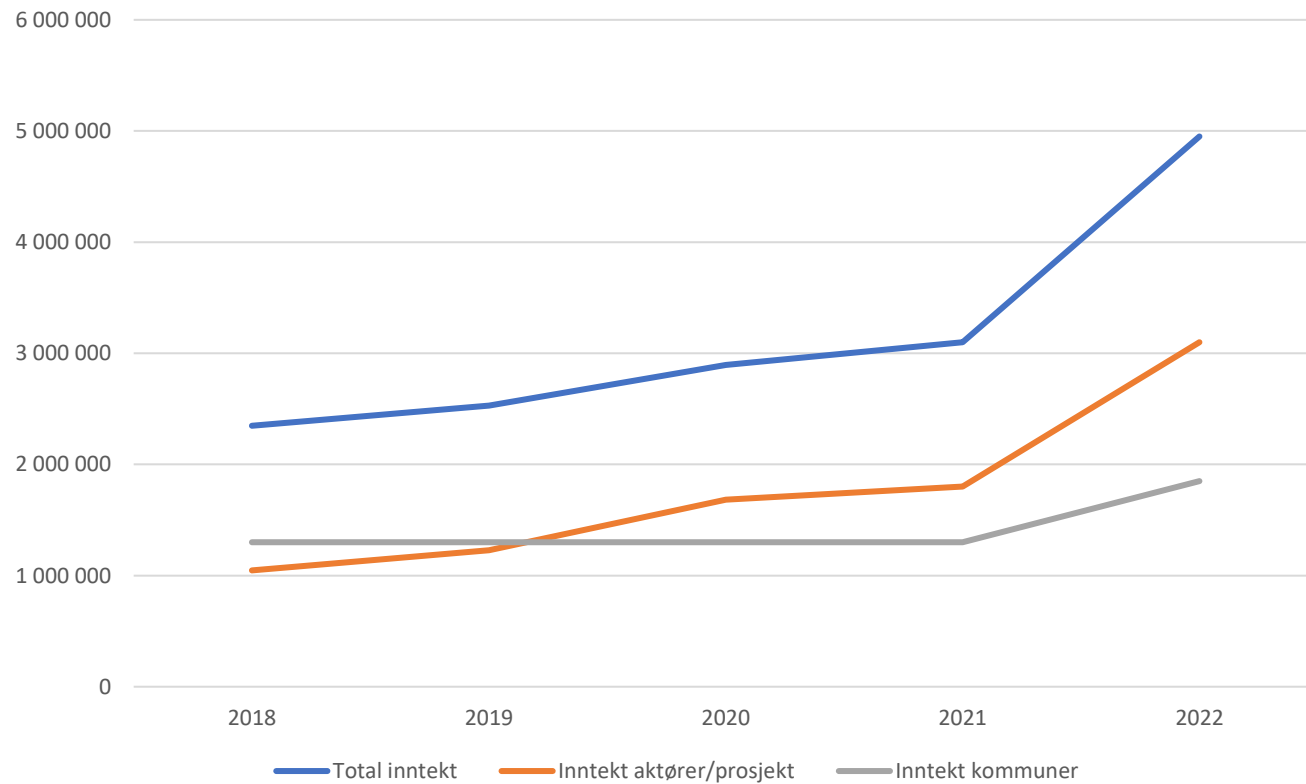


Cathrine W. Myhre
Markedskordinator



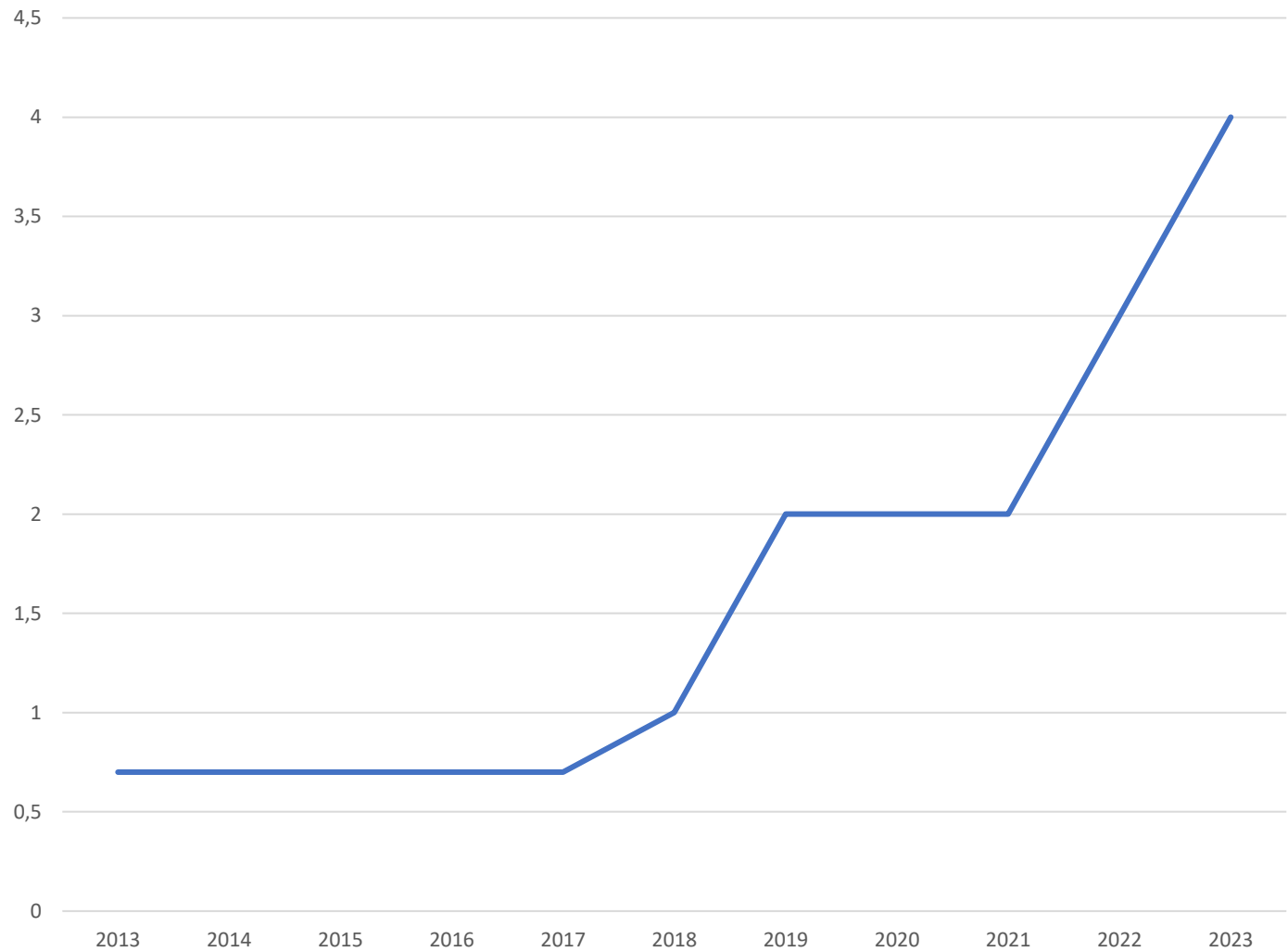
Ine Kristiansen Bye Rossetnes
Prosjektordinator

Inntektsutvikling Visit Namdalen, fordeling kommunebidrag - aktører/prosjekt – periode 2018 - 2022



År	Total inntekt	Inntekt aktører/prosjekt	Inntekt kommuner
2018 1-2 årsverk	2 347 707	1 047 000	1 300 000
2019 2 årsverk	2 529 382	1 229 000	1 300 000
2020 2 årsverk	2 894 000	1 684 000	1 300 000
2021 2-3 årsverk	3 100 000	1 800 000	1 300 000
2022 3 årsverk	4 950 000	3 100 000	1 850 000

Utvikling antall årsverk Visit Namdalen
Periode 2013 - 2023



Årstall	Antall årsverk
2013	0,7
2014	0,7
2015	0,7
2016	0,7
2017	0,7
2018	1
2019	2
2020	2
2021	2
2022	3
2023	4

BESØKSTALL NAMDALEN

2020 mot 2019 (1.koronaår)







- **Namdalen** **-1,8%**
- Innherred **-25,5%**
- Oppdal **-21,2%**
- Trondheim **-32,2%**
- Rørosregionen **-29,3%**
- TRØNDELAG **-27.1%**
- Norge **-32,6**

Land	Antall	Sammenlignede periode	%-endring	%-andel
I alt	176 281	179 518	-1,8 % ▼	100 %
 Norge	162 974	136 281	19,6 % ▲	92 %
Utlandet i alt	13 307	43 237	-69,2 % ▼	8 %
 Tyskland	7 361	20 088	-63,4 % ▼	55 %
 Sverige	1 320	6 462	-79,6 % ▼	10 %
 Danmark	1 206	1 701	-29,1 % ▼	9 %
 Finland	657	762	-13,8 % ▼	5 %
 Nederland	626	3 657	-82,9 % ▼	5 %

2020 mot 2018

(ny forretningsmodell, men inkl corona pr 1 2020)

- **Namdalen** **+1,5%**
- Innherred **-26%**
- Oppdal **-21,6%**
- Trondheim **-31.1 %**
- Rørosregionen **-33,6%**
- TRØNDELAG **-26,2%**







Land	Antall	Sammenlignede periode	%-endring	%-andel
I alt	176 281	173 597	1,5 % ▲	100 %
 Norge	162 974	131 400	24,0 % ▲	92 %
Utlandet i alt	13 307	42 197	-68,5 % ▼	8 %
 Tyskland	7 361	19 194	-61,6 % ▼	55 %
 Sverige	1 320	8 406	-84,3 % ▼	10 %
 Danmark	1 206	1 585	-23,9 % ▼	9 %
 Finland	657	474	38,6 % ▲	5 %
 Nederland	626	2 744	-77,2 % ▼	5 %

Økonomiske nøkkeltall

Forts..... BESØKSTALL NAMDALEN

Namdalen: 2021 mot 2020 hittil i år (jan-aug)

- **Namdalen** +5,5%
- Innherred +44,8%
- Oppdal + 10,2%
- Trondheim -9,6%
- Rørosregionen -14,5%
- TRØNDELAG -3,5%
- Norge +0,8%

Land	Antall	Sammenligne periode	%-endring	%-andel
I alt	149 872	142 062	5,5 % ▲	100 %
 Norge	133 694	131 229	1,9 % ▲	89 %
Utlandet i alt	16 178	10 833	49,3 % ▲	11 %
 Tyskland	8 891	5 873	51,4 % ▲	55 %
 Danmark	1 808	1 082	67,1 % ▲	11 %
 Sverige	1 103	817	35,0 % ▲	7 %
 Nederland	1 088	538	102,2 % ★	7 %
 Tsjekkia	693	384	80,5 % ▲	4 %

Namdalen Ringvirkninger (t.o.m. 2019)				Totalt i KR
Nordmenn	117 629	x	1 060	124 686 740
Utlendinger	42 007	x	1 045	43 897 315
Tot døgn	159 636			168 584 055

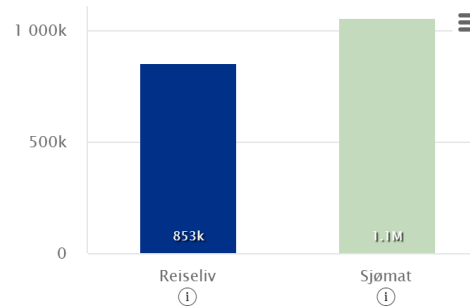
Kilde: Innovasjon Norge/statistikknett

KOMMUNALE INNTEKT SKATT

LEKA

Antall sysselsatte i reiseliv: 17

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



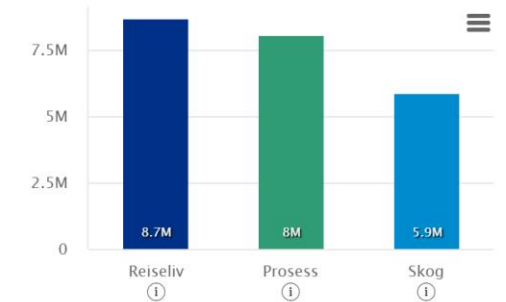
Viktig om tallene

Leka kommune har netto innpending av reiselivsansatte. 0% av disse skatteinntektene tilfaller derfor nabokommuner.

NAMSOS

Antall sysselsatte i reiseliv: 325

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



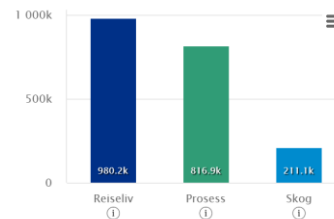
Viktig om tallene

Namsos kommune har netto innpending av reiselivsansatte. Som en følge av utpendingen er skatteinntektene til Namsos kommune 14,4%. Totalt 9,9 millioner kroner.

GRONG

Antall sysselsatte i reiseliv: 56

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



Viktig om tallene

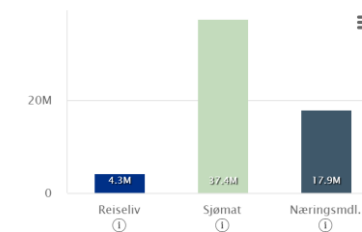
Grong kommune har netto innpending av reiselivsansatte. Som en følge av utpendingen er skatteinntektene til Grong kommune 7,3%. Totalt 1,1 millioner kroner.

Kilde: Menon Economics

NÆRØYSUND

Antall sysselsatte i reiseliv: 194

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



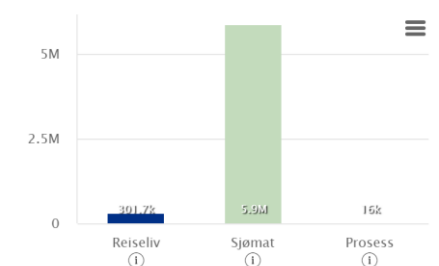
Viktig om tallene

Nærøysund kommune har netto innpending av reiselivsansatte. Som en følge av utpendingen er skatteinntektene til Nærøysund kommune 1,9%. Totalt 4,4 millioner kroner.

FLATANGER

Antall sysselsatte i reiseliv: 42

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



Viktig om tallene

Flatanger kommune har netto innpending av reiselivsansatte. 8,3% av disse skatteinntektene tilfaller derfor nabokommuner.

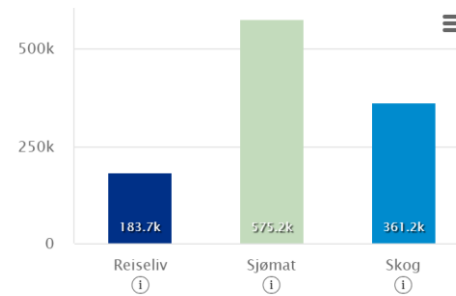
Forts...

KOMMUNALE INNTEKT SKATT,

HØYLANDET

Antall sysselsatte i reiseliv: 8

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



Viktig om tallene

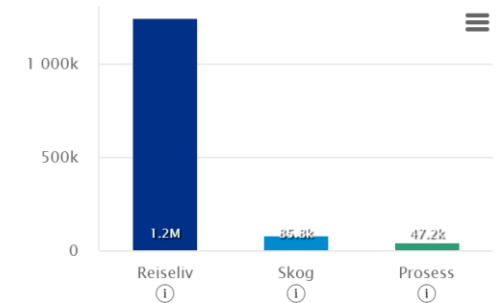
Høylandet kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. 0% av disse skatteinntektene tilfaller derfor nabokommuner.

Kilde: Menon Economics

NAMSSKOGAN

Antall sysselsatte i reiseliv: 47

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



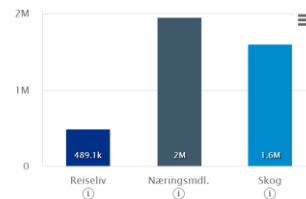
Viktig om tallene

Namsskogan kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. 13,9% av disse skatteinntektene tilfaller derfor nabokommuner.

LIERNE

Antall sysselsatte i reiseliv: 43

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



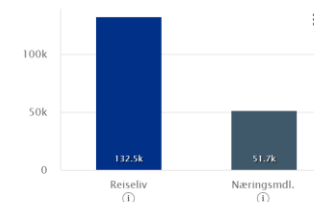
Viktig om tallene

Lierne kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. Som en følge av utpendlingen er skatteinntektene til Lierne kommune 62,5%. Totalt 0,8 millioner kroner.

RØYRVIK

Antall sysselsatte i reiseliv: 6

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



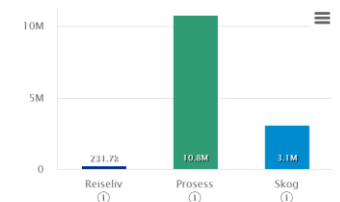
Viktig om tallene

Røyrvik kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. Som en følge av utpendlingen er skatteinntektene til Røyrvik kommune 100%. Totalt 0,3 millioner kroner.

OVERHALLA

Antall sysselsatte i reiseliv: 15

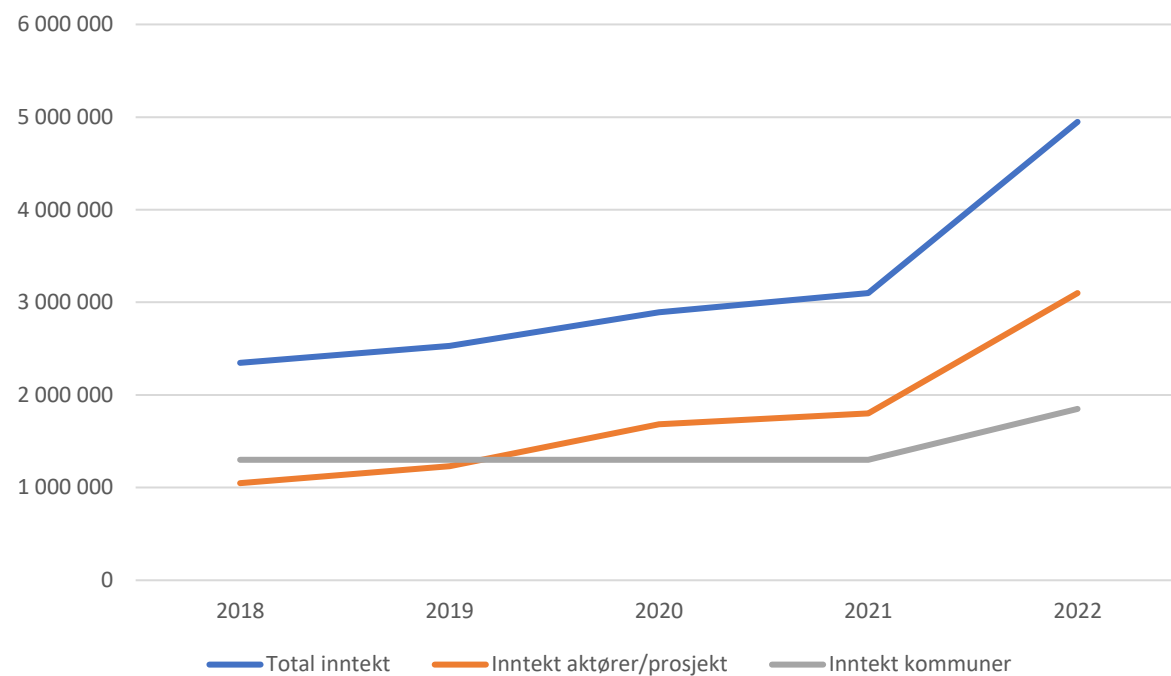
Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



Viktig om tallene

Overhalla kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. Som en følge av utpendlingen er skatteinntektene til Overhalla kommune 69,2%. Totalt 0,4 millioner kroner.

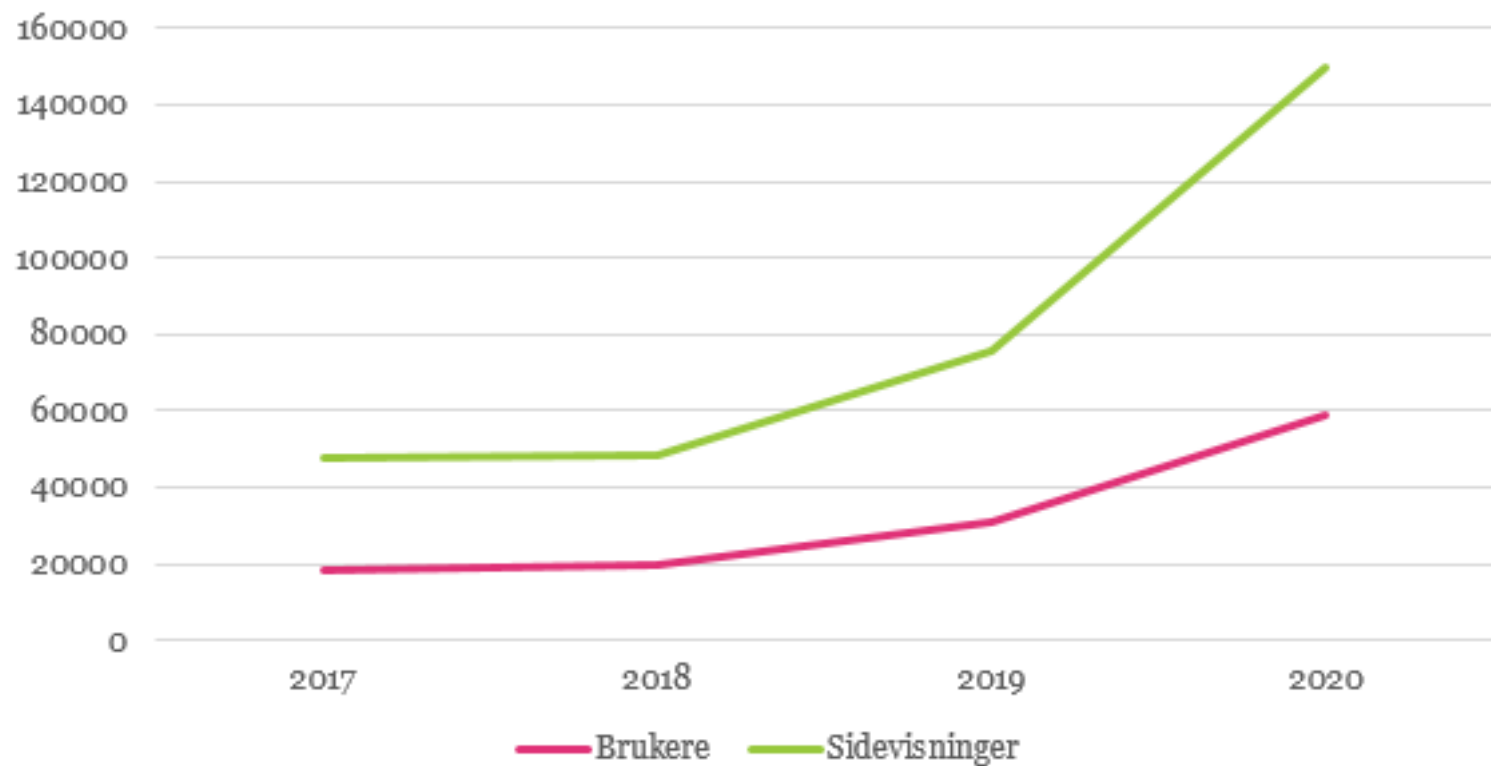
Inntektsutvikling Visit Namdalen, fordeling kommunebidrag - aktører/prosjekt



År	Total inntekt	Inntekt aktører/prosjekt	Inntekt kommuner
2018	2 347 707	1 047 000	1 300 000
2019	2 529 382	1 229 000	1 300 000
2020	2 894 000	1 684 000	1 300 000
2021	3 100 000	1 800 000	1 300 000
2022	4 950 000	3 100 000	1 850 000

2021				
Budsjett inntekt fra deltagerkommuner i budsjettåret	1300000			
Fordeling fast pr. kommune (30%)	390000			
Fordeling etter folketall (70%)	910000			
Antall kommuner	10			
Kommune	Folketall 1. dag i budsjettåret	Fast sum	Sum folketall	Totalt å betale i budsjettåret
Flatanger	1100	39 000	27 500	66 500
Grong	2347	39 000	58 675	97 675
Høylandet	1215	39 000	30 375	69 375
Leka	563	39 000	14 075	53 075
Lierne	1328	39 000	33 200	72 200
Namsos	15096	39 000	377 400	416 400
Namskogan	846	39 000	21 150	60 150
Nærøysund	9581	39 000	239 525	278 525
Overhalla	3865	39 000	96 625	135 625
Røyrvik	459	39 000	11 475	50 475
Totalt	36400	390 000	910 000	1 300 000
11.mar.21				
Visit Namdalen				
Bente Snildal				

Visitnamdalen.com



REKKEVIDDE VISITNAMDALEN.COM

VISITNAMDALEN.COM

150 000 sidevisninger

TRONDELAG.COM

1,2 mill sidevisninger

VISITNORWAY.NO -

22,5 millioner besøk

BESØKSUTVIKLING WWW.VISITNAMDALEN.COM

2018-2020 hele året:
Tredobling i antall besøkende



Markedsbudsjett 2021

Ca kr 1.500.000

Reiseliv kommunenes beste venn

- **Reiselivsnæringen**, 175.000 ansatte, legger igjen **vesentlig med skattepenger** direkte til kommunen.
- **MENON har dokumentert med skattetall fra SSB:**
- «At reiselivet legger igjen mer til kommunekassene enn både sjømatnæringen og prosessindustrien».
- **Og,**
- «Det er de kommuner som ikke har reiseliv, som sliter med å beholde unge arbeidstagere og kvinner, og som opplever fraflytting og en mer presset økonomi. *KildeNHO: 23.1.20*

Reiselivet er kommunenes beste venn

Kommentar, Politikk



NHO Reiseliv/ef Kristin Krohn Devold akkiver om reiselivets betydning for norske kommuner. Foto: Ode Hveem/Foto Tryer

Det viktigste for kommunene er å ha arbeidsplasser med innbyggere som skatter lokalt. Det kan reiselivet levere.

Verdensreiseliv, anskaffelse19



Av Kristin Krohn Devold, administrerende direktør i NHO Reiseliv

Verdien av å skape arbeidsplasser er et tema som preger den politiske agendaen overalt i disse dager. Norge trenger flere arbeidsplasser, og vi trenger å få flere ut i arbeid. Regjeringens perspektivmelding viser at Norge trenger en million nye jobber innen 2060 for å ta unna eldrebølgen. Reiselivet er en voksende næring som skaper arbeidsplasser i en tid der mange andre næringer nedbemannes.

Må ta hensyn til natur, miljø og fastboende

De ordforerne som satser på reiseliv, vil få flere arbeidsplasser og økte inntekter til kommunekassa. Det fordrer selvsagt at lokale myndigheter legger til rette for en bærekraftig vekst som tar hensyn til natur, miljø og fastboende. Den enkelte kommune må selv drofte hva som er riktig besøkstrykk og rett balanse mellom fastboende og besøkende. Internasjonalt spås reiselivsnæringen å vokse med 50 prosent innen 2030, ifølge Verdens turismeorganisasjon (UNWTO). Med en miljøbevisst satsing på reiseliv har Norge potensial til å ta en stor del av denne veksten og skape enda flere arbeidsplasser, som Norge så sårt trenger.

30 prosent sysselsettingsvekst siste 10 år

Innen overnatting og servering har sysselsettingen vokst med 30 prosent de siste 10 årene. I 2016 og 2017 var overnatting og servering, sammen med bygg og anlegg, de to næringene med høyest vekst i sysselsettingen. Bygg og anlegg mottok over statsbudsjettet store, offentlige investeringer i bygg og vei som tiltak for å smøre økonomien. Tilsvarende satsing er ikke gjort mot reiselivet, som består av 160.000 årsverk, mer enn oljeboring, fiskeoppdrett og landbruk til sammen.

REISELIVSSATSNING 3.0

VISIT NAMDALEN VI LØFTER I FLOKK



FOR BEDRIFTENE: SOM MEDLEM I VISIT NAMDALEN FÅR DU...

1. Større rekkevidde ved å være en del av merkevaren Visit Namdalen

Felles identitetsstrategi og profilhåndbok som fritt kan benyttes.

2. Produktoppføring på www.visitnamdalen.com

Offisielle nettportal for reiselivet og digital turistinformasjon for kommunene i Namdalen. 55 000 årlige brukere. Synlighet med bilder, tekst 3 språk (norsk, engelsk, tysk), kontaktpunkter, kart, oppføring arrangementer i arrangements- kalender på web. Helårs synlighet. Mulighet for «redaksjonell omtale» i artikler på visitnamdalen.com. Trafikkdriver til dine produkter.

3. Produktoppføring på www.trondelag.com

Synlighet med bilder, tekst 3 språk (norsk, engelsk, tysk), kontaktpunkter, kart, oppføring arrangementer i arrangements- kalender på web. 475 000 årlige brukere.

4. Produktoppføring på www.visitnorway.com

Synlighet på reiselivsportalen www.visitnorway.com - innfallsporten for turister til Norge. Bilder og tekst på 3 språk; norsk, engelsk og tysk. 22,5 millioner årlige besøk.

5. Oppføring på "Norway in Your Pocket" APP

Alle andelshavere kan også være synlig i Visit Norway Appen (Norway in Your Pocket). Her må en ha engelsk tekst i produktet. I 2015 hadde den 91000 brukere og 2,8 mill sidevisninger.

6. Synlighet på Visit Namdalens Facebook og Instagramkonto

Vi deler innlegg fra våre medlemmer, inspirerer med bilder/video og kan legge deres arrangement inn i vår arrangementskalender på Facebook. Mulighet til «take-over» på Instagram.

7. Mulighet til å være en del av våre digitale kampanjer

Vi samarbeider med Trøndelag Reiseliv om digitale markedsføringskampanjer (betalt markedsføring på Facebook, Instagram, Google). Våre medlemmer har mulighet til å melde inn produkter som kan markedsføres i disse kampanjene.

8. Mulighet til å delta på visnings- og presseturer

Visit Namdalen samarbeider med Trøndelag Reiseliv om å skreddersy presse- og visningsturer for turoperatører og journalister. Få anledning til å vise frem din bedrift til potensielle kunder og samarbeidspartner. Obs: Det forventes gratistjenester eller svært rabatterte priser for å delta.

9. Individuell rådgiving og oppfølging

Vi hjelper deg gjerne med produktutvikling/produktbeskrivelser spesielt tilpasset markedet du ønsker og nå. Vi kan gi råd om f.eks. Facebook, Instagram, TripAdvisor, google etc. Bildebruk, tekst og praktisk gjennomføring.

10. Rabatt på annonse i Visit Namdalen brosjyre

20 % rabatt på annonse i Visit Namdalen Reiseguide, Namdalens offisielle turistbrosjyre, utgis årlig, 3 språk, opplag 30.000 stk.

11. Mulighet til å bli trukket frem i Trøndelag Reiselivs offisielle turistbrosjyre Ferd

12. Mulighet til redaksjonell omtale eller å bli fremhevet i annonsering i nasjonale media/magasin

Visit Namdalen har presseoppfølging samt kjøper annonser i regional og nasjonal presse. Budskap profilering av Namdalen og motivasjonsbasert «pushing» av din bedrift.

DU FÅR OGSÅ...

13. Mulighet til å få produktene deres markedsført på messer

Visit Namdalen deltar på flere messer og workshops der vi fremmer bedrifter fra Namdalen til turoperatører.

14. Kurs, workshops og konferanser

Er du med i vårt nettverk får du tilbud om deltakelse på kurs, workshops og konferanser i regi av oss og våre samarbeidspartnere.

15. Møteplasser og nettverkssamlinger

Visit Namdalen arrangerer jevnlig reiselivsmøter og nettverkseminarer. Få større nettverk, få faglig påfyll og hold deg oppdatert på bransjen sammen med oss. Vi har en egen bransjegruppe på Facebook for Visit Namdalen og sender ut nyhetsbrev gjennom året.

16. Foto/film

Mulighet for å bli plukket ut til «location» for fotografering og filming i regi av Visit Namdalen, Trøndelag Reiseliv eller Visit Norway, til bruk i markedsføring av Namdalen og Trøndelag.

17. Talerør

Visit Namdalen kjører medlemsundersøkelser og er et talerør for reiselivsnæringen i Namdalen opp mot kommunene, virkemiddelapparatet, andre offentlige instanser, Trøndelag Reiseliv og Visit Norway. Med våre over 100 medlemmer og Namdal Regionråd i ryggen, så har Visit Namdalen status som en sterk stemme og blir lyttet til.

18. Informasjon om ulike virkemiddel

Visit Namdalen har god kunnskap over virkemiddelapparatet og er et talerør for næringen opp mot det offentlige. VN er en aktiv rådgiver til det beste for våre medlemmer.

VI JOBBER OGSÅ MED...

19. Deltagelse i utviklingsprosjekter

Få muligheten til å bli med i utviklingsprosjekter og være med og utvikle bedriften, produktet og destinasjonen i takt med markedet. Egenandel kan tilkomme ved prosjektdeltakelse etter egen avtale. Her er eksempel på utviklingsprosjekt som har vært ledet og gjennomført av Visit Namdalen med:

- Prosjekt Vandring Namdalskysten – et vandreeldorado i Midt Skandinavisk sammenheng (prosjektledelse 2020-2021)
- Prosjekt Vandring Indre Namdal – et vandreeldorado i Midt Skandinavisk sammenheng (prosjektledelse 2019-2021)
- Prosjekt Welcome, Interreg (prosjektdeltager, 2018 – 2022)
- Prosjekt Sykkelløp, Kystriksveien (prosjektdeltager 2020)
- Prosjekt Namdalen sammen på Trøndersk Matfestival (prosjektleder 2019–2021)
- Prosjekt felles turistbrosjyre for Namdalen, Visit Namdalen Reisesjå (eier, prosjektleder, årlig utgave, 2014-nå)
- Prosjekt felles nettportal for reiselivet i Namdalen (eier, prosjektleder 2013)
- Prosjekt felles identitet, merkevare i Namdalen (eier, prosjektleder 2012)
- Prosjekt felles destinasjonsselskap for Namdalen (eier, prosjektleder 2007-2013)

20. Namdalske kommuner og Namdal Regionråd satser på reiseliv!

Visit Namdalen har en 10 års reiselivsstrategi «Namdalen mot 2028», 10 års strategi som er forankret hos våre medlemmer og kommunene. Det er satt av ressurser (penger/mennesker) til å jobbe med reiseliv.

ANDELSHAVERAVTALE (MEDLEM) 2022

AVTALEN INNEBÆRER:

Denne avtale gjelder i 2 år fra avtaledato. Avtalen fornyes automatisk for 2 nye år med mindre det foreligger en skriftlig oppsigelse fra en av partene innen 3 måneder før utløpet av denne avtale.

Bedriften forplikter seg til å betale en årlig avgift til VN i samsvar med de til enhver tid gjeldende satser:

- a) Virksomheter med mer enn 3 årsverk. Avgift kr 9.000,- eks. mva
- b) Virksomheter med 1 - 3 årsverk. Avgift kr 6.500,- eks. mva
- c) Øvrige bedrifter, fra 0-1 årsverk. Avgift kr 4.000,- eks. mva.

Ved innmelding kommer i tillegg kommer ett andelsinnskudd på kr 3.000,- som ett engangsbeløp ref. § 5 i vedtektene.

Serviceavgiften reguleres hvert 2. år av årsmøtet i VN jfr. § 5 i VN's vedtekter.

Bedriften er ved inngåelse av denne avtalen plassert i kategori:

Serviceavgiften er på _____ kr _____ eks.mva.

KONTAKTINFORMASJON:

Bedrift: _____

Daglig leder (blokkbokstaver): _____

Org.nr. - _____

Fakturaadresse: _____

Besøksadresse: _____

Telefon: _____ E-post: _____

www. _____

Dato: _____ Signatur bedrift: _____

Dato: _____ Signatur Visit Namdalen: _____