



08719

F-sak 048/2019

Saksbehandler: Kitt Grønningsæter

Sakens hjemmelsgrunnlag:

Jnr. ref:

Arkiv:

Klageadgang: nei

Off. dok: ja

## VISIT BODØ: AKTIVITETSPLAN 2017/2018 OG ÅRSRAPPORT 2018

**Rødøy kommune har inngått samarbeidsavtale med Visit Bodø for å øke sysselsetting, omsetning og resultat i reiselivsnæringen.**

Bakgrunnen var at Salten Regionråd med forankring i Salten strategiene for 2012 – 2016 tok initiativet til utforming av et prosjekt for en helhetlig organisering av reiselivsnæringen i Salten. Prosjektet hadde også sin bakgrunn i Nordland fylkeskommunes reiselivssatsing samt det nasjonale strukturprosjektet drevet av Nærings

Det er inngått en rammeavtale med Saltenregionen, og en avtale med den enkelte kommune i Regionsamarbeidet. Rammeavtalen gir kommunen mulighet til å inngå en avtale på 3 + 2 år med leverandør uten ytterligere anbudsprosesser.

Som det fremgår av årsrapporten har Rødøy blant annet fått egen fane på nettsiden Visitbodo fra sommeren 2018, og det er publisert en 10 på toppliste for kommunen som kan justeres ved behov.

Årlig evalueringsmøte i henhold til destinasjonsavtalens punkt 3.12 ble avholdt med kommunene 2. og 3. mai i år. Her ble det også gitt innspill til fremtidige aktivitetsplaner.

### VURDERING

Aktivitetsplanen for 2017/2018 og årsberetningen for 2018 viser hvordan Visit Bodø følger opp rammeavtalen med Saltenregionen og avtalene med de enkelte kommunene.

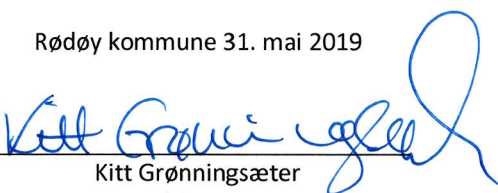
### VEDLEGG

1. Destinasjonssamarbeid Salten. Rapport 2018
2. Visit Bodø. Aktivitetsplan 2017/2018
3. Rammeavtale mellom Visit Bodø og Saltenregionen.
4. Destinasjonsavtale mellom Visit Bodø og Rødøy kommune.

### RÅDMANNENS INNSTILLING

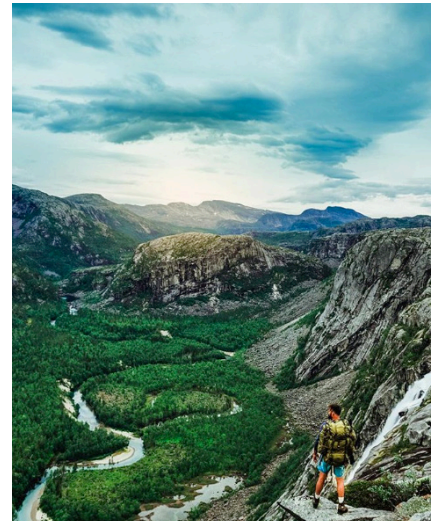
Visit Bodøs aktivitetsplan 2017/2018 og årsrapport 2018 tas til orientering.

Rødøy kommune 31. mai 2019

  
Kitt Grønningsæter  
Rådmann

# Destinasjonssamarbeid Salten.

Rapport 2018



Photos front page: Pasi Aalto, Ernst Furuhatt, Tommy Andreassen, Tommy Pettersen, Manshausen, Rune Mattsson, Emil Solle - Brixton Frames, Rodoy kommune, Frank Dahl



# Salten.



## Hamarøy.

Hamarøy kalles Æventyrlandet på grunn av den storslåtte naturen som strekker seg fra fjord til fjell. Vestfjorden åpner mot Lofotveggen og for lyset som setter himmelen i brann. I skjæringspunktet mellom Salten, Ofoten og Lofoten finner du et fortettet stykke Nordland - slik vi kjenner det fra Knut Hamsuns verdensberømte romaner.

## Steigen.

Steigen – den flotteste naturhemmeligheten i Nordland! Den ligger i synsranden mot vest som en "Vårherres tanngard". Steigen har en enestående skjærgård og stor variasjon i naturtyper; et stort oppland med lange fjorder, høye fjell, sydhavsstrender elvedrag og daler, kulturlandskap og skogsområder.

## Sørfold.

Sørfold er full av kontraster. Her finner du kraftfulle fosser, idylliske små bygder langs fjorden, tradisjon og innovasjon. Rago Nasjonalpark, som ble stemt frem som en av de 10 vakreste i Europa av The Guardian, er lokalisert her. Sørfold har status som nasjonalparkkommune, så her kan du nyte ro og stillhet i vakre naturomgivelser.

## Bodø.

Bodø er en kompakt by hvor du kan kombinere yrende kulturliv med eventyrlige naturopplevelser som du finner rett utenfor døra. Bli begeistret av nordlyset eller midnattsolen; se verdens sterkeste malstrøm - Saltstraumen; gå opp en av de 150 toppene rundt byen eller dra ut på havet og fisk som en ekte nordlending.

## Fauske.

Knutepunktet Fauske ligger midt i smørøyet av Salten. Kommunen strekker seg fra Valnesfjord i vest til gruvebyen Sulttjelma i øst. Her kan du lett få bruk for fiskestang, fjellsko eller hjelm og hodelykt. Innfallsporten til Barnas nasjonalpark, Sjunkehatten, ligger i Valnesfjord.

## Saltdal.

Du vil raskt forelske deg i Saltdals vennlige lokalbefolkning. Kommunen er hjem til Nordland Nasjonalparksenter, et informasjonssenter for Nordlands mange nasjonalparker. To av dem finner du i Saltdal, som byr på vakker og vill natur. Kommunen er besøkt mye i forbindelse med jakt, fiske, bærplukking og lange skogsturer.

## Beiarn.

Beiarn er et vakkert stykke nordnorsk innland som strekker seg fra Beiarfjorden i nord til Svartisen i sør. Gjennom hele dalen renner den vakre Beiarelva, en av landets beste lakseelver. Beiarn består av storslagne fjellpartier med åpne, småkuperte vidder og høye fjelltinder omkranset av isbreer.

## Gildeskål.

Gildeskål er en kyst kommune bestående både av fastland og mange små øyer. De største øyene er Sandhornøy, Arnøyene, Fugløya og Fleinvær. Her er både ritt hvite sandstrender, kulturopplevelser og underlige fjellformasjoner. Gjennom Gildeskål kan du kjøre den spektakulære Kystriksveien.

## Meløy.

Svartisen. Bare navnet gir deg frysninger på ryggen. Svartisen er Norges nest største isbre, og den lavest beliggende brearmen på det europeiske fastlandet er Engabreen. Opplev Glomfjellet med Fykantrappa og nasjonalparkerne Låhko og Saltfjellet/Svartisen. Topp turen til Meløy med å besøke den spennende skjærgården med 755 store og små øyer.

## Rødøy.

Rødøy kommune tilhører Helgeland fylke. Den grenser til Salten i nord, og består av over 1000 øyer, holmer og skjær. Rødøy har en fantastisk kystlinje, og langs den finner du en av de mest spektakulære og klassiske fjelltoppene langs Helgelandskysten - Rødøylova.

## 1.0 Innledning

### Avtaleverk

Det er inngått en overliggende rammeavtale med Visit Bodø og kommunene gjennom Rådmannsutvalget i Salten, som sammen med avtalene definerer leveransen av tjenester til kommunene og hva hver enkelt kommune skal betale for leveransen.

Avtalen løper i 3 år, fra 01.01.2018 til 31.12.2020. Det er inngått avtaler mellom følgende kommuner og Visit Bodø:

Rødøy  
Meløy  
Gildeskål  
Beiarn  
Saltdal  
Fauske  
Bodø  
Sørfold  
Steigen  
Hamarøy

**Vedlegg 1: Kopi av rammeavtale samt signerte avtaler fra samtlige kommuner (unntatt Steigen).**

### Rapportering

Denne rapporten gjelder leveransen for grunnpakken 2018, og kommer i tillegg til årsrapportering fra Visit Bodø.

### Arbeidsgruppe

Etter avtaleinngåelse oppnevnte Rådmannsutvalget i Salten en representant for hver kommune til en arbeidsgruppe:

Kitt Grønningsæter - Rødøy  
Espen Maruhn - Meløy  
Petter Skjærnes - Gildeskål  
Bjørnar Brændmo - Beiarn  
Elin Marie Kvamme - Saltdal  
Kristian Amundsen - Fauske  
Kyrre Didriksen - Bodø  
Gerd-Bente Jakobsen - Sørfold  
Andreas Sletten - Steigen  
Hilde Fredheim - Hamarøy

Som en del av avtalen tar Visit Bodø initiativ til et årlig evalueringsmøte for gjennomgang av oppgavene denne avtalen dekker. Under planlegging og rapportering for grunnpakker og tilleggstjenester er det også nedfelt at det etter inngåelse av kontrakt vil være et oppstartsmøte hvor kommunene gjennomgår ønsker og behov, samt at Visit Bodø presenterer forslag til det kommende årets hovedaktiviteter og prioriteringer.

De siste avtalene var ikke signert før ved utgangen av 2018 - dermed ble oppnevningen av arbeidsgruppen gjennomført mot slutten av 2018. Første møte i arbeidsgruppen ble avholdt i første kvartal 2019.

### Økonomisk modell

Dette er den økonomiske modellen for årene 2018-2020.

Vedtatt modell Destinasjonsstrategi Salten					
Kommune	Innbyggertall	Pris pr. innbygger	Pris pr. innbygger x antall	Grunnbeløp	Totalt
Bodø	50488	23,4	1 180 000	70 000	1 250 000
Beiarn	1034	23,4	24 196	70 000	94 196
Fauske	9604	23,4	224 734	70 000	294 734
Gildeskål	2043	23,4	47 806	70 000	117 806
Hamarøy	1811	23,4	42 377	70 000	112 377
Meløy	6471	23,4	151 421	70 000	221 421
Saltdal	4700	23,4	109 980	70 000	179 980
Steigen	2543	23,4	59 506	70 000	129 506
Sørfold	1963	23,4	45 934	70 000	115 934
Rødøy	1259	23,4	29 461	70 000	99 461
<b>Totalt</b>					<b>2 615 415</b>

## 1.1 Oppgaver og leveranse - grunnpakke

Avtale og vedlegg til avtalen ligger vedlagt. Fra avtaleteksten:

3. **Leveranse av tjenester til kommunene, Visit Bodø oppgaver**
- 3.1 Visit Bodø skal utvikle og innlede markedsføre Destination Sulfen som vesentlig for turist og styrke Destination Sulfens konkurransekraft og markedspenetrering i nord-nordøst.
- 3.2 Visit Bodø skal utvikle jobber for å rekruttere i Sulfen er god representasjon og synlig inn i relevante politiske fora, på relevante møter, konferanser og andre møteplasser som er relevante.
- 3.3 Visit Bodø skal være et naturlig kontaktpunkt mellom gjester og kommunene og

2

---

bedriftene og må kunne koordinere samarbeidet videre ut i tillegg til i forhold til gjestenes ønsker om opphold og opplevelser.

- 3.4 Visit Bodø skal bidra til å utvikle en bærekraftig og konkurranseviktig reiselivsnavn i Sulfen, og skal ved å innføre og gjennomføre reiselivsnavnende tiltak arbeide for å utvikle bedre reiselivsaktiviteter i en langsiktig utvikling for reiselivsbedriftene i regionen.
- 3.5 Visit Bodø skal være en lojal partner for reiseliving og turist, samt å bidra til å skape et samarbeid mellom reiselivsaktører i kommunen og Sulfenregionen.
- 3.6 Visit Bodø skal sørge for god oppfølging mot bedrifter og kommuner, gjennom kommunikasjoner, og tilrettelegging av møteplasser som for eksempel, konferanser og
- 3.7 Visit Bodø skal ta initiativ til og bidra til kompetanseutvikling for reiselivsaktører og lokale samarbeidspartnere i kommunen.
- 3.8 Visit Bodø må, og skal være, et kompetansesenter for reiselivsbedriftene i kommunen og Sulfen. Visit Bodø må ha kompetanse på hvor man bør være synlig i markedet og i hvilke situasjonssituasjoner som til enhver tid er best.
- 3.9 Visit Bodø skal til en viss grad ha tilgang til riktig markedsutrustning som kan brukes både til forbedring av eksisterende og utvikling av nye tilbud.
- 3.10 Visit Bodø skal være et kompetansesenter for reiselivet, bidra med råd og veiledning i reiselivsrelaterte spørsmål og kunne tilby riktig kompetanse inn mot aktører med utviklingsinteresser.
- 3.11 Visit Bodø har ansvar for å produsere og fremlegge offentlig tilgjengelig statistikk for reiselivsaktiviteten for Destination Sulfen.
- 3.12 Visit Bodø skal ta initiativ til å utvikle evalueringer av møteplasser i henhold til kommunene for gjennomføring av leveransen av oppgavene avtalen dekker.

## 1.2 Leveransene i avtalen

Leveransene i avtalen er kategorisert i følgende hovedkategorier:

- Marked og media
- Kompetanse & Nettverk

Visit Bodø jobber ut fra en årlig aktivtetsplan, se vedlegg 2. (aktivtetsplan 2018).

## 2.0 Marked og media

### 2.1 Digital synlighet - Web og sosiale medier

Vi bruker sosiale medier aktivt for å promotere destinasjonen; kommunisere med besøkende; skape trafikk til vår og medlemmenes nettsider og øke engasjement. Det jobbes kontinuerlig for å øke antall følgere og spre kjennskap til og kunnskap om Bodø & Salten. Det legges ut innlegg på Facebook daglig, og flere ganger daglig legger vi ut/reposter bilder på Instagram. Økt trafikk, rekkevidde og engasjement på våre sosiale kanaler og webside gir i sum svært god synlighet på nett for våre medlemmer og Saltenkommunene.

Monitorering, kommunikasjon med kunden og deling

Vi overvåker daglig aktiviteten og rekkevidden for innlegg i sosiale medier. Følgere, hashtags og rekkevidde måles ved hvert månedsskifte. Vi bruker Google Analytics for å holde oversikt over treff og inngangssider på weben vår.

#### 2.1.1 Web

Visitbodo.com

##### Treff på siden:

2012: 62.000 unike brukere, 317.000 sidetreff.

2016: 190.000 unike brukere – 525.000 treff.

2017: 145.000 unike brukere - 500.000 treff. (en ventet nedgang fra 2016 pga. omlegging til ny web)

2018: 125.000 unike brukere – 450.000 treff.

**Mål 2018 var:** 215.000 unike brukere – 750.000 treff.

Mål ikke oppnådd. Vi ser behov for oppdatering og videreutvikling av weben, og må nå vurdere hva vi gjør i 2019 både på kort og lang sikt.

**Mål 2019:** 200.000 unike brukere – 400.000 treff.

De nye websidene for Visit Bodø ble lansert i mai 2017. Målet var å få på plass en teknisk god løsning som var 100% responsiv – og fungerer på pc, mobil og nettbrett. Sidene har forbedret design og struktur og fokus er på bildebruk og innsalg av opplevelser i Salten. Siden er Google-vennlig (få klikk). Den er også kompatibel med Visit Norway.com.

Her har Salten eget meny punkt i hovedmenyen på forsiden. Hver kommune har sin egen side der turistinformasjon er sentralt plassert. Alle medlemsbedrifter får sine produkter profilert. Våre medlemsbedrifter profileres for øvrig også på Visit Norways nettside – som publiseres på 15 språk og har over 21 millioner besøkende per år.

Salten er et eget punkt i hovedmenyen og medlemsbedriftene i kommunen ligger her under fanen ”Anbefalt i ...”. De ligger også andre steder på websiden der de hører hjemme (overnatting/aktiviteter/osv).



I tillegg ligger alle kommuners turistinfo på et eget meny punkt som heter ”Turistinformasjon”:  
<http://visitbodo.com/bodoturistinformasjon>

## Salten: Egen bolk på nettsiden



Et nettsted blir aldri helt ferdig, men vil kontinuerlig forbedres og oppdateres. Før lansering ba vi kommunene om hjelp til å oppdatere, bytte ut og finpusse innholdet på den enkelte kommunes side, slik at innholdet var kvalitetskontrollert, oppdatert og noe de var 100 prosent fornøyd med.

Vi har brukt mye tid på å gjøre Salten-kommunens sider så gode som mulig. Sidene er laget ut fra samme mal, og alle har en 10 på topp-liste over kommunens største attraksjoner. Vi har vært hjelpelige med tips, tekstskrivning, oversetting, bildeutvalg m.m. Sidene har blitt kontinuerlig oppdatert også etter lanseringen, når vi har fått nytt materiale og info fra kommunene.

### 2.1.2 Facebook

#### Følgere

Antall nye følgere 1. januar 2018: +1.588

Totalt antall følgere pr. 01.01.19: 16.379

Mål følgere 2019: +2000 (totalt 18.379)

#### Rekkevidde

Total rekkevidde i 2018: 988.942 (stor nedgang fra 2017 der rekkevidden var 2.223.000)

Mål rekkevidde 2019: 1.500.000

#### Daglig utfører vi følgende arbeidsoppgaver på Facebook:

- Legge ut 1-2 innlegg
- Bildetekst: skriv en passe lang tekst som passer til bildet og vårt budskap.
- Tagg fotograf på alle bilder (på selve bildet).
- Tagge de som er aktuelle.
- Sjekk, lik og evt. besvar alle kommentarer som kommer under hver post.
- Svare på alle meldinger som kommer til siden og til innboksen.
- Legge til arrangementer som sendes inn fra våre medlemmer

#### Innhold

På Facebook prøver vi å ha en god miks i innleggene – men prioriterer flotte bilder som viser naturen og lyset i regionen. Det er nesten uten unntak det som slår best an blant følgerne. Vi deler også linker til websiden, nyheter og ting som skjer i regionen.

### 2.1.3 Instagram

#### Følgere @visitbodo

Totalt antall følgere pr. 01.01.19: 11.008

#### Hashtags

Antall bilder på våre ulike hashtags

	01.01.18	01.01.19	Øking 1. januar 2018
#visitbodo	40.500	57.769	+17.269
#visitbodø	24.678	36.998	+12.320
#bodobylight	3.000	3.590	+590
#mittsalten	0	11.575	+11.575
#salten	0	11.575	+11.575

## Rekkevidde

Ukentlig har vi i 2018 hatt en gjennomsnittlig rekkevidde på ca. 11.000.

Mål 2019: Ukentlig gjennomsnittlig rekkevidde på 15.000.

## Mål for 2019

Følgere: 15.000

#visitbodo: 60.000

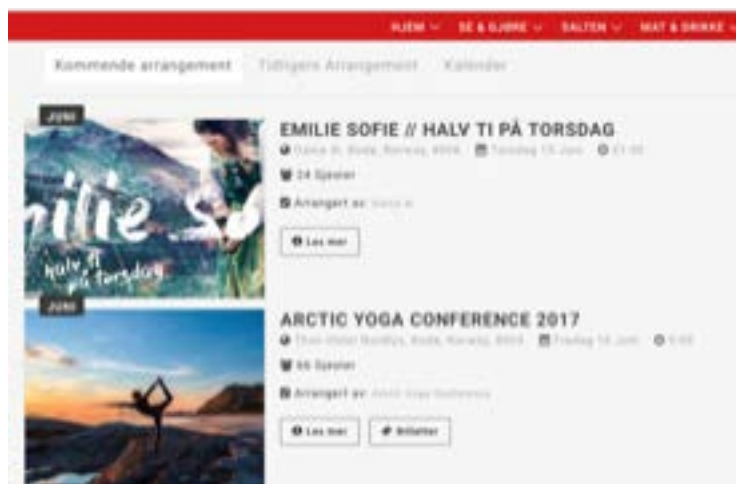
#mittsalten: 20.000

## Daglig utfører vi følgende arbeidsoppgaver på Instagram:

- 1-3 postinger med jevnt mellomrom.
- Bildetekst: skriv en passe lang tekst som passer bildet og vårt budskap – gjerne også tilpasset et behovssegment.
- Tagg fotograf på alle bilder (på selve bildet).
- Tagge de som er aktuelle.
- Relevante hashtags settes i kommentarfeltet under bildetekst.
- Sjekk, lik og besvar kommentarer som kommer under hver post.
- Sjekk og lik og kommenter alle bilder som kommer under "photos of you" – der kommer det mange per dag og det er viktig at folk ser at vi setter pris på dem.
- Sjekk hva som kommer under #visitbodo, #visitbodø, #salten og "mittsalten m.m. – lik gjerne og kommenter innleggene hvis mulig.
- Sjekk # for de ulike kommunene / bedriftene i Salten og kommenter og lik.
- Instagram Stories legges ut på dager når det er aktuelle hendelser, og i henhold til innholdsplan. Eksempler aktuelle hendelser: dager med cruiseanløp, store arrangementer, festivaler etc.

## 2.1.4 Arrangementskalender

Vi implementerte i 2017 en ny "Det skjer"-funksjon på vår Facebook- og webside. Her kan alle våre medlemmer og samarbeidspartnere få lagt inn sine arrangementer og nå ut til et stort publikum. Kalenderen er svært mye brukt, både av lokale og tilreisende. "Det skjer"-siden er den mest besøkte på Visit Bodøs webside.



## 2.2 Innholdsproduksjon

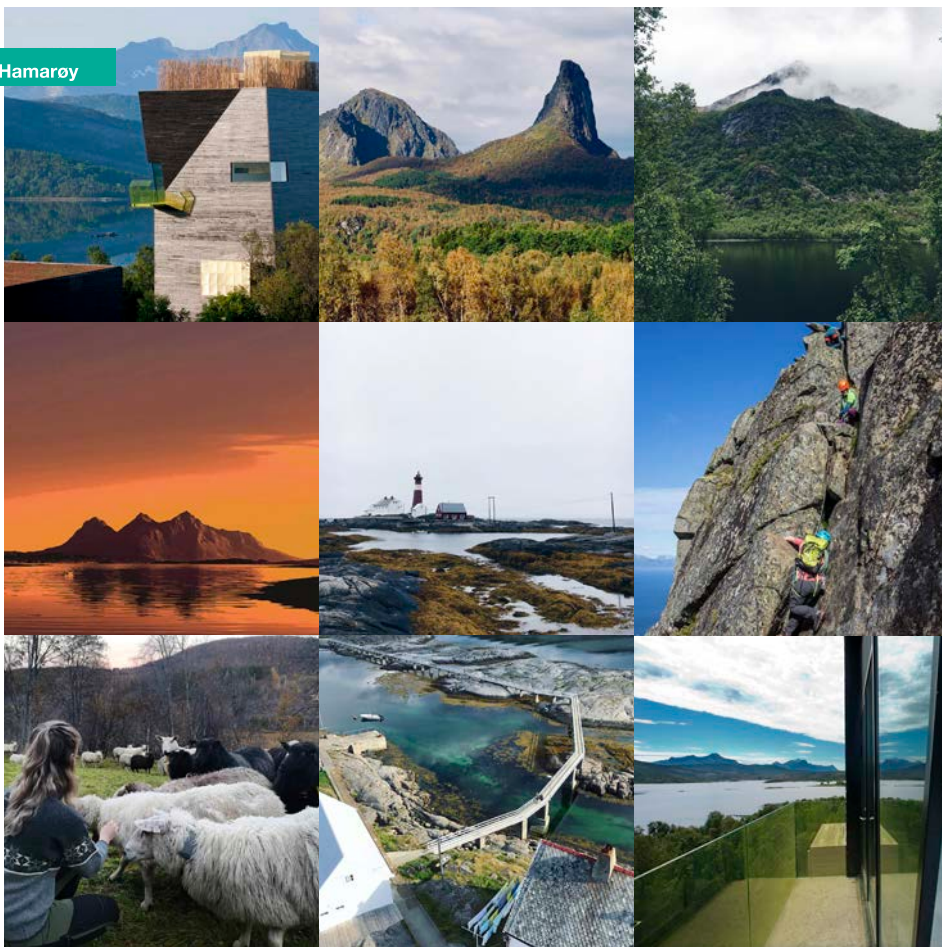
Visit Bodø har de siste to årene jobbet aktivt ut mot medlemsbedriftene, for å motivere dem til å lage flere salgsklare opplevelser for besøksnæringen. Vi har hatt fokus på å "fylle varehyllene" på websidene våre. Vi ønsker å ha så mange attraktive opplevelser at det alene blir en "reason to go" til Salten.

Visit Bodø har gjort en grundig jobb for å kartlegge toppattraksjonene i kommunene i Salten. Vi har fått utarbeidet en "Topp 10"-liste fra hver kommune, som ligger ute på våre websider, og er et fint verktøy både for bevisstgjøring ift. egne opplevelser og for videre satsing på reiselivsnæringen - 10 x 10 på topp Salten;



# 10 PÅ TOPP HAMARØY

Hamarøy



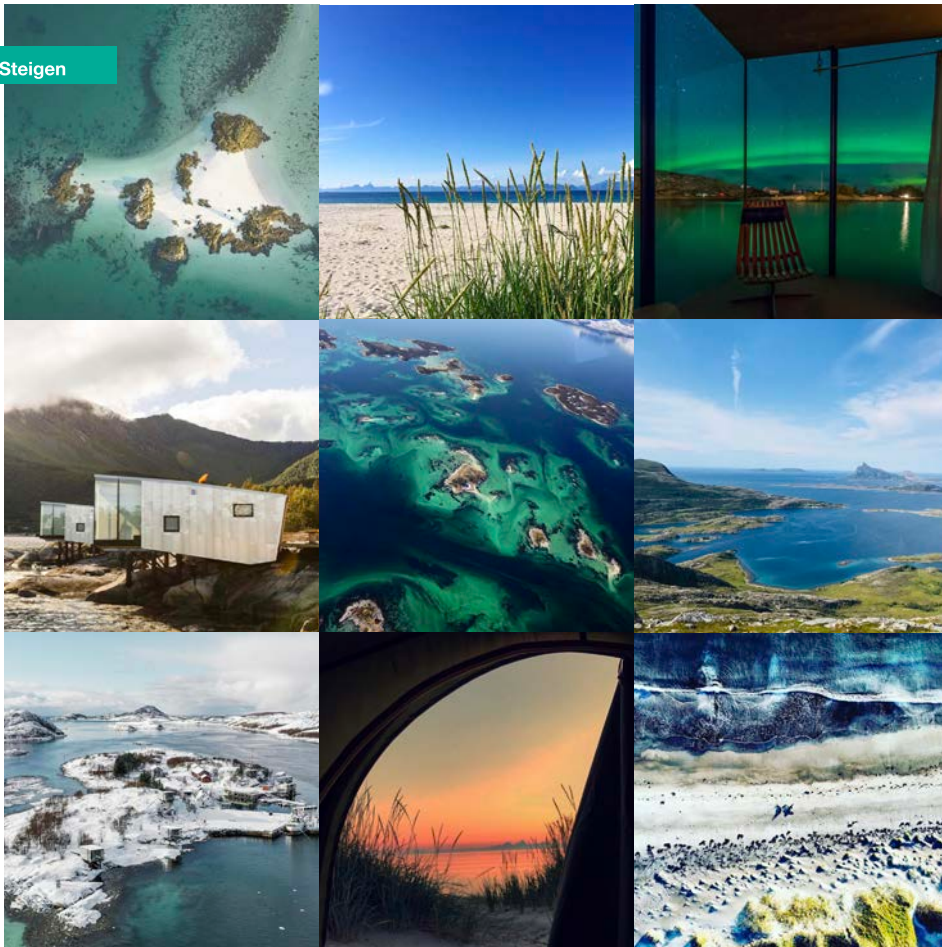
## Topp 10

- Tranøy
- Hamsunsenteret
- Hamarøyskaffet
- Nesstraumen
- Spektakulære fjell & natur
- Glimma rundt
- Kajakkpadling
- Fiske
- Krigsminnene ved Tømmerneset
- Tranøy Fyr



# 10 PÅ TOPP STEIGEN

Steigen



## Topp 10

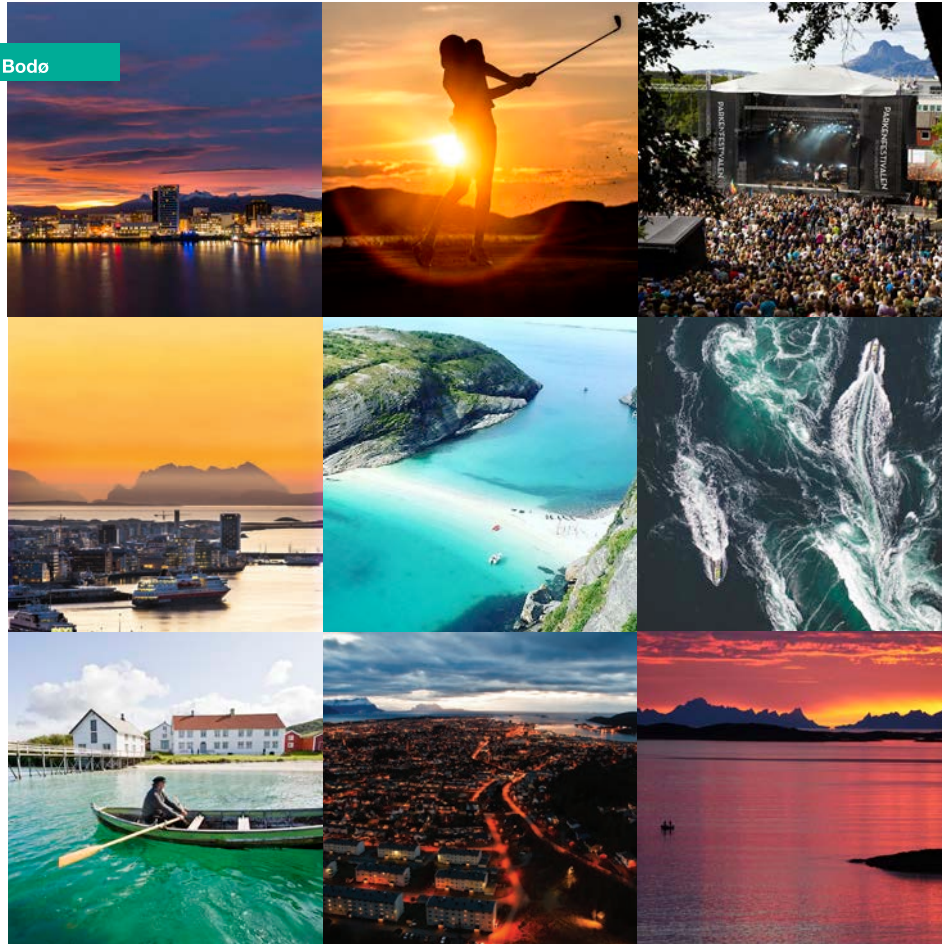
- Kajakk i skjærgården på Engeløya
- Dronningruta over Fløya
- Batteri Bietel & Bygdetunet
- Manshausen
- Havfiske fra Helnessund
- Steigen kirke
- Kystmuseet på Nordskott
- RIB-tur i skjærgården
- Steigen fortidspark
- Vakre strender  
Bøsanden & Brennvikssanden





# TI PÅ TOPP BODØ

Bodø

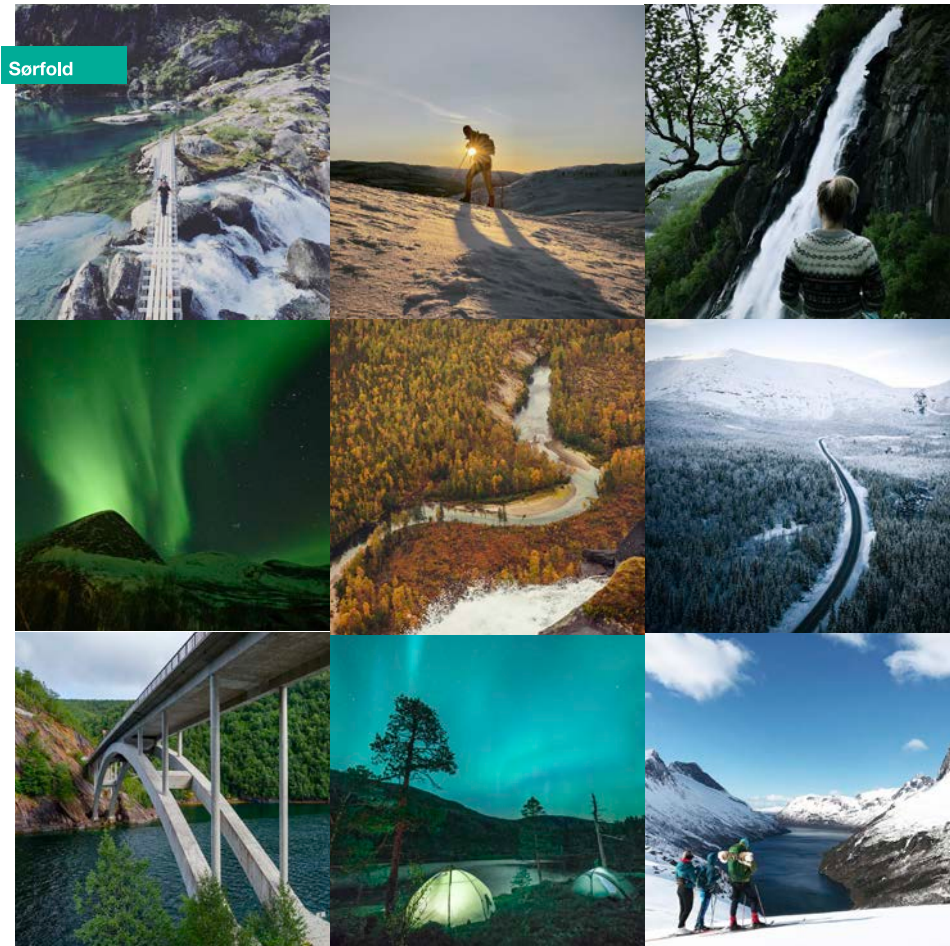


## Topp 10

1. Saltstraumen
2. Kjerringøy
3. Bodø by Light
4. Norsk Luftfartsmuseum
5. Stormen bibliotek & konserthus
6. Street Art
7. Nordlandsbadet
8. Keiservarden
9. Konserter & festivaler
10. Lokal mat



# 10 PÅ TOPP SØRFOLD



Sørfold

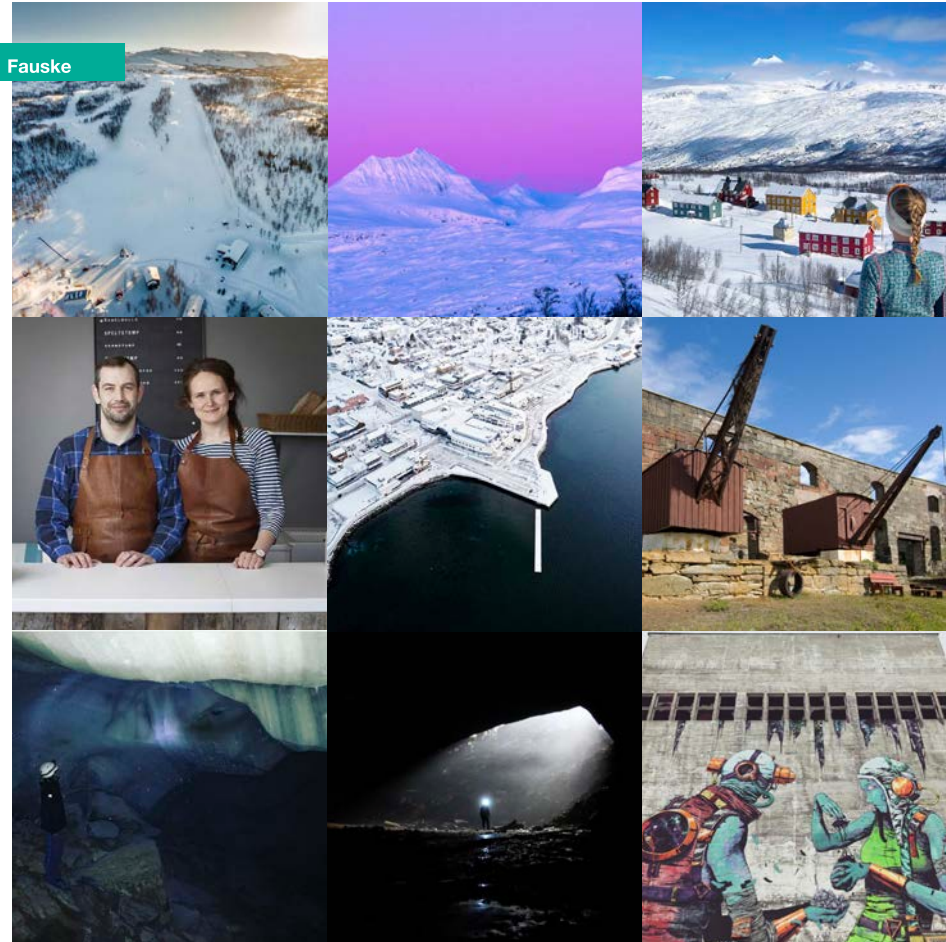
## Topp 10

- Rago Nasjonalpark
- Røsvik
- Rørstad
- Husmannsplassen Kjelvik
- Gjerdalen Friluftsområde
- Krigshistorie
- Kobbelv Vertshus
- Engan - Ørnes: Kulturlandskap
- Strøksnes
- Salten Veteranbåtlag - Båttur





# 10 PÅ TOPP FAUSKE



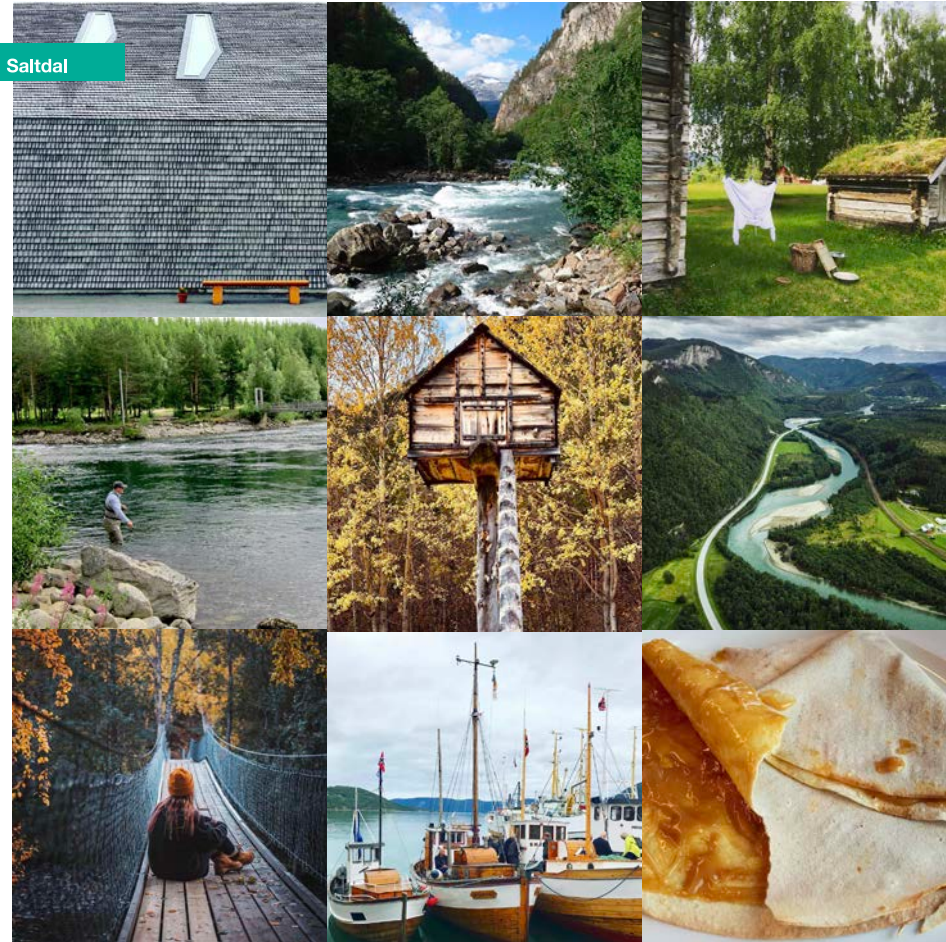
Fauske

## Topp 10

- Jobsbakken i Sulitjelma
- Han Sylte i Vanlesfjord
- Badestamp hos Sulitjelma Turistsenter
- Topptur til Kvalhornet
- Street Art i Sulitjelma
- Møsbrømløse på Sjonstå gård
- Bading i Nordvika
- Klungset Leir
- Strandpromenaden på Fauske
- Kobberløpet



# 10 PÅ TOPP SALTDAL



Saltdal

## Topp 10

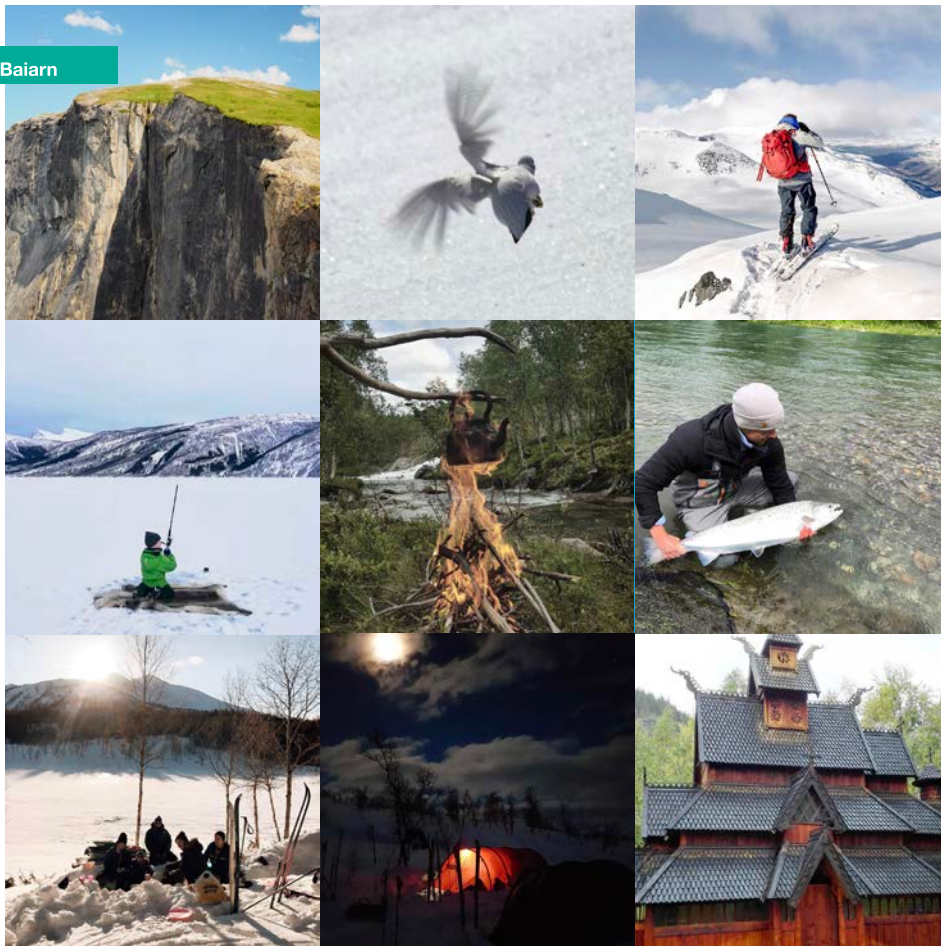
1. Nordland Nasjonalparksenter & Adde Zetterquist museet
2. Nordland skulpturlandskap
3. Saltdal Bygdetun
4. Tangodden
5. Botvatn & Ingeborgfossen
6. Bryggene på Rognan
7. Junkerdalsura
8. Solvågtind
9. Saltdalselva - *Dronningen i Nord*
10. Sykkelstien *Storjord - Rognan*





# 10 PÅ TOPP BEIARN

## Baiarn

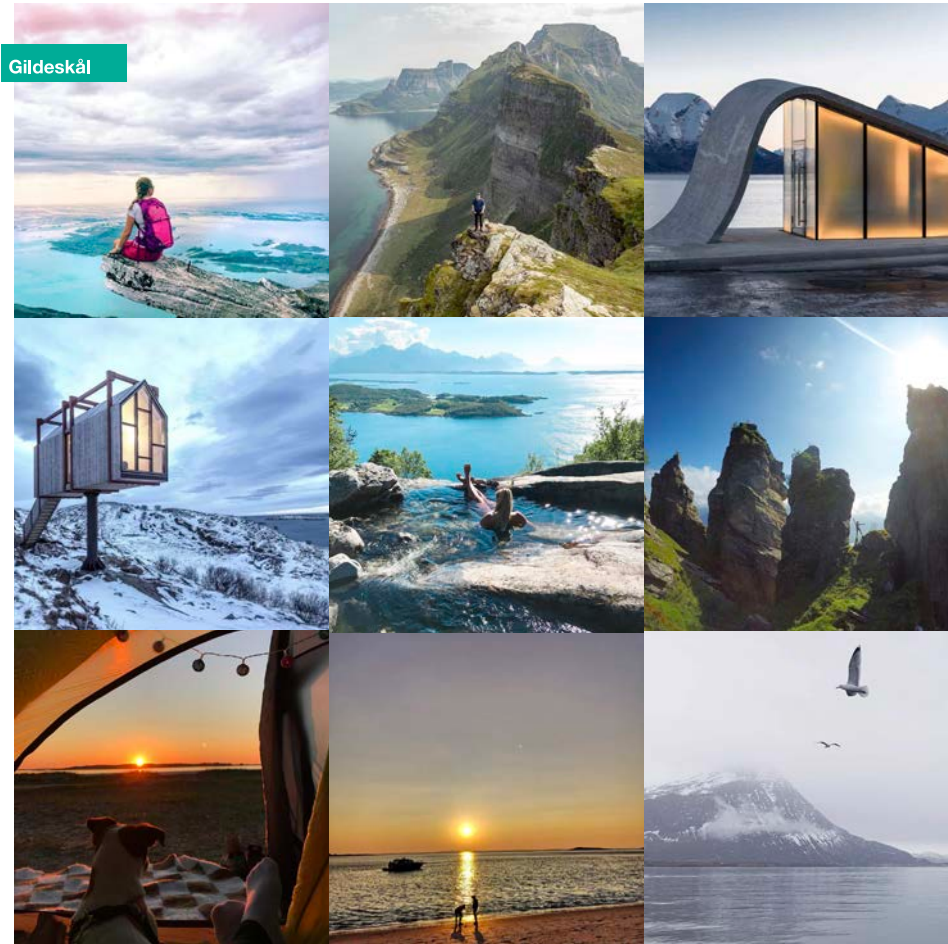


## Topp 10

1. Beiarelva
2. Beiarne Lodge
3. Stavkirka
4. Albmi Adventure
5. Villmarksdagen
6. Laftehytta
7. Beiarfjorden
8. Steen & Wromsen planteskole
9. Galleri EFTF
10. Vill & vakker natur



# 10 PÅ TOPP GILDESKÅL



Gildeeskål

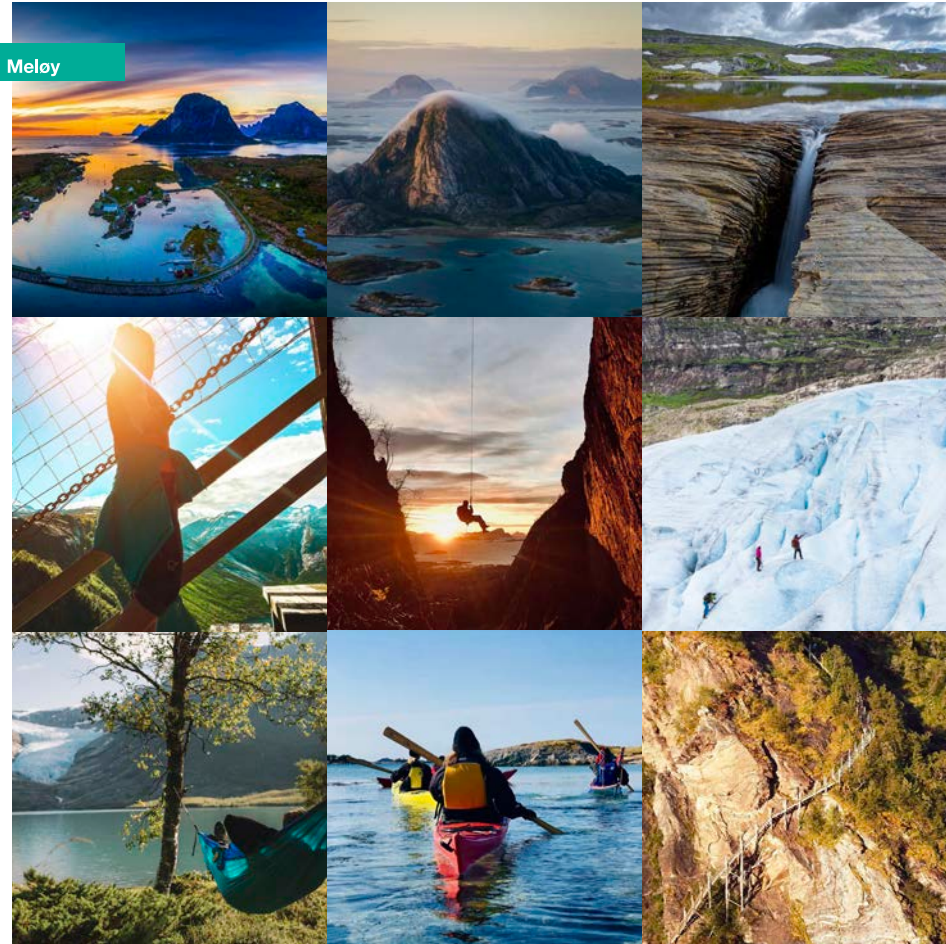
## Topp 10

1. The Arctic Hideaway
2. Arnøy Brygge på Arnøyene
3. Gildeeskål kirkested
4. Den glömda staden & Thai-huset
5. Nordarnøy kystfort
6. Salmon Center Gildeeskål
7. Langsanden på Sandhornøy
8. Topptur til Sandhornet
9. Finneskua & Finnesjuran
10. Ureddplassen





# 10 PÅ TOPP MELØY



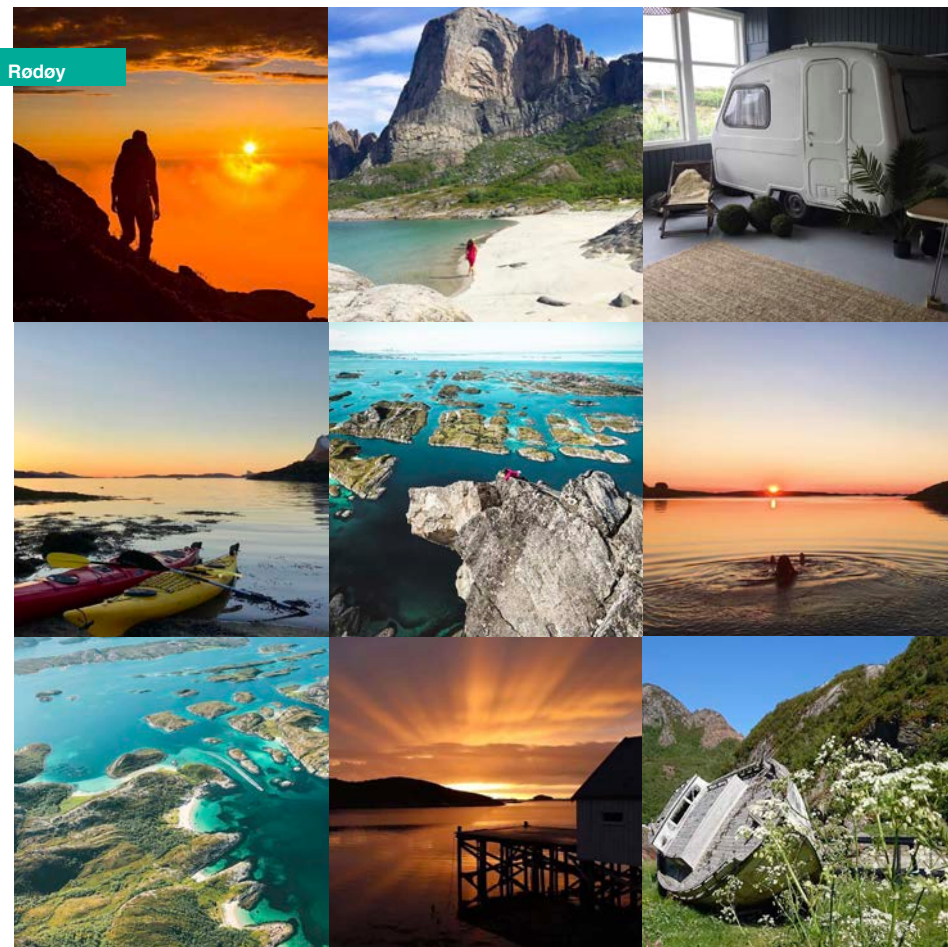
Meløy

## Topp 10

1. Svartisen
2. Brevandring på Svartisen
3. Alenetid ved Svartisen
4. Fykantrappa
5. Støtt fiskevær
6. Vandring - 52 løyper
7. Láhko nasjonalpark
8. Bolgbørra & Ruggsteinen
9. Tåkeheimen
10. Svarisen Moose



# 10 PÅ TOPP RØDØY



## Topp 10

1. Nordfjorden
2. Kajakpadling
3. Sykkel
4. Falch gamle handelssted
5. Selsøyvik
6. Rødøy - strender, kirke, klokkerkården og bamsemuseet
7. Nordnesøy
8. Myken
9. Kilboghavn
10. Sørfjorden





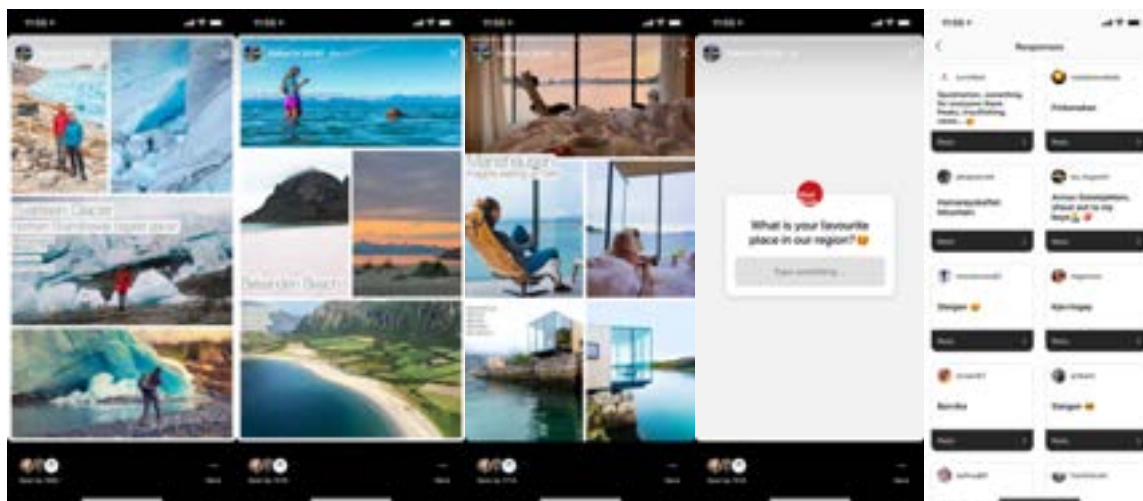
### (visitbodo.com og SoMe)

Vi produserer kontinuerlig innhold (bilder/tekst) for Bodø og Salten. Vi profilerer regionen i våre kanaler, først og fremst egne websider, Facebook og Instagram. Innleggene skaper trafikk til våre nettsider som igjen genererer trafikk inn til våre medlemmers nettsider. Vi bruker sosiale medier aktivt for å skape reiselyst og profilere Bodø og Salten som en destinasjon med unike opplevelser.

For å strukturere og planlegge innholdsproduksjonen mot web og sosiale medier jobbes det i 2019 etter et årshjul der innholdsproduksjonen planlegges, og alle årstider, utvalgte temaer og bransjer får oppmerksomhet.

I 2019 skal det opprettes en egen side på visitbodo.com for innholdsproduksjon, der vi kan legge ut artikler og redaksjonelt innhold som kan deles videre både på Facebook og Instagram. I 2018 fikk vi over 10.000 følgere på Instagram, noe som gir en ekstra funksjon – vi kan legge linker til ulike websider på Instagram Story med en «sweep opp»-funksjon. Dette gjør at innholdsproduksjon som lages for Instagram story kan skape trafikk direkte inn til både våre og medlemmenes nettsider.

Instagram Stories skal i 2019 brukes til historiefortelling. Vi skal prioritere å produsere en «story» for hver av kommunene i Salten. Disse skal også legges som «høydepunkter» på profilsiden slik at de blir tilgjengelig permanent. Eksempel på historiefortelling Instagram story gjort i januar 2019:



## 2.3 Presse & Media

### Presseturer 2018

5. – 12. februar 2018

NHK – japansk rikskringkasting, lager program om Nordlandsbanen, regionen Salten, samisk kultur, blodveismuseet og historie langs jernbanen, Saltstraumen, Bodø by. Stopp på Valnesfjord, Fauske, Lønsdal, Rognan og Bodø. Visit Bodø har bistått med research og lokale kontakter.

14. – 16. februar 2018

Go Traveling International har 275.000 lesere i Danmark. Go Traveling er et online reisemagasin, ligger i App Store og på alle Samsungs nye telefoner. En Instagrammer med 215 000 følgere er med.

De bor på Thon Nordlys, har leiebil og skal utforske området for seg selv. Vi har spilt inn Saltstraumen, street art, bibliotek, nordlys og mat som våre anbefalinger.

21. – 25. februar 2018

Fredrik Schenholm er frilans som publiserer i Fri Flyt, Freeride.se, Perspektiv Widerøe blant annet. Var på samme tur i fjor, da i Beiarn og Glomfjord. Nå vil han besøke Sjunghatten. Vi bistår med lokale kontakter.

22. – 24. februar 2018

Internasjonal pressetur Nordlys som er en del av vår deltakelse i nordlyskampanjen. 10 journalister fra 10 ulike land deltar. Nordlystur med Polar Tours / Skagen til Arctic Domes i Geitvågen samt Nordlystur med Stella Polaris til Sandhornøya er hovedmålet. Ellers inngår Norsk Luftfartsmuseum, Newton Flight Academy, Rib i Saltstraumen, street art og byvandring i programmet.

12. – 15. mars 2018

Thorsten Brønner er frilans og jobber blant annet for Schweizer Zeitung (NZZ). Vi har spilt inn Nordlandsbanen, overnatting Lønsdal, samisk kultur og Nordland Nasjonalparksenter, Rognan og Blodveismuseet samt Bodø by.

20. – 25. juni 2018

«Freedom Travel» - Svensk blogg (i forbindelse med Markedspakke Sverige)

Freedom Travel er Sveriges største og en av Skandinavias største reiseblogger. Hovedaktiviteter i rekkefølge: overnatting på Tuvsjyen; lunsj og omvisning på Magic Saltstraumen; Saltstraumen Stories og Saltstraumen på sitt sterkeste; Kjerringøy med Handelsstedet og middag + overnatting på Kjerringøy Bryggehotell; fjelltur med Nordland turselskap; Arnøy Brygge med havrettsbord + overnatting + fisketur; Newton Flight Academy; Luftfartsmuseet; Overnatting på Scandic Havet; Hamarøy med Hamsunsenteret og overnatting på Tranøy Fyr; Street Art Bodø og til slutt Saltstraumen i RIB med Explore Salten.

Totalt 8 blogginlegg med bilder/video/inspirerende tekst ble lagt ut. Materialet ble også delt i bloggernes sosiale kanaler; Instagram, Facebook og Youtube, og på Faceboksidene til Visit Norway, NordNorsk Reiseliv og Visit Bodø.

26. – 28. august 2018

«Le Petit Futé» – Fransk guidebok om Norge

Direkte henvendelse – kun organisert og betalt av Visit Bodø.

Journalisten Elisa Vallon besøkte Bodø en hel dag (kom og reiste med Hurtigruten natten før og etter). Hovedaktivitetene var Craig Alibone, Nordlandsmuseet – bymuseet, RIB til Saltstraumen med Stella Polaris og Luftfartsmuseet, overnatting på Radisson Blu Hotel.

21. – 23. september 2018

«ZDF» - Tysk TV-kanal, program om Bodø

Et team på tre (programleder, bilde og lyd) besøkte Bodø i 3 dager. De filmet følgende:

Saltstraumen (Både fra RIB og fra land), byliv og Stormen bibliotek, Kjerringøy handelssted og møsbrøblefse, Newton Flight Academy, Luftfartsmuseet. Vi fikk også plukket sopp på Kjerringøy som ble tatt med til Bjørk hvor den ble tilberedt. Matlaging og servering på Bjørk ble også filmet. Overnattet på Scandic Havet.

26. – 27. september 2018

“Rail Tour Guide” – Willie Stewart

Overnattet en natt på Scandic Bodø og startet sin togreise gjennom Europa fra Bodø. Primært var det togreisen som skulle promoteres. Vi gjennomførte et intervju med han og bisto med informasjon om Bodø & Salten.

24. – 26. oktober 2018

«Geo Saison» - Tysk reisemagasin.

Journalist Andrea Freund tilbragte to netter på The Arctic Hideaway på Fleinvær. Vi møtte henne og gav god informa-



sjon om resten av Bodø & Salten før avreise til Fleinvær. Fokus på avslapping og arkitektur.

29. november – 2. desember

«Sophie Elise Isaksen» - Norsk blogger: [sophieelise.blogg.no](http://sophieelise.blogg.no)

Reiste sammen med kjæresten Kasper, artisten Adelén Rusillo Steen og hennes kjæreste og danser fra Skal vi Danse på TV2 Benjamin Jayakoddy. Deres opphold var på Manshausen i Steigen. Resulterte i blogginnlegg og flere innlegg og «stories» på Instagram:

<https://sophieelise.blogg.no/hit-ma-dere-reise.html>

[https://www.instagram.com/sophieelise/p/Bq5StZ1Hk-\\_/](https://www.instagram.com/sophieelise/p/Bq5StZ1Hk-_/)

<https://www.instagram.com/p/Bq4Qq7VAazQ/>

<https://www.instagram.com/p/Bq0Ah27HiR4/>

<https://www.instagram.com/p/Bqzo-Zjn1pL/>

<https://www.instagram.com/p/Bq20F8IH09o/>

2. – 3. desember 2018

Tysk pressegruppe: 6 stk Fokus: mat og kultur.

Ellen Spielmann, Kulinariker.de

Rose Marie Donhauser, Freelane

Karin Finkenzeller, FAZ og Der Freinschmecker

Helge Bendl, Freelance

Claudia Zaltenbach, blogger: [dinnerumacht.de](http://dinnerumacht.de)

Besøkte Harstad, Vesterålen, Lofoten og Bodø i forkant av matmessen Internationale Grüne Woche i Berlin. Overnattet en natt på Radisson BLU Hotel. Søndags kveld ble de servert en fantastisk fler-retters middag på Restaurant NYT. Mandag besto av omvisning på Stormen bibliotek og besøk på Bådin. Her fikk de servert sjokolade fra Craig Alibone til øl-smaking.

12. desember

«Heart my backpack» - blogg Norge/UK.

Programmet besto av besøk og sjokoladesmaking hos Craig Alibone, besøk på Luftfartsmuseet og byliv i Bodø sentrum før avreise til Meløy og Støtt brygge.

Totalt 13 presseturer i 2018

## 2.4 Kampanjer

### Kampanjer 2018

#### Sverigekampanjen

Sverigekampanjen har skjedd i samarbeid med Innovasjon Norge i Sverige, Nord Norsk Reiseliv, Nordland fylkeskommune og Avinor. Fokus har vært på Stockholmsområdet, med et spesielt fokus på å øke salget på direkteruten med SAS mellom Stockholm og Bodø. 13 deltakere fra Bodø og Salten med fokus på kultur- og naturopplevelser.

Det ble produsert to filmer (en for kulturisten og en for naturisten) på 10 – 20 sekunder. Disse rullerte på Facebook to ganger. Andre gang ble filmene sendt med overlay/tekst til mottakere som viste interesse for filmene første gang. Samtidig ble de drevet av en retargeting mot look-alikes-prifiler (altså nye mottakere med likartet målgruppeprofil som de som klikket seg inn på landingssiden).

Estimat: 600.000 banner impressions

Total rekkevidde for begge filmene var på over 756.000 unike brukere.

Det ble også produsert fire annonser som skulle drive trafikk inn til en landingsside på [visitnorway.se](http://visitnorway.se) med direkte link til deltakerne i kampanjen.

Estimat: 10.000 klikk

Annonnene har hatt over 11 millioner visninger og generert ca. 17.900 klikk til landingssiden og produktpresentasjon.

Kampanjen ble delt på nettsidene og Facebooksidene til Visit Norway, NordNorsk Reiseliv og Visit Bodø. Totalt 1 063 klikk gikk videre fra landingssiden på [visitnorway.se](http://visitnorway.se) under kampanjeperioden.

#### Nordlyskampanjen

Kampanjen har blitt gjennomført i samarbeid med NordNorsk Reiseliv og Innovasjon Norge. Vi har hatt en destinasjonsside på [visitnorway.com](http://visitnorway.com) i kampanjeperioden. Denne hadde 2 klikk videre til siden på [nordnorge.com](http://nordnorge.com). Vi hadde et nordlysprodukt med i kampanjen (Polar Tours). I perioden september – november ble det generert 14 klikk fra kampanjesiden inn til Polar Tours bookingside.

## 2.5 Destinasjonsguide

Hvert år gir vi ut en omfattende destinasjonsguide for Bodø og Salten. Guiden trykkes på tre språk: norsk, engelsk og tysk. Den distribueres til alle hotell og trafikknutepunkt i Bodø og Salten, samt andre strategiske punkter som turistinformasjon i Lofoten, Polarsirkelen og en del utenlandske steder. Den er også vårt verktøy på messer og i pressearbeid. Alle bedrifter betaler for oppføring og annonser – men våre medlemmer får rabatterte priser.

I 2018-utgaven fokuserte vi mer på Salten og mindre på Bodø. Opplaget var på 55.000 eksemplarer.

## 2.6 Produktkataloger

Vi har utviklet ulike produktkataloger for ulike målgrupper. Disse brukes som salgsverktøy for å informere om hvilke opplevelser Salten har å by på. Alle kataloger revideres årlig.

Visit Bodø deltar hvert år på Norwegian Travel Workshop, med en fersk opplevelseskatalog, der alle medlemmer får mulighet til å profilere seg gratis. Katalogen benyttes videre utover året, også digitalt.

## 2.7 Bransjemesser/workshop

Vi deltar årlig på mange av de store reiselivsmessene både nasjonalt og internasjonalt. Her møter vi bransjekolleger, turoperatører og andre viktige kontaktpunkt ift. å selge Salten i Norge og utlandet. De siste årene har operatørene vi har møtt vist stor interesse for vår region, som ikke har den samme slitasten som andre regioner i landsdelen med stor pågang av turister.

## 3.0 Kompetanse og nettverk

### Kartlegging av potensielle medlemmer

I tillegg til å jobbe med de konkrete leveransene i avtalen, har Visit Bodø brukt mye tid på å kartlegge og registrere potensielle medlemsbedrifter i CRM-systemet vårt. På den måten har vi forsikret oss om at alle relevante bedrifter får informasjon og invitasjoner fra oss. Vi har et verktøy som gjør oss i stand til å kommunisere effektivt med bransjen i hver enkelt kommune.

### 3.1 Bransjetreff

Visit Bodø har i 2018 tatt initiativet til å arrangere to årlige møtepunkt for reiselivsnæringen i Bodø & Salten, ett i mai og ett i desember. Bransjetreffene vil gi mulighet for faglig påfyll, nyttig dialog og nettverksbygging.

#### Bransjetreff 2018.

26. januar	Saltdal
6. februar	Meløy
27. februar	Bodø
14. mai	Hamarøy
31. mai	Regionrådsmøte Sørfold
18. september	Kommunestyremøte Steigen
22. oktober	Fauske
12. november	Meløy
28. november	Saltdal

## 3.2 Kompetanse

### 3.2.1 Kurs

#### #smartpånnett

Kursrekken #smartpånnett har vært en kjempesuksess, med deltakende bedrifter fra hele regionen.

I 2018 ble følgende kurs avholdt i Bodø:

22. mars	Alt du trenger å vite om GDPR	Eva Jarbekk
17. april	Trender i 2018	Marius Karlsen
13. juni	Brukertesting	Ida Aalen
12. sept.	Bang for the Buck	Erik Modig
16. okt.	Ta plass i mediebildet	Marius Meltvedt
13. nov.	Engasjement - i sosiale medier	Øyvind Solstad

70 bedrifter deltok på til sammen fem kursdager. Vårt mål er å videreføre dette med flere regionale samlinger i Salten. Visit Bodø kjørte et testkurs i Meløy 6. februar 2018. Der gjennomførte vi først et bransjemøte, og deretter et kveldskurs med det beste fra #smartpånnett-kursene som tidligere hadde vært avholdt i Bodø.

Tilpassede workshops arrangeres ved behov.

### 3.2.2 Erfaringsdeling

Vi ønsker å være en arena for erfarings- og kompetanseutveksling mellom reiselivsaktørene. For å bidra til erfaringsdeling har vi laget følgende forum:

**Visit Bodø info** – lukket Facebook-side for medlemmer for nyhets- og informasjonsutveksling

**Mitt Salten info** – lukket Facebook-side for samarbeidspartnere i Salten for nyhets- og informasjonsutveksling

### 3.2.3 Kundekontakt

Kundekontakt er en viktig del av vår virksomhet. Vi har daglig kontakt med individuelle reisende, turoperatører, eventbyrå, konferansearrangører og andre med interesse for vår region. Vi bidrar med informasjon, bistår med tilrettelegging og formidler kontakt med lokale firmaer.

### 3.2.4 Rådgivning

Vi bistår våre medlemmer med rådgivning ift. sosiale medier, nettsider, markedsføring, profesjonalisering osv.

### 3.2.5 Informasjonsbrev

Månedlige infobrev på epost

Vi har i 2017 startet opp regelmessig utsending av infobrev både til våre medlemmer og til ulike grupper, blant annet cruise, turoperatører og arrangement. Gjennom nyhetsbrevene vil vi informere om våreprosjekter, nyheter i reiselivsbransjen, nye medlemmer, trender i reiselivet, aktiviteter hos medlemsbedriftene våre m.m.

For å muliggjøre slike utsendelser ifm. Salten-satsingen har vi i første halvår av 2017 implementert et nytt CRM-system (SuperOffice) i Visit Bodø. Vi har brukt mye ressurser på å samle og importere kontakter over hele Salten, og har nå et godt verktøy for informasjonsdeling i hele regionen.

## 4.0 Medlemsoversikt

Bedriftene utenfor Bodø kommune har siden 2017 fått tilbud om markedssamarbeid med Visit Bodø, til en redusert pris på 5000 kr. Leveransen i innhold er lik som for medlemmer, eneste forskjell er at prisen er lavere og at bedrifter med markedssamarbeid ikke har stemmerett ved generalforsamlingen. Vi vil i løpet av avtaleperioden klargjøre hvordan dette skal videreføres.

Visit Bodø hadde ved utgangen av 2018 følgende medlemsmasse:

Bodø: 81 medlemsbedrifter

Øvrige kommuner: 37

Til sammen: 118

### Medlemmer pr. 01.01.19;

7. Himmel	Gamle Salten	Polar Tours
Arctic Cruise	Geitvågen Bad & Camping	Radisson Blu Hotel Bodø
Atlantic Tours	Hundholmen Brygghus	Ramsalt opplevelser
Avinor Bodø	Joker Parkveien	Restaurant Nyt
Bjørk Restaurant	Kafé Kjelen	Rett Kjøøl
Bodø Actionhall	Kaptein Larsen	Royal Bowling
Bodø Edutainment	Kjerringøy Camping	Salmon Center
Bodø Havn	Kjerringøy Havn Bryggehotell	Salten Golfklubb
Bodø Hotell	Kjerringøy Opplevelser	Saltstraumen Camping
Bodø og omegn turistforening	Koch Kjøpesenter	Saltstraumen Dykkecamp
Bodø Spektrum	Kvik Guiding	Saltstraumen Events
Bodø Taxi	Kystlaget Salta	Saltstraumen Historiske Opplevelser
Bodø Yoga & Mindfulness	Magic North	Salstraumen Hotel
Bryggerikaia	Mon Ami Restauranter	Scandic Bodø
Brødrene Berbusmel	Nordland Turselskap	Scandic Havet
Bådin	Nord Universitet	Skagen Hotel
Båtbygger Ulf Mikalsen	Nordland Musikkfestuke	Sportsbaren Bodø
City Hotell	Nordlandsforskning	Stella Polaris
City Nord	Nordlandsbuss	Stormen Kulturhus
Clarion Collection Hotel Grand Bodø	Nordlandsmuseet	The London Barber
Coop Matkroken	Nordnorsk Bilutleie	Thon Hotel Nordlys
Craig Alibone Chocolate	Norsk Luftfartsmuseum	Trekanten Kjøpesenter
Dama di	North Tours	Tuvsjyen
Egon	NOSO	Urtehagen på Tofte
Event Nord	Nye Kjerringøy Rorbuser	Zahlfjøsen
Explore Salten	Ohma Restaurant	Zefyr Pasienthotell
FIRST Scandinavia	Peppes Pizza	
	Piccadilly	

**Antall: 81**



## Markedssamarbeid pr. 01.01.19;

Albmi Adventures  
Arnøy Brygge  
Bjørklund gård  
Bolga Brygge  
Engen Gård  
Fauske Hotell  
Fjellfarer  
FOGG Gildeskål  
Fykantrappa  
Følvika – A Northern Retreat  
Han Sylte Heimen  
Hamsunsenteret  
Heges matopplevelser  
Heimsjyen  
Helnessund Brygger  
Kjellingstraumen Fjordcamp  
Kobbelv Vertshus  
Manshausen  
Meløy Bedriftsservice (Brestua Svartisen)

Meløy Tur- og minibusservice  
Naustholmen  
Nordnes Camping  
Northern Lights International  
Northern Yoga  
Rognan Hotell  
Sami Safari Camp  
Saltdal Turistsenter  
Saltfjellet Hotel Polarsirkelen  
Støtt Brygge  
Sulitjelma Turistsenter  
Svart Glacier Hotel  
Svartisen AS  
Svartisen Moose  
The Arctic Hideaway  
Tranøy Fyr  
Villa Haugen  
Øyra Camping

**Antall: 37**

# AKTIVITETSPLAN 2017/2018

VISIT BODØ

# Vi leverer markedsførings-, kompetanse-, nettverks- og utviklingstjenester til opplevelsesnæringen i Bodø & Salten

---

*Vi skal bidra til flere besøkende til regionen gjennom kompetanse og samarbeid. Vi skal markedsføre, profilere og utvikle Bodø & Salten som reisemål og dermed skape muligheter for vekst for deg som medlem og/eller partner.*





## MÅLGRUPPER

*Bodø er i sterk utvikling og er en av landets raskest voksende byer målt i folketall. Totalt investeres det 16 milliarder kroner i over 40 ulike prosjekter for å utvikle byen; store bolig prosjekter, nye skoler, kulturkvartal, infrastruktur som hurtigrutekai og Bypakke Bodø. Bodø er også en by med et stort antall reiselivsaktører, god infrastruktur og stadig økende kapasitet på transport, hotell, konferanse- og messehaller etc. Saltenkommunene gir nærhet til svært attraktive natur- og kulturopplevelser en liten reise fra Bodø sentrum. Her er det et stort potensial for utvikling av konkurransedyktige opplevelser som gir wow-effekter for de besøkende. Dette gjør Bodø og Salten til en destinasjon som både tåler og trenger større volum av gjester. For å utnytte disse vekstpotensialene vil det være hensiktsmessig å rette seg mot nye og større målgrupper. Målgruppene som velges bør gi best mulig trafikk gjennom året, og grunnlag for næringsutvikling og økt verdiskapning.*

---

*Bodø har god tilgjengelighet og stor kapasitet. Det er derfor naturlig å prioritere segmenter som gir volum, her definert som:*

- *Store kultur- og idrettsarrangement*
- *Store konferanser og møter*
- *Cruise*
- *Hurtigruten*
- *Utvalgte incentive- og turoperatørmarkeder*
- *Individuelle reisende med bil, båt, sykkel, tog og fly*

*Attraktive opplevelser og leveringsdyktighet er en viktig driver i nesten alle de prioriterte segmentene. Bodø trenger altså unike opplevelser som kan inngå i et utfluktsprogram, noe som gir store muligheter for verdiskapning også for mindre aktører.*

*Segmentene kjennetegnes også ved relasjonsmarkedsføring, dvs. at det må jobbes langsiktig og målrettet for å få resultater. Relasjonselementet gjør disse segmentene til krevende kunder, som bidrar til videre utvikling av destinasjonen.*

*En stor fordel med de prioriterte segmentene er at de fleste innebærer forhåndsbestilling og dermed forutsigbarhet for leverandørene. Dette gjør det enklere å utvikle nye tilbud. Satsing på disse målgruppene kan derfor bidra til utvikling av tilbud som også blir robuste nok for lansering til individuelle gjester. I rammene nedenfor gis noen eksempler på næringsmessige effekter fra ulike målgrupper.*

## FERIE/FRITID

Markedet for ferie- og fritidsreisende i Bodø og Salten har sin høysesong i sommerhalvåret, fra mai til september. Økt trafikk i tilknytning til helg og vinter vil ha et ekstra fokus i tillegg til høysesong. Land det er naturlig å fokusere på er Sverige, Tyskland, Frankrike og Storbritannia. Fremover er det også mulig å se på Kina som et potensielt marked. Valgene er gjort på bakgrunn av potensial, tilgjengelighet og størrelse, i tillegg til investeringsviljen hos Visit Bodøs viktigste samarbeidspartnere.

### Incentive og turoperatører

Vår region har ennå et stort, uforløst potensiale i dette markedet. Vi jobber for å øke tilgjengeligheten for dette segmentet, og for å profesjonalisere og utvikle leverandørene innen reiseliv og opplevelser i Salten.

### Individuelle reisende

I et marked der andre destinasjoner i Nord-Norge har kapasitetsproblemer, og markedet er på jakt etter nye, uberørte reisemål, har Salten et fortrinn med god kapasitet og naturopplevelser i verdensklasse. Målet er å øke antallet individuelle reisende, hele året.

## CRUISE & HURTIGRUTEN

### Cruise

Bodø har utviklingspotensial som stor cruisehavn og snuhavn for passasjerer og mannskap på cruiseskip, noe som kan gi ytterligere økning i inngående flytrafikk og stort potensial for økt verdiskaping hos næringslivet i Salten. Dette fremmes av konkurransefortrinnet med kort avstand mellom stor flyplass og havn, samt trenden med cruise over færre dager. Cruiseturistene ønsker heldagsopplevelser, og disse kan legges til de øvrige Salten-kommunene. I tillegg pågår det utbyggingsprosjekter som vil øke dybden i byens havn, og muliggjøre besøk av større og flere skip som i dag seiler forbi Bodø.

### Hurtigruten

Med daglige anløp og lang liggetid representerer Hurtigrutens kunder et stort potensiale ift. opplevelser. Mange deltar i dag på tilrettelagte RIB-turer til Saltstraumen. Kanskje er det mulig å få flere gjester til å delta på kommersielle aktiviteter, hvis det legges til rette for denne kundegruppen med ulike typer aktiviteter tilpasset sesong og behov.

## ARRANGEMENT

### MICE (Meetings, Incentives, Congresses & Events)

Når ferie- fritidsmarkedet ikke har høysesong, vil MICE være et viktig marked å rette seg mot. Bodø har fått en utvidet kapasitet både på overnatting og fasiliteter på grunn av byutviklingen de siste årene. Infrastrukturen, med fasiliteter som Bodø Spektrum, Nordlandshallen, Kulturkvartalet Stormen og kapasitetsdyktige hoteller, gjør at Bodø fungerer godt som arena for ulike typer større møter og konferanser. Av de fire underkategoriene i MICE-gruppen, vil Bodø være spesielt leveransedyktig på mellomstore møter/konferanser og incentivmarkedet.

### Store kultur- og idrettsarrangement

Med kapasitet for store grupper og et yrende og engasjerende kultur- og idrettsliv, er Bodø godt egnet som vertskapsby for store kultur- og idrettsarrangement.



## KATEGORISERING AKTIVITETER

# I Visit Bodøs aktivitetsplan for 2017/2018 er det fokus på følgende aktiviteter:

---

## MARKED & MEDIA

### Profilering ✓

#### Innholdsproduksjon [visitbodo.com](http://visitbodo.com) og sosiale medier

Vi produserer innhold (bilder og tekst) for å profilere Bodø & Salten som én destinasjon. Visit Bodø bruker sosiale medier for å skape reiselyst og inspirasjon for regionen. Vi jobber for å generere økt trafikk til medlemmenes nettsider. Er du medlem vil vi kunne profilere deg i våre kanaler i sosiale medier, først og fremst Facebook og Instagram. Innleggene skaper trafikk til våre nettsider, som igjen generer trafikk inn til våre medlemmers nettsider.

Medlemmer har selv ansvar for å skaffe og sende oss innholdsmateriale (bilder/video/tekst) som presenterer hvert enkelt produkt/opplevelse på en best mulig måte.

#### Monitoring, kommunikasjon og deling på sosiale medier

Vi bruker sosiale medier aktivt til å promotere destinasjonen; kommunisere med besøkende; skape trafikk til vår og medlemmenes nettsider og øke engasjementet. Facebooksiden vår har over 15 000 følgere, og Instagramprofilen 7000 følgere fra hele verden. Rekkevidden for innleggene på Facebook i 2016 var over 4 millioner. Instagram blir en stadig viktigere inspirasjonskilde for reisende, og har i dag over 500 millioner aktive brukere på verdensbasis. Vi vil derfor fortsette vår sterke innsats på Instagram, for å inspirere til reiselyst for regionen vår. I 2016 ble 18.000 bilder tagget med #visitbodo.

#### Synlighet

Økt trafikk, rekkevidde og engasjement på våre sosiale kanaler og webside kan gi svært god synlighet på nett for våre medlemmer. Vi jobber kontinuerlig for å øke antall følgere og spre kunnskap om Bodø og Salten. Det legges ut innlegg på Facebook nesten hver dag, og vi legger ut og reposter bilder på Instagram daglig.

#### Destinasjonskampanje

Vi produserer:

- Betalte målrettede innlegg på Facebook i gitte perioder (Facebook-annonsering)
- Posting av eget innhold på Visit Bodøs Facebook-side

Disse kampanjene skal profilere hele Bodø og Salten, øke kjennskap til og kunnskap om reisemålet, samt skape økt trafikk og engasjement.

## Produktsynlighet på web ✓

Vår nettside hadde 700.000 treff i 2016. I 2017 lanserte vi nye websider med forbedret design og struktur. De nye sidene er mobil- og nettbrett-tilpasset. Fokus er på bildebruk og innsalg av opplevelser i Salten. Alle Salten-kommuner har egen side, og alle medlemsbedrifter får sine tilbud profilert på weben. Som medlem får du en oppføring på siden vår. Gjennom medlemsskapet hos oss får din bedrift også en oppføring på Visit Norway sin nettside. Den publiseres på 15 språk og har: 21,2 mill besøkende; 13,2 mill unike brukere; 2,44 min i gj.snitt pr side; 2,9 mill klikk fra Visitnorway til bransjen i Norge; 1,9 mill nordmenn er unike brukere.

## Arrangementskalender ✓

Vi legger til deres arrangementer i arrangementskalenderen "Hva skjer" på vår webside. I tillegg blir de lagt til på Visit Bodøs Facebookside. Denne tjenesten er primært for våre medlemmer. Ved spesielle hendelser, for ideelle lag og foreninger o.l. gjør vi unntak.

## Presse & Media ✓

I tett samarbeid med NordNorsk Reiseliv og Visit Norway utfører Visit Bodø målrettet pressearbeid med fokus på Salten. Vi er vertskap for nasjonal og internasjonal presse og jobber for økt medieomtale gjennom å utarbeide programmer, være vertskap og følge opp i etterkant.

## Destinasjonsguide

Hvert år gir vi ut en omfattende destinasjonsguide for Bodø og Salten. Guiden trykkes på tre språk: norsk, engelsk og tysk. Den distribueres til alle hotell og trafikknutepunkt i Bodø og Salten, samt andre strategiske punkter som turistinformasjon i Lofoten, Polarsirkelen og en del utenlandske steder. Den er også vårt verktøy på messer og i pressearbeid. Alle bedrifter betaler for oppføring og annonser – men våre medlemmer får rabatterte priser.

## Salgsfremmende aktiviteter

### Visningsturer/Kundearrangement

For å vise frem Bodø & Salten til presse og turoperatører, arrangeres det visningsturer. Som medlem får du tilbud om å vise deg frem for turoperatører og presse når visningsturene legges til ditt område og de er aktuelle for din bedrift. Det er en forutsetning at dere deltar på visningsbetingelser.

### Kundekontakt

Kundeoppfølging er en viktig del av vår virksomhet. Vi har kontinuerlig kontakt med individuelle reisende, turoperatører, eventbyrå, konferansearrangerer og andre med interesse for vår region. Vi bidrar med informasjon, bistår med tilrettelegging og formidler kontakt med lokale firmaer. Vi sender ut regelmessige nyhetsbrev til aktuelle kundegrupper; cruise, turoperatører og arrangører. Gjennom nyhetsbrevene vil vi informere om våre prosjekter, nyheter i reiselivsbransjen, nye medlemmer, trender i reiselivet, aktiviteter hos medlemsbedriftene våre m.m.

### Bransjemesser

Visit Bodø deltok i 2017 på:

- IMEX
- Seatrade Europe
- Bransjemesse Düsseldorf
- IBTM Barcelona

### Produktkataloger

Vi har utviklet tre ulike produktkataloger for målgruppene cruise, arrangement og turoperatører. Disse brukes som salgsverktøy for å informere om hvilke opplevelser Salten har å by på. Vi har i tillegg produsert en egen katalog for vinterprodukter. Alle kataloger revideres årlig.

### Workshops

Workshops er arrangementer der kjøpere og selgere møtes, gjerne med forhåndsbookede avtaler. I 2017 deltok vi på Norwegian Travel Workshop i Bergen. Vi arrangerte også Nordnorsk workshop for incoming turoperatører i Bodø. 25 incoming turoperatører fra Norge, Sverige og Danmark deltok Bodø på en fagdag med seminar og workshop i August.

## KOMPETANSE

### Kurs ✓ /

Vi tilbyr kurs som er spesielt relevant for reiselivsaktørene i Bodø & Salten. Noen er inklusiv, andre ikke. Et eksempel på dette er kursrekken #smartpånnett

### Erfaringsdeling ✓

Vi legger til rette for kanaler der våre medlemmer kan kommunisere, dele erfaringer og informasjon med hverandre. Dere inviteres inn på følgende lukkede kanaler.

Visit Bodø Info - Facebook  
Mitt Salten Info - Facebook

### Informasjon ✓

Vi sender ut regelmessige infobrev både til våre medlemmer og til andre samarbeidspartnere. Gjennom infobrevene vil vi informere om våre prosjekter, nyheter i reiselivsbransjen, nye medlemmer, trender i reiselivet, aktiviteter hos medlemsbedriftene våre m.m.

## NETTVERK

### Bransjetreff ✓

Visit Bodø arrangerer to årlige møtepunkt for reiselivsnæringen i Bodø & Salten, ett i mai og ett i desember. Bransjetreffene vil gi mulighet for faglig påfyll, nyttig dialog og mulighet for nettverksbygging blant bransjeaktørene.

### Rådgivning ✓

Vi bistår våre medlemmer med rådgivning ift. sosiale medier, nettsider, markedsføring, profesjonalisering m.m. Har du en god business-idé kan vi også bistå med rådgivning ift. marked, segmentering, målgruppetenkning, produktutvikling og mye mer.

### Konferanse

Visit Bodø tar sikte på å arrangere en årlig opplevelseskonferanse for Salten.



## DESTINASJONS- OG OPLEVELSESUTVIKLING

### Større satsinger og prosjekter

#### Cruisenettverk

Det jobbes målrettet med markedsføring og relasjonsbygging for å gjøre Bodø & Salten enda mer synlig som cruisedestinasjon. Arbeidet med å utvikle et lokalt cruisenettverk har pågått siden 2015, og prosjektet er godt etablert. Dersom du er interessert i å bli en del av cruisenettverket, ta kontakt.

#### Arrangementsnettverk

Visit Bodø selger inn Bodø & Salten som arrangementsdestinasjon. Visit Bodø og arrangementsnettverket har meldt seg inn i Norway Convention Bureau (NCB), som har som hovedoppgave å selge Norge som en potensiell destinasjon for internasjonale kongresser, konferanser, incentiveturer og events. Det jobbes målrettet med markedsføring og relasjonsbygging for å gjøre Bodø og Salten enda mer attraktivt som arrangementsdestinasjon. Dersom du er interessert i å vite mer om dette, ta kontakt.

#### Destinasjonsutvikling Salten

Det antas at Salten har et stort, uforløst potensiale. Regionen har stor kapasitet til å ta imot turister, men mangler fortsatt endel ift. aktivitetstilbud, overnatting, transport og profesjonalisering hos alle aktører. Visit Bodø ønsker sammen med samarbeidspartnere og medlemmer å jobbe med utvikling på denne fronten.

#### Opplevelsesbasert verdiskaping

Hovedfokus i satsningen «Opplevelsesbasert verdiskaping» er å løfte den kommersielle kundeopplevelsen i Bodø og Salten – å skape en destinasjon i verdensklasse. Dette skal skje gjennom kompetanseheving og opplevelsesutvikling hos reiselivsbedriftene. Fokus skal være på å utnytte regionens unike fortrinn innenfor kultur, natur, historie og mattradisjoner. Dette er et svært viktig satsingsområde som vi har fokus på i vårt daglige arbeid.

Pilaren «Opplevelsesbasert verdiskaping» skal sørge for økt verdiskaping, etablering av nye bedrifter og flere helårige arbeidsplasser. Det skal satses på en internasjonalisering og posisjonering av Bodø og Salten som en destinasjon i verdensklasse. Dette skal skje gjennom å foredle og forsterke destinasjonsopplevelsen.

Satsingsområder i pilaren er

- Opplevelsesutvikling
- Destinasjonsdesign
- Arrangementsbyen Bodø

## **MEDLEMSPAKKEN** ✓

*Som medlem hos Visit Bodø kan din bedrift nå ut til hundretusenvís av potensielle kunder. Du blir synlig for besøkende som en viktig aktør i reiselivet i regionen. I medlemspakken inkluderes profilering og enkelte markedsførings-tjenester. Gjennom oss får du tilgang til plattformer for relasjonsbygging med kunder og bransje, kompetanse og rådgivning.*

## **PLUSSPRODUKTER** 🛒

*Som medlem vil du også få mulighet til å kjøpe diverse tilleggstjenester dersom du føler behov for ytterligere profilering og hjelp til utvikling. Vi tilbyr deltakelse i flere markedsaktiviteter enn de som følger med i medlemspakken.*

# Aktivitetsplan for Visit Bodø 2017/2018

---

## August 2017.

### MARKED & MEDIA

Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
14.	Destinasjonsguide	Alle	<b>Kataloger og destinasjonsguide</b> Oppstart innsag destinasjonsguiden Bodø & Salten 2018	Medlemmer	Plussprodukt
25. - 27.	Visningstur	Incoming Turoperatører	<b>Visningstur</b> 1. Saltfjellet - Polarsirkelen - Rognan - Saltstraumen - Kjerringøy - Bodø 2. Steigen - Hamarøy - Fauske - Bodø 3. Svartisen - Saltstraumen - Bodø		Visnings- betingelser

### KOMPETANSE

Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

### NETTVERK

Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

### DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING

Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
28.	Workshops	Incoming Turoperatører	<b>Incoming workshop Bodø</b>		



## September 2017.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
5. - 8.	Salgsfremmende aktiviteter, bransjemesse	Cruise	<b>Seatrade Hamburg</b>	Cruise-nettverket	
7. - 8.	Salgsfremmende aktiviteter, kundearrangement	MICE	<b>Bodø event Meetings</b>	Arrangements-nettverket	
11. - 15.	Salgsfremmende aktiviteter, visningstur	Cruise	<b>Visningstur Cruise Norway</b>	Cruise-nettverket	
26. - 27.	Salgsfremmende aktiviteter, Bransjemesser	MICE	<b>Bransjemesse Düsseldorf</b>	Arrangements-nettverket	
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
20.	Workshops	Cruise	<b>Styremøte og nettverksmøte</b>	Cruise-nettverket	

## Oktober 2017.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
14.	Produktsynlighet på web	Alle	<b>Gjennomgang av oppføringer på web</b> Oppdatering av din info på <a href="http://visitbodo.com/">visitbodo.com/</a> <a href="http://visitnorway.com">visitnorway.com</a> Ny info sendes til Visit Bodø innen 31.10.17	Medlemmer	Inngår i medlemspakke
14.	Produktkataloger	Cruise	<b>Revidering katalog Cruise</b>	Cruise-nettverket	Inngår i cruise-prosjektet
14.	Produktkataloger	Arrangement	<b>Revidering katalog Arrangement</b>	Arrangementsnettverket	Inngår i arrangementsprosjektet
14.	Produktkataloger	Turoperatører	<b>Revidering katalog Turoperatører</b>	Medlemmer	Plussprodukt
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## November 2017.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
28. - 30.	Bransjemesse	Arrangement	<b>IBTM Barcelona</b>	Arrangementsnettverket	
13. - 16.	Kundearrangement	Cruise	<b>US Sales Tour - Europe Sales Tour</b>	Cruise-nettverket	Inngår i cruise-prosjektet
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
6.	Workshops	Cruise	<b>Styremøte og nettverksmøte</b>	Cruisenettverket	

## Desember 2017.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
1.	Destinasjonsguide	Alle	<b>Distribusjon destinasjonsguide</b>	Medlemmer	Plussprodukt
13. - 16.	Kundebesøk	Cruise	<b>US Sales Tour - Europe Sales Tour</b>	Cruise-nettverket	Inngår i cruise-prosjektet
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
11.	Workshops	Cruise	<b>Nettverksmøte Cruise</b>	Cruisenettverket	

## Januar 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## Februar 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## Mars 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## April 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris



## Mai 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
Mai	Synlighet	Ferie/Fritid	<b>Gjennomføring Sverigekampanje Sommer</b>	Medlemmer	Plussprodukt
Mai	Synlighet	Ferie/Fritid	<b>Gjennomføring Norgeskampanje Sommer</b>	Medlemmer	Plussprodukt
Mai	Produktsynlighet på web	Alle	<b>Gjennomgang av oppføringer på web</b> Oppdatering av din info på visitbodo.com/ visitnorway.com. Ny info sendes til Visit Bodø innen 31.05.18	Medlemmer	Inngår i medlemspakke
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## Juni 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
Juni	Synlighet	Ferie/Fritid	<b>Innsalg Vinterkampanje 2018/2019</b>	Medlemmer	Plussprodukt
Juni	Synlighet	Ferie/Fritid	<b>Gjennomføring Norgeskampanje Sommer</b>	Medlemmer	Plussprodukt
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## Juli 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## August 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
1.	Destinasjonsguide	Alle	Oppstart innsalg destinasjonsguide 2019		
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## September 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## Oktober 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## November 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## Desember 2018.

MARKED & MEDIA					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
KOMPETANSE					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
NETTVERK					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris
DESTINASJONS- OG OPPLEVELSESUTVIKLING					
Dato	Kategori	Målgruppe	Aktivitet	Deltakere	Pris

## Samarbeidspartnere.





## Visit Bodø 2017.

Ann-Kristin Rønning Nilsen  
**Reiselivssjef**  
901 19 671  
Ann-Kristin@visitbodo.com

Raymond Limstrand Jakobsen  
**Markeds- og mediasjef**  
932 54 586  
Raymond@visitbodo.com

Stine Eidissen Bya  
**Prosjektleder Salten**  
412 46 551  
Stine@visitbodo.com

Merethe Nordheim  
**Prosjektleder**  
**Reiseliv og Opplevelser**  
922 44 623  
Merethe@visitbodo.com

Carina Dreyer Salater  
**Prosjektleder Cruise,**  
**Kompetanse og**  
**Opplevelsesutvikling**  
934 30 090  
Carina@visitbodo.com

# Rammeavtale

Mellom

<b>Oppdragsgiver / Kunden:</b> Kommunene i Salten Ved Leder av rådmannsutvalget, Hege Sørli  Adresse: Gammelveien 5, 8150 Ørnes  Kontaktperson: Hege Sørli Telefon / Mobil: 0047 905 19 691 E-post: hege.sorlie@meloy.kommune.no	<b>Leverandøren:</b> Visit Bodø Ved Reiselivssjef Ann-Kristin Rønning Nilsen  Adresse: Tollbugata 13, 8001 Bodø Postboks 514, 8003 Bodø  Kontaktperson: Ann-Kristin Rønning Nilsen Telefon / Mobil: 0047 901 19 671 E-post: ann-kristin@visitbodø.com
--	---

## Rammeavtalen gjelder:

Rammeavtale med Visit Bodø som skal levere tjenester til kommunene og de lokale reiselivsaktørene i Salten.

Rammeavtalen gjelder for alle kommunene i Salten:

Beiarn, Bodø, Fauske, Gildeskål, Hamarøy, Meløy, Saltdal, Steigen, Sørfold, Rødøy

## Avtaleperiode:

Fra 01.01.2018 til 31.12.2020.

Oppdragsgiver / Kunden har mulighet til å forlenge / prolongere rammeavtalen med 2 år.

Det er spesielt gjort oppmerksomt på følgende økonomiske rammer og forutsetninger i Doffin-kunngjøringen:

- «Det er satt av en årlig økonomisk ramme på oppdraget på NOK 2.615.000,- ekskl. mva. pr. år i avtaleperioden for Grunnpakken – nivå 1. Det er avsatt midler til denne anskaffelsen i 2018. Det søkes innarbeidet tilsvarende beløp i budsjettene for 2019 og økonomiplanene 2020 – 2022. Dette gir en mulighet for forlengelse av avtalen som avgjøres årlig av bystyret / kommunestyret».

Fakturering foretas første gang i 2018 gjeldende for hele 2018 uansett faktureringsdato for første fakturering.

Rammeavtalen består av følgende bilag/dokumenter i rangert rekkefølge, ved eventuelt motstridende tekst:

1. Endringsbilag (tillegg / endringer etter avtaleinngåelsen).
2. Rammeavtaleformularet (dette dokumentet). Omfatter: Grunnpakke – nivå 1 (alle kommuner).
3. Avtale mellom Visit Bodø og Den enkelte kommune: Omfatter: Grunnpakke og eventuelle tilleggstjenester – nivå 2.
4. Oppdragsgiver / Kundens konkurransegrunnlag med spesifikasjoner.
5. Leverandørens tilbud med spesifikasjoner.
6. Standard avtalevilkår.

Rammeavtalen erstatter alle tidligere dokumenter og avtaler vedrørende leveransen.

Rammeavtalen er underskrevet i to – 2 – eksemplarer, hvorav partene beholder ett eksemplar hver.

Sted: Ørnes

Dato: 6/6 - 18

## For Oppdragsgiver / Kunden:

Kommunene i Salten ved leder av rådmannsutvalget  
Hege Sørli, rådmann

Signatur: *Hege Sørli*

## For Leverandøren:

Visit Bodø  
Ann-Kristin Rønning Nilsen, reiselivssjef

Signatur: *Ann-Kristin Rønning Nilsen*

### **Rammeavtalens innhold og omfang**

Gjelder tjenester knyttet til utførelse av felles vertskapsfunksjon, felles markedsføring, salg og felles destinasjonsutvikling i området, definert som Salten med følgende kommuner:

Beiarn, Bodø, Fauske, Gildeskål, Hamarøy, Meløy, Saltdal, Steigen, Sørfold, Rødøy.

For nærmere beskrivelse av leveransene henvises det til Kundens konkurransegrunnlag med ytelses- og funksjonsspesifikasjon og Leverandørens tilbud.

Det er en økonomisk ramme på oppdraget på NOK 2.615.000,- ekskl. mva. for Grunnpakke – nivå 1 pr. år.

Standard avtalevilkår vil gjelde for rammeavtalen og avtale for eventuelle tilleggstjenester.

### **Avtale om Tilleggstjenester**

Tilleggstjenester – nivå 2, kommer i tillegg til Grunnpakke – nivå 1.

Avtale for tilleggstjenester inngås mellom Visit Bodø og Den enkelte kommune, og skal baseres på rammeavtalens forutsetninger og standard avtalevilkår.

Timepris for tilleggstjenester:

Rådgiver/senior kr 700,- eks mva. per time.

Ved behov for ekstern spisskompetanse gjelder markedspris per time.

For nærmere beskrivelse av leveransene henvises det til Kundens konkurransegrunnlag med ytelses- og funksjonsspesifikasjon og Leverandørens tilbud.

### **Regulering av prisen**

Fastpris, time- eller kostnadssatser reguleres etter kommunal deflator.

### **Endringer i Leverandørens organisasjon m.v.**

Endringer som kan få betydning for avtalen, for eksempel Leverandørens organisasjonsform, overdragelse av virksomhet og lignende, skal meddeles skriftlig til Kunden snarest.

# Destinasjon Salten

## Avtale mellom Rødøy kommune og Visit Bodø

Denne avtalen ble inngått den 24.07.2018 mellom

(1) **Rødøy kommune, org nr 945 717 173, Rødøy rådhus, 8185 Vågaholmen**

og

(2) **Visit Bodø, org. 992 518 715, postboks 514, 8001 Bodø**

### 1. Formålet med avtalen

- 1.1 Det skal utvikles en felles Destinasjon Salten med fokus på de bærekraftige merkevarene i Salten og på spydspissene i regionen. Disse merkevarene og spydspissene skal utvikles og legges til grunn i kommunikasjonsarbeidet. Markedsføringsfokus legges på disse, ikke på kommunene i Salten.
- 1.2 Det forutsettes at det utarbeides en " profileringsstrategi" for Destinasjon Salten som tydeliggjør hvilke spydspisser og innhold som skal ha prioritet i profileringen av " merkevarene" i Salten.
- 1.3 Visit Bodø er et selskap som representerer reiselivsaktører i Salten. Reiselivsbedrifter i Salten skal være knyttet til Visit Bodø gjennom egne samarbeidsavtaler.
- 1.4 Visit Bodø skal gjennom målrettet markedsføring, kompetanse- og produktutvikling bidra til økt omsetning for reiselivsaktører i Salten og arbeide med utvikling av Salten som reisemål.
- 1.5 Denne avtalen regulerer innholdet i samarbeidet mellom Visit Bodø og Kommunen om markedsføring og utvikling av Salten som reisemål.
- 1.6 Visit Bodø vil inngå tilsvarende avtaler som denne avtalen med andre kommuner i Salten, hvor det er reiselivsaktører, samt med eventuelt omkringliggende kommuner som ønsker å kjøpe og motta tjenester knyttet til reiselivet.
- 1.7 Det er inngått en overliggende rammeavtale med Visit Bodø og kommunene gjennom Rådmannsutvalget i Salten som sammen med denne avtale definerer leveransen av tjenester til kommunene og hva hver enkelt kommune skal betale for leveransen.

### 2.0 Kommunen

#### 2.1 Tilrettelegging

Kommunen har ansvar for tilrettelegging av lokal infrastruktur, arealer, lokal næringsutvikling, vertskap i fellesrommet (utenfor bedriftene) og fellesgoder (i samarbeid med næringsaktørene og Visit Bodø).

#### 2.2 Deltagelse



bedriftene og må kunne koordinere henvendelser videre ut i riktige ledd i forhold til gjestenes ønsker om opphold og opplevelser.

- 3.4** Visit Bodø skal bidra til å utvikle en bærekraftig og konkurransedyktig reiselivsnæring i Salten, og skal ved å initiere og gjennomføre næringsfremmende tiltak arbeide for økt og bedre næringsvirksomhet i en langsiktig utvikling for reiselivsbedriftene i regionen.
- 3.5** Visit Bodø skal være en kreativ partner for nyskaping og vekst, samt å bidra til å skape økt samarbeid mellom reiselivsaktørene i kommunen og Saltenregionen.
- 3.6** Visit Bodø skal sørge for god oppfølging mot bedrifter og kommuner, gjennom kommunikasjon, og tilrettelegging av møteplasser som temamøter, fagkonferanser o.l
- 3.7** Visit Bodø skal ta initiativ til og bidra til kompetanseutvikling for reiselivsaktørene og deres samarbeidspartnere i kommunen.
- 3.8** Visit Bodø må, og skal være, et kompetansesenter for reiselivsbedriftene i kommunen og Salten. Visit Bodø må ha kompetanse på hvor man bør være synlig i markedet og i hvilke distribusjonskanaler som til enhver tid er best.
- 3.9** Visit Bodø skal til en hver tid ha tilgang til riktig markeds kunnskap som kan brukes både til forbedring av eksisterende og utvikling av nye tilbud.
- 3.10** Visit Bodø skal være et kompetansesenter for reiselivet, bidra med råd og veiledning i reiselivsfaglige spørsmål og kunne kobles riktig kompetanse inn mot aktører med utviklingsønsker.
- 3.11** Visit Bodø har ansvar for å produsere og fremlegge offentlig tilgjengelig statistikk for reiselivsaktiviteten for Destinasjon Salten.
- 3.12** Visit Bodø skal ta initiativ til et årlig evalueringsmøte mellom partene i hver av kommunene for gjennomgang av leveransen av oppgavene avtalen dekker.

#### **4. Tilleggstjenester**

Visit Bodø kan utføre andre tjenester for kommunen og reiselivsaktørene i kommunen mot avtalt vederlag utover det vederlag som er bestemt for leveransen av grunnpakken.

Eksempler på slike tjenester og oppgave, koordineringsansvar, deltakelse eller gjennomføring kan være:

- 4.1** Destinasjonsmarkedsføring gjennom kommunikasjons- og markødstiltak, herunder i brosjyrer og annet trykket materiale, på egne og eksterne hjemmesider, gjennom sosiale medier, i artikler, på arrangement og messer og i andre kommunikasjonskanaler.

- 7.1 Avtalen løper i 3 år, fra 01.01. 2018 til 31.12. 2020. Kommunen har rett til å si opp Avtalen tidligere ved å gi Visit Bodø tre måneders skriftlig varsel.
- 7.2 Kommunen kan forlenge Avtalen med to år ved å gi skriftlig varsel til Visit Bodø senest tre måneder før Avtalens utløp etter punkt 7.1.
- 7.3 Partene har rett til å heve Avtalen med øyeblikkelig virkning dersom den annen Part vesentlig misligholder sine forpliktelser etter Avtalen, vedlegg eller senere tilleggsavtaler.

## 8. Diverse

Partene er hver for seg ansvarlige for sin egen skatteposisjon, og innkjøp iht. offentlige innkjøpsregler.

## 9. Standard avtalevilkår, enkeltanskaffelse, konsulent-tjenester.

Vedlagt følger dokument om standard avtalevilkår, enkeltanskaffelse, konsulent-tjenester. (vedlegg 2) som regulerer avtaleforholdet mellom hver enkelt kommune og Visit Bodø som Visit Bodø.

## 10. Signatur

Denne Avtalen er undertegnet i to eksemplarer, ett til hver av Partene.

For Rødøy kommune

Dato: 29/8. 2018

Signatur:

Navn med blokkbokstaver:

OLAV TERJE HOFF  
ORDFØRER



For Visit Bodø

Dato:

Signatur:

Navn med blokkbokstaver:

- Kompetanse om marked, trender etc,
- nøkkelinnsikt- innhenting og formidling
- Utarbeiding av utviklingsplaner, prosjektplaner
- Forankring privat og offentlig
- Skaffe til veie finansiering av egne prosjekter
- Systematisk samhandling for utvikling
- Kvalitetssikring, oppfølging og evaluering

#### **Administrative oppgaver**

- Bedriftsoppfølging, medlemskommunikasjon, medlemsmøter
- Deltakelse på konferanser, politiske møter, representasjon i utvalg etc.
- Regnskap og økonomi, budsjetter
- Finansiering
- Statistikk, evalueringer, rapportering
- Kompetanseutvikling

#### **Booking, billettsalg og annet salg-**

- Online booking – Bistand til å finne riktige Visit Bodø og kanaler.
- Pakking – bistand til pakking av produkter.

#### **Oppgaver/koordineringsansvar/gjennomføring og deltakelse for særskilte temasatsinger**

##### **Oppgaver for temasatsinger (Utarbeide markedsmateriell)**

- Websider, administrasjon, vedlikehold
- Prosjekt/temautvikling
- Pressekontakt/arbeid
- Regnskap
- Søknader, finansiering, rapportering
- Kommunikasjon og kontakt med alle relevante aktører for temasatsingen

#### **Planlegging og rapportering for grunnpakker og tilleggstjenester:**

Etter inngåelse av kontrakt vil det være et oppstartsmøte hvor kommunene gjennomgår ønsker og behov, samt at Visit Bodø presenterer forslag til det kommende årets hovedaktiviteter og prioriteringer. Det skal rapporteres på mål, aktiviteter og foreløpig måloppnåelse mot slutten av 2018.

Visit Bodø vil da være ansvarlig for at nødvendig informasjon gjøres tilgjengelig. Ved en eventuell forlengelse legges det opp til et løp hvor det holdes planleggingsmøte tidlig på året hvor partene gjennomgår kommunenes ønsker og behov samt at Visit Bodø presenterer forslag til det kommende årets hovedaktiviteter og prioriteringer. Det avholdes rapporteringsmøte mot slutten av hvert enkelt år. Den Visit Bodø som velges, kan selv komme med forslag til de tidspunktene som er best egnet sett i forhold til når dokumentasjon og planer foreligger.

Ved forlengelse vil kommunene kunne ha behov for rapportering ut over dette. Visit Bodø vil da være ansvarlig for at nødvendig informasjon gjøres tilgjengelig. Partene kan også avtale øvrige møtepunkter

### **3.0 Organisatoriske bestemmelser**

#### **3.1 Partsrepresentanter og fullmaktsforhold**

Partene skal utpeke en person som representerer dem. Navnene på representantene skal inntas i avtaleformularet. Utskiftning av representanten skal varsles skriftlig. Disse representanter har fullmakt til å opptre på partenes vegne i alle spørsmål som angår avtalen, og som er nødvendige for å gjennomføre oppdrag på avtalen.

#### **3.2 Varsling**

Varsel, krav og andre meldinger som skal gis etter avtalen, skal sendes til partenes representanter etter punkt 3.1, eller til særskilt avtalte adresser for varsling. Varsel skal gis skriftlig. Varsel sendt per e-post og varsel som er innført i referat eller protokoll fra møte mellom partene, regnes som skriftlig varsel.

#### **4.0 Rettigheter til resultatet av Visit Bodøs oppdrag**

Oppdragsgiveren plikter å behandle materiale som har opphavsrettslig vern slik at opphavsmannens rettigheter ikke blir krenket.

### **5.0 Endring, stansing og avbestilling.**

#### **5.1 Endring av ytelsen etter avtaleinngåelse**

Hvis Oppdragsgiveren, etter bestilling (avrop), har behov for å endre kravene til ytelsene eller andre forutsetninger for bestillingen på en slik måte at ytelsenes karakter eller omfang blir annerledes enn avtalt, kan Oppdragsgiveren be om endringsavtale. Slik anmodning om endringsavtale skal fremsettes skriftlig.

Ved krav om endringer kan Visit Bodø kreve justeringer i vederlag eller tidsplaner hvis han/hun sannsynliggjør et grunnlag for slike justeringer. Krav om justert vederlag eller tidsplan må fremsettes skriftlig, og senest samtidig med Visit Bodøs svar på Oppdragsgiverens anmodning om endringsavtale.

Endringer av eller tillegg til den avtalte ytelsen skal avtales skriftlig. Visit Bodø skal føre en fortløpende katalog over slike endringer og uten ugrunnet opphold gi Oppdragsgiveren en oppdatert kopi som er i overensstemmelse med endringsavtalen.

Oppdragsgiveren kan kreve at oppdraget reduseres eller økes med inntil 20 (tjue) prosent av det totale vederlaget for oppdraget. Prisen skal i så fall endres tilsvarende reduksjonen eller økningen. Visit Bodø kan ikke kreve kompensasjon for slik eventuell reduksjon.

#### **5.2 Midlertidig stansing av oppdraget**

Oppdragsgiveren kan kreve at gjennomføringen av Oppdraget stanses midlertidig. Krav skal fremsettes skriftlig. Det skal opplyses når Oppdraget skal stanses og når det er planlagt gjenopptatt.

Ved midlertidig stans kan Visit Bodø fremsette krav om rimelig kompensasjon for dokumenterte kostnader som Visit Bodø påføres som følge av stansingen.

#### **5.3 Kansellering av bestilling**

Frem til skriftlig ordrebekreftelse er kommet frem til Oppdragsgiver, kan Oppdragsgiver uten varsel og særskilt grunn kansellere bestillingen uten at dette får konsekvenser for ham.



## **6.7 Reklame**

Visit Bodø plikter å innhente forhåndsgodkjennelse fra Oppdragsgiveren dersom Visit Bodø for reklameformål eller på annen måte ønsker å gi offentligheten informasjon om avtalen eller enkeltoppdrag ut over å oppgi avtaleforholdet som generell referanse. Visit Bodø forplikter seg til å innta tilsvarende bestemmelse i sine underkontrakter.

## **6.8 Samfunnsansvar - ansattes rettigheter**

Våre Visit Bodø og avtalepartnere skal respektere grunnleggende sosiale og etiske krav i sin virksomhet. Produkter som leveres til Kunden skal være fremstilt under forhold som er forenelig med kravene angitt nedenfor. Retningslinjene bygger på sentrale FN- og ILO-konvensjoner og nasjonal arbeidslovgivning på produksjonssted. Kravene angir minimumsstandarder. Der hvor konvensjoner og nasjonale lover og reguleringer omhandler samme tema, skal den høyeste standarden alltid gjelde. Dersom Visit Bodø bruker underVisit Bodø for å oppfylle denne kontrakten, plikter Visit Bodø å påse at underVisit Bodø etterlever samme krav.

## **6.9 Menneskerettigheter**

Visit Bodø skal respektere FNs verdenserklæring om menneskerettigheter.

## **6.10 Nasjonal lovgivning**

Arbeidsretten og arbeidslovgivningen der produksjonen finner sted skal etterleves. Av særlige relevante forhold fremheves lønns- og arbeidstidsbestemmelser, helse, miljø og sikkerhet, lovfestede forsikringer og sosiale ordninger, samt regulære ansettelsesforhold, inklusive arbeidskontrakter.

Visit Bodø plikter å påse at ILOs kjernekonvensjoner etterleves i egen virksomhet og hos den eller de underVisit Bodø som medvirker til oppfyllelse av denne kontrakten.

Dette betyr:

- Forbud mot barnarbeid (FNs barnekonvensjon art. 32, ILO-konvensjon nr 138 og 182)
- Forbud mot tvangsarbeid (ILO-konvensjon nr 29 og 105)
- Forbud mot diskriminering (ILO-konvensjoner nr 100 og 111)
- Organisasjonsfrihet og retten til kollektive forhandlinger (ILO-konvensjon nr 87 og 98)

## **7.0 Lønns- og arbeidsvilkår**

For avtaler som omfattes av forskrift 8. februar 2008 nr 112 om lønns- og arbeidsvilkår i offentlige kontrakter gjelder følgende:

På områder som er dekket av forskrift om allmenngjort tariffavtale, skal Visit Bodø sørge for at ansatte i egen organisasjon og ansatte hos eventuelle under Visit Bodø ikke har dårligere lønns- og arbeidsforhold enn det som følger av gjeldende forskrifter. På områder som ikke er dekket av denne forskriften, skal Visit Bodø på samme måte sørge for at egne og eventuelle under Visit Bodøs ansatte, ikke har dårligere lønns- og arbeidsforhold enn det som følger av gjeldende

landsomfattende tariffavtale for den aktuelle bransje. Dette gjelder bare for ansatte som direkte medvirker til oppfyllelse av Visit Bodøs forpliktelser under avtalen.

Forskrift om lønns- og arbeidsvilkår vektlegges og skal redegjøres for i kontraktvilkårene.

Alle avtaler Visit Bodø inngår og som innebærer utførelse av arbeid under denne avtalen skal inneholde tilsvarende forpliktelser.

Oppdragsgiveren skal opplyse Visit Bodø om forhold som han/hun forstår eller bør forstå er av betydning for gjennomføringen av oppdraget, herunder eventuelle forventede forsinkelser.

## **10.2 Engasjement og utskiftning av tredjepart**

Oppdragsgiveren har rett til å engasjere og skifte ut tredjepart til å bistå seg i forbindelse med sine oppgaver under avtalen.

Ved engasjement og utskiftning av tredjepart skal Visit Bodø varsles.

## **11.0. Visit Bodøs mislighold**

### **11.1 Hva som anses som mislighold**

Det foreligger mislighold fra Visit Bodøs side dersom ytelsene ikke er i samsvar med de funksjoner, krav og frister som er avtalt. Det foreligger også mislighold dersom Visit Bodø ikke oppfyller øvrige plikter etter avtalen.

Det foreligger likevel ikke mislighold hvis situasjonen skyldes Oppdragsgiverens forhold eller force majeure.

Oppdragsgiverens godkjenning av forslag eller prosjektmateriale fritar ikke Visit Bodø for ansvaret for Visit Bodøs feil.

### **11.2 Oppdragsgiverens reklamasjonsfrist**

Oppdragsgiveren må innen rimelig tid påberope seg Visit Bodøs feil som han/hun blir kjent med under utførelsen av oppdraget. Etter at oppdraget er avsluttet, kan Oppdragsgiveren bare påberope seg feil som reklameres innen rimelig tid etter at han/hun har oppdaget eller burde ha oppdaget den.

Reklamasjonsfristene gjelder ikke dersom feilen skyldes forsett eller grov uaktsomhet.

### **11.3 Visit Bodøs varslingsplikt**

Hvis Visit Bodøs ytelser ved avrop på avtalen ikke kan leveres som avtalt, skal Visit Bodø så raskt som mulig gi Oppdragsgiveren skriftlig varsel om dette. Varselet skal angi årsak til problemet og så vidt mulig angi når ytelsen kan leveres. Tilsvarende gjelder hvis det må antas ytterligere forsinkelser etter at første varsel er gitt.

### **11.4 Tilleggsfrist**

Visit Bodø kan be om tilleggsfrist som må godkjennes skriftlig av Oppdragsgiveren for å kunne gjøres gjeldende. For den perioden tilleggsfristen løper, kan Oppdragsgiveren ikke gjøre gjeldende dagbot eller erstatning.

Tilleggsfrist har ingen virkning for Oppdragsgiverens rett til dagbot eller erstatning som er opparbeidet før tilleggsfristen.

### **11.5 Avhjelp**

Visit Bodø skal påbegynne og gjennomføre arbeidet med å avhjelpe misligholdet uten ugrunnet opphold, ved utbedring, omlevering eller tilleggs levering uten ekstra kostnad for Oppdragsgiveren.

## **12.0 Sanksjoner ved mislighold**

### **12.1 Retting**

Oppdragsgiveren kan kreve at Visit Bodø retter Visit Bodøfeil for egen regning og risiko, dersom dette kan skje uten å forvolde Visit Bodø urimelig kostnad og ulempe. Visit Bodø kan

Beror misligholdet på tredjemann som Visit Bodø har gitt i oppdrag helt eller delvis å oppfylle avtalen, er Visit Bodø fri for ansvar bare om også tredjemann vil være fritatt etter regelen i 2. ledd. Det samme gjelder om misligholdet beror på en under Visit Bodø som Visit Bodø har brukt, eller på noen annen i tidligere salgsledd.

Visit Bodø er ansvarsfri så lenge hindringen virker. Faller hindringen bort, kan ansvar gjøres gjeldende dersom Visit Bodø da plikter å oppfylle, men ikke gjør det. Oppdragsgiver kan i alle tilfelle kreve erstatning dersom misligholdet eller tapet skyldes grov uaktsomhet eller forsett fra Visit Bodøs side. Erstatningen er begrenset til et beløp som tilsvarer total kontraktssum/verdien av det enkelte avrop.

Denne begrensning gjelder ikke hvis Visit Bodø eller noen Visit Bodø svarer for, har utvist grov uaktsomhet eller forsett.

Dagbøter kommer til fradrag i en eventuell erstatning for samme mislighold.

### **12.6 Erstatningsbegrensning**

Erstatning for indirekte tap kan ikke kreves. Tap av data anses som indirekte tap, bortsett fra hvor dette skyldes datahåndtering som er Visit Bodøs ansvar under avtalen. Disse begrensningene gjelder imidlertid ikke hvis Visit Bodø eller noen denne svarer for, har utvist grov uaktsomhet eller forsett.

### **12.7 Heving**

En part har rett til å heve kontrakten dersom den annen part vesentlig misligholder sine kontraktsforpliktelser, eller det er klart at slikt mislighold vil inntre. Før heving skjer, skal det gis en rimelig frist til å rette forholdet.

Ved heving har Visit Bodø krav på honorar for den delen av oppdraget som er utført i henhold til kontrakten. Grunnlagsmateriale og ethvert resultat av arbeidet som er utført i henhold til kontrakten og som er betalt, har Oppdragsgiveren rett til å få utlevert og til å bruke i samsvar med reglene i punkt 4.

Den part som hever kan kreve erstatning for tap han påføres som følge av misligholdet.

Betalt dagmulkt skal gå til fradrag i erstatningen i den utstrekning den er kompensasjonsrelevant.

### **13.0 Vederlag**

Alle priser og nærmere betingelser for det vederlaget Oppdragsgiver skal betale for Visit Bodøs ytelser fremgår av avtaleformularet. Kontraktsprisen eller honoraret fastsettes i norske kroner, eksklusive merverdiavgift.

Fastpris, time- eller kostnadssatser er ikke gjenstand for regulering med mindre annet er avtalt, jf. avtaleformularet.

Utlegg dekkes bare i den grad dette er avtalt. Eventuell endring i valutakurser medfører ikke endring av kontraktsprisene.

Prisen inkluderer Visit Bodøs nødvendige utgifter i forbindelse med oppdraget, så som utgifter til skriving, internkopiering, telefon, telefaks, porto etc. Tilsvarende gjelder Visit Bodøs utgifter til deltakelse på møter og befaringer som er nødvendige for å gjennomføre oppdraget, med mindre annet er avtalt.

Visit Bodøs utgifter til reiser er inkludert i prisen. Der hvor det er forhåndsavtalt at utgifter og reisetid i forbindelse med en reise skal dekkes av Oppdragsgiveren, dekkes dette etter statens reiseregulativ, dersom annet ikke er avtalt. Reisetid begrenses til 7,5 timer per døgn.

#### **14.4 Betalingsmislighold**

Ved forsinket betaling kan Visit Bodø kreve forsinkelsesrente i henhold til lov av 17. desember 1976 nr. 100 om renter ved forsinket betaling.

#### **14.5 Innsyn ved revisjon**

Oppdragsgiver kan kreve innsynsrett i Visit Bodøs kalkyler og regnskap for kontroll av avtalte priser og betingelser.

Ved eventuell revisjon kan Oppdragsgiver etterspørre ny dokumentasjon på oppfyllelse av kvalifikasjonskravene, minstekrav og kontraktskrav. Visit Bodø plikter å levere dokumentasjon på forespørsel og plikter å bidra med nødvendig informasjon og innsyn slik at revisjon kan gjennomføres. Oppdragsgiver vil varsle revisjon skriftlig og gi en frist på minimum 7 dager på innlevering av dokumentasjon.

Brudd på denne plikten sanksjoneres med en dagbot på kr 300,- per hverdag etter skriftlig varsel. Oppdragsgiver kan velge å engasjere en fullmektig til å gjennomføre et eventuelt innsyn og stedlig kontroll.

#### **15.0 Tvister**

Partenes rettigheter og plikter etter denne avtalen bestemmes i sin helhet av norsk rett. Dersom det oppstår tvist om fortolkninger eller rettsvirkninger av kontrakten skal denne søkes løst ved forhandlinger.

Dersom en tvist i tilknytning til denne avtalen ikke blir løst etter forhandlinger, kan partene forsøke å løse tvisten ved mekling.

Partene kan velge å legge Den Norske Advokatforenings regler for mekling ved advokat til grunn, eventuelt modifisert slik partene ønsker. Det forutsettes at partene blir enige om en mekler med den kompetansen partene mener passer best i forhold til tvisten. Den nærmere fremgangsmåten for mekling bestemmes av meklere, i samråd med partene.

Dersom en tvist ikke blir løst ved forhandlinger eller mekling, kan hver av partene forlange tvisten avgjort med endelig virkning ved norske domstoler.

Oppdragsgivers forretningsadresse er vernetting. Partene kan alternativt avtale at tvisten skal avgjøres ved voldgift.