

# «Sammen for Tynset mot 2030»

Kortversjon reiselivsplan for Tynset

## 1. Status

Natur og kultur er de viktigste ressursene for opplevelsesnæringen i Tynset kommune. Rundt om i kommunen er det flere små reiselivs- og kulturnæringsaktører. Savalen er det mest kjente og tilrettelagte opplevelsestilbudet i kommunen. Destinasjonen er kjent for vinteraktiviteter, spa- og velværetilbud. Etterhvert også tilrettelagte sommeropplevelser med sykkel, vandring og innsjøen Savalen som de mest sentrale.

Tynset er naturligvis mer enn Savalen og det finnes både historiske landemerker, levende seterdaler, kulturarrangementer og rike muligheter for jakt og fiske i kommunen.

Skatteinngangen til kommunen fra ansatte i reiselivsnæringen er 4,2 mill kr i 2017 (NHO Reiseliv). Samlede kommersielle overnattinger i Nord-Østerdal økte med 5 % fra 2017 - 2018. Økningen utgjøres i sin helhet av norske gjester. Utenlandske gjestedøgn utgjør kun 18 % av de totale overnattinger i regionen. Tilsvarende tall for Hedmark fylke er 28 % i 2018.

Sett bort fra Savalen Drift AS, og Tynset hotell og Kvikne fjellhotell, består opplevelsesnæringen i Tynset kommune av små aktører og enkeltpersonforetak. Reiseliv- og opplevelsesaktører er ikke lokalt organisert, men Tynset kommune har signert en samarbeidsavtale med Destinasjon Røros. Enkelte av aktørene i kommunen er medlemmer i Destinasjon Røros.

Det er vilje og evne til å utvikle destinasjonen blant aktørene i Tynset og det offentlige. Ressursgrunnlaget i form av natur, kultur og stedlige kvaliteter er tilstede. Reisemålets beliggenhet i forhold til det regionale, nasjonale og de internasjonale markedene, er en utfordring for aktørene.

## 2. Mål

Hovedmålet er å skape over 150 nye helårs kompetansearbeidsplasser i kommunen frem mot 2030.

I et mål bilde for opplevelsesnæringen i Tynset 2030 er basisgrunnlaget lett tilgjengelige og helhetlige opplevelser som bygger på varierte naturopplevelser i ulike deler av året, i kombinasjon med lokal kultur. Savalen er utviklet som et fyrtårn for reiselivet i regionen og kombinerer det eventyrlige med kompakte, lett tilgjengelige og godt organiserte naturopplevelser. Reisemålet er også i internasjonale målgrupper kjent for uberørt natur, stillhet, seterlandskap, julenissen, lokalmat opplevelser og gode kulturarrangementer.

I lokalsamfunnet er næringen viktig for vekst av helårs kompetansearbeidsplasser og lokal verdiskaping som har bidratt til tilbakeflytting og tilflytting til kommunen.

Hovedgrep som er tatt for å utvikle næringa er styrket samhandling mellom det offentlige og næringsaktørene, utvikling av Savalen som helårsdestinasjon, utvikling av helhetlige og pakketerte opplevelser, en felles portal, styrket markedsføring og en tydeligere rolle for Tynset kommune som utviklingspartner for næringsaktørene.

Kvalitative mål er:

Indikatorer	Status 2018	Mål 2020	Mål 2025	Mål 2030
Kommersielle gjestedøgn hele året (hotell & camp)	159 414 *	172 400	212 000	270 000
Kapasitetsutnyttelse rom, året (hotell)	44,2 % *	47,8 %	55,9 %	74,9 %
Skatteinntang	4,2 mnok **	4,56 mnok	5,99 mnok	8,02 mnok
Antall arbeidsplasser	161 **	184	241	323
Verdiskapingsvekst	Ikke tilgj.	+ 3 % årlig	+ 2 % årlig	+ 3 % årlig
Ringvirkninger, andre nær	Ikke tilgj.	+ 2 % årlig	+ 2 % årlig	+ 3 % årlig

### 3. Hovedstrategi og delstrategi

**Hovedstrategien** i perioden 2020-23 er å styrke attraksjonskraften til Tynset ved å utvikle Destinasjon Savalen som en helårsdestinasjon. En skal bruke 4 5% av alle tilgjengelige ressurser i denne perioden til å styrke attraksjonskraften og tilgjengeliggjøre reiselivsproduktene i Tynset. Av disse ressursene skal 80 % prioriteres til å styrke vinteren. Resterende benyttes for å styrke tilbudet om sommeren. Hovedmålet 2020-23 er å ha etablert Savalen som en helårsdestinasjon og som trekker gjester til Tynset, som og sikrer omsetning i andre opplevelsesbedrifter. Inn under strategien hører også en plan for hvordan opplevelser på Savalen skal knyttes til andre opplevelser i kommunen. Dette gjøres for å sikre mangfold og bredde i produktspekteret.

**Første delstrategi** er å styrke markedsposisjonen i utvalgte målgrupper ved å definere hva en vil bli oppfattet som, og styrke kommunikasjonen rundt dette. Av alle tilgjengelige ressurser skal vi benytte 30% til markedsøkning. Delmål er å opparbeide ny trafikk i vintersesongen som gir 10 % vekst i 2021, 2022 og 2023.

**Andre delstrategi** er å styrke markedsføringen av Savalen som helårsdestinasjon i internasjonale markeder. Dette vil begrense seg til ett eller to markeder, og må sees i sammenheng med større prosjekter i samarbeide med andre. Av alle tilgjengelige ressurser skal en benytte 20 % til markedsutvikling. Delmål er å øke kapasitetsutnyttning målt i rom på hotellene til 54 % i 2023.

**Tredje delstrategi** er å starte et mer langsiktig arbeid med kompetanseheving, spesielt innen digitalisering, opplevelsesproduksjon og bærekraft. En vil benytte 5% av alle tilgjengelige ressurser til dette. Delmål er å ha gjennomført kompetansehevende tiltak for næringen innen digitalisering (2020), pakking-distribusjon-salg (2020) opplevelsesproduksjon (2021) og vertskap (2021), samt lage en plan for utvikling av infrastruktur innen Q2/2021. Tiltak 2020-23

### 4. Hovedinnsatsområder 2020-23

Målsettingene er langsiktige (10 år), mens strategiene og avledete innsatsområder og tiltakene gjelder for kortere perioder (3 år).

Det foreslås at hovedinnsatsene i kommende 3-års periode fokuseres på å bruke Savalen som fyrtårn som grunnlag for en brattere omsetningsutvikling for reiselivsaktører i hele kommunen. Dette sammen med fokus på bærekraft i form av å arbeide for å få «Merket for Bærekraftig Reisemål», samt å starte en mer langsiktig og felles bygging av markedsposisjon for aktørene innen opplevelsesnæringen i Tynset.

Det foreslås å bruke Savalen som et regionalt fyrtårn. Utgangspunktet for dette er at en **sterkere satsing på fyrtårnet vil gi flere besøkende til alle**. Det er forskjell på de store og små aktørene, og en sterkere satsing på Savalen som fyrtårn og et forpliktende samarbeid mellom fyrtårnet og for eksempel aktører i Tynset sentrum, på Kvikne og i andre deler av kommunen, vil kunne gi resultater for alle. Bruk av fyrtårn er et kjent virkemiddel i reiselivsnæringen. Fjorder, fjell og Nordlys er benyttet som tematiske fyrtårn i profilering av det nasjonale reiselivet. Flere regioner har egne fyrtårn og erfaringen viser at fyrtårn-strategier fungerer der det er inngått forpliktende samarbeid mellom fyrtårnet og andre aktører/områder (eks: Ålesund & Sunnmøre, Nordkapp & Nord-Norge, Flåm & Norway in a Nutshell). Bruk av Savalen som fyrtårn krever et forpliktende samarbeid som sikrer at trafikken spres til alle deler av kommunen. Det er en forutsetning i denne planen.

Det foreslås videre å starte prosessen med å kvalifisere Tynset til Innovasjon Norges «Merke for Bærekraftig Reisemål». Her anbefales det å bruke erfaring fra Røros for å gjennomføre dette i en så effektiv og involverende prosess som mulig.

## 5. Tiltaksplan og budsjett

Det foreslås følgende tiltaksplan i perioden 2020-22.

Nr	Tiltak	Kostnad		
		2020	2021	2022
1	Merket for bærekraftig reisemål	425 000	650 000	650 000
2	Destinasjon Savalen, fyrtårn for Tynset	100 000	-	-
3	Opplevelsespakker Tynset	100 000	-	-
4	Fly2Røros	150 000	-	-
5	Kompetanseutvikling	80 000	180 000	80 000
6	Slik vil vi bli oppfattet (posisjonering)	400 000	300 000	300 000
7	Tynset-vert	135 000	25 000	25 000
8	Hyttebrukerne - vårt nærmeste marked	10 000	10 000	10 000
9	Opplevelse Arena Rørosregionen	20 000	20 000	20 000
10	Studietur	50 000	-	50 000
11	Analyser (verdiskaping, ringvirkning og gjest)	300 000	-	30 000
12	NTW 2020	90 000	-	90 000
13	Infrastruktur-plan	-	-	-
	<b>Sum</b>	<b>1 860 000</b>	<b>1 185 000</b>	<b>1 255 000</b>
	Prosjektledelse gjennomføring av planen	300 000	300 000	300 000
	<b>Total, sum</b>	<b>2 160 000</b>	<b>1 485 000</b>	<b>1 555 000</b>
		Finansiering		
Finansieringskilde		2020	2021	2022
Næringsaktørene (25 %)		540 000	371 250	388 750
Tynset kommune (35 %)		756 000	519 750	544 250
Innlandet fylkeskommune (15 %)		324 000	222 750	233 250
Innovasjon Norge (25 %)		540 000	371 250	388 750
<b>Sum</b>		<b>2 160 000</b>	<b>1 485 000</b>	<b>1 555 000</b>

Budsjettet omfatter kun tiltakene og kjøp av eksterne tjenester. De totale kostnadene per år er et minimum av hva Tynset må investere i utvikling av opplevelsesnæringen for å nå målene definert i denne prosessen. Kostnadene i forbindelse med tiltak nr 1, «Merket for bærekraftig reisemål», er i stor grad kostnader til lokal prosjektleder og denne kan muligens kombineres med en stillingsressurs som på en bredere basis kan jobbe med gjennomføring av planen.

Tiltak 6 "Posisjoneringsstrategi" (kr 400 000 i 2020) og tiltak 11 "Verdiskaping og ringvirkningsanalyser" (3. år) er engangskostnader. Kostnader som omfatter eksterne leverandører er estimert og ikke definert med bakgrunn i innhentet tilbud for Tynset. I tillegg til kostnadene som gjennomføring av tiltaksplanen adresserer, kommer videreføring av avtale mellom Tynset kommune og Destinasjon Røros. Vårt råd er at samarbeidet videreføres gitt sammenfallende posisjonerings-strategi og styrket bestillerevne fra Tynsets side.