



11121

F-sak 046/2021

Saksbehandler: Kristian A. Moen

Sakens hjemmelsgrunnlag:

Jnr. ref:

Arkiv: 2018/460

Klageadgang: nei

Off. dok: ja

HELGELAND REISELIV – ÅRSMELDING 2020**BAKGRUNN**

Rødøy kommune er medeier i Helgeland Reiseliv.

Helgeland Reiseliv er et felles destinasjonsselskap for hele Helgeland med 18 kommuner som hovedeiere. Selskapet er i tillegg eid/har samarbeid med ca. 130 reiselivs- og opplevelsesbedrifter over hele Helgeland.

Helgeland Reiseliv har som formål å utvikle og markedsføre Helgeland som et foretrukket reisemål, og derigjennom skape merverdi for næringsaktørene og lokalsamfunnene. I dette arbeidet er økt verdiskapning og økt sysselsetting i næringen overordnede mål.

Helgeland Reiseliv holdt generalforsamling 29. april hvor blant annet årsmelding ble behandlet. Inger Monsen er utnevnt som representant for kommunen.

ÅRSMELDING 2020

Årsmeldingen legges fram til orientering.

VEDLEGG

1. Helgeland Reiseliv – Årsmelding 2020

RÅDMANNENS INNSTILLING

Årsmelding for Helgeland Reiseliv tas til orientering.

Rødøy kommune, 08.06.2021

Kitt Grønningsæter
Rådmann

Kristian A. Moen
Prosjektleder



Helgeland Reiseliv

Årsmelding 2020



Styret 2020 - 21:

Styreleder:

Svein Arne Brygfjeld

Nestleder:

Sverre Løvold Strand

Styrerepresentanter:

John-Arne Warholm

Nina Rødal Friis

Gry Johnsen

Lotte Christine Nygård-Forsmo

Rita Johansen

Vararepresentanter:

Eva Andersen

Moa Bjørnson

Per Brochman

Revisor:

Price Waterhouse Coopers

Valgkomité:

Per Pedersen

Harald Lie

Andrine Solli Oppegård

Administrasjon:

Selskapet har i 2020 hatt 8 fast ansatte og en lærling fordelt på 4 kontorer. Videre tilsettes det sommerverter på alle turistkontorene i sommersesongen, og betaler pr. time / pr. oppdrag til guider for hurtigruteutflukter, cruiseanløp i regionen.

Helgeland Reiseliv

Helgeland Reiseliv er et felles destinasjonsselskap for hele Helgeland med 18 kommuner som hovedeiere. Selskapet er i tillegg eid og / eller har samarbeid med ca. 130 reiselivs- og opplevelsesbedrifter over hele Helgeland.

Helgeland Reiseliv har som formål å utvikle og markedsføre Helgeland som et foretrukket reisemål, og derigjennom skape merverdi for næringsaktørene og lokalsamfunnene. I dette arbeidet er økt verdiskapning og økt sysselsetting i næringen overordnede mål.

For å nå disse målene skal vi styrke merkevaren Helgeland og bidra til både å utvikle og markedsføre stadig flere kvalitativt gode tilbud fra næringen. Vi skal skape interesse og kjennskap til regionen gjennom målrettet markedsføring og opplevelsesutvikling, samt tilby godt vertskap og lokalkunnskap gjennom 4 helårsåpne turistinformasjoner.

Helgeland Reiseliv jobber innenfor 3 satsingsområder:

1. Markedsføring
2. Turistinformasjon
3. Opplevelsesutvikling

Se beskrivelse av arbeidet innenfor de 3 satsingsområdene fra side 7 i denne årsmeldingen, og vedlagt presentasjon.

Helgeland Reiselivs ansvarsområde:

HRs ansvarsområde er regionen som dekker kommunene Rana, Vefsn, Alstahaug, Brønnøy, Vega, Hemnes, Nesna, Lurøy, Rødøy, Træna, Grane, Hattfjelldal, Bindal, Sømna, Vevelstad, Dønna, Herøy og Leirfjord. Dvs. 18 kommuner i Nordland fylke.

Coronaåret 2020:

Reiselivet i Norge har siden 12. mars 2020 vært i en ekstremt vanskelig situasjon. Med gjentatte nedstenginger av samfunnet pga. Covid-19 har det vært tilnærmet umulig å drive reiselivsvirksomhet. For reiselivsbedriftene på Helgeland sin del gjelder dette for driften gjennom året, med unntak av sommersesongen. Overnattings- og restaurantbedrifter har vært sterkest berørt, kurs- og konferanseaktiviteten har vært lav, julebordsesongen ble ødelagt og forretningstrafikken gjennom året har vært liten. Gjennom året har reiselivsbedrifter på Helgeland gjennomført permitteringer, omstillinger, søkt kompensasjonsmidler, vurdert og gjennomført nedleggelse. Gjennom gjentatte smittebølger har næringen blitt berørt igjen og igjen. 2020 har vært det vanskeligste året noensinne for reiselivsnæringen.

Helgeland Reiselivs arbeid med direkte oppfølging av reiselivsbedrifter:

Mange reiselivsbedrifter har i 2020 ringt til Helgeland Reiseliv for råd og samtaler omkring mange emner. Det være seg henvendelser for å forstå kompensasjonsmuligheter, smittevernregler for ulike typer reiselivsbedrifter, lokale karantenerregler, retningslinjer for fritidsreiser, finne søknadsmuligheter hos Innovasjon Norge, for bistand til omstilling eller for å styrke egen kompetanse og eget arbeid med markedsføring m.m. Som en følge av Covid-19 situasjonen har Helgeland Reiseliv gjennomført en rekke tiltak for hjelpe næringen på best mulig vis. Her er noen eksempler:

- Daglige telefoner fra bedrifter med spørsmål om situasjonen
- Spørreundersøkelse i næringens status knyttet til Covid-19 situasjonen i april (67 bedrifter svarte)
- Ordnet muligheter for Helgelandsbedrifter til å skaffe seg opplæringsmidler (BIO)
- Gjennomført veiledningstimer med hver enkelt innenfor en rekke fagfelt næringen har ønsket bistand på
- Avholdt åpne Næringsmøter (opptil 60 deltakere på noen av disse møtene)
- Avholdt åpne Markedsrådsmøter
- Avholdt åpne workshoper innen «smittevernregler for aktivitetsbedrifter»
- Satt opp nye kurstilbud innen en rekke etterspurte temaer
- Jobbet for å kunne videreføre utviklingsprosjekter på Helgeland, som «Aktive Opplevelser», «Helgeland Vinter», «Bærekraft Helgeland» og «Birding Helgeland».
- Møter og Generalforsamling for 16 av 18 kommuner, hvor situasjonen i reiselivsnæringen på Helgeland er informert om.
- Ringerunder til næringen omkring deres situasjon, og kartlegging av deres tilbud for sommersesongen 2020
- Daglig leder har jobbet opp mot offentlig forvaltning (NHO Reiseliv, Nordland Fylkeskommune og Innovasjon Norge) for å bidra til at innretning for støtteordningene skal treffer best mulig, både for bedriftene og ressursmiljøene.

Sommeren 2020:

Med nye retningslinjer for smittevern og nye retningslinjer for fritidsreiser åpnet det seg opp muligheter før sommeren 2020, og flere og flere reiselivsbedrifter åpnet nå opp igjen. Det ble viktig for mange reiselivsbedrifter å jobbe for å skape en best mulig sommersesong i 2020, da basert på flere tilreisende fra det norske markedet. Sommersesongen og det norske markedet har alltid vært viktig for reiselivsnæringen på Helgeland.

Helgeland Reiseliv innså meget raskt at selskapet var nødt til å spisse sitt markedsarbeid. Innsatsen ble derfor allerede fra mars 2020 rettet kun mot det norske markedet, og det ble lagt ned et svært omfattende markedsføringsarbeid mot dette markedet. Arbeidet pågikk hele våren og fortsatte gjennom sommeren. Her er noe av arbeidet som ble gjort innenfor markedsføringsområdet hos oss:

- Samarbeid med riksmidler (VG, m.m.) for å nå bredt ut til det norske publikum. Se 3 eksempler (linker) på dette lengre ned.
- Sommerkampanje sammen med Visit Norway, mot det norske markedet
- Vår webside (www.visithelgeland.com) er omarbeidet, styrket og innrettet mot nåværende aktuelle målgrupper i det norske markedet.

- Samarbeid/ sommerkampanje med Nord-Norsk Reiseliv og øvrige destinasjoner i Nord-Norge om «ILag – Kampanjedugnad for reiselivsaktører i Nord-Norge, rettet mot det norske markedet».
- Organisk og betalt annonsering og postinger på Visit Helgeland sine sosiale medier kampanjer. Dette inkluderer bilder, filmer, konkurranser m.m på Facebook og Instagram. Her skapes det meget stort engasjement og konvertering av trafikk til www.visithelgeland.com
- Samarbeid med VisitNorway for å lage en helt ny destinasjonspresentasjon for Helgeland
- Samarbeid med alle destinasjonsselskaper i Nordland (Lofoten, Vesterålen, Narvik og Bodø) for å trekke norske turister hit.
- Samarbeid med lokale aktører, som f.eks. «Heile Helgeland», om publikasjoner rettet mot det lokale og regionale markedet.
- Markedssamarbeid med Nordland Fylkeskommunes samferdselsavdeling for markedsføring av tilbud til turister innen offentlig transport, Sommerruta (NEX 2) osv.
- Vi opprettet siden «Tilbring sommeren på Helgeland» på Facebook hvor det på kort tid er kommet med ca. 17 000 medlemmer. Mange av reiselivsbedriftene på Helgeland har vært aktive og lagt inn bilder og beskrivelser av opplevelser og egne tilbud her.

Helgeland reiseliv brukte tiden fra 12. mars godt, og har lagt ned et svært omfattende markedsføringsarbeid. Artikler Helgeland Reiseliv utviklet sammen med VG skapte stor oppmerksomhet / publisitet, og dermed trafikk inn på vår web-side. www.visithelgeland.com hadde f.eks. 6000 treff på «Helgeland Havhus» samme dag som denne artikkelen lå ute på VG.

Arbeidet bar frukter og tallene for vår web-side (www.visithelgeland.com) viser en økning på hele 67 %. Da sammenlignet med 2019, som var et godt reiselivsår. I dette bildet må en også ta hensyn til at søk fra utenlandske turister i 2020 er tilnærmet borte.

Sommeren 2020 ble tidenes beste på Helgeland noensinne!

Målt i overnattingsdøgn (SSB) har Helgeland hatt størst økning av alle regioner i Nord-Norge. Overnattingstallene for juli ser slik ut for Helgeland og i sammenlignbare regioner:

Helgeland	142 472	52,4%
Bodøregionen	86 305	12,2%
Vesterålen	39 243	23,6%
Lofoten	136 340	0,9%
Tromsø	82 379	-15,3%

For første gang går Helgeland forbi Lofoten i antall kommersielle overnattingsdøgn i juli. Og tilnærmet alle deler av reiselivsnæringen, dvs. aktivitetsleverandører, restauranter, varehandel, overnattings- og transportaktører, har nytt godt av den store tilstrømmingen av nordmenn til landsdelen.

Se vedlagt presentasjon for oversikt på markedstiltak og statistikker.

Beskrivelse av arbeidet i Helgeland Reiseliv innenfor de 3 satsingsområdene:

1. Markedsføring

Se kulepunktlisten i avsnittet om sommeren 2020 på side 4 og 5, og vedlagt presentasjon. Her finner du oversikt på en del av arbeidet som er lagt ned innen markedsføring i 2020.

En viktig del av reisemålsutviklingen er å gjøre mulige tilreisende oppmerksomme på - og interesserte i - Helgeland som destinasjon. Det arbeides derfor på ulike måter, og gjennom en rekke ulike kanaler, for å skape interesse til Helgeland som reisemål og region. Helgeland Reiselivs arbeid innen dette feltet er svært viktig for tilstrømmingen av turister til hele regionen, og dermed områdets utvikling innenfor reiselivsnæringen. Omdømme og markedsføringsarbeid må alltid utvikles, gjennomføres og vurderes i et langsiktig og bærekraftig perspektiv. Helgeland Reiseliv har i sitt markedsarbeid i all hovedsak fokus på ferie- og fritidsmarkedet, og har gjennom langsiktig arbeid tatt markedsandeler her. De siste års økning i sommertrafikken viser at selskapet i stor grad bidrar til dette.

2. Turistinformasjon

Helgeland Reiseliv er regionens førstelinjetjeneste overfor turister, og sørger for at turistene som kommer hit alltid både føler seg velkomne og får den hjelp de søker. Dette innebærer drift av fire helårsåpne turistkontor (Brønnøysund, Sandnessjøen, Mo i Rana og Mosjøen) med et kompetent og lokalkjent personale, samt utvikling og distribusjon av informasjonsmateriell, salg, hjelp til turplanlegging, booking, annet vertskap o.l.

Helgeland Reiseliv har innenfor satsingsområdet Turistinformasjon gjennomført følgende tiltak i 2020:

- Drift og utvikling av 4 helårsåpne turistkontorer (Brønnøysund, Mosjøen, Sandnessjøen og Mo i Rana). Ca. 25 000 kunder på turistkontorene fikk i 2020 god informasjon, lokal kompetanse og service. I tillegg svares det på tilsvarende mange telefonhenvendelser og henvendelser pr. mail, gjennom sosiale medier, messenger og mer
- Opplæring / kvalitetssikring av fast ansatte og sommeransatte gjennom egne samlinger. Alle sommerverter tas med rundt til reiselivsbedriftene tidlig på sommeren for å se hva som tilbys og kan anbefales til turistene.
- Helgeland Reiseliv tilbyr kompetanseheving og samlinger for ansatte i alle øvrige og sesongåpne turistkontorer på Helgeland (f.eks. Hemnes, Vega, osv.).
- Det leies ut sykler ved alle 4 turistkontorene på Helgeland. I tillegg har Helgeland Reiseliv sykler utplassert for utleie hos samarbeidspartnere både på Nesna og Ørnes.
- Helgeland Reiseliv har utviklet og distribuert bykart i alle de 4 byene på Helgeland, slik at alle turistkontorer, handels- og reiselivsaktører kan bruke dette gjennom hele året.

3. Opplevelsesutvikling

Helgeland Reiseliv er en samarbeidspartner for nytenkning og vekst og økt samarbeid mellom reiselivsaktørene i regionen. HRs arbeid er innenfor dette satsingsområdet i hovedsak knyttet til bistand til utvikling, konseptuering og pakketering), og videre presentasjon av de ulike tilbudene som reiselivsnæringen på Helgeland har. Helgeland Reiseliv er oppdatert på markedstrender og reiselivsbedriftenes utviklings- og stønadsmuligheter.

Tilreisende / turister som vurderer sitt opphold i regionen som positivt vil fungere som gode ambassadører og markedsførere for regionens omdømme utad. HR legger derfor til rette for at reiselivsaktørene i regionen skal utvikle et godt vertskap og levere sine tjenester med høy kvalitet og servicegrad.

Helgeland Reiseliv har i 2020 gjennomført følgende tiltak innen Opplevelsesutvikling:

- Helgeland Reiseliv bidrar med å få på plass reiselivsrettede utviklingsprosjekter til beste for næringen og regionen som reisemål. I samarbeid med reiselivsnæringen og ulike ressursmiljøer har Helgeland Reiseliv har i 2020 vært prosjektleder for følgende utviklingsprosjekter:
 - «Aktive opplevelser på Helgeland». Et kompetanse- og utviklingsprosjekt for aktivitetsbedrifter på Helgeland.
 - «Helgeland Vinter». Det er i samarbeid med næringsaktørene utviklet en strategi for vintersatsingen. Det er søkt og fått bevilget midler fra Innovasjon Norge til et 3 årig hovedprosjekt. Det er gjennomført 4 workhoper innen vintersatsingen i 2020.
 - «Bærekraft Helgeland». Alle 18 kommuner på Helgeland er samarbeidspartnere i dette prosjektet. Prosjektet ønskes etablert som et interregionalt samarbeid med 5 kommuner og 2 destinasjonsselskaper over grensen i Sverige. Prosjektet er bevilget midler fra Nordland Fylkeskommune og Bottnia-Atlantica.
 - «Birding Helgeland». Helgeland Reiseliv er prosjektleder for et antall bedrifter i et nettverk som arbeider for å få skapt større fugleturisme på Helgeland.
 - «Bedriftsintern opplæring Helgeland». Helgeland Reiseliv har gjennom avtaler med Nordland Fylkeskommune fått gjort en støtteordning tilgjengelig for mange reiselivsbedrifter på Helgeland. Helgeland Reiseliv har ifm. denne ordningen også gitt direkte veiledning en rekke enkeltbedrifter på Helgeland innenfor en flere tema.
- Videreutvikling av et felles bookingsystem (City-break) for Helgeland hvor reiselivsbedrifter som ønsker det blir bookbare på internett. Helgeland Reiseliv har i tillegg gitt kompetanseopplæring omkring et nytt bookingsystem, «Bokun». En god del aktivitetsbedrifter har tatt i bruk dette systemet.
- Videreutvikling av felles tilbudsdatabase for turoperatører. Databasen brukes ifm messer og møter med turoperatører, slik at bedriftene og deres tilbud er tilgjengelig til enhver tid.

- Deltakelse på messer for turoperatører. I 2020 deltok Helgeland Reiseliv på 2 digitale messer, herunder Visit Arctic Europe sin messe i september og NTW. (Norwegian Travel Workshop er en stor internasjonal messe med ca. 300 turoperatører fra hele verden). I forkant av messene blir det i samarbeid med reiselivsnæringen utviklet presentasjoner av opplevelsene og produktene og lagt til rette for salg.
- Helgeland Reiseliv utvikler reise- og opplevelsestilbud i samspill med Hurtigruten, Widerøe, SJ (Svenske jernveger) og andre strategisk viktige samarbeidspartnere.

Styremøter

Det ble i 2018 avholdt 4 styremøter med 29 saker.

Samarbeid

Helgeland Reiseliv har samarbeid med ca. 130 bedrifter innenfor reiseliv, servering, transport, service og handel.

Helgeland Reiseliv har hatt faglig samarbeid og møter med Kystriksvegen, Destinasjoner i Sverige, Destinasjoner i Nordland (Lofoten, Vesterålen, Narvik, Bodø), Nord Norsk Reiseliv, Helgeland Museum, Kunnskapsparken Helgeland (Torbjørn Aag m.fl.), MON (Harald Wiggo Erdal), Hemnes kommune (Marit Valla), Træna kommune (Moa Bjørnson), VisitVega (Hilde Vika), Rana Utviklingselskap (Cecile Nordvik), Stiftelsen Vegaverdensarv (Rita Johansen), Nordland fylkeskommune, Innovasjon Norge Nordland m.m.

Helgeland Reiseliv har i 2020 invitert til dialogmøter med kommuner og ressursmiljøer på Helgeland. Dette for å presentere og skape samarbeid rundt pågående markeds- og utviklingsarbeid på Helgeland.

Helgeland Reiseliv har i 2020 tatt initiativ til og / eller deltatt på følgende arenaer møteplasser.

- Gjennomført digitale næringsmøter.
- Gjennomført digitale markedsråd
- Dialogmøter med kommunene og ressursmiljøer på Helgeland
- Hatt et tett og godt samarbeid med NHO Reiseliv og Nordland Fylkeskommune gjennom hele pandemien.
- Gjennomført rådgivnings- og veiledningstimer med en rekke reiselivsaktører enkeltvis
- Gjennomført kurs og workshoper innenfor markedsføring, smittevernsregler, vertskap og booking med næringsaktører
- Opprettet et tett samarbeid mellom alle de 5 destinasjonsselskapene i Nord-Norge.
- Deltatt markedsråd og reiselivssjefmøter i Nord Norge
- Deltatt i møter med Innovasjon Norge / VisitNorway

Helgeland Reiseliv ønsker å få takke alle samarbeidspartnere for godt samarbeid i 2020!

Helgeland, 8. april 2021

Helgeland Reiseliv

Torbjørn Tråslett (s.)

Reiselivssjef