

Til arbeidsgruppens medlemmer

2014-06-13

Referat fra møte i arbeidsgruppen

Tid: Torsdag 5. juni kl.16.00 – Fredag 6. juni kl.13.00

Sted: Rømskog SPA&Resort

Til stede: Liv Lindskog
Gina Finsrud
Linda Duffy
Kjersti Berg Sandvik
Vidar Østenby
Elisabeth Dammyr(referent)
Rita Lindblad Berget
Grete Elgetun
Espen Bråthen
Erik Bakke
Roar Høisveen

Saker for gjennomgang

Haldenkanalen Regionalparks styreleder Helge Kolstad beskrev oppstarten av Regionalparken, historisk bakgrunn, utfordringer og fokus for fremtiden.

Vidar begynte med å si at han håper at arbeidsgruppen skal være det operative organet for arbeidet i Regionalparken, at Regionalparken skal forsterke den aktiviteten som de i arbeidsgruppen allerede driver med. Vidar stilte spørsmålet: I forhold til å utføre det faktiske oppdraget, **Hvordan skal arbeidsgruppen arbeide i praksis?** Oppsummerte kommentarer til spørsmålet:

Det er viktig at arbeidsgruppen har jobbet godt i forkant av møtene hva som skal gjøres. At vi gjør det så bra som mulig. Hvis arbeidsgruppa får legge fram ting i forkant til styret så vi slipper å få ting i etterkant å bli frustrert over det, det bør være tydeligere med aktiviteter og frister, hvis ikke fristen møtes så blir det konsekvenser for den kommunen og da blir det den kommunens eget feil. Nyhetsbrev, - Intranett- viktig å kunne sende ut forskjellige typer info til forskjellige personer. Alle trenger ikke å vite alt. Innholdet i handlingsplan bør komme fra arbeidsgruppa og så presenterer Vidar det for styret.

Rolleavklaring-hvilke fullmakter de enkelte har: styret, arbeidsgruppen og parkadministrasjonen?

Må være denne arbeidsgruppens rolle å bestemme hva pengene skal brukes til, hvem som skal gjøre aktivitetene og ikke at styret skal gå inn i detaljene.

Hvordan kan da kanalen som reisemål løses når vi har tre reiselivsorganisasjoner?

Kommentarer: Produktutvikling er det viktigste, hvordan kan RP bidra til det?

Aktiviteter for 2015 er det viktigste, viktig å satse på det som er bra og ikke finne opp nye ting, satse på de aktører som vil noe. Det må være den enkelte aktør som skal drive produktutvikling. RP er ikke en produktutvikler. RP skal være en motivator for produktutvikling. Spille mere på hytteeiere som ressurspersoner.

Rolleavklaringsgreie: Kommentarer: Direkte støtte, veiledelse til bedrifter som ønsker å utvikle seg.

Å jobbe med stedet i seg selv, stedsutvikling- ting for å gjøre plassen mer attraktiv, der er RP sin rolle å få samordne alle disse rollene som bygger opp interessene mot hverandre.

Stort lokalt engasjement, hvordan hjelpe de som driver? Jo, gjennom å skaffe kunder, RP bør ha en god hjemmeside for å finne ut hva som skjer i regionalparken, få den siste informasjon gjennom denne hjemmesiden. Det skal bli det naturlige stedet å gå inn. Så må vi velge noen som vi ønsker å profilere mest, det må RP kunne bidra med.

Enig at det er viktig å støtte aktørene, at RP kan ta den rollen, RP må ha en rolle å knytte aktørene sammen, jeg trudde at RP skulle drive med næringslivsutvikling og at det skulle være en støttespiller for kommunene.

Produktutvikling/» Reasons to go» til Regionalpark Haldenkanalen:

Kommentarer: viktig at vi beholder lokal kontakt med aktørene. Vi mangler THE REASON TO GO!! Vi trenger en grunn for at folk skal komme. Vi har noen signalarrangement. RP kan være pådriver og løfte ting, de små lokale tingene er for små for å få folk til å komme, forslag på utviklingsprodukter: Villmarkscamper, Tråkkebåter, Robåter, må tenke ut fra en næringsdrivendes perspektiver, - det er veldig tøft regnestykke å drive med utleie av kanoer/kajakker osv.

Neste styremøte mandag 16. juni - hva er arbeidsgruppens meninger med produktutvikling?

Hva gjør vi? Hvordan gjør vi det? Hva vil vi anbefale til styret?

Kommentarer: Hvis arbeidsgruppen kan avsette tid til rådgivningstimer til de ulike aktørene så tror jeg det vil være hensiktsmessig i forhold til neste sesong. —**KOMPETANSECENTER** for etablerte og de som ønsker å bli næringsdrivende aktører innenfor opplevelsesnæringen eller andre næringer.

RP må være behjelpelig til aktørene, med produktutvikling osv. Vi trenger å si til aktørene at de skal ta kontakt med kommunehuset istedenfor Innovasjon Norge.

AH startet fra fire år siden: **Etablerertjenesten, rådgiving og veiledning av kommunen**, og det er ikke så mange som starter i året, og særlig ikke innenfor opplevelsesnæringen.

Vi sliter i RP nå med å få samhandling å tenke større en å sitte på hver vår tue og tru at verden snurrer kring akkurat vår kommune.

Etablere service/turistnæringen -burde være et kompetansesenter på flihuset på Ørje, knytte etablerte miljøene inn i den setningen. Trur ikke på noen måte at et fylkesteknisk selskap skal jobbe mot næringen, for det skal ivaretas lokalt, Næringslivsstøtte/rådgiving/veiledningstjeneste prøve å overføre den kompetansen og etablere det på Ørje. Kanskje da satse på OPPLEVELSESNERINGEN, at de andre kommunene kan bruke dette stedet. Norges eneste etableringstjeneste for opplevelsesnæringen?? ---Kunne samle det på ett sted.

Kanskje det skulle være en gulrot å kunne søke penger fra et næringsfond som RP om besørger? Det med fond er viktig, vi i de fem kommunene må da gå sammen å bli enig om det. Slike stimuleringsmidler er vi kanskje nødt til å ha. Etableringstjenesten kanskje kunne administrere næringsfondet?

Jeg ser behovet av å koordinere de diskusjonene i styret og de som er i arbeidsgruppene, da jeg hører at det er mange gode ideer i arbeidsgruppen.

Til orientering:

Oversiktskart Haldenkanalen Regionalpark:

Liv redegjorde for oversiktskartet og at det kommer å sendes ut innen to kommende ukene.

Inter-Reg Na-tur

Øystein Toverud, Utmarksavdelingen:

Sykkel, vandring og kano. Hovedfokus: sykkel og vandring.

Felles salgsportal som er utviklet og ligger under Dalslands turist

Selger mange av våre produkter direkte mot det tyske markedet----heldig situasjon at vi selger veldig bra.

Ekstremt viktig å være konkrete, tenke: hvordan er det vi får laget kommersielle produkter som dreier seg om sykkel og kano?

Øystein er opptatt av å koble det til overnattingsstedet og hvis vi ikke gjør det så kan vi ikke selge produktet. En strategi på å beskytte eksklusiv informasjon slik at det er mulig å **tjene penger på dette her**.

I forhold til dette med å utvikle turisme - Hvordan kommersialisere allmenne tilbud?

Personen får en GPS med beskyttet informasjon, ingen andre får den informasjon, den går ikke å overføre til andre – derfor blir den eksklusiv.

Identifisering av innfallspor

Erik Vitanza er avhengig av å få tak i gode kart for å jobbe i detalj med dem.

Hva ser man når man skal legge til på de ulike tettstedene? Hva er mest negativt og positivt? Hvem kan mest om dette? Hvem trenger vi å snakke med? Linda hadde en gjennomgang med arbeidsgruppen som ga innspill og svar på de ovennevnte spørsmålene på de utvalgte plassene i regionen.

Markedsføring på ALLSANG PÅ GRENSEN:

Forslag til markedsføringsaktiviteter på arrangementet: ALLSANG PÅ GRENSEN

Sittunderlag Med logotype Haldenkanalen Regionalpark

Sjekke pris og se hva vi har råd med.

Viktig å gjøre noe på plass, når vi nå betalt mye penger i sponsring

Ansiktsmåling--....trekker til seg folk

Alpakkor?

Konkurransen-premier?

Hvem skal vi invitere?

Lage en invitasjon til kommunene der de sender ut til de som har arrangementer og de velger ut aktører/arrangement som skal være med på stand på «sin» dag.

Kommunene får hver sin dag.

+ Padleklubben får en dag

+ Engebret Soot-spelet

Halden padleklubb – vise frem kanalturen 2015

Klatring på grensen

Handlingsplan 2015:

Følgende saker ble tatt opp:

- Inter-reg prosjekt mellom Hedmark-Akershus-Østfold-Värmland - mere overordnet utviklingsprosjekt samtidig som det kommer å være fokus på produkter knyttet til outdoor - aktiviteter.
 - Inter-reg prosjekt NA-TUR, (Øystein Utmarksavdelingen) videreutvikling-mer konkret jobbing
 - Etablererservice - Starte opp et servicesenter for de som vil etablere en opplevelsesnæringsbedrift og/eller de som vil utvikle sin etablerte bedrift. Lage et kompetansesenter på Ørje-Flishuset eller andre lokaler da flishuset ennå ikke er ferdig.
 - Produktutvikling-ta tak i de aktører vi har å prøve å utvikle de produktene
 - Hyttetreff
 - Enkle stativer for brosjyrer som ser pene ut og som er enhetlig.
 - reiselivsmessen som et samlingspunkt for regionalparken, den sammenhengen som er nå er kjempeviktig, viktig for å bli kjent med hverandre- det er menneskene som driver arbeidet fremover.
 - Årshjul med faste aktiviteter.
 - Tråbåter med Regionalparkens logotyper på.
-