



Reiselmålsutvikling for Lister
Åpent møte i Lyngdal, 5. mars 2024

INVITASJON TIL ÅPENT MØTE 5. MARS

TIL ALLE MED ENGASJEMENT OG INTERESSE FOR UTVIKLING AV REISELIVET I LYNGDAL, HÆGEBOSTAD, FARSUND OG KVINESDAL

5. MARS 2024

Takk for sist til alle dere som deltok på de første rundene med åpne møter i fjor og bidro med verdifulle innspill.

Reiselivet er viktig for Listerregionen av mange grunner; lokal og regional utvikling, bolyst, sysselsetting og verdiskaping. Reiselivsaktivitet gir store ringvirkninger og muligheter for verdiskaping også i andre næringer, samt bidrar til økt lokal stolthet og identitet.

Høsten 2022 startet arbeidet med å lage en langsiktig strategi for utvikling av reiselivet i Listerregionen*. Listersamarbeidet er initiativtaker, Visit Sørlandet er tett påkoblet og Innovasjon Norge støtter arbeidet økonomisk.

Arbeidet med å utarbeide en felles reiselivsstrategi er nå godt forankret i de fire kommunene Lyngdal, Hægebostad, Farsund og Kvinesdal. De samme fire kommunene bidrar også økonomisk.

Rådgivningsselskapet Mimir as er engasjert som faglig prosjektleder, mens Geir Tønnessen fra Farsund vil bidra med koordinering lokalt.

Nå håper vi å se både "nye & gamle fjes" i denne neste runden med Åpne møter. Her vil du få mulighet til å komme med dine innspill på funn og konklusjoner som er gjort så langt, samt være med å konkretisere innholdet i strategien som skal utarbeides og vedtas innen utgangen av 2024.

5.mars i Lyngdal

Dato: 5.3.2024

Klokkeslett: 11.30 – 15.00

Sted: Rosfjord Strandhotell

Lunsj serveres kl. 11.30, av hensyn til lunsjservering er det viktig å møte presis.

Gi beskjed om eventuelle allergier/dietter ved påmelding.

Påmeldingsfrist er 26. februar

Påmeldingslink: <https://response.questback.com/mimiras/registrering>

* Røkkelfjord og Sirdal er også med i Listerregionen, og begge deltar som samarbeidspartnere i strategiarbeidet. Det samme gjelder Visit Lindesnes og Agder Fylkeskommune.



AGENDA

Innledning v/prosjektledelsen

- Hva har skjedd siden sist?
- Kort repetisjon av funn og konklusjoner så langt

Felles arbeidsøkt

- Introduksjon og inspirasjon til fire temaer:
 - Konsepter & sesonger
 - Attraksjoner & arrangement
 - Bedriftsutvikling, kompetanse & rekruttering
 - Bruk & vern av sårbar natur

Oppsummering og avslutning

- Hva skjer videre?

Praktisk info

Deltakelsen er gratis.

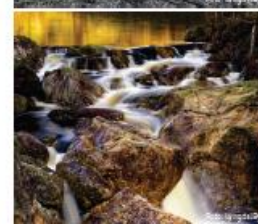
Rådgivningsselskapet Mimir as er ansvarlige for det faglige opplegget på møtet.

Spørsmål om invitasjonen og det praktiske: geir@tonnrad.no / 951 03 112

Spørsmål om det faglige opplegget: ingrid@mimir.no / 920 10 461

Vi gleder oss til å møte dere alle sammen på åpent møte 5. mars.

VELKOMMEN!



Velkommen og innledning

v/Liv Øyulvstad, Næringssjef Kvinesdal kommune
og leder av styringsgruppen for
Reisemålsutvikling Lister

- **Bakgrunn og formål for arbeidet**
- **Dagens agenda og kort «oppprop»**



Agenda

Velkommen og innledning

- Bakgrunn og formål for arbeidet
- Dagens agenda og kort «opprop»

Derfor er dette viktig for oss

- Knut Perander, Innovasjon Norge Reiseliv
- Ingrid Williamsen, ordfører i Farsund
- Kathrine Ubostad, Rosfjord Strandhotell mm.

Reisemålsutvikling for Lister

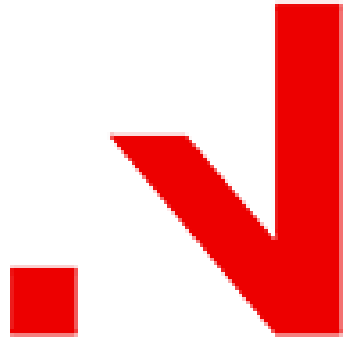
- Kort repetisjon og konklusjoner så langt
- Introduksjon til felles arbeidsøkt

Kaffepause (ca.13.45-14.00)

Felles arbeidsøkt - fire temaer

- Konsepter & sesonger
- Attraksjoner & arrangement
- Bedriftsutvikling, kompetanse & rekruttering
- Bruk & vern av sårbar natur

Oppsummering, takk for i dag og veien videre



Innovasjon
Norge

Knut Perander, Innovasjon Norge Reiseliv

[Reisemålsutvikling \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)

[Merket for Bærekraftig reisemål \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)

[Reiseliv | Innovasjon Norge](#)

Ordfører i Farsund kommune

Ordføreren i Farsund er valgt i kommunestyrets konstituerende møte 19.10.2023.

Ordførerens funksjonstid faller sammen med kommunestyrets, som er fire år.

Ingrid Merethe Williamsen

Ingrid Merethe Williamsen er ordfører i Farsund og representerer Fremskrittspartiet.

Ordfører er valgt for perioden 2023 - 2027.

Ordføreren leder møtene i kommunestyret og formannskapet.

Ordføreren er også kommunens rettslige representant og underskriver på vegne av kommunen, der slik myndighet ikke er tillagt andre.

Ordføreren har møte- og talerett i alle andre kommunale organer, men har bare stemmerett og forslagsrett der ordføreren er valgt medlem. Trer ordføreren midlertidig ut av sitt verv, rykker varaordføreren opp som ordfører. Dersom ordføreren fratrer endelig, foretas det nyvalg.

Varaordfører er stedfortreder for ordføreren og tar over ordførerens funksjoner i forbindelse med avvikling av ferie, permisjon og sykdom eller når ordføreren ikke kan være til stede.

Pål Erik Hals (H) er varaordfører i Farsund kommune.



Ordfører Ingrid Merethe Williamsen Foto: Anette Hansen

Kontakt

Ingrid Merethe Williamsen

Telefon: 971 15 233

[e-post](#)



Farsund kommune

Kathrine Ubostad, Rosfjord Strandhotell



Reisemålsutvikling for Lister

v/Ingrid Solberg Sætre, Rådgiver Mimir as og
prosjektleder for Reisemålsutvikling Lister

- **Kort repetisjon og konklusjoner så langt**
- **Introduksjon til felles arbeidsøkt**



Positive effekter av reiselivet

Vellykket reisemålsutvikling kan bidra til steders attraktivitet og konkurransekraft, slik som:

Puls, trivsel og kveldsøkonomi

Arbeidsplasser

Bolyst og bli-lyst

Stolthet og identitet

Integrering og partnerarbeidsplasser

Samferdsel og tilgjengelighet

Aktivitetstilbud og møteplasser

Livsstilflytting

Utvalg av handel og servicetilbud



Foto: Tina Stafren - Matfatet Ørje



Foto: Thomas Andersen - Marked Skjærhalden

- Langdistanse ikke sprint
- Lagarbeid ikke individuelt idrett
- Oppover og nedoverbakker
 - Dere kommer i mål !



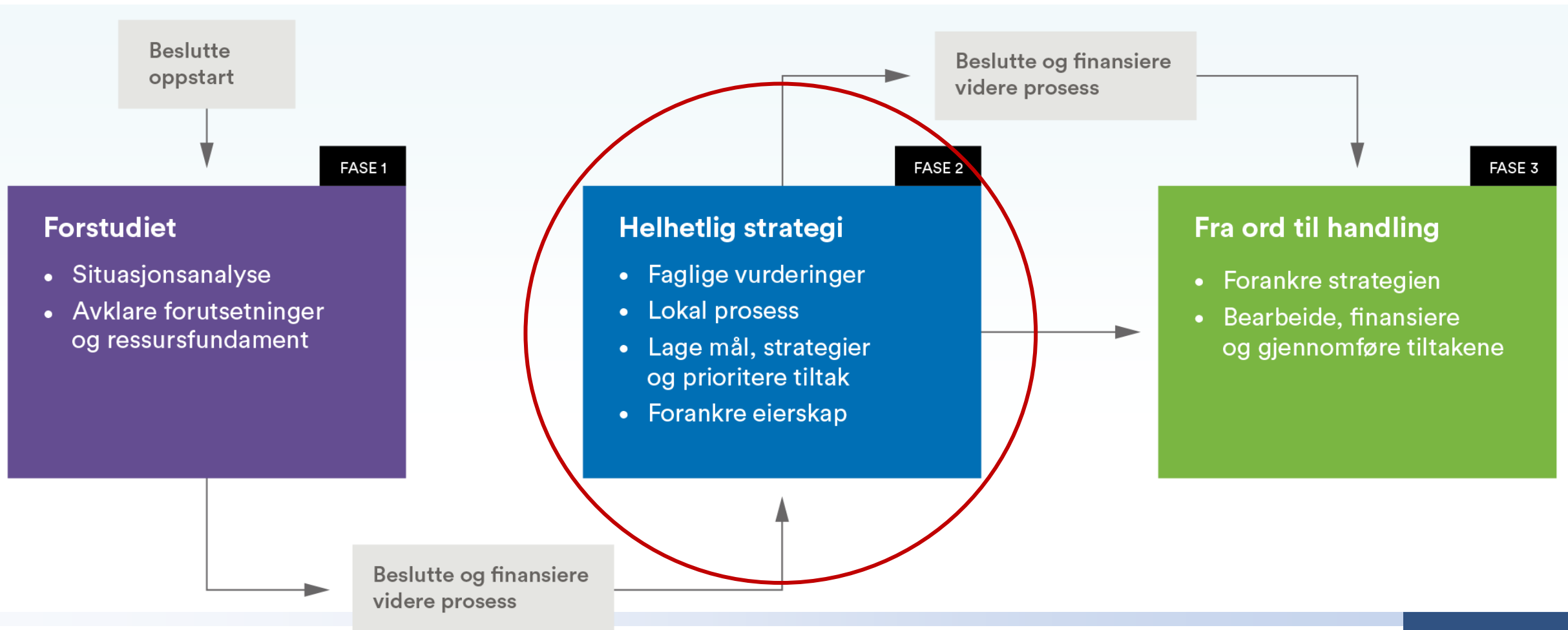
Om Mimir



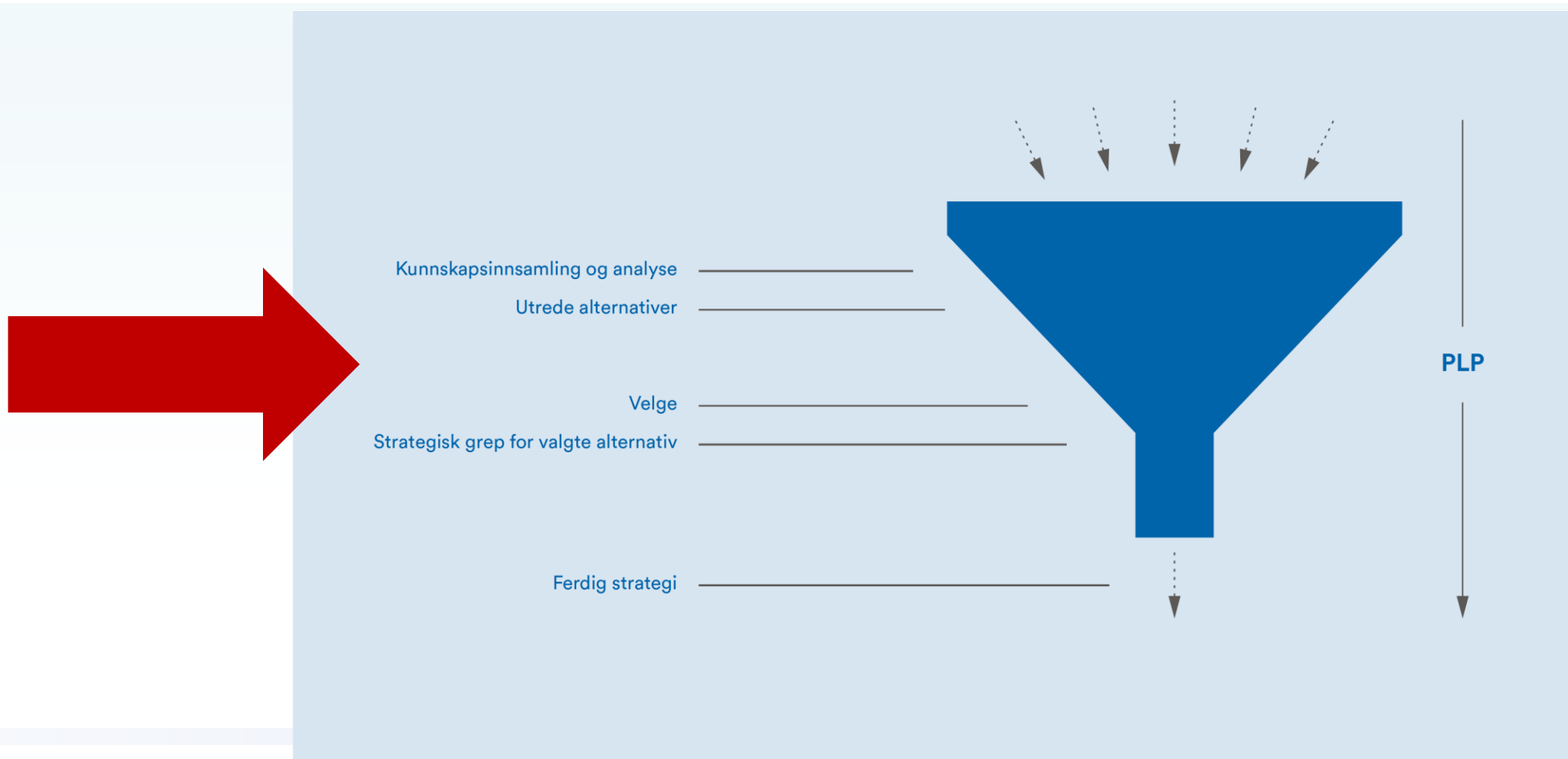
- Etablert i 1996
- 5 rådgivere, 1 designer og 1 researcher
- Kontorer i Larvik, Oslo, Fredrikstad, Halden, Lillehammer og Hemsedal
- Kunder fra hele reiselivets økosystem
- Sertifisert av Innovasjon Norge for prosessledelse av Reisemålsutvikling og Merket for Bærekraftig reisemål



En faseinndelt prosess



Traktformet modell



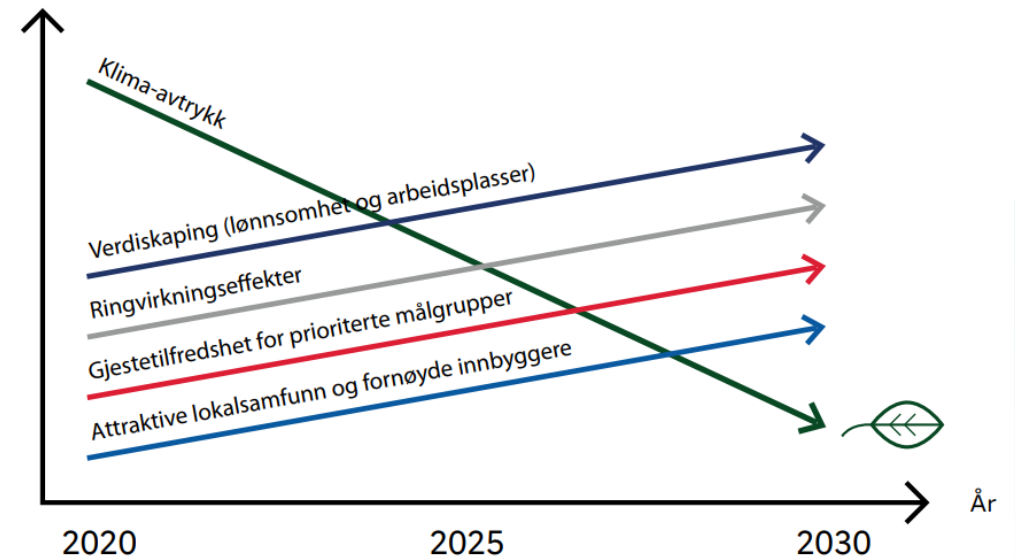
Se til nasjonale føringer (I)

«**Nasjonal reiselivsstrategi 2030**»: Strategiens hovedgrep er å styrke reiselivets kapasitet – eller evne – til økt verdiskaping og bærekraftig vekst, noe som krever både omstilling og økt samhandling. Målbildet er illustrert ved pilfiguren på denne siden.

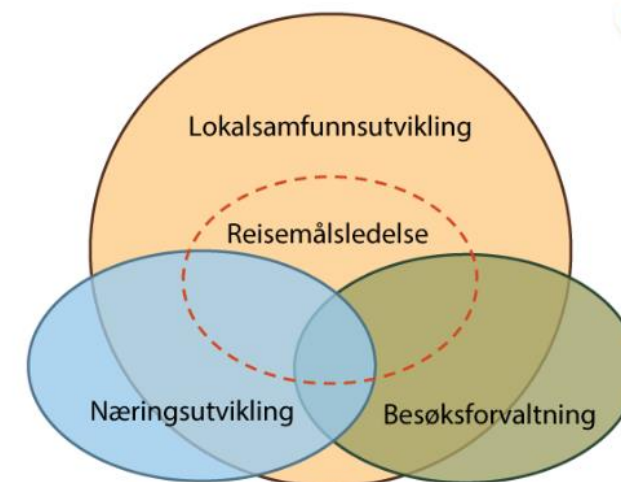
NOU 2023:10 «Leve og oppleve»: NOU'en ser på rammebetingelser for utvikling av norske reise­mål. Den foreslår en modell som bygger på tre forhold:

- 1) Det etableres en *reisemålsledelse* som er tilpasset lokale forhold og forankret i kommunene.
- 2) Reisemålsledelsen får i oppdrag å drive *strategisk besøksforvaltning* og håndtere utvikling og *drift av fellesgoder* på det enkelte reisemål basert på en bredt forankret besøksstrategi
- 3) Arbeidet med reisemålsledelse, besøksforvaltning og fellesgoder finansieres gjennom et *besøksbidrag* som hentes inn nasjonalt, men som forvaltes regionalt og lokalt

Nb. Utredningen er foreløpig ikke vedtatt, men den har likevel vært viktig for hvordan norske reisemål nå begynner å rigge seg for fremtiden.



Målbildet i *Nasjonal reiselivsstrategi 2030* (Innovasjon Norge 2021 s. 48)



Forholdet mellom lokalsamfunnsutvikling, næringsutvikling og besøksforvaltning i reisemålsledelsen. (NOU 2023:10 s. 46)

Se til nasjonale føringer (II)

Veikart for reiselivsnæringen ble presentert av næringsministeren 6. februar 2024. Veikartet er ment å være en løypemelding for regjeringens arbeid med reiselivspolitikken. Her understrekes blant annet reiselivets posisjon som Norges femte største eksportnæring.

De tre utvalgte innsatsområdene i veikartet er:

1. Utvikle lønnsomme produkter og et stadig mer attraktivt reiselivstilbud i Norge
2. Utvikle norske reisemål i en mer bærekraftig retning
3. Utvikle det internasjonale markedsarbeidet på en strategisk måte, i tråd med våre ambisjoner for norsk reiseliv

Reiseliv blir neste nasjonale eksportsatsing. Høsten 2023 annonserte næringsministeren at reiseliv blir den femte eksportsatsingen i regjeringens eksportreform «Hele Norge eksporterer». Satsingen skal bidra til økt eksport og en mer konkurransedyktig reiselivsnæring som både er mer bærekraftig og lønnsom. En egen eksportstrategi for reiselivet skal utarbeides, basert på målbildet i Nasjonal reiselivsstrategi; høy verdiskaping – lavt klimaavtrykk. Se figur på forrige side



**HELE NORGE
EKSPORTERER**

Strategien skal bygge på de 10 prinsippene for et bærekraftig reiseliv

Bevaring av natur, kultur og miljø

1. Kulturell rikdom
2. Naturmangfold
3. Klimautslipp og -tilpasning
4. Rent miljø og ressurseffektivitet



Styrking av sosiale verdier

5. Lokal besøksstyring
6. Lokal livskvalitet og engasjement
7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte
8. Gjestetilfredshet og trygghet og opplevelseskvalitet



Økonomisk levedyktighet

9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping
10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter



Reisemålsutvikling handler om å jobbe både «på og bak scenen» og med kommunikasjon

Bak scenen (regien):

- Strategiske planer
- Markedsvalg
- Produktutvikling
- Infrastruktur
- Servicekvalitet
- Nyskaping
- Kompetanse
- Bærekraft
- Aktørnettverk



På scenen (gjestene opplever):

- Meningsfulle opplevelser
- Fantastisk atmosfære
- Lærer noe nytt
- Spennende omgivelser
- Hyggelig vertskap
- God informasjon
- God tilgjengelighet
- «Nå har jeg det bra» 😊

Kommunikasjon (ulike målgrupper, budskap og kanaler): Hva sier vi til hvem via hvilke kanaler?

Oppsummert – Hva er en reisemålsstrategi?

- Et verktøy for å samordne innsatsen; tid og penger (...og fokus).
- Felles mål og en felles strategi.
- Beskrive satsingsområder med ansvar og roller.
- Satsingsområder og tiltak som gir resultater *både* på kort og lang sikt.
- Riktige gjester - på riktig sted – til riktig tid – riktig volum.



Anbefalinger og konklusjon fra fase 1 (i)

Styringsgruppen for forstudien stiller seg kollektivt bak rapporten «FORSTUDIE REISEMÅLSUTVIKLING FOR LISTERREGIONEN», april 2023 og gjorde følgende vedtak for veien videre:

*Styringsgruppen ser det formålstjenlig å gå videre til fase 2 fordelt på to separate prosesser. En for Sirdal med særegne fjelldestinasjonskvaliteter, og en prosess for å utarbeide en helhetlig reiselivsstrategi for Lister, geografisk avgrenset til de fire kommunene **Kvinesdal, Farsund, Lyngdal og Hægebostad** **



* Flekkefjord kobles på

Anbefalinger og konklusjon fra fase 1 (ii)

Fase 1 var en kartleggings- og mulighetsstudie. I fase 2 skal det utarbeides en **overordnet og helhetlig strategi for utvikling av reisemålet på en lønnsom og bærekraftig måte.**

Styringsgruppen (SG) for forstudiet vedtok at det er et mål å kvalifisere for «Merket for Bærekraftig reisemål», men at **selve strategiarbeidet gjennomføres først med Merkeprosjekt som naturlig oppfølger når strategien er vedtatt.**

Rapporten fra fase 1 er **grunnlaget for strategiarbeidet** fase 2.

Nærmere **konkretiseringer og prioriteringer** i tid og omfang, vil skje når fase 2 er endelig finansiert og prosjektorganisasjonen er på plass.

Reiselivet er i dag en næring i endring. **Det er viktig at prosessen som skal gjennomføres i fase 2 gir aktørene et grunnlag for å utnytte potensialet i disse endringene.**

Med **aktører** mener vi både aktører innen det tradisjonelle reiselivet og andre som jobber med utvikling og formidling, samt kommune- og fylkespolitikere, relevante offentlige institusjoner og andre rammesettere.

Som påpekt i fase 1-rapporten har Lister et **stort potensial**, men det er behov for å få aktørene til å jobbe **mer systematisk og kunnskapsbasert sammen** om å ta det ut.

En felles reiselivsstrategi vil være et verktøy for å få det til.

Mimirs tilnærming (i)

Mimir vil i fase 2 derfor legge stor vekt på å **kombinere reisemålhåndbokas krav til involverende prosesser med en operativ og kommersiell tilnærming.** På den måten mener vi at både private og offentlige aktører i Lister styrke sin samhandling og dermed skape raskere resultater.

Involvering og allianser med utvalgte målgrupper og markedspartnere, kompetansetilførsel, bruk av konseptualiseringsmetodikk og opplevelsesdesign er eksempler på verktøy og tilnærminger som både er strategiske og operative på samme tid.

Kunnskapen om **opplevelsesøkonomien, og dermed sterk målgruppeorientering med vekt på kunde-innsikt,** vil ligge i bunnen for hele tilnærmingen.

I tråd med det som er sagt i fase 1 vil man **særlig satse på å tydeliggjøre og modne Listers totale opplevelsestilbud gjennom hele året.**


Mimir vil også legge vekt på å se **sammenhengen og synergiene** mellom denne reisemålsprosessen og andre tiltak som gjøres for og med aktørene i de fire kommunene, dvs. for Lister som region og for hele Agder gjennom arbeid i regi av Visit Sørlandet m.fl.

En avklaring om å igangsette et arbeid «Merket for bærekraftig reisemål» inngår som en del av arbeidet i fase 2.

Organisering av arbeidet

- Styringsgruppe
- Prosjektgruppe
- Arbeidsgrupper
- Lokal prosjektkoordinator
- Faglig prosjektleder
- **Åpne møter & dialog med dere**





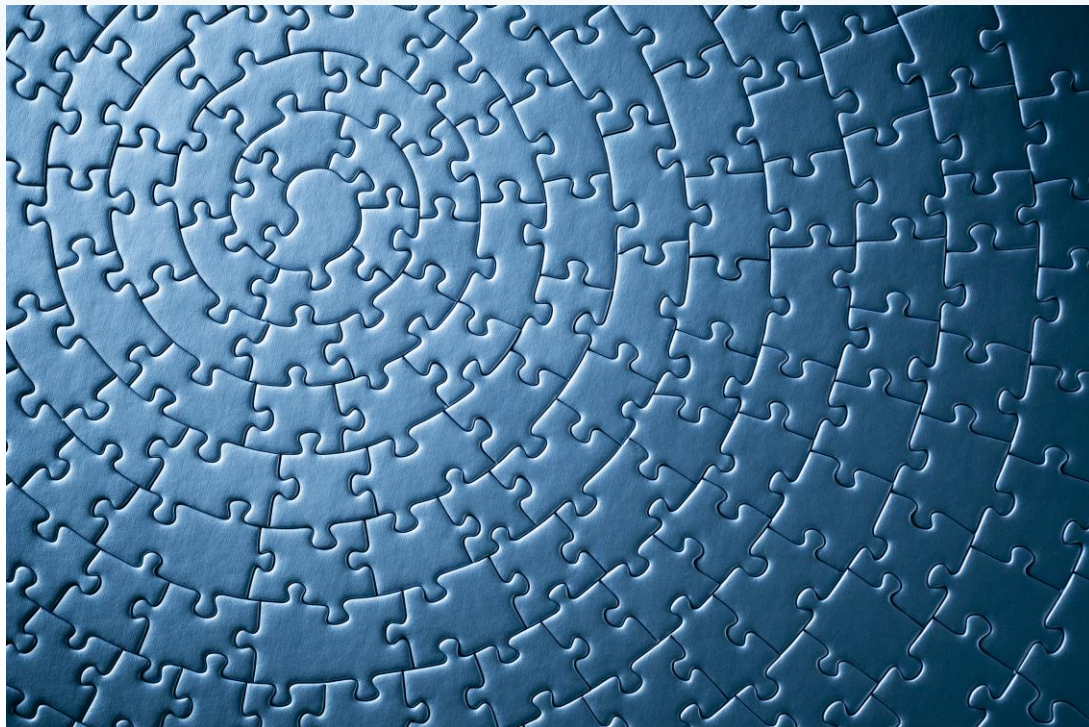
**Introduksjon til felles arbeidsøkt etter benstrekk:
4 temaer (8 bord) – velg selv!**

Involvering og forankring = suksesskriterium #1

Gjennom åpne møter og arbeidsgrupper bygger vi laget som skal ta strategien «fra ord til handling»!



Alt henger sammen med alt....



- Vi skal fylle hele «puslespillet» til slutt
- Men først skal vi jobbe i dybden med «å finne & forme noen av de største puslespill-brikkene»



HA3

Konsepter
& sesonger
v/Ståle

HA4

Attraksjoner
& arrangement
v/Marit

HA6

Bedriftsutvikling,
kompetanse
& rekruttering
v/Liv

HA8

Bruk & vern av
sårbar natur
v/Thora

På «scenen» (det gjestene opplever)

Bak «scenen» (regien)



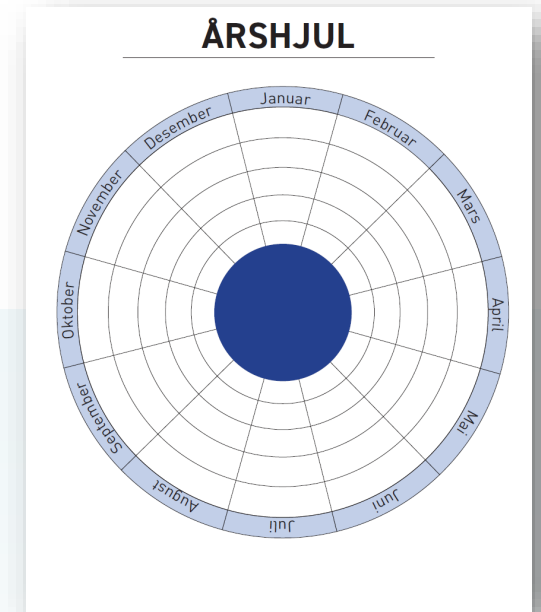
HA3: Konsepter og sesonger

HA 3: Konsepter & sesonger

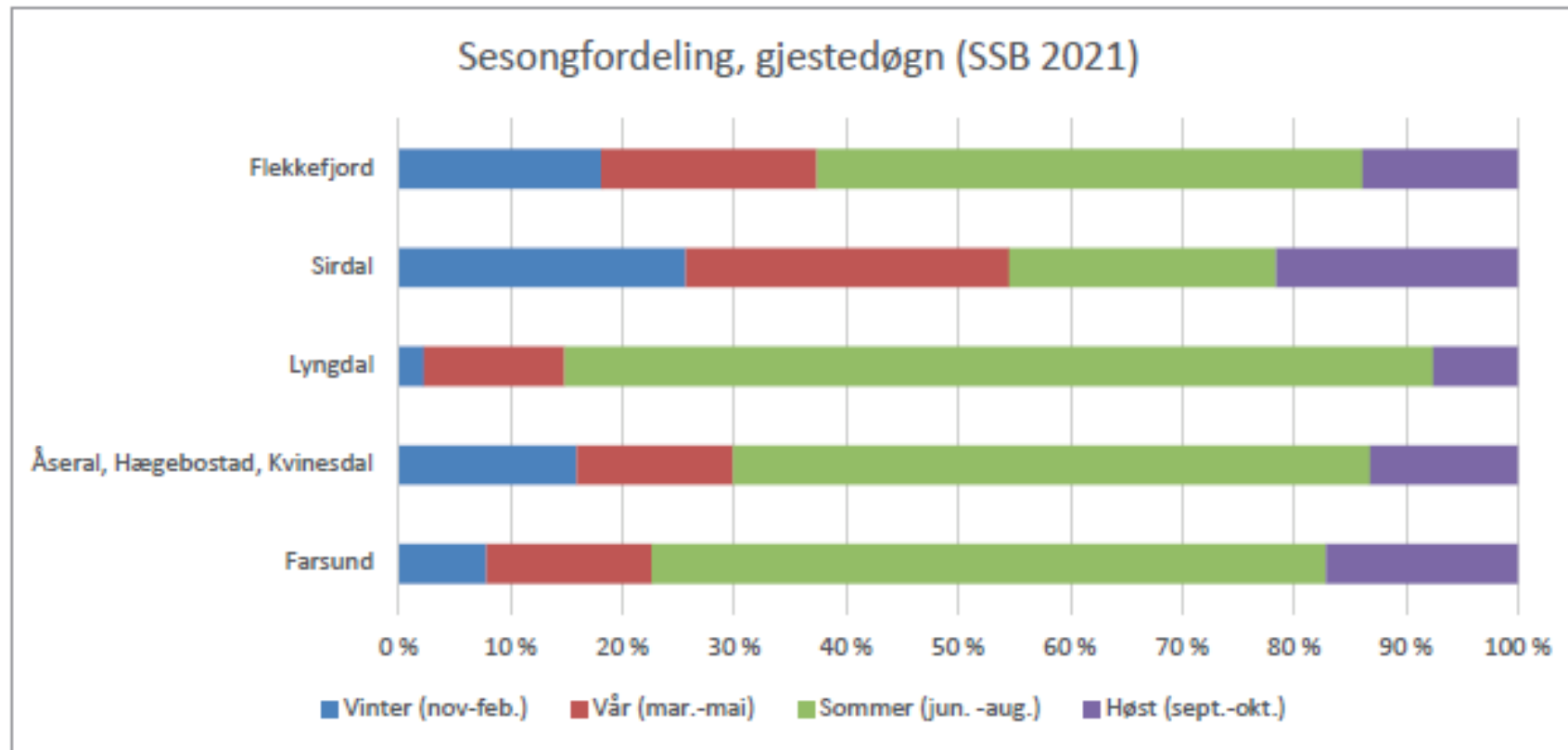
Hva handler dette om?

Konseptualisering og sesongutvikling, herunder styrke attraksjonskraften i nye sesonger høst, vinter, vår.

Kundetilpasning gjennom verktøy som personaskolleksjon, årshjul.



Bakgrunn



Figur 16 Sesongfordeling kommersielle overnattinger i Lister fordelt på kommune (SSB 2021)

Strandliv hele året

WORK IN PROGRESS

Fjellopplevelser (på heia & i fjellet på grensen mellom Sørlandet & Vestlandet)

WORK IN PROGRESS

Kultur & Kontraster

WORK IN PROGRESS

MIMIR
Rådgivere for reiselivet i over 25 år

MIMIR
Rådgivere for reiselivet i over 25 år

MIMIR
Rådgivere for reiselivet i over 25 år



1) Idédugnad med fokus på én sesong – som er «ledig» og hvor dere har «fortrinn»

Opplevelseskonsept: «Møt våren i Lister»

Hvem (=hvilke målgrupper)
skal reise hvor (=steder)
for å oppleve hva (=fortrinn/unikt)
og når (=i hvilke måneder/uker)?

Drøft og besvar spørsmålene over



2) Konkretiser – hva har vi & hva trenger vi?

- **Hva har vi** av opplevelser, aktiviteter, tilbud i dag som kan inngå i konseptet «**Møt våren i Lister**»?
- **Hva må vi gjøre mer av** for å bygge konseptet «**Møt våren i Lister**» med enda mer attraktivt innhold?

Drøft og besvar spørsmålene over - gjerne for et par ulike målgrupper





HA4: Attraksjoner & arrangementer

HA 4: Attraksjoner & arrangementer

Hva handler dette om?

Steds-, arrangements- og attraksjonsutvikling, både felles for regionen og kommunevis gjennom året



Visit Sørlandet

Konferanse Presse og media Bransje (0) 🔍 No

3,500+
Arrangementer i året

HVA SKJER PÅ SØRLANDET

400
Konsserter

150
Festivaler

Hjem | Hva skjer på Sørlandet

Sørlandets mest komplette arrangementskalender

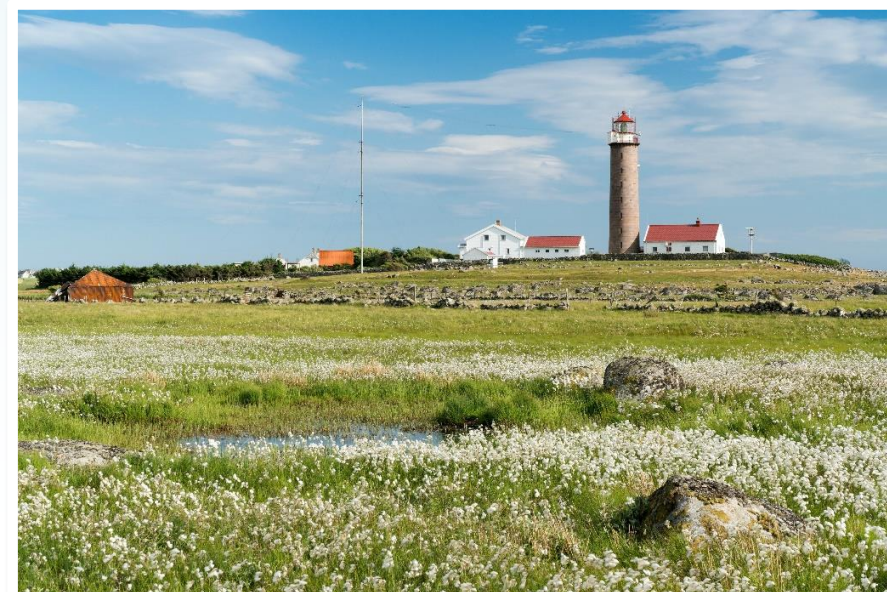
Sørlandet bugner av spennende arrangementer året rundt. Bruk Sørlandets mest komplette arrangementskalender for å finne festivaler, konsserter, utstillinger og mye mer! Har du et arrangement du vil ha inn i kalenderen?

Bakgrunn

Målet med arbeidet er å velge et knippe strategiske steder, attraksjoner og arrangementer som kan fungere som fyrtårn i markedsføring av de enkelte reisemålene.

Fordelen med dette grepet er at man kan legge ressursene på de stedene og attraksjonene som ligger langs hoved ferdselsårene eller allerede har en sterk attraksjonskraft.

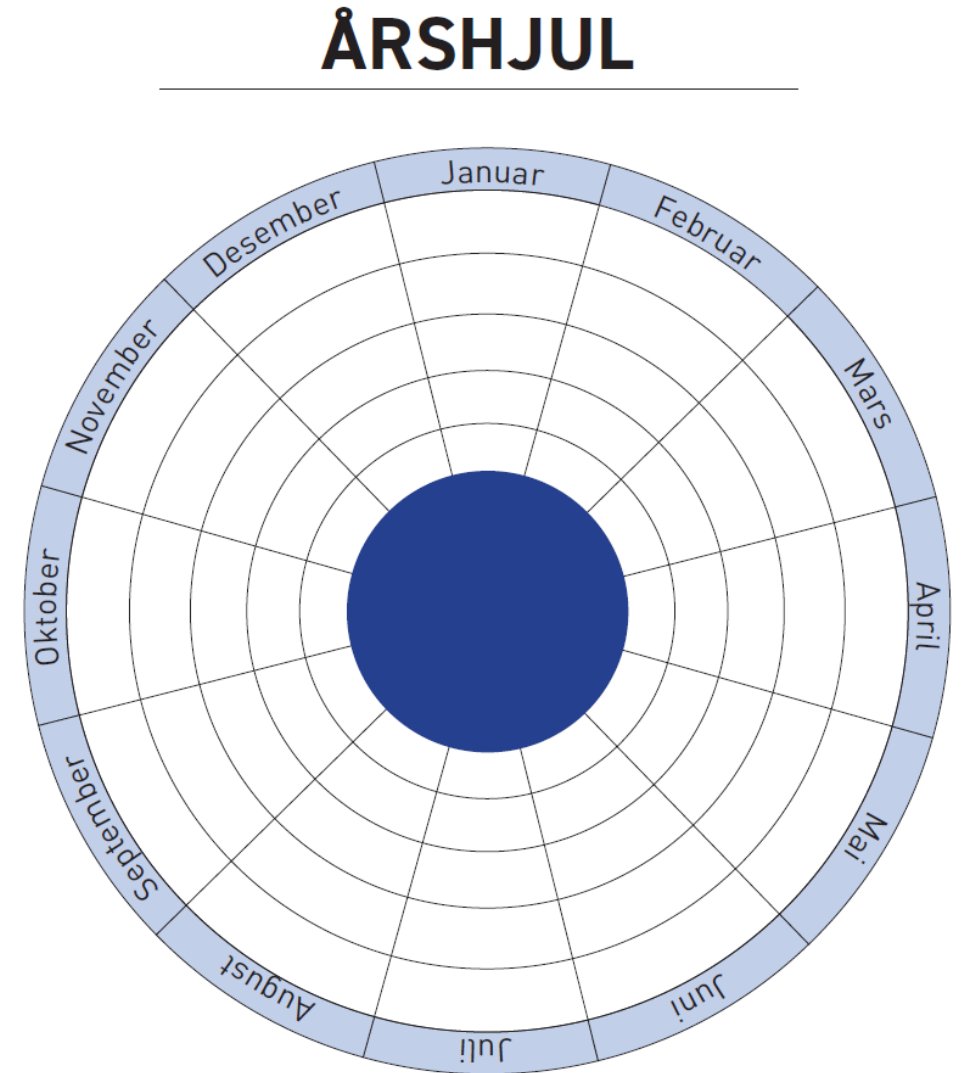
Det innebærer altså at man starter med å hoppe over gjerdet der det er lavest.



1) Hvilke arrangementer har vi i dag?

Starte med de **største & viktigste**

- **Når** skjer de?
- **Hvor** skjer de?
- **Hvem** er de for? (Målgrupper)
- Fyll gjerne på med flere fakta

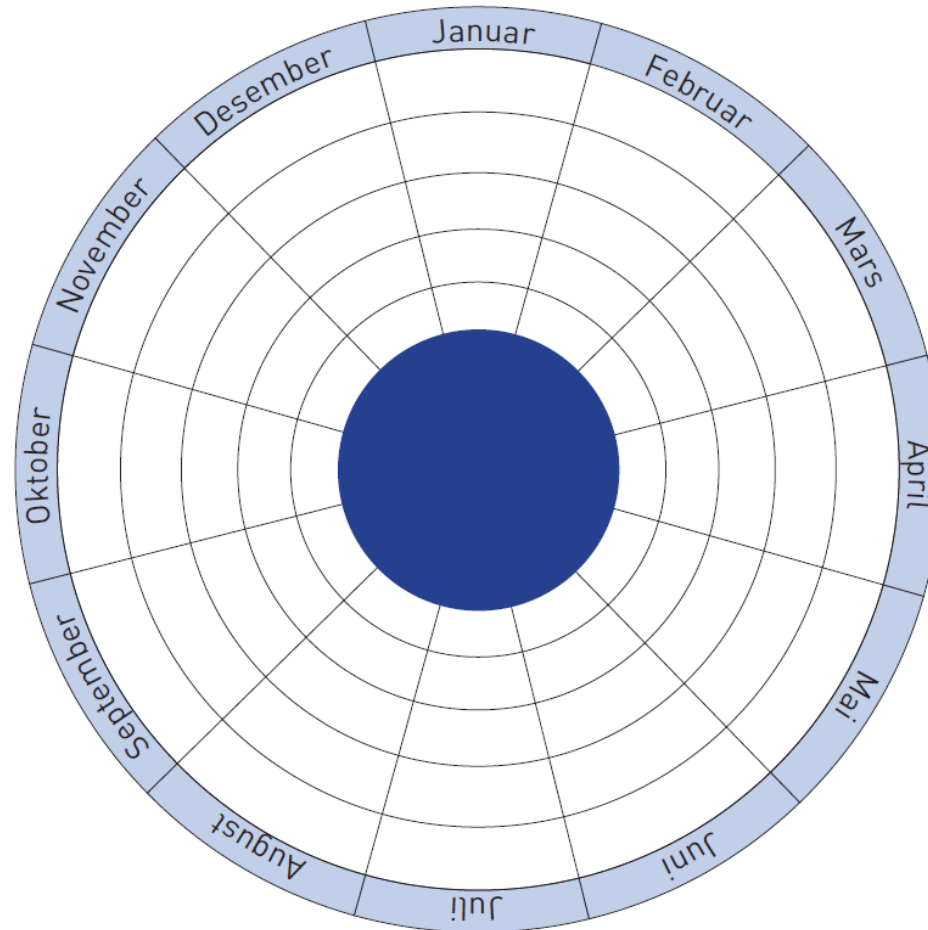


2) Hvilke attraksjoner har vi i dag?

Starte med de **største & viktigste**

- Når er de åpne / har aktivitet?
- Hvor er de?
- Hvem er de for? (Målgrupper)
- Fyll gjerne på med flere fakta

ÅRSHJUL



3) Drøfte, skissere og konkretisere

a) Hvilke arrangementer & attraksjoner har størst (reiselivs-) potensial?

- Hvorfor?
- For hvem? (målgrupper)
- Hva skal til for å ta dette ut (hva må forsterkes) i enda større grad?

b) Hvilke nye arrangementer & attraksjoner kan vi utvikle?

- For hvem? (målgrupper?)
- Når
- Hvor?



HA 6: Bedriftsutvikling, kompetanse & rekruttering

Foto: Laksforsen

HA 6: Bedriftsutvikling, kompetanse & rekruttering

Hva handler dette om?

Bedriftsutvikling, nettverk og kompetanse

Rekruttering, opplæring og samskaping - på tvers av kommunene og reisemålene



Bakgrunn

Utdanning og kompetanse

[Politisk sak](#), [Jobb i reiseliv](#), [Politikk](#)



Flinke fagfolk er en forutsetning for at Norge fortsatt skal vokse som reiselivsdestinasjon. NHO Reiseliv arbeider strategisk og politisk for å sikre riktig og nok arbeidskraft til norsk reiselivsnæring.

Reiselivet mangler 10.000 ansatte og kutter i åpningstiden: - Ekstreme utfordringer

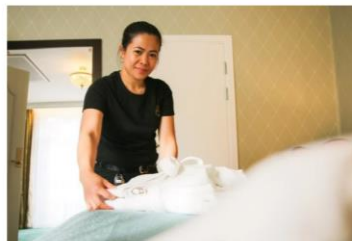
[Nyhet](#), [Næringspolitikk](#), [Bemannings- og rekruttering](#)
Publisert 07.06.2022



Reiselivet som inkluderings- og integreringsmotor

Vi må redusere antallet som står utenfor arbeidslivet. Reiselivet er en del av løsningen fordi vi sysselsetter folk med ulike bakgrunner og kompetanse, og har plass til de som har falt utenfor eller som har hull i CV'en. Mange har sitt første møte med arbeidslivet på et hotell eller en restaurant.

Del denne siden:



Hotel Bristol får folk i arbeid: - Mangfold styrker bedriften

Norge må redusere antallet mennesker som står utenfor arbeidslivet. Reiselivet er en del av løsningen fordi næringen er en daråpner til praksis. Ifølge HR-sjefen ved Hotel Bristol. Hotellet er opptatt av å ansette et bredt spekter av mennesker, uansett alder, bakgrunn og hull i CV-en.



[Jobb i reiseliv](#)

Reiseliv topper listen over god kjønnsbalanse i bedriften

NHO Reiselivs medlemmer er mest tilfreds med kjønnsbalansen i sin bedrift sammenliknet med resten av næringslivet i Norge. Nær 9 av 10 svarer at de er tilfredse med kjønnsbalansen i sin virksomhet.

1) Idédugnad - Bedriftsutvikling, kompetanse & rekruttering

- Hva er de største utfordringene og mulighetene for reiselivs- og besøksnæring i Lister når det gjelder:
 - Bedriftsutvikling
 - Nettverk
 - Kompetanse
 - Rekruttering
- **Drøfte behov på kort og lang sikt, skissere løsninger og konkretisere tiltak**



2) Hva er dagens tilbud - Bedriftsutvikling, kompetanse & rekruttering

- Hvilke tilbud finnes allerede i dag?
- Hva fungerer bra og hvorfor?
- Hva fungerer mindre bra og hvorfor?
- Hvordan kan vi forsterke dagens tilbud?
- **Drøft og besvar spørsmålene over**



HA 8: Bruk & vern av sårbar natur



HA 8: Bruk og vern av sårbar natur

Hva handler dette om?

Bærekraftig bruk av sårbar natur

Herunder bidra til egen
besøksstrategi for Listastrendene



**Rette volumer av rette gjester
på rett sted til rett tid**

Mimir as

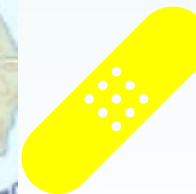


10 totalt x 3 (hjerte/smerte/info) fordeles etter gruppas prioritering «på hele områder»

Plasser på kartet og noter stikkord på ark



Hvor er dagens «hjertepunkter»? For hvem? Hvorfor?



Hvor er dagens «smertepunkter»? For hvem? Hvorfor?



Hvor er de sentrale «informasjonspunktene»? For hvem? Hvorfor? Hva mangler evt. Hvor?

Fokuser på Listastrendene og verneområdene – evt. med de nærmeste omgivelsene



Oppsummering og veien videre

Fremdriftsplan

Reisemålsutvikling for Lister; fremdriftsplan fase 2, oppdatert i SG-møte 1, 6.2.2024

Trinnviss prosess og møter	Jan. 24	Feb. 24	Mars 23	Apr. 24	Mai. 24	Juni. 24	Jul. 24	Aug. 24	Sept. 24	Okt. 24	Nov. 24	Des. 24
1) Forankring og organisering av fase 2												
2) Analyser og faglige utredninger												
3) Strategiutvikling												
4) Konklusjoner og rapportskrivning												
Kommunikasjon - i og om prosjektet												
Oppstart av prosjektgruppa og månedlige møter												
Styringsgruppemøter (fysiske og digitale etter behov)		6.2.	5.3.		22.5.				4.9. + 25.9.			
Arbeid i lokale/tematiske arbeidsgrupper, møter/workshops												
Studietur for styringsgruppen og evt. andre sentrale aktører										*		
Åpent møte med aktører			5.3.						25.9.			
Politisk behandling (NB! Orienteringer må skje underveis)												

*Forslag: studietur til reisemål i Nordland uke 44 i kombinasjon med deltakelse på Norsk Opplevelseskonferanse i Bodø 29.-30.oktober

For spørsmål - ta kontakt

Lokal prosjektkoordinator:

- Geir Tønnessen, tlf. 951 03 112
- geir@tonnrad.no

Faglige prosjektleder, Mimir:

- Ingrid Solberg Sætre, tlf. 920 10 461
- ingrid@mimir.no

Følg med her:

<https://www.visitsorlandet.com/bransje/visit-sorlandet-utvikling/prosjekter/reisemalsutvikling-lister/>



Lykke til!

MIMIR
Rådgivere for reiselivet i over 25 år

