



Beiarn kommune
8110 MOLDJORD

MØTEINNKALLING

Utvalg: FORMANNSKAPET
Møtested: Møterommet, Kommunehuset
Møtedato: 30.11.2016 **Tid:** 09:00

Eventuelt forfall meldes til tlf. 75569000
Varamedlemmer møter etter nærmere avtale.

Innkalte:

Funksjon	Navn	Forfall Innkalt for
Leder	Monika Sande	
Medlem	André Kristoffersen	
Nestleder	Håkon André Nordberg Sæther	
Medlem	Linda Tove Tverrånes Moen	
Medlem	Gudbjørg Haukdal Navjord	

SAKSLISTE

Saksnr. **Arkivsaksnr.**
Tittel

Presentasjon av Arena Beiarn.

REFERATER

44/16	16/1160 GODKJENNING AV PROTOKOLL - FORMANNSKAPET
45/16	16/1042 DESTINASJONSSTRATEGI SALTEN
46/16	16/692 BUDSJETT 2017

Beiarn kommune, 23.11.2016

Monika Sande
Ordfører

REFERERES FRA DOKUMENTJOURNAL

Dato: - Utvalg: FSK Formannskapet

Saksnr Løpenr	Regdato Navn Innhold	Avd/Sek/Sakb	Arkivkode
16/461-14 6629/16	15.11.2016 Gildeskål kommune INVITASJON TIL MØTE VEDR. SJØFOSSEN NÆRINGSUTVIKLING AS. MANDAG 21.11.16 KL.14.00 KOMMUNEHUSET INNDYR	BK//OPN 250	
16/316-16 6742/16	22.11.2016 HOVEDPLAN VANNFORSYNING - BEREGNING AV SELVKOST VED GJENNOMFØRING AV INVESTERINGSPLAN	BK/TEK/FM M10	
16/789-8 6754/16	22.11.2016 Nordland fylkeskommune INNSPILL TIL HANDLINGSPROGRAMMET FOR RTP - NORDLAND FRA SALTDAL, BEIARN OG BODØ KOMMUNE. FV. 812 OG 813	BK//OPN 131	

GODKJENNING AV PROTOKOLL - FORMANNSKAPET

Saksbehandler: Karin Nordland
Arkivsaksnr.: 16/1160

Arkiv: 033

Saksnr.: Utvalg
44/16 Formannskapet

Møtedato
30.11.2016

DESTINASJONSSTRATEGI SALTEN

Saksbehandler: Bjørnar Brændmo
Arkivsaksnr.: 16/1042

Arkiv: 026

Saksnr.: Utvalg
45/16 Formannskapet

Møtedato
30.11.2016

Rådmannens innstilling:

Beiarn kommune inngår avtale om nytt destinasjonsselskap i Salten, i hht. vedlagte utkast til innholds og økonomiske modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet. Avtalen erstatter samarbeidsavtalen som i dag er mellom Beiarn kommune og Visit Bodø.

Kostnad for 2017, inntil kr.114.000, finansieres over Næring 1700.

Avtalen mellom destinasjonsselskapet og kommunene må ha en utforming som ivaretar den enkelte kommunes mål/strategier for utvikling av reiseliv/opplevelsesnæringer.

Deltagende kommuner må avklare seg imellom og med destinasjonsselskapet om det skal kreves styrerepresentasjon og dette må da formuleres i avtaleutkastet.

Saksutredning/Bakgrunn

Salten regionråd har med forankring i Saltenstrategiene 2012-2016 tatt initiativet til utforming av et prosjekt for en helhetlig organisering av reiselivsnæringa i Salten. Dette er i tråd med nasjonale føringer. Prosjektet skal synliggjøre både hvordan de ulike aktører og kommunene i regionen kan samhandle og aktuell framtidig organisering av reiselivsnæringen. Følgende vedtak er fattet i Salten Regionråd i løpet av prosessen:

SR Sak 45/13

Salten Regionråd tar initiativ til å sette i gang et nasjonalt pilotprosjekt hvor formålet er å gjennomføre en prosess for å bidra til en framtidig felles organisering av reiselivet i Salten. Dette skal bidra til økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen i Salten.

SR-sak 40/15

Salten Regionråd vedtar destinasjonsstrategi for Salten med de innspill som framkom i møtet og ber om at kommunene slutter seg til strategien. En felles destinasjonsorganisering i Salten bør ha til hensikt å bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag. Allerede etablerte merkevarer bør søkes videreført i destinasjonsorganiseringen. Arbeidsutvalget gis fullmakt til å utføre "Pilot Salten" som et ledd i det videre arbeidet med å etablere en innovativ og fremtidsrettet destinasjonsorganisering i Salten. Herunder finne fram til en hensiktsmessig organisering og finansiering av "Pilot Salten".

Beiarn kommune sluttet seg til destinasjonsstrategien i Formannskapssak 33/14, den 09.09.2014

Visit Bodø har utarbeidet et utkast til innholds- og økonomisk modell for felles destinasjonssatsing. Utkastet følger som trykt vedlegg.

Den vedtatte destinasjonsstrategien bygger på fire strategier og har som overskrift: **Salten som reisemål mot 2025**, med visjonen : **strategien skal bidra til vekst, verdiskaping og opplevelser i i verdensklasse.**

De fire strategiene er:

1. Posisjonsstrategiene – oppnå en tydelig posisjon i de ulike kundegruppenes hukommelse.
2. Opplevelsesstrategi – skape verdi for de ulike kundegruppene gjennom tilpasning og opplevelse
3. Relasjons- og salgsstrategi – skape sterke, varige og gjensidige relasjoner mellom selgere og beslutningstakere i definerte målgrupper.
4. Destinasjonsservice – Bodø og Salten skal oppleves som et trafikknutepunkt med god infrastruktur og servicekvalitet

Oppgaver i destinasjonssamarbeidet vil være:

- Marked og media
- Opplevelsesdesign
- Destinasjonssalg
- Utvikling og nettverk
- Kompetanse og møteplasser
- Destinasjonsservice

Pilot Salten – implementeringsfasen

I SR-sak 17/16 ble følgende vedtatt:

En felles destinasjonsorganisering i Salten skal ha en hensiktsmessig organisering og bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag og skal implementeres i destinasjonsselskapet Visit Bodø. Implementeringsprosessen iverksettes iht. forelagte planer. Det etableres en regional arbeidsgruppe på fire-fem personer som skal bidra til å kvalitetssikre og gjennomføre prosessen iht planene. Salten Regionråd bidrar med kr. 100.000,- til implementeringsfasen.

Implementeringsfasen gjennomføres i løpet av 2016 med prosjektnavnet:

Innovativ og bærekraftig destinasjonsorganisering Salten – Implementeringsfasen.

Prosjektet er organisert med en rådgivende arbeidsgruppe, prosjektleder, prosjektmedarbeider og prosjektansvarlig. Salten Regionråds sekretariat er observatør.

Forslaget er forankret i Rådmannsutvalget i Salten før oversending til kommunene hvor saken vurderes og behandles i de respektive kommunestyrer.

I tillegg til dette er det svært viktig å bygge en felles forståelse av hva de ulike sektorenes rolle er. Her er kommunens rolle spesielt viktig. Dette gjelder spesielt i en oppbyggingsfase i merkevarebyggingen av destinasjonen Salten.

I det vedlagte utkastet til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø, ad felles destinasjonsstrategi beskrives de ulike roller.

Avtalenes formål vil være å sikre en bærekraftig inntektsmodell for en innovativ, fremtidsrettet og bærekraftig destinasjonsorganisering i Salten som igjen skal legge til rette for verdifulle nettverk, kryssrelasjoner, innovasjon og kundetilfredshet og kvalitetsmessig gode leveranser av tjenester. Kommunenes kjøp av tjenester skal gi viktige bidrag til at kommunene når sine mål knyttet opp mot reiselivs- og opplevelsesutvikling.

Utkastet til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet har som vedlegg en økonomisk modell. Det finnes ingen nasjonale standarder for dette. I følge rapporten "En kvantitativ analyse av destinasjonstrukturen i Nord-Norge" utarbeidet av TD Consulting AS på oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet, bidrar kommunene i Nord-Norge i snitt med 38,83 per innbygger til reiselivsnæringa. Dersom det forutsettes at dette er eksklusive drift av turistinformasjon og med 80 000 innbyggere i Salten vil denne satsen eksempelvis utgjøre en inntekt fra kommunene i Salten på ca. 3,1 millioner kroner.

I notatet synliggjøres en økonomisk modell hvor finansieringen baseres på kombinasjon mellom grunnbeløp og innbyggertilskudd. Det er gjort to alternative beregninger.

Alt 1, grunnbeløp på 70 000 kroner samt 23,37 kroner pr innbygger. Dette alternativet vil gi Beiarn en utgift på kr. 94.166.-. Totalt for de ni kommunene i Salten 2,51 millioner kroner.

Alt 2, grunnbeløp på 90 000 kroner samt 22,97 pr innbygger. Dette alternativet vil gi Beiarn en utgift på 113 757 kroner. Totalt for Saltenkommunene 2,66 millioner kroner.

Vurdering:

Samhandling er nøkkelen til suksess i destinasjonsutvikling. Samskaping på tvers av kommunegrensene og sektorer samt mellom næringsliv, offentlige myndigheter, FoU og frivillig sektor. En langsiktig, systematisk og forutsigbar satsing er også en nødvendighet for å lykkes.

Utkastet til innholds- og økonomisk modell for felles destinasjons-satsing viser hvordan et slikt samarbeid kan driftes og hvordan et slikt samarbeid kan finansieres.

Beiarn kommunes samarbeidsavtale med Visit Bodø i dag koster kr. 50.000.-

Det betyr at Beiarn kommune må ta stilling til, både den foreslåtte samarbeidsmodellen mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet, samt økonomimodell for å finansiere samarbeidet. Salten regionråd vedtok i sak SR 17/16 at felles destinasjonsorganisering i Salten skal bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag og skal implementeres i destinasjonsselskapet Visit Bodø

Formen på samarbeid med destinasjonsselskap, som beskrevet i utkast til felles samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet, må være i tråd med kravene til offentlige anskaffelser.

Et regionalt samarbeid knyttet til reiseliv i Salten vil bety en større slagkraft og effektivisering av utviklingsarbeidet og føyer seg inn i det nasjonale strukturprosjektet, ledet av Nærings- og fiskeridepartementet.

Det vil også føye seg inn i Nordland fylkeskommunes nye reiselivs- og opplevelsesstrategi. En felles destinasjonsorganiseringen i Salten vil dermed være inngangsbilletten til den nasjonale reiselivsstrukturen.

En avtale mellom kommunene i Salten og et destinasjonsselskap skal være et verktøy for kommunene for å nå sine strategiske mål knyttet til næringsutvikling generelt og reiselivs- og opplevelsesutvikling spesielt. Det er viktig at avtalen mellom destinasjonsselskapet og kommunene har en utforming som ivaretar den enkelte kommunes mål/strategier for utvikling av reiseliv/opplevelsesnæringer.

Kommunenes samarbeidsavtaler med et felles destinasjonsselskap vil kunne danne grunnlag for å utløse finansiering til større utviklingsprosjekter som føyer seg inn i en strategisk destinasjonsutvikling for regionen Salten.

Destinasjonsselskapet rapporterer årlig og sammen med kommunene gjøres ei evaluering av samarbeidet.

Hvis samarbeidet baseres på avtale mellom Visit Bodø direkte og kommunene i Salten, ikke med grunnlag i en anbudsprosess, så kan det vurderes om kommunene i Salten skal ha en representant i destinasjonsselskapets styre. Denne representanten kan f.eks. velges av Salten regionråd.

For å ha forutsigbare betingelser, spesielt i etableringsfasen, bør avtalens varighet være minimum tre år, med mulighet for forlengelse i to nye år.

De to foreslåtte alternative økonomimodellene, med grunnbeløp pluss andel pr innbygger, utgjør en forholdsvis liten forskjell for Beiarn kommune sin del.

Kostnadene fordobles ut fra dagens avtale, men innholdet, som beskrives i vedlegget, er mye mere omfattende enn dagens samarbeidsavtale. Når det skal satses på reiseliv i kommunen er det av avgjørende betydning å kunne gjøre seg synlig gjennom et oppegående destinasjonsselskap og de kanaler de disponerer.

Vedlegg:

Destinasjonsstrategi Salten – utkast til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø.



Destinasjonsstrategi Salten

- Utkast til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø.



- Utkast til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø.

Destinasjonsstrategi

Salten Regionråd har med forankring i Salten strategiene for 2012 – 2016, har tatt initiativet til utforming av et prosjekt for en helhetlig organisering av reiselivsnæringen i Salten. Prosjektet har også sin bakgrunn i Nordland fylkeskommunes reiselivssatsing samt det nasjonale strukturprosjektet tilknyttet Nærings- og fiskeridepartementet. Visit Bodø har hatt prosjektansvaret.

Følgende vedtak er fattet i Salten Regionråd i løpet av prosessen:

SR Sak 45/13

Salten Regionråd tar initiativ til å sette i gang et nasjonalt pilotprosjekt hvor formålet er å gjennomføre en prosess for å bidra til en fremtidig felles organisering av reiselivet i Salten. Dette skal bidra til økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen i Salten.

SR-sak 40/15

Salten Regionråd vedtar destinasjonsstrategi for Salten med de innspill som framkom i møtet og ber om at kommunene slutter seg til strategien.

En felles destinasjonsorganisering i Salten bør ha til hensikt å bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag. Allerede etablerte merkevarer bør søkes videreført i destinasjonsorganiseringen.

Arbeidsutvalget gis fullmakt til å effektivere "Pilot Salten" som et ledd i det videre arbeidet med å etablere en innovativ og fremtidsrettet destinasjonsorganisering i Salten. Herunder finne fram til en hensiktsmessig organisering og finansiering av "Pilot Salten".

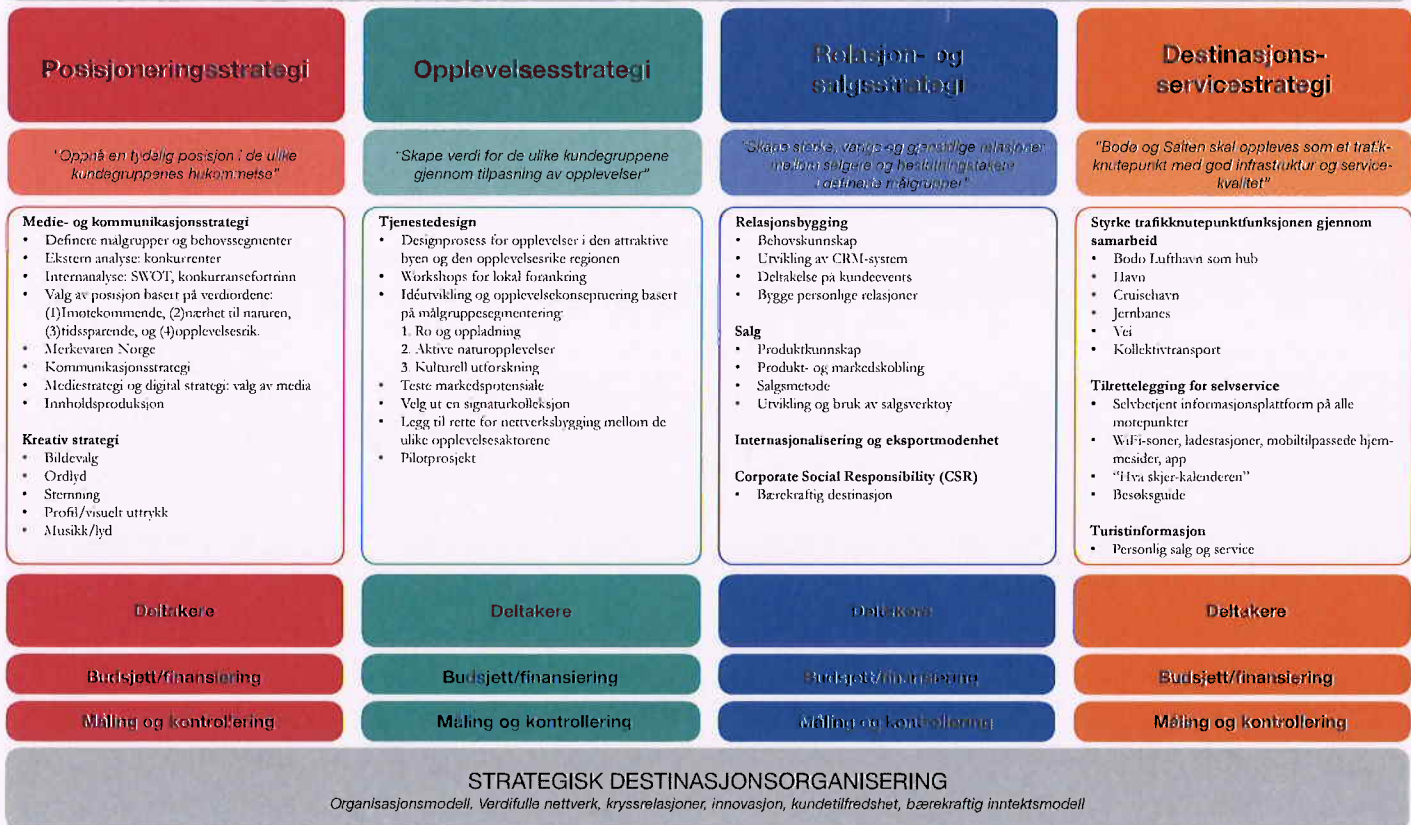
Følgende destinasjonsstrategi og modell for innhold ble vedtatt:

DESTINASJONSSTRATEGI SALTEN

Salten som reisemål mot 2025

VISJON

"Strategien skal bidra til vekst, verdiskaping og opplevelser i verdensklasse"



STRATEGISK DESTINASJONSORGANISERING

Organisasjonsmodell, Veridfulle nettverk, kryssrelasjoner, innovasjon, kundetilfredshet, bærekraftig inntektsmodell

Implementeringsfasen

I SR-sak 17/16 ble følgende vedtatt:

En felles destinasjonsorganisering i Salten skal ha en hensiktsmessig organisering og bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag og skal implementeres i destinasjonsselskapet Visit Bodø. Implementeringsprosessen iverksettes iht forelagte planer.

Det etableres en regional arbeidsgruppe på fire-fem personer som skal bidra til å kvalitetssikre og gjennomføre prosessen iht planene. Salten Regionråd bidrar med kr. 100.000,- til implementeringsfasen.

Implementeringsfasen gjennomføres i løpet av 2016 med prosjektnavnet:

Innovativ og bærekraftig destinasjonsorganisering Salten – Implementeringsfasen.

Beskrivelse

Samhandling er nøkkelen til suksess i destinasjonsutvikling. Samhandling på tvers av kommunegrenser og sektorer. Samhandling mellom næringsliv, offentlige myndigheter, FoU og frivillig sektor. En langsiktig, systematisk og forutsigbar satsing er også en nødvendighet for å lykkes.

En annen kritisk faktor er at alle sentrale aktører har en felles forståelse for viktige begreper som blant annet destinasjonsutvikling, opplevelsesnæring, destinasjonsorganisering og merkevarebygging.

Sentrale begrep i opplevelsesbasert verdiskaping og reiselivsutvikling er:

- Opplevelsesbasert verdiskaping
- Opplevelsesutvikling i reiselivet
- Destinasjonsutvikling
- Merkevarebygging av en region
- Nasjonal reiselivsstruktur
- Eksportmodenhet

I tillegg til dette er det svært viktig å bygge en felles forståelse av hva de ulike sektorenes rolle er. Her er kommunens rolle spesielt viktig. Dette gjelder spesielt i en oppbyggingsfase i merkevarebyggingen av destinasjonen Salten.

Kommunens rolle i destinasjonsutvikling

- Produkteier
Offentlige rom, strender, parker, museer, kulturhus, havn, idrettsarenaer, etc.
- Rammesetter
Planmyndighet, bestemmer åpningstider, gir skjenkebevilgninger og løyver etc.
Kommuneplanens arealdel er særlig viktig.
- Utviklingsaktør
Næringsfond, næringsplaner, være medinvestor, partner i regionalt samarbeid gjennom blant annet Salten Regionråd og interkommunalt samarbeid, etc.
- Vertskapsfunksjon
Turistkontor, turistinformasjon på nett og i trykte guider, skiltning, offentlige toaletter etc.

Andre viktige forhold er også:

- Hvordan kommunen definerer reiselivsmessig infrastruktur.
- Hvordan reiselivet involveres i viktige planprosesser.
- Hvordan samarbeidet og samhandling over kommunegrensene organiseres og finansieres i felles utviklingsprosjekter og satsinger - som for eksempel Sykkel i Salten.
- Nødvendige administrative ressurser settes av i kommunene til å ivareta viktige oppgaver i tilknytning til destinasjonsutviklingen.
- Kompetanseheving og strategisk forankring i kommuneplaner og andre politiske vedtak.

Bransjens rolle i destinasjonsutvikling:

- Markedsføring og salg
- Produktutvikling
- Kvalitet og vertskap i den enkelte bedrift
- Samarbeidsløsninger

Destinasjonsselskapets rolle i destinasjonsutvikling:

- Medie- og markedskommunikasjonsstrategi
Med hovedvekt på digital distribusjon og online synlighet, tilrettelegging for felles kampanjer og pressearbeid.
- Opplevelsesstrategi
Felles utviklingsprosjekter forankret i vedtatte strategier.

- Destinasjonsservicestrategi
Vertskap, destinasjonsservice og organisering på destinasjonsnivå.
- Nettverk, kompetanse, møteplasser og samhandling
Tilrettelegging for samhandling, verdifulle nettverk, workshops og kurs. Samarbeid med FoU og utviklingsaktører.

Nordland fylkeskommunes rolle som utviklingsaktør innenfor reiseliv og opplevelsesbasert verdiskaping er også sentral. Destinasjonsutviklingen i Salten skal føye seg inn i Nordland fylkeskommunes satsing på reiseliv og opplevelser.

En beskrivelse av de ulike sektorenes rolle i reiselivs- og opplevelsesutvikling er viktig for forståelsen og aksept av egne og andres roller. Rolleavklaringen er nødvendig for å utarbeide avtaledokument som synliggjør forpliktelser.



Modell: De ulike sektorenes rolle i reiselivsutvikling.

Grunnpakke leveranse av tjenester til kommunene - innhold i avtalen mellom kommunene og Visit Bodø

Forslag til innhold beskriver en grunnpakke for leveranser av tjenester til kommunene.

Andre oppgaver som for eksempel større utviklingsprosjekter, større vertskapsoppgaver og kampanjer, må organiseres og finansieres særskilt. Et eventuelt tilbud om betjent turistinformasjon ivaretas av den enkelte kommune.

Avtalenes formål vil være å sikre en bærekraftig inntektsmodell for en innovativ, fremtidsrettet og bærekraftig destinasjonssorganisering i Salten som igjen skal legge til rette for verdifulle nettverk, kryssrelasjoner, innovasjon og kundetilfredshet og kvalitetesmessig gode leveranser av tjenester. Kommunenes kjøp av leveranser av tjenester skal gi viktige bidrag til at kommunene når sine mål knyttet opp mot reiselivs- og opplevelsesutvikling.

Nettverk, samhandling og møteplasser

Langsiktig samhandling på tvers og kommuner og sektorer vil være nøkkelen til å lykkes i en felles destinasjonsutvikling for Salten.

Det vil legges til rette for samhandling gjennom tilrettelegging av møteplasser, workshops og digital informasjonsflyt og kommunikasjon.

Kompetanse

Kompetanse er avgjørende for å sikre en innovativ, bærekraftig og kundeorientert destinasjonsutvikling.

Det vil legges til rette for at vi etableres felles arenaer der relevant kunnskap loses inn i utviklingsarbeidet. Også inn mot kommunal utviklingsetat.

Mediearbeid og markedskommunikasjon.

Gjennom målrettet mediearbeid og markedskommunikasjon skal det oppnås en tydelig posisjon i våre kunders hukommelse.

Kommunikasjonen vil skje gjennom nettstedet www.visitbodo.com, sosiale medier og andre relevante distribusjonskanaler.

Informasjon om Salten

Gjennom å systematisere og distribuere viktig turistinformasjon vil vi gjøre det enklere for besøkende å finne fram i Bodø og Salten.

Turistinformasjonen vil distribueres gjennom nettstedet www.visitbodo.com og trykt reiseguide for Salten.

Det viktige reiselivet

Reiseliv og opplevelser er prioritert både på statlig nivå og på fylkeskommunalt nivå i Nordland. Reiselivs- og opplevelsesbransjene gir viktige bidrag til:

- Verdiskaping
- Identitet
- Arbeidsplasser
- Bo- og arbeidslyst

Gode tilbud til besøkende betyr også gode tilbud til fastboende. Synlighet og positiv omtale vil også bidra til posisjonering og økt attraktivitet for kommunene. Samarbeidet vil dermed også kunne gi positive bidrag til økt bo- og arbeidslyst til regionen. Kommunenes roller i destinasjonsutvikling er av stor betydning. En strategisk tenkning rundt hver av kommunenes fire roller er avgjørende for å sikre kontinuitet, langsiktighet og forutsigbarhet for næringsliv og andre samarbeidspartnere. Det er også viktig at kommunene setter av ressurser og kontaktperson som vil være kontaktpunktet mellom kommune og destinasjonsselskap.

For oppfølging av avtalene bør det utvikles et system for rapportering og evaluering av avtalene med gitte mellomrom. I avtalens første (kanskje to første) år skal det gjennomføres evalueringsmøter mellom kommunenes kontaktpersoner og Visit Bodø. Deretter årlig. Visit Bodø er ansvarlig for å ta initiativ til dette.

Det er av svært viktig at reiselivs- og opplevelsessatsingen i Salten forankres i hver enkelt kommune. Gjerne gjennom en ansvarlig for reiselivssatsingen i den enkelte næringsetat.

Avtalens varighet bør være minimum tre år, med mulighet for forlengelse i to nye år.

Avtalen mellom kommunene i Salten og Visit Bodø skal være et verktøy for kommunene for å nå sine strategiske mål knyttet til næringsutvikling generelt og reiselivs- og opplevelsesutvikling spesielt.

Kommunenes samarbeidsavtaler med destinasjonsselskapet Visit Bodø vil kunne danne grunnlag for å utløse finansiering til større utviklingsprosjekter som føyer seg inn i en strategisk destinasjonsutvikling for regionen Salten. Her er satsingen på verdibasert verdiskaping, som er en av tre pilarer i DA-Bodø, svært relevant.

Et regionalt samarbeid knyttet til reiseliv i Salten vil bety en større slagkraft og effektivisering av utviklingsarbeidet og føyer seg inn i det nasjonale strukturprosjektet, ledet av Nærings- og fiskeridepartementet. Det skal også føye seg inn i Nordland fylkeskommunes nye reiselivs- og opplevelsesstrategi. Destinasjonsorganiseringen i Salten vil dermed være inngangsbilletten til den nasjonale reiselivsstrukturen.

Definisjonen av de ulike nivåene på destinasjonsselskap i den nye reiselivsstrukturen viser også tydelig hvor viktig organiseringen av Bodø Salten i et selskap vil være. Denne definisjonen vil ligge i den kommende stortingsmeldingen for reiseliv og legge føringene for hvem som kan delta i strukturen

Definisjonene av de ulike nivåene i strukturen

Landsdelsselskap: Selskap som dekker et område bestående av en eller flere fylkeskommuner med underliggende Regionale destinasjonsselskaper og eventuelle Destinasjonsselskaper som er egne selskaper eller avdelinger. Omsetning > 25 mill. kroner. Landsdelsselskaper skal ha bindende avtaler med de regionale destinasjonsselskapene og eventuelle Destinasjonsselskaper om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver. Landsdelsselskapene har hovedansvar for å i samarbeid med nivåene under, utarbeide en tydelig definisjon av ansvarsområder og arbeidsoppgaver for de ulike nivåene i sitt geografiske område.

Regionalt destinasjonsselskap: Selskap som består av flere destinasjonsselskap eller avdelinger og dekker et definert område innenfor en landsdel. Omsetning > 10 mill. kroner. Et regionalt destinasjonsselskap skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene i samme landsdel om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

Destinasjonsselskap: Selskap som dekker et definert geografisk område. Omsetning > 3-5 mill. kroner. Destinasjonsselskapene skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene og landsdelsselskapet i samme region om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

Reiseselskap: Selskap som betjener et mindre geografisk område. Reiseselskapene har et tjenestetilbud og ingen nedre grense for omsetning. Medlemskap i eller avtale med et destinasjonsselskap er nødvendig for å kunne motta tjenester fra nivåene over.

Det bør forutsettes konsensus til den økonomiske modellen. Det er ønskelig, men ikke en forutsetning at alle kommunene i Salten går inn i en Saltenorganisering. Samarbeidsmodellen kan settes i gang selv om en eller flere kommuner i Salten ikke går inn i samarbeidet. Men det er en forutsetning at det i sum oppnås tilstrekkelige ressurser til at avtalte oppgaver ivaretas og kan løses med høy kvalitet.



INNOVATIV DESTINASJONSSATSING
Bodø | Salten

DESTINASJONSOPPGAVER

Marked & Media

Opplevelsesdesign

Destinasjonssalg

Utvikling & Nettverk

Kompetanse & Møteplasser

Destinasjonsservice

**Visit
Bodo**

Destinasjonsstrategi Salten -

Utkast til innholds- og økonomisk modell for samhandling mellom kommunene i Salten og destinasjonsselskapet Visit Bodø.

Prosjekt: Innovativ og bærekraftig destinasjonsorganisering Salten. Implementeringsfasen.

Bakgrunn

Destinasjonsstrategi

Salten Regionråd har med forankring i Salten strategiene for 2012 – 2016, har tatt initiativet til utforming av et prosjekt for en helhetlig organisering av reiselivsnæringen i Salten. Prosjektet har også sin bakgrunn i Nordland fylkeskommunes reiselivssatsing samt det nasjonale strukturprosjektet tilknyttet Nærings- og fiskeridepartementet. Visit Bodø har hatt prosjektansvaret.

Salten Regionråd fattet følgende vedtak ved oppstart og ved vedtak av Destinasjonsstrategi Salten:

SR Sak 45/13

Salten Regionråd tar initiativ til å sette i gang et nasjonalt pilotprosjekt hvor formålet er å gjennomføre en prosess for å bidra til en fremtidig felles organisering av reiselivet i Salten. Dette skal bidra til økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen i Salten.

SR-sak 40/15

Salten Regionråd vedtar destinasjonsstrategi for Salten med de innspill som framkom i møtet og ber om at kommunene slutter seg til strategien. En felles destinasjonsorganisering i Salten bør ha til hensikt å bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag. Allerede etablerte merkevarer bør søkes videreført i destinasjonsorganiseringen.

Arbeidsutvalget gis fullmakt til å effektivere "Pilot Salten" som et ledd i det videre arbeidet med å etablere en innovativ og fremtidsrettet destinasjonsorganisering i Salten. Herunder finne fram til en hensiktsmessig organisering og finansiering av "Pilot Salten".

Notatet "Reiselivet i Salten – kartlegging av bedriftsgrunnlag, reisemønster og virkninger i regionen", utarbeidet av Nordlandsforskning ble utarbeidet og inngikk i faktagrunnlaget i arbeidet for å tilrettelegge for et forslag til en mer helhetlig organisering av reiselivet i Salten-regionen. Rapporten ble utarbeidet første halvår 2015.

Oppsummering fra notat Reiselivet i Salten – Kartlegging av bedriftsgrunnlag, reisemønster og virkninger i regionen

Oppsummeringen fra notatet gjengis nedenfor:

Reiselivsnæringen i Salten er i øyeblikket organisert gjennom to destinasjonsorganiseringer (Bodø og Hamarøy og Sørfold), mens virksomheten i de øvrige kommuner i mindre grad er medlemsdrevet og retter seg mest mot informasjonsvirksomhet/turistinformasjon i regi av kommunene direkte. Dersom målet er at saltenregionen skal ta en sterkere posisjon i opplevelsesdrevet næringsutvikling og verdiskaping, tilsier dette at det er behov for en styrking og konsolidering av den opplevelsesbaserte destinasjonsutviklingen og helårlig verdiskaping basert på turisme.

Ved en tidligere analyse av destinasjonsselskapene i Nordland som ble utført av Menon i 2011, ble strukturen i destinasjonsorganiseringen i Salten dokumentert. Analysen viste svært store forskjeller mellom finansieringsmodellene for Hamsuns Rike (med sterkt innslag av kommunal/offentlig finansiering, og Visit Bodø som hadde nærmere ¾ av sine ressurser gjennom bidrag fra næringslivet gjennom DA-midler og medlemsinnbetalinger og kjøp av tjenester.

En foreløpig oppsummering av gjennomgangen av medlemsgrunnlaget som er dokumentert i Visit Bodø og gjennom uttrekk av registerbaserte bedriftsdata er at det ligger et betydelig potensiale til konsolidering av medlemsgrunnlaget i destinasjonsorganiseringen og det ressursmessige grunnlaget for å konsolidere en mer robust og tilstrekkelig finansiering av destinasjonsutviklingsarbeidet framover.

Kommunene i Salten fremtrer i dag med stor bredde og ulik innretning i sin utvikling av natur- og kulturbasert reiseliv, noe som også gir grunnlag for å samarbeide for et regionalt sortiment av destinasjoner og opplevelsesprodukter som profilerer regionen bedre og drar nytte av etablerte merkevarer (som Hamsuns Rike). En videre konsolideringsprosess må også rette seg mot å avklare hvordan man både nyttiggjør seg disse, samtidig som utfordringene og konkurransen om rundreiseturister kan møtes slik at regionen oppnår et samlet større omfang av turistbesøk og avledet verdiskaping av dette.

Videre viser analysen av de økonomiske nøkkeltallene knyttet til det mulige bedriftsutvalget i saltenkommunene at Bodø-regionen utgjør en relativt dominerende andel og vil være en sterk drivkraft for en videre konsolidering av destinasjonsutviklingen i Salten. Økningen i

hotellkapasitet og satsing på videreutvikling av Bodø som kommunikasjonsknutepunkt, gir grunnlag for å utvikle et tettere samarbeid mellom byen og regionen for øvrig både når det gjelder markedsorientering, produktsortiment og økt attraktivitet som reisemål. Også utviklingen av cruise turisme og snuhavnsaktiviteter og satsing på arrangementsturisme vil da bli styrket av en mer sammenhengende opplevelsesregion. Dette vil kunne gi grunnlag for å utvikle en utvidet destinasjon som bedre er i stand til å tilby opplevelser som er både basert på natur, kultur og urbane kvaliteter (på samme måte som Tromsø har lyktes med dette i utviklingen av nordlysturisme).

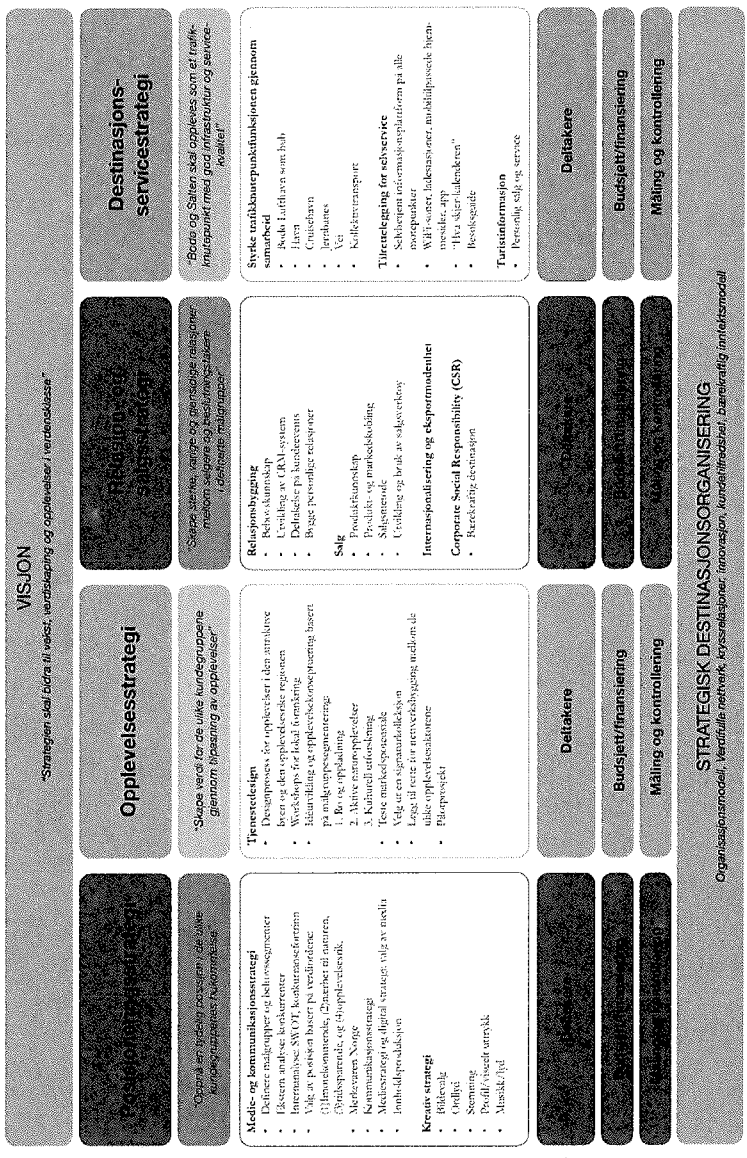
Et videre utviklingsarbeid vil kunne gi grunnlag for å legge til en slik prosess der sortiment og attraksjonskraft i regionen blir styrket og utnyttet gjennom mer systematisk samarbeid mellom kommuner og næringsaktører i Salten. En slik strategi vil kunne baseres på å utnytte etablerte og sterke merkevarer/destinasjoner samtidig som komplementariteten i sortimentet styrkes.

Den regionale utviklingen vil foruten mer samordnet utviklingsinnsats innen produktsortiment og destinasjonsutvikling være avhengig av en sterkere samordning for å styrke tilgjengeligheten til attraksjoner og opplevelser. Dette gjelder både for sommer- og vintersesong, men aktuelle tiltak og satsinger vil arte seg ulikt. For sommerturismen er tilgjengeligheten basert på veitransport og koordinering mot offentlig transportproduksjon/ferjetilbud være en viktig forutsetning. I vintersesongen vil fokuset være mer rettet mot hvordan tilgjengelighet og rutetilbud med flytransport til Bodø som nav henger sammen med tilgjengeligheten til sluttdestinasjoner og aktivitetsbaserte tilbud og destinasjoner i regionen.

Følgende destinasjonsstrategi og modell for innhold ble vedtatt:

DESTINASJONSSTRATEGI SALTEN

Salten som reisemål mot 2025





INNOVATIV DESTINASJONSSATSING

Bodø | Salten

DESTINASJONSPPGAVER

Marked & Media

Opplevelsesdesign

Destinasjonssalg

Utvikling & Nettverk

Kompetanse & Møteplasser

Implementeringsfasen

I SR-sak 17/16 ble følgende vedtatt:

En felles destinasjonsorganisering i Salten skal ha en hensiktsmessig organisering og bygge videre på den infrastrukturen som allerede fins i dag og skal implementeres i destinasjonsselskapet Visit Bodø. Implementeringsprosessen iverksettes iht forelagte planer.

Det etableres en regional arbeidsgruppe på fire-fem personer som skal bidra til å kvalitetssikre og gjennomføre prosessen iht planene. Salten Regionråd bidrar med kr. 100.000,- til implementeringsfasen.

Implementeringsfasen gjennomføres i løpet av 2016 med prosjektnavnet:

Innovativ og bærekraftig destinasjonsorganisering Salten – Implementeringsfasen.

Prosjektet er organisert med en rådgivende arbeidsgruppe, prosjektleder, prosjektmedarbeider og prosjektansvarlig. Salten Regionråds sekretariat er observatør.

Rådgivende arbeidsgruppe:

Espen Maruhn Meløy Utvikling

Per Løken , Steigen Kommune

Mathilde Winter , Fauna FK

Kyrre Didriksen , Bodø Kommune

Observatør: Kjersti B Pedersen, Salten Regionråds sekretariat

Prosjektleder, Eigil U. Rian, Kaluna Nordic

Prosjektmedarbeider, Lisbeth Ingebrigtsen, Visit Bodø

Prosjektansvarlig, Ann-Kristin Rønning Nilsen, Visit Bodø

Prosjektets leveranse er et forslag til felles saksframlegg som leveres Rådmannsutvalget i Salten. Saksframlegget skal bestå av bakgrunn, beskrivelse av innholds- og økonomisk modell samt et forslag til vurdering.

I tillegg til dette utarbeides det et forslag til anbuds- og tilbudsdokument samt en kortfattet beskrivelse av forslaget.

Forslaget forankres i Rådmannsutvalget. Forslaget oversendes deretter kommunene i Salten hvor saken vurderes og behandles av hver enkelt kommune i de respektive kommunestyrer.

Beskrivelse

Samhandling er nøkkelen til suksess i destinasjonsutvikling. Samhandling på tvers av kommunegrensene og sektorer. Samhandling mellom næringsliv, offentlige myndigheter, FoU og frivillig sektor. En langsiktig, systematisk og forutsigbar satsing er også en nødvendighet for å lykkes.

En annen kritisk faktor er at alle sentrale aktører har en felles forståelse for viktige begreper som blant annet destinasjonsutvikling, opplevelsesnærings, destinasjonsorganisering og merkevarebygging.

Sentrale begreper i opplevelsesbasert verdiskaping og reiselivsutvikling er:

- Opplevelsesbasert verdiskaping
- Opplevelsesutvikling i reiselivet
- Destinasjonsutvikling
- Merkevarebygging av en region
- Nasjonal reiselivsstruktur
- Ekspertmodenhet

I tillegg til dette er det svært viktig å bygge en felles forståelse av hva de ulike sektorenes rolle er. Her er kommunens rolle spesielt viktig. Dette gjelder spesielt i en oppbyggingsfase i merkevarebyggingen av destinasjonen Salten.

Kommunens rolle i destinasjonsutvikling

- **Produkter**
Offentlige rom, strender, parker, museer, kulturhus, havn, idrettsarenaer, etc.
- **Rammesetter**
Planmyndighet, bestemmer åpningstider, gir skjenkebevillinger og løyver etc. Kommuneplanens arealdel er særlig viktig.
- **Utviklingsaktør**
Næringsfond, næringsplaner, være medinvestor, partner i regionalt samarbeid gjennom blant annet Salten Regionråd og interkommunalt samarbeid, etc.

- **Vertskapsfunksjon**

Turistkontor, turistinformasjon på nett og i trykte guider, skilting, offentlige toaletter etc.

Andre viktige forhold er også:

- Hvordan kommunen definerer reiselivsmessig infrastruktur.
- Hvordan reiselivet involveres i viktige planprosesser.
- Hvordan samarbeidet og samhandling over kommunegrensene organiseres og finansieres i felles utviklingsprosjekter og satsinger - som for eksempel Sykkel i Salten.
- Nødvendige administrative ressurser settes av i kommunene til å ivareta viktige oppgaver i tilknytning til destinasjonsutviklingen.
- Kompetanseheving og strategisk forankring i kommuneplaner og andre politiske vedtak.

Bransjens rolle i destinasjonsutvikling:

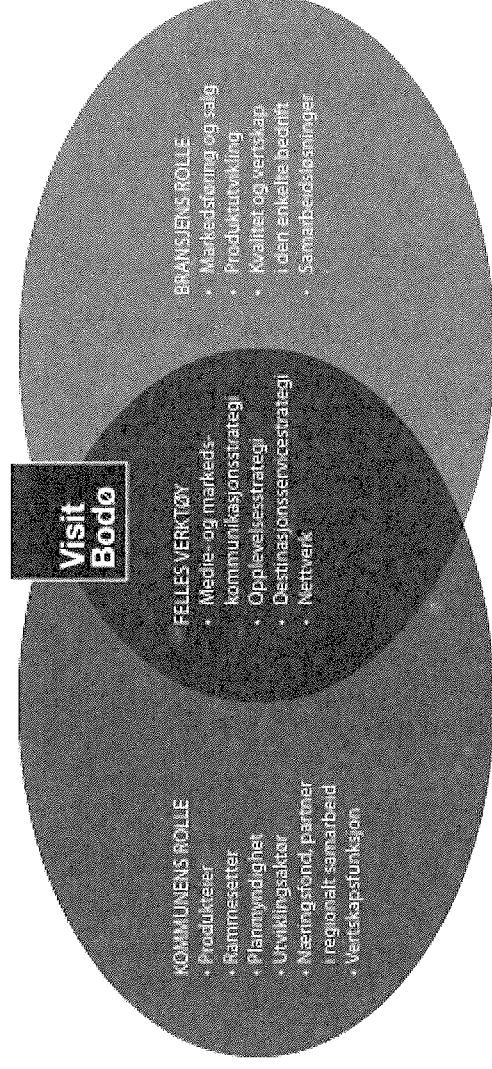
- **Markedsføring og salg**
- **Produktutvikling**
- **Kvalitet og vertskap i den enkelte bedrift**
- **Samarbeidsløsninger**

Destinasjonsselskapets rolle i destinasjonsutvikling:

- **Medie- og markedskommunikasjonsstrategi**
Med hovedvekt på digital distribusjon og online synlighet, tilrettelegging for felles kampanjer og pressearbeid.
- **Oppløvesstrategi**
Felles utviklingsprosjekter forankret i vedtatte strategier.
- **Destinasjonsservicestrategi**
Vertskap, destinasjonsservice og organisering på destinasjonsnivå.
- **Nettverk, kompetanse, møteplasser og samhandling**
Tilrettelegging for samhandling, verdifulle nettverk, workshops og kurs. Samarbeid med FoU og utviklingsaktører.

Nordland fylkeskommunes rolle som utviklingsaktør innenfor reiseliv og opplevelsesbasert verdiskaping er også sentral. Destinasjonsutviklingen i Salten skal føye seg inn i Nordland fylkeskommunes satsing på reiseliv og opplevelser.

En beskrivelse av de ulike sektorenes rolle i reiselivs- og opplevelsesutvikling er viktig for forståelsen og aksept av egne og andres roller. Rolleavklaringen er nødvendig for å utarbeide avtaledokument som synliggjør forpliktelse.



Grunnpakke leveranse av tjenester til kommunene - innhold i avtalen mellom kommunene og Visit Bodø

Forslag til innhold beskriver en **grunnpakke** for leveranser av tjenester til kommunene.

Andre oppgaver som for eksempel større utviklingsprosjekter, større vertskapsoppgaver og kampanjer, må organiseres og finansieres særskilt. Et eventuelt tilbud om betjent turistinformasjon ivaretas av den enkelte kommune.

Avtalenes formål vil være å sikre en bærekraftig inntektsmodell for en innovativ, fremtidsrettet og bærekraftig destinasjonsorganisering i Salten som igjen skal legge til rette for verdifulle nettverk, kryssrelasjoner, innovasjon og kundetilfredshet og kvalitetsmessig gode leveranser av tjenester. Kommunenes kjøp av leveranser av tjenester skal gi viktige bidrag til at kommunene når sine mål knyttet opp mot reiselivs- og opplevelsesutvikling.

Nettverk, samhandling og møteplasser

Langsiktig samhandling på tvers og kommuner og sektorer vil være nøkkelen til å lykkes i en felles destinasjonsutvikling for Salten.

Det vil legges til rette for samhandling gjennom tilrettelegging av møteplasser, workshops og digital informasjonsflyt og kommunikasjon.

Kompetanse

Kompetanse er avgjørende for å sikre en innovativ, bærekraftig og kundeorientert destinasjonsutvikling.

Det vil legges til rette for at vi etableres felles arenaer der relevant kunnskap loses inn i utviklingsarbeidet. Også inn mot kommunal utviklingsetat.

Mediearbeid og markedskommunikasjon.

Gjennom målrettet mediearbeid og markedskommunikasjon skal det oppnås en tydelig posisjon i våre kunders hukommelse.

Kommunikasjonen vil skje gjennom nettstedet www.visitbodo.com, sosiale medier og andre relevante distribusjonskanaler.

Informasjon om Salten

Gjennom å systematisere og distribuere viktig turistinformasjon vil vi gjøre det enklere for besøkende å finne fram i Bodø og Salten.

Turistinformasjonen vil distribueres gjennom nettstedet www.visitbodo.com og trykt reiseguide for Salten.

Økonomisk modell

Kommune		Alternativ 1	Alternativ 2	Maks Bodø Kommune	Pris Per Innbygger Alternativ 1	Pris Per Innbygger Alternativ 2	Alt.1 -Pris Per X Innbyggertall	Alt.2 -Pris Per X Innbyggertall	Totalt Alt.1	Totalt Alt.2
	Pris Egen andel	70000	90000	1250000						
	Bodø Kommune - Egen Andel	1180000	1160000							
	Innbyggertall									
Bodø	50488				23,4	22,9	1180000	1160000	1250000	1250000
Fauske	9604				23,4	22,9	224463,6349	220659,1666	294463,6349	310659,1666
Saldal	4700				23,4	22,9	109847,8846	107986,0561	179847,8846	197986,0561
Sørfold	1963				23,4	22,9	45879,02076	45101,41025	115879,0208	135101,4102
Hamarøy	1811				23,4	22,9	42326,49342	41609,09524	112326,4934	131609,0952
Steigen	2543				23,4	22,9	59434,71716	58427,34908	129434,7172	148427,3491
Beiarn	1034				23,4	22,9	24166,53462	23756,93235	94166,53462	113756,9323
Gildeskål	2043				23,4	22,9	47748,77199	46939,47077	117748,772	136939,4708
Meløy	6471				23,4	22,9	151239,5025	148676,1211	221239,5025	238676,1211
Totalt innbyggertall :	80657						1885106,56	1853155,601	2515106,56	2663155,601

- Modellens utgangspunkt er Kultursamarbeid i Salten.
- Den økonomiske modellen gjenspeiler destinasjonsselskapets leveranser av tjenester til kommunene.
- Kommunens andel vil kunne være større enn bedriftens andel i en oppbyggingsfase.
- Det tilstrebes at driftsandelen skal utgjøre opp til 50 prosent over tid.
- Det bør tilstrebes konsensus blant kommunene om de økonomiske størrelsene i modellen. Kommunenes deltakerfinansiering må fastsettes ut fra samme prinsipp i alle kommuner.
- Det kreves ikke konsensus av alle ni kommunene i Salten om deltakelse i destinasjonssamarbeidet gjennom Visit Bodø.
- Innhold på leveranse må være i samsvar med tilgang på nødvendige ressurser for å kunne sikre leveranser av høy kvalitet.
- Avtalen bør være på minimum tre år med mulighet til forlengelse.
- Nivået på avtalen kan reguleres opp tidligere dersom partene er enige.
- Kvaliteten på leveransen vil bli evaluert fortløpende.
- Nivået på kommunenes innsats er på linje med tilsvarende destinasjonssamarbeid i andre landsdeler.

Kontingentsmodell medlemmer Visit Bodø

Grunnkontingent og markedsbidrag

Grunnkontingent er på NOK 1 000 eks. mva. og er obligatorisk for medlemmer . Grunnkontingenten faktureres årlig i januar. Medlemmer har stemmerett på årlig generalforsamling. I tillegg til grunnkontingent beregnes det et obligatorisk markedsbidrag som er omsetnings- og bransjekategorisert.

Butikk / handel

Enkeltfirma / butikk / reisebyrå	5 840,-
Kjøpesenter	23 370,-

Overnatting

Sentrumshoteller Bodø

Markedsbidrag

1,50 per solgte rom / faktureres månedlig

* Øremerket markedsbidrag
arrangementsatsing1,50 per solgte rom / faktureres månedlig**Sum markedsbidrag**

sentrumshoteller Bodø

3,0 per solgte rom / faktureres månedlig**Hoteller utenfor sentrum**1,0,- per solgte rom / faktureres månedlig
eller minimum 9 000,- i året**Pensjonater, appartementer, hytter,
rorbuer og campingplasser**

5 840,-

Transport og bilutleie

Omsetning:

Under 5 mill.: 7 020,-

Mellom 5-10 mill.: 11 690,-

Mellom 10-15 mill.: 17 530,-

Mellom 15-20 mill.: 23 370,-

Over 20. mill. i omsetning: individuelle avtaler (minimum
35 060,-)

Markedsbidraget er knyttet opp til leveranse av en grunnpakke som medlemmene da får som en del av medlemskapet. I år er dette online synlighet, nettverk, tilbud om deltakelse i kampanjer, pressearbeid og kursrekken "Smart på nett" som skal bidra til et digitalt løft for Bodø og Salten.

Vurdering

Reiseliv og opplevelser er prioritert både på statlig nivå og på fylkeskommunalt nivå i Nordland. Reiselivs- og opplevelsesbransjene gir viktige bidrag til:

- Verdiskaping
- Identitet
- Arbeidsplasser
- Bo- og arbeidslyst

Gode tilbud til besøkende betyr også gode tilbud til fastboende. Synlighet og positiv omtale vil også bidra til posisjonering og økt attraktivitet for kommunene. Samarbeidet vil dermed også kunne gi positive bidrag til økt bo- og arbeidslyst til regionen.

Kommunenes roller i destinasjonsutvikling er av stor betydning. En strategisk tenkning rundt hver av kommunenes fire roller er avgjørende for å sikre kontinuitet, langsiktighet og forutsigbarhet for næringsliv og andre samarbeidspartnere. Det er også viktig at kommunene setter av ressurser og kontaktperson som vil være kontaktpunktet mellom kommune og destinasjonsselskap.

For oppfølging av avtalene bør det utvikles et system for rapportering og evaluering av avtalene med gitte mellomrom. I avtalens første (kanskje to første) år skal det gjennomføres evalueringsmøter mellom kommunenes kontaktpersoner og Visit Bodø. Deretter årlig. Visit Bodø er ansvarlig for å ta initiativ til dette.

Det er av svært viktig at reiselivs- og opplevelsessatsingen i Salten forankres i hver enkelt kommune. Gjerne gjennom en ansvarlig for reiselivssatsingen i den enkelte næringsetat.

Avtalens varighet bør være minimum tre år, med mulighet for forlengelse i to nye år.

Avtalen mellom kommunene i Salten og Visit Bodø skal være et verktøy for kommunene for å nå sine strategiske mål knyttet til næringsutvikling generelt og reiselivs- og opplevelsesutvikling spesielt.

Kommunenes samarbeidsavtaler med destinasjonsselskapet Visit Bodø vil kunne danne grunnlag for å utløse finansiering til større utviklingsprosjekter som føyer seg inn i en strategisk destinasjonsutvikling for regionen Salten. Her er satsingen på verdibasert verdiskaping, som er en av tre pilarer i DA-Bodø, svært relevant.

Et regionalt samarbeid knyttet til reiseliv i Salten vil bety en større slagkraft og effektivisering av utviklingsarbeidet og føyer seg inn i det nasjonale strukturprosjektet, ledet av Nærings- og fiskeridepartementet. Det skal også føye seg inn i Nordland fylkeskommunes nye reiselivs- og opplevelsesstrategi. Destinasjonsorganiseringen i Salten vil dermed være inngangsbilletten til den nasjonale reiselivsstrukturen.

Definisjonen av de ulike nivåene på destinasjonsselskap i den nye reiselivsstrukturen viser også tydelig hvor viktig organiseringen av Bodø Salten i et selskap vil være. Denne definisjonen vil ligge i den kommende stortingsmeldingen for reiseliv og legge føringene for hvem som kan delta i strukturen

Definisjonene av de ulike nivåene i strukturen

Landsdelselskap: Selskap som dekker et område bestående av en eller flere fylkeskommuner med underliggende Regionale destinasjonsselskaper og eventuelle Destinasjonsselskaper som er egne selskaper eller avdelinger. Omsetning > 25 mill. kroner. Landsdelselskaper skal ha bindende avtaler med de regionale destinasjonsselskapene og eventuelle Destinasjonsselskaper om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver. Landsdelselskapene har hovedansvar for å i samarbeid med nivåene under, utarbeide en tydelig definisjon av ansvarsområder og arbeidsoppgaver for de ulike nivåene i sitt geografiske område.

Regionalt destinasjonsselskap: Selskap som består av flere destinasjonsselskap eller avdelinger og dekker et definert område innenfor en landsdel. Omsetning > 10 mill. kroner. Et regionalt destinasjonsselskap skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene i samme landsdel om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

Destinasjonsselskap: Selskap som dekker et definert geografisk område. Omsetning > 3-5 mill. kroner. Destinasjonsselskapene skal ha en tydelig beskrivelse av egne arbeidsoppgaver og bindende avtaler med de andre selskapene og landsdelselskapet i samme region om økonomi og utføring av arbeidsoppgaver.

Reiseselskap: Selskap som betjener et mindre geografisk område. Reiseselskapene har et tjenestetilbud og ingen nedre grense for omsetning. Medlemskap i eller avtale med et destinasjonsselskap er nødvendig for å kunne motta tjenester fra nivåene over.

Det bør forutsettes konsensus til den økonomiske modellen. Det er ønskelig, men ikke en forutsetning at alle kommunene i Salten går inn i en Saltenorganisering. Samarbeidsmodellen kan settes i gang selv om en eller flere kommuner i Salten ikke går inn i samarbeidet. Men det er en forutsetning at det i sum oppnås tilstrekkelige ressurser til at avtalte oppgaver ivaretas og kan løses med høy kvalitet.

BUDSJETT 2017

Saksbehandler: Ole Petter Nybakk
 Arkivsaksnr.: 16/692

Arkiv: 151

Saksnr.: Utvalg
 46/16 Formannskapet

Møtedato
 30.11.2016

Rådmannens innstilling:

- 1 Avgifts- og gebyrregulativet for 2017 vedtas iht. vedlegg.
- 2 Budsjettet for året 2017, vedtas på rammenivå for hver enkelt avdeling og for kirkelig fellesråd. Rammeområdene gis følgende netto utgiftsrammer:

Budsjett 2017		
Rammeområde 1	Sentral ledelse	11.288.241
Rammeområde 2	Oppvekst	25.546.229
Rammeområde 3	Helse og omsorg	45.087.009
Rammeområde 4	Religiøse formål	1.483.000
Rammeområde 5	Land./kul./miljø	4.749.001
Rammeområde 6	Teknisk	7.000.830
Rammeområde 7	Næring	- 3.483.931
SUM – til fordeling drift		90.672.179

3. Økonomiplan for Beiarn kommune for 2017 – 2020 vedtas slik det fremgår av vedlagte spesifikasjoner, oversikter og tiltak. Investeringene i økonomiplanen er vedtatt i K-sak 57/16.

Saksutredning:

Beiarn kommunes økonomiplan for 2017 - 2019 og årsbudsjett for 2016 er utarbeidet med hjemmel i kommunelovens §§ 44 og 45. Første år av økonomiplanen er bindende budsjettår og gir konkrete budsjettammer til de enkelte kommunale ansvarsområder. Budsjettet er kommunens viktigste styringsverktøy for kommende år.

Dette dokumentet er utarbeidet for å gi Formannskapet hjelp til å avgi sin innstilling i budsjett- og økonomiplanen. Formannskapets innstilling vil foreligge pr. 30. november og vil legges til offentlig ettersyn fram mot kommunestyrets endelige behandling 14. desember.

Budsjettprosess, status og løsningsforslag

I en budsjettprosess er det både naturlig og aktuelt med politisk justering og å vurdere om de ulike deler av virksomheten er effektivt nok drevet. Rådmannen viser i denne sammenhengen til årsoppgjøret for 2015 og til oppdaterte KOSTRA-data med tilhørende analyser.

Sammen med vedtak i enkeltsaker, for eksempel sak om kommunens finansreglement eller sak om lokal økonomisk handlingsregel, utgjør dette informasjonen som anses nødvendig for at kommunestyret kan fatte et godt økonomiplanvedtak.

I en kommuneorganisasjon forteller den løpende driften mye om hvordan neste år vil bli. Slik er det når mange av tjenestene er lovpålagte og det følger lover og regler ved både tjenester og myndighetsutøvelsen vi er satt til. Administrasjonen har utover høsten lagt inn kommunens påregnelige utgifter og inntekter ved en ren videreføring av løpende aktivitet. Tallmaterialet er korrigert for vedtak som er fattet både sentralt og lokalt, for lønns- og personalendringer og for eventuelle feilbudsjetteringer som er avdekket.

Dette året har politikken vært svært tett med på hele budsjettprosessen. Investeringene i økonomiplanen er derfor allerede vedtatt i egen sak og de driftsmessige konsekvenser må tas med i dette dokumentet.

Resultatet av dette arbeidet viser en underdekning for 2017 på 4,7 mill nok. Utover i planperioden utvikler den seg til underdekning på 5,2 mill, så 6,3 mill i 2019 og 7,9 mill siste året i planperioden.

Å finne kostnadsbesparende og inntektsøkende tiltak nok til å dekke inn så mye har vært svært utfordrende. Denne utfordringen har administrasjonen og politikken arbeidet sammen om.

Rådmannen har funnet en budsjettbalanse ved innføring av flere strukturtiltak, ved effektiviseringstiltak i hele organisasjonen, ved en balansert men optimistisk håndtering av kommunens finansielle aktiva og ved en stram økonomistyring.



Forutsetningene i forslaget til budsjett og økonomiplan – grunnlag lagt i utkast til kosekvensjustert budsjett for 2017

- Statsinntektene
De viktigste inntektene får også Beiarn kommune fra staten, gjennom inntektssystemet for kommuner. Rammetilskudd og inntektsutjevning er beregnet etter regjeringens forslag til St.prp 1 (2016-2017) og ved hjelp av de modeller KS benytter.

Det faktiske rammetilskuddet for angjeldende budsjettår vil avhenge av folketall og alderssammensetning mv pr. hhv 1. juli og 1. januar, samt statsbudsjett for budsjettåret med tilhørende oppgaver og satsinger. Inntektsutjevningen er en funksjon av skatteanslaget.

Vi har benyttet KS sitt anslag på skatt og siste kjente folketall 1.029 (pr. 01.07.2016). Kommunens inntekt på skatt og inntektsutjevning vil avhenge av faktisk skatteinngang i kommunen og i landet som helhet, samt fordelingen mellom stat, fylke og kommune. Det kommunale skattøret er holdt konstant i planperioden.

- Skatt og rammetilskudd
Med KS sin modell, forutsetningene nevnt over og administrasjonens skjønn, er rammetilskuddet i 2017 satt til kr. 52.413.000 inkl. inntektsutjevningen. Skatteanslaget på formue og inntekt er satt til kr. 20.828.000.
- Naturressursskatten er budsjettert til kr. 6.500.000. Slått sammen med skatt på formue og inntekt, blir samlet skatteanslag som inngår i utjevningsordningen og inntektssystemet på kr. 27.328.000. Samlet skatteinngang har en marginal endring i hele planperioden.
- Investeringskompensasjon for tidligere investeringer på skolen, for omsorgsboliger og for investeringer i kirken er innbakt i planen og utgjør 661.000 i 2017.
- Tidligere utbetalt skjønnsstilskudd har falt bort fra og med 2017 i sammenheng med innføring av nytt inntektssystem for kommunene.
- Det er søkt om, og lagt inn som tiltak i budsjettet, at kommunen vil klare å oppnå årlig søknadsbaserte skjønnsinntekter på kr. 300.000 til drift. Dette må anses som dristig i plansammenheng. For å oppnå netto effekt må kommunens eventuelle egenandeler for å oppnå skjønnsstilskudd dekkes innenfor den ordinære drifta.
- For alle faste stillinger er faktisk lønn etter 2016-oppgjøret lagt inn. Det er videre lagt inn en lønnsøkning på 2,4 % for alle faste stillingshjemler i 2017, i tråd med signaler i statsbudsjettet for inneværende år. Lønnsmassen baserer seg på faktiske forhold pr. oktober 2016.
- Kommunens samarbeidspartnere på pensjon er Statens Pensjonskasse (ped.personale) og KLP (øvrige ansatte). For begge ordningene betaler arbeidstakerne 2 % av pensjonskostnaden, mens arbeidsgiver har finansieringsansvar for resten.
- Det er ikke lagt inn noen generell økning på kontoer for vare- og tjenestekjøp. Kjente tall fra interkommunale ordninger lagt inn etter opplysninger fra disse og det er korrigert i konsekvensjusteringene på tydelig underbudsjetterte enkeltposter.

- Gebyrregulativet er foreslått justert iht. signaler gitt i statsbudsjettet og fra lokalpolitikken. Regulativet er en del av budsjettvedtaket og skal tas konkret stilling til av kommunestyret i forbindelse med behandlingen i desember. Det er slikt sett ikke en budsjettforutsetning, men er politisk valgbart tiltak
- Nettogevinst ved salg av konsesjonskraft er nedjustert til kr. 3.489.000 i tråd med markedssignaler og med de posisjoner som allerede er tatt i markedet. Nettogevinsten inngår i sin helhet i driften og konsesjonskraftfondet er så lite at vi må budsjettere svært forsiktig.
- Eiendomsskatt inngår ikke i inntektssystemet til kommunene og blir derved ikke utjevnet. Kommunen har viktige inntekter fra spesielt kraftverkene (verker og bruk). Eiendomsskatt på verker og bruk budsjetteres til kr. 13.662.000. Dette iht. vår foreløpige tolkning av informasjon fra Sentralskattekontoret for skattesaker og anslått skattemessig grunnlag på kjente og påbegynte nye utbygginger. Vi understreker at det foreligger signaler om at eiendomsskatten ventelig vil komme under press i fremtiden og dette vil skape usikkerhet i forbindelse med vårt anslag på skatteinntekter i økonomiplanperioden.
- Det er gjennom 2016 tatt opp en større andel av fastrente lån, noe som også gjelder for gamle lån der tidligere rentekontrakter har utløpt gjennom året. Renter på nye lån er en funksjon av de investeringene som prioriteres og finansieres iht tiltakslista for investeringer. Rente på lån er forventet å stige marginalt i planperioden, i snitt 1,3 % over perioden.

Renter av bankinnskudd er basert på erfaring fra tidligere år, nivå og utvikling i 2016, samt forventet avkastning av til enhver tids innestående. Gevinst av finansielle instrumenter er satt til 5,5 mill (3,0 mill + 2,5 mill). Avkastningen er basert på forventninger til markedsmessig utvikling og plasseringenes faktiske størrelse ved inngangen av året.

- Generell bruk av avkastning fra næringsfondet til driftsformål er satt til et nivå på kr. 1.340.000.

Bakgrunn og saksutredning:

Beiarn kommunestyre har bestemt at man fra dette året av vil skille økonomiplanen fra budsjettbehandlingen. Hensikten er å få til en prosess som tar opp de langsiktige linjene i kommunens driftsøkonomi og å få til en bedre prosess for prioriteringene av investeringene de neste fire år.

Økonomiplan- og budsjett for 2017 har allerede vært på agendaen i flere møter i så vel kommunestyret som i Formannskapet. Slikt sett er vi godt i gang med nye prosessrutiner.

Administrasjonen oppfattes å ha fått forståelse for at dette året likvel blir et mellomår. Vi kom altfor sent i gang med analysedelen som bør ligge til grunn for en fullverdig økonomiplan- og budsjettprosess med tilhørende dokumenter.

Vurdering:

I plandokumentet vier rådmannen kommunens økonomiske situasjon. Vi gjør rede for analysene som er gjort og i kommentarer fra avdelingene vise hvilke større tiltak som bør vedtas for å sikre en fremtidig økonomi i balanse. Kommunen har en tilnærmet unik økonomisk balansesituasjon, men en utfordrende økonomisk driftssituasjon.

På grunn av nedgang i folketallet ventes statsinntektene vi får gjennom inntektssystemet å synke i planperioden. Kraftinntektene og påregnelige nettoinntekter fra finansområdet som kan brukes til drift, vil ikke i tilstrekkelig grad dekke opp avdelingenes utgifter i perioden og kommunen må tilpasse egen drift. Hvis kommunen ikke effektiviserer betydelig og/eller tar betalt for tjenester det er naturlig for andre kommuner å ta betalt for - og samtidig utnytter sitt øvrige inntektspotensiale, så innkortes antallet år kommunen har rimelig økonomisk kontroll. I planperioden tror vi likevel at konkrete grep kan gjøres for å opprettholde kommuneøkonomien.

Vedlagte dokument oppfattes å inneholde en dristig balansert plan basert på en offensiv investeringsplan som allerede er vedtatt. Vi skal investere for både å ta vare på det vi har og å sikre langsiktige gode kår for innbyggerne. Særlig nevnes planlagte investeringer innen boliger, vann, kommunale veier og næringsbygg som offensive. Holdt sammen med pågående investeringer innen helse- og omsorg finner rådmannen grunn til optimisme på vegne av bygda.

De driftsøkonomiske konsekvensene av planlagte investeringer vil ventelig bli utfordrende både å planlegge i detalj og å gjennomføre. Og spennende. Rådmannen imøteser debatten og ønsker oss alle lykke til.

Vedlegg:

Notat – balansert driftsbudsjett og økonomiplan for Beiarn kommune 2017 - 2020