

Meløys næringsarbeid

Visjonen fram mot 2030 er å være ledende innen bærekraftig utvikling i Norge.

Målet er vekst i lokalt næringsliv ved å stimulere og tilrettelegge for nyskaping og bærekraftig utvikling. Dette skal styrke og øke sysselsetting og besøkstall, samt stabilisere folketallet i kommunen innen 2022.

Vårt felles arbeid ønsker vi skal være preget av disse verdiene;

Nyskapende – lyst og vilje til å se muligheter og tenke nytt, ha omstillingsevne.

Samskape – Vi lykkes gjennom samarbeid og dialog, både innad i kommunen og utad.

Handlekraft- Vi skal gjennomføre det vi lover, og skal ha evne til å snu oss raskt når muligheten oppstår.

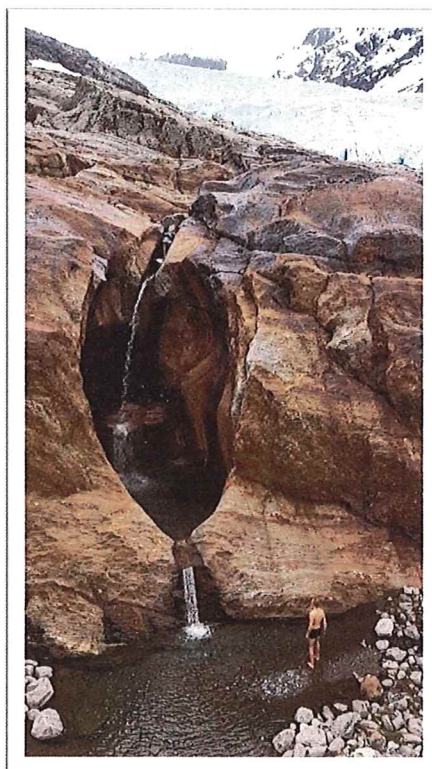
Og prioritere innsatsen om disse tre områdene;

1. Infrastruktur
2. Kompetanse, nyskaping og samhandling
3. Posisjonering og synliggjøring

Henvisning til utfyllende rapporter for 2021;

- I. Indeks Meløy 2021, lokal statistikk befolkning og næringslivet.
- II. Rapport: Fylkesvei 17 og næringsutvikling i Meløy, Asplan Viak, nov.2021.

Bilde: Engenbreen og Svartisgryta,
Foto; Espen Maruhn.



Næringsarbeid 2021

MELØY KOMMUNE
MELØY UTVIKLING

Strategisk næringsplan 2019-2022 | handlingsplan 2019-
2020 | mars 2022

Innhold

Bakgrunn	1
Bærekraft	1
Utgangspunkt og mål for de tre fokusområdene.....	3
Resultater fra arbeidet med handlingsplan i 2021.....	4
1. Infrastruktur	4
2. Kompetanse, nyskaping og samhandling	6
3. Posisjonering og synliggjøring	10
4. Organisasjonsendring av næringsarbeidet	11
Vedlegg	11

Bakgrunn

- Strategisk næringsplan (2019-2022) vedtatt av kommunestyret sak 84/18, desember 2018.
- Handlingsplan (2019-2020) vedtatt av kommunestyret i sak 36/19, juni 2019.

Bærekraft

Visjonen «ledende innen bærekraftig utvikling i Norge», er en langsiktig ambisjon mot 2030.

Meløy bedrifiers markedsmuligheter og lokale fortrinn gir muligheter for å ta en tydelig posisjon i det grønne skifte basert ren energi til industriproduksjon, samt utvikling og nyskaping innen opplevelser og sjømatproduksjon.

Analysen fra Asplan viak, november 2021 viser at de fleste forutsetningene for en framtidsrettet næringsutvikling i kommunen er på plass og skaper gode rammebetingelser for Meløys posisjon i næringsutvikling framover, særlig innen industri, fiske/fangst akvakultur og reiseliv.

Stortingsvalget 2021

ga en ekstra mulighet for synliggjøring og posisjonering av kommunens næringsliv. I forkant av valget har grupper fra alle partier vært på besøk hos næringslivet i Meløy denne våren. Fiskeriminister, flere Storingsrepresentanter og mange fylkespolitikere.

Vi benyttet muligheten til å vise fram vårt allsidige næringsliv, fra Åmøy til Reipå. Hovedbudskapet er Meløys posisjon i det grønne skifte.

Glomfjord Industripark er godt posisjonert for å støtte opp under et lavutslippssamfunn i framtiden. Ved å sikre kraftressurser og utnytte industriparkens infrastruktur vil Meløy fortsette å øke sitt bidrag i det grønne industriskifte.

I 2021 har innsatsen rundt grønn industriproduksjon fortsatt med satsing innenfor hydrogen og solcellemarkedet.

Parkens spisskompetanse omfatter produksjonsprosesser, vedlikehold og vern/sikkerhet der det produseres og håndteres syre, lut og giftige gasser. Bred tverrfaglig kompetanse blant parkens 20 bedrifter og 400 ansatte, med blant annet de internasjonalt etablerte selskapene Mowi, Bilfinger og Yara. Yara produserer mineralgjødsel, og er det største selskapet i parken med 194 ansatte. Bilingers avdeling for vedlikehold og service med 45 ansatte. Norwegian Crystals bygger opp sin ingot produksjon for solcelleindustrien. Parken praktiserer sirkulær industri, for eksempel gjenbrukes syrefabrikkens kjølevann i smoltanlegget til Mowi og fiskeslam fra oppdrettsanlegg oppgraderes til salgbare produkter.

Dette er en etablert industripark med god infrastruktur på plass. Stabil og sikker strømtilførsel, containerhavn, kjølevann, beredskap, sikkerhet og infrastruktur er tilgjengelig. Eierne Yara foretar jevnlig investeringer i utbedret infrastruktur. I parken er det noe ledig næringsareal og industrilokaler, ytterligere næringsareal er regulert våren 2021.

Reiseliv- og opplevelsesnæringen er et viktig satsingsområde for bærekraftig utvikling i Nordland.

Hovedprosjektet utvikling av Svartisen er slutt rapportert til Nordland fylkeskommune. Konseptet Nasjonale turiststier (NTS) er blitt en viktig del av arbeidet med utvikling av Svartisen området. Det har forsterket bærekrafts arbeidet gjennom felles søkelys på besøksforvaltning. Dessuten har det løftet satsingen fra lokalt til nasjonalt nivå. Kriteriene for å få autorisasjon NTS gir tydelige føringer for hva som må til, og jobben er ikke ferdig med en eventuell autorisasjon på plass. Det kreves langsiktighet og kontinuerlig arbeid. Det skal kun autoriseres 15 stier i hele Norge. Foreløpig er det kun autorisert 4 stier, Fosseråsa i Geiranger, Preikestolen og Kjerag i Lysefjorden og Tolltunga i Odda. Dokumentet «Besøksstrategi Svartiseden- ei historisk brevandring fra fjord til brekant», er vår søknad om autorisasjon, en oversikt og en dokumentasjon over utviklingsarbeidet (2015-2021). Dokumentet «Masterplan Svartiseden» en helhetlig formidlingsplan, omfatter utviklingsarbeidet framover.

Utgangspunkt og mål for de tre fokusområdene

Fokusområde 1 Infrastruktur. Infrastruktur er det viktigste område å legge til rette for næringsutvikling. Ikke minst gjelder dette for de næringer hvor Meløy har størst potensial; industri, sjømat, leverandørindustri og opplevelser. For eksempel med videre utvikling av Glomfjord Industripark og tilgang til grønn energi, regulering av og utvikling av områder til sjømatnæringer, samt sikre tilgang til Svartisen og øyene som arena for opplevelser. I tillegg er det viktig at Meløy fremstår som en attraktiv kommune å bo og arbeide i. Med mange bygder, fjorder og øyer, er kommunikasjon og senterfunksjon viktig for å knytte kommunene og regionen sammen. Også god tilgang på bredbånd, havner, attraktive boligareal, samt kommunale servicetilbud generelt er viktig.

Mål: Fremme vekst via godt tilrettelagt infrastruktur

Fokusområde 2 Kompetanse, nyskaping og samhandling. Målsetning er å fremme vekst i eksisterende og nytt næringsliv, via økt kompetanse og god samhandling. På dette området er det viktig å sikre videreføring av tiltak og prosjekter i regi av omstillingsprogrammet i Meløy, og et proaktivt næringsarbeid mot eksisterende bedrifter og gründere. Her vil Meløy Utvikling KF ha en sentral rolle, sammen med initiativ og medvirkning fra lokale bedrifter, utdannings- og kompetansemiljø, Meløy Næringsforum med flere. Meløy kommune vil ta et særlig ansvar for videreutvikling av næringsvennlig kommunal forvaltning.

Mål: Fremme vekst i eksisterende og nytt næringsliv, via økt kompetanse og god samhandling.

Fokusområde 3 Posisjonering og synliggjøring. Målsetning er å bli synlig i landsdelen og nasjonalt som en bærekraftig og attraktiv kommune. Å posisjonere og synliggjøre dreier seg i stor grad om å bygge og forsterke stolthet og identitet for Meløy samfunnet som attraktivt og bærekraftig både lokalt og nasjonalt. Her har lokale ledere og autoritetspersoner et særlig ansvar for å fremsnakke Meløy og være gode rollemodeller, samt påvirke og synliggjøre Meløy som et godt bo- og arbeidssted. Meløy kommune har hovedansvar for å satse og koordinere kommunal innsats med hensyn på å posisjonere Meløy.

Mål: Bli synlig i landsdelen og nasjonalt som en bærekraftig og attraktiv kommune.

Resultater fra arbeidet med handlingsplan i 2021

1. INFRASTRUKTUR

a. Fremtidsrettet arealplanlegging

Tiltak	Resultat/rapportering
Fullføre påbegynt regulering av næringsareal Æsvik-Galtneset	Detaljregulering for Æsvik-Galtneset næringsområde vedtatt juni 2021 Nytt navn er foreslått for området «Halsa næringspark»
Næringsområde Glomfjord Industripark	Planprogram for utvidelse og detaljregulering vedtatt juni 2021
Tilrettelegge Reipå havn	Reipå Havn er i mudret til 4 dybdemeter, det er etablert fylling med plass til mer kai, flere båtplasser ved flytebrygge og næringsareal på land. Meløy kommune og Kystverket har investert om lag 19 millioner kroner. Kaia prosjekteres i 2022.
Kilvik næringsområde	For Kilvik næringsområde er det tilrettelagt for infrastruktur og klargjort for utfylling av sjøområde.
Følge opp tiltak i landbruksplan	Arbeidet med revidering av Landbruksplan ble forskjøvet fra 2021 til 2022 p.g.a. bemanningssituasjonen.
Sikre bruk av kaianlegg på FV 17 i Holandsvika	Det er vurdert sikringstiltak mot skred ved kaiområde i Holandsvika, rapport fra Norconsult er tatt til orientering av politikerne, februar 2021.
Planlegge kai løsning for overfart til Engenbreen	Hensikten med planarbeidet er å regulere et havneområde med kaianlegg for mindre passasjerbåter, område for servicebygg, parkeringsareal for biler og busser, gjestebrygge og beplantning. Dette sees også i sammenheng med utviklinga på Halså.
Meløy har fått status som nasjonalparkkommune	Det er opprettet en intern gruppe for koordinering av nasjonalpark arbeidet i Meløy. De har gjennomført 9 arbeidsmøter i 2021.

b. Styrke kommunikasjon og samferdsel

Tiltak	Resultat/rapportering (2019 tekst)
Påvirke regionale myndigheter; etablere godt samferdselstilbud i Meløybassenget	For 2021 har arbeidet opp mot regional transportplan (2022-20233) vært målrettet og tverrfaglig hvor politikk, administrasjon og næringsliv har løftet sammen. Nordland fylkeskommune har i mars 2022 sendt Regional transportplan ut på høring.
Realisering av samferdselsprosjektet Ørnes-Glomfjord	For å utdype næringslivets behov for utbedring av FV 17 Ørnes-Glomfjord ble det gjennomført en verdiskapningsanalyse. Rapport fra Asplan Viak november 2021, denne er tatt til politisk orientering.
Utvikle dekningskart og lage fremdriftsplan for fiber i hele kommunen.	Dekningskart utarbeidet. Utbygging av Reipå ferdigstilt. For Bjæringen har Meløy Energi har fått oppdraget. Arbeidet er startet opp, beregnet ferdig sommer 2022. For områdene Engavågen-Grønøy-Åmøy-Meløya-Bolga har Telenor fått oppdraget. Arbeidet er startet opp. For Støtt er anbud evaluert.

c. Styrke Meløy som region i Salten og Ørnes som region- og servicesenter

Tiltak	Resultat/rapportering
Påvirke regionale myndigheter; Ørnes skal være et nytt regionsenter ved neste revisjon av fylkesplan	NFK har deltatt i vurderingskomite for kystbyen Ørnes.
Styrke handelsnæringen, videreføre koordineringsarbeid.	Meløy Næringsforum sekretariat for nettverk, nye midler tildelt i 2021.
Kystbyen Ørnes, Rapport 525/2020 Parallelloppdrag «kystbyen Ørnes-sammen for Meløy» fra norske arkitekters landsforbund på oppdrag fra Meløy kommune.	9 prioriterte tiltak fra arbeidsverkstedet innarbeides i planarbeidet. Resten av rapporten inngår som del av kunnskapsgrunnlag for kommuneplanen. Samfunnsdel (2021-2030) ble vedtatt i desember. Arealdel (2021-2030) er planlagt for politisk behandling i 2022.

2. KOMPETANSE, NYSKAPING OG SAMHANDLING

a. Utvikle attraktive kompetansetilbud i tråd med næringslivets behov

Tiltak	Resultat
<p>I 2020 igangsatt Kompensepilot Salten, 3-årig pilot i regi av NFK. Målet å få til et bedre etter- og videreutdanningsmarked i Salten.</p> <p>Arbeidsgruppe fra 6 Salten-kommuner (Rødøy, Meløy, Gildeskål, Fauske/Sørfold og Saltdal/Beiarn). Bodø er ikke med, men del av løsningen – med Nord Universitet som tilbyder av EVU.</p> <p>Lokalt inviteres det til bransjemøter med EVU-tema; fagbrev, fagskolemoduler, korte og lange kurs i høyre utdanning, men også kurs i de verktøyene vi bruker til daglig.</p> <p>Nettverk: Kompetanseklunge Meløy Kompetanseforum Salten</p>	<p>Etter bransjemøte har 7 ansatte i Meløybedrifter tatt eksamen etter praksiskandidatkurs i tømmerfaget med Bjørn Kildal, Halså Bygg som lærer.</p> <p>7 deltar i Kontor- og administrasjonsfaget på teams med eksamen juni 2022.</p> <p>To deltar på kurs i reiselivs-faget med eksamen 1. juni 22. Tretten som går praksiskandidatkurs helsearbeider avslutter med eksamen 1. juni.</p> <p>Alle kurs finansiert gjennom Kompetanseløftet og dekkes av NFK.</p> <p>1 har fullført realfag i Nettskolen i Nordland og startet høsten 2021 3-årig nettbasert ingeniørbachelor ved UiT mens han jobber i industriparken.</p> <p>1 fullført studiekompetanse høsten 2021 og startet 4-årig nett- og samlingsbasert sykepleiebachelor ved Nord Universitet mens hun jobber som helsefagarbeider på Meløy helse- og velferdssenter.</p> <p>Nettverk lokalt, Kompetanseklunge Meløy har gjennomført to møter. Leder Kjetil Fagervik, rektor Meløy vgs.</p> <p>Nettverk regionalt, Kompetanseforum Salten. Leder Nina Røvik, rektor Bodø vgs. Startet opp i 2021, gjennomført 3 digitale møter.</p>
<p>Fremtidsrettet fagutdanning innen prosesseteknikk</p>	<p>Høsten 2022 planlegges praksiskandidatkurs i kjemiprosessfaget, produksjonsteknikkfaget, logistikkfaget og salg-faget.</p> <p>Og fagskolemoduler i industriell digitalisering.</p>

<p>Kartlegge omfang og behov for lærlinger – og bevisstgjøring av behov hos bedrifter – Kompetanسهuset Meløy v/ Opplæringskontoret i Meløy</p>	<p>Formidlet 33 lærlinger til medlemsbedriftene. 100% av elevene ved Meløy vgs., Glomfjord har fått læreplass.</p> <p>Etterspørselen fra våre medlemsbedrifter var 55 lærlinger i 2021. Færre elever ved skolen, og vanskelig å rekruttere lærlinger inn til kommunen.</p> <p>Totalt i 2021 hentet vi 6 lærlinger fra andre deler av landet. Ingen lærlinger hos oss ble permittert pga. korona i 2021.</p>
---	--

- b. Stimulere til nyskaping, digitalisering og samarbeid i eksisterende og nye bedrifter.

<p>Etablererstipend</p>	<p>Innvilget 7 stipend.</p>
<p>Deltakelse på Start Opp Salten</p>	<p>6 har gjennomført programmet, gjennomført via nett i 2021.</p>
<p>Kjøpt tjenester til gründerhjelp og forstudier industrisatsing.</p>	<p>Meløy økonomisenter, Kunnskapsparken Bodø og Invis.</p>
<p>Lokale gründerksamlinger</p>	<p>Gjennomført møter på teams med reiselivsnæringen. Kommunen har fått tildelt kompensasjonsmidler fra staten, hoveddelen er fordelt til lokale reiselivsbedrifter, tildelingsoversikt i vedlegg.</p> <p>Det er gjennomført spørreundersøkelse av lokal reiselivsnæring februar 2021.</p> <p>Det er gjennomført spørreundersøkelse av bedriftene på Halså, mars 2021.</p> <p>Gjennomført industrikafe på teams med industribedrifter og Arctic Cluster team og industriutviklingsmiljøet på Helgeland, mars.</p> <p>Investorfrokost arrangert av BRUS for Ecoprot og Polarfisk, teams.</p> <p>Fylkesmesterskap UB (ungdomsbedrifter) juryoppdrag.</p>

	<p>Mai-juni arbeid for å få lokale søknader til KLP Trykktanken, flere teammøter lansering.</p> <p>Blu Tech + lokale industri bedrifter møte i GIP, juni.</p> <p>Invest in Nordland, for Meløybedrifter møte i GIP, september.</p>
Kompetanseprogram for digitalisering.	Reiselivsnæringen spesielt, har under pandemien fått en rekke kurstilbud gjennom det offentlige (Innovasjon Norge, Visit Bodø mv)
Bedriftsnettverk industri	<p>Nettverk nasjonalt og regionalt rettet mot hydrogen knyttet til Glomfjord Hydrogen AS satsing i Glomfjord.</p> <p>Finn Nordmo har holdt et ti-talls presentasjoner om Hydrogen satsingen i nasjonale nettverk og til besøkende i industriparken dette året.</p>
Hovedprosjekt Svartisen	Hovedprosjektet er avsluttet og rapportert til Nordland fylkeskommune. Resultatet herfra er grunnlagsdokumentasjon for Masterplan 2022, en helhetlig formidlingsplan for Svartisleden. Målet er autorisasjon som Nasjonal turiststi.
Nasjonal turiststi	Handlingsplan for 2021 er gjennomført, og delfinansiert med kr 400.000 fra miljødirektoratet. For 2022 er det søkt nye midler til gjennomføring av oppgaver i Masterplan. Miljødirektoratet har signalisert at Meløys søknad om autorisasjon vil bli behandlet i 2022.
Medlemskap Destinasjon Salten.	Det foreligger årsrapport 2021 fra Visit Bodø for Destinasjonssamarbeidet i Salten. Tjenesten omfatter destinasjonsmarkedsføring, nettverk og kompetanse. Denne avtalen utløper i 2022.

c. Videreutvikle Meløy som næringsvennlig kommune

Tiltak	Resultat
Styrke innkjøpskompetansen i Meløy kommune	Testet ut lokalt innkjøp av fersk hvit fisk fra lokal leverandør.
Videreføring av arbeid med proaktivt næringsarbeid	Næringsnettverket i Salten, felles innsats for de tre Salten-strategier; Reiseliv, mineraler og havbruk. Gjennomført 8 fellesmøter i 2021. Gjennom hele året har vi møter med næringsaktører for etablering og utvikling av bedrifter i Meløy.
Faste næringsmøter	Beredskapsrådet for næring har hatt jevnlig møter våren 2021.
Oppfriskningskurs i klarspråk	Dette er ikke gjennomført i år.
Bevisstgjøring av «bærekraftsbegrepet»	Gjennom arbeidet med utvikling av Svartisen muliggjøres bærekraft i praksis. Industrisatsing på grønn energi, grønne verdikjeder, muliggjøres lavutslipp i produksjon og transport. Utviklingsprogrammet Meløy 2019-2024 – en bærekraftig samfunns- og stedsutvikling er igangsatt, rapportert politisk juni 2021.
Kompetanseutvikling internt for bærekraft	NFK har vedtatt kunnskap for et bærekraftig Nordland i kunnskapsgrunnlaget for den regionale planstrategien.
Kommunikasjonsplan	Avtale med Ny Næring/KF i 2021. Artikler om Reipå Havn og Hydrogen i februar, Kilvik næringsområde artikkel i mai. Meløy -tett på har produsert og publisert artikler om lokalt næringsliv. Indeks Meløy 2021, presentert for formannskapet. Presenteres på DNB indeks lunsj på Ørnes. Vil også bli lagt ut på nett/Meløy kommune TV.

3. POSISJONERING OG SYNLIGGJØRING

- a. Markedsføre Meløy som lokaliseringssted av virksomheter utenfra.

Tiltak	Resultat
Invitere og motiver bedriftene i Glomfjord Industripark til å profilere seg selv utad i det «grønne skifte»	Alle politiske partier besøkte GIP i forkant av Stortingsvalget 2021. Arctic Cluster Team plattform og nettverk har medlemsbedrifter fra GIP. Meløy bedrifter har deltatt på teams arrangement og på konferansen i Bodø.
Samarbeidsprosjekt med Bodø region for akkvisisjon av eksterne selskap/etableringer (2021-2023). Avtalen videreføres i Meløy kommune.	Salten: Salten Power, felles innspill for lokalisering av batterifabrikk sendt 25 januar 2021- første prosjektet. Prosessmøte september- organisering og kompetansedeling fra Europeiske prosjekt. Rolle og ansvarsdeling i arbeidet, dokument av 3.11.2021

- b. Utvikle og markedsføre Meløy som bo- og besøkskommune, fremme vilfølelsen.

Tiltak	Resultat
Gjennomføre prosjektet Meløy-tett på.	Sluttrapport for prosjektet Meløy-Tett på politisk behandlet i juni. Prosjektet er over i driftsfase. Det er inngått en treårig avtale mellom Meløy kommune, Meløy Frivilligsentral og Meløy Næringsforum. Det er inngått partneravtale mellom bedrifter og Meløy Næringsforum. www.meloy.no
Internship/traineeprogram, bruk av masteroppgaver mv	Meløy kommune er medlem i Trainee Nordland. Det er ingen Meløy-bedrifter som har benyttet denne muligheten i år. Hovedprosjekt Svartisen har brukt masterstudenter geologi sommer 2020. Masterarbeidet i geologi er tatt inn i masterplan Svartisliden 2022- viktig kunnskap i det videre formidlingsarbeidet.

- c. Påvirke aktivt slik at Meløy tar en tydelig posisjon i Salten og landsdelen.

Tiltak	Resultat
Etablere møtearenaer og nettverksarbeid mellom kommune og næringsliv	to år på teams, effektivt, men skaper noe distanse i nettverksarbeidet, 2020 og 2021. Valgkampanjen ga oss mange besøk denne gangen- stor mulighet for posisjonering som politikken og næringslivet brukte godt.

4. ORGANISASJONSENDRING AV NÆRINGSARBEIDET

Meløy Utvikling KF er nedlagt fra 1.1.2022, og ansatte overført til Meløy kommune.

Kommunestyret vedtok organisasjonsendringer for kommunens næringsarbeid i oktober:

1. Kommunestyret vedtar å avvikle Meløy Utvikling KF og flytte ressurser fra Meløy Utvikling KF til avdeling for Plan, utvikling og næring i tjenesteområdet Samfunn fra 1.1.2022
2. Det gjennomføres en prosess for virksomhetsoverdragelse etter gjeldende lovverk.
3. Kommunestyret vedtar å etablere et nytt industriutviklingselskap.
4. Industriselskapet skal være et aksjeselskap og stiftes etter aksjeloven. Selskapets formål er å legge til rette for industriutvikling som gjør at Meløy tar posisjon som ledende innen bærekraftig utvikling. Selskapet skal arbeide for å forbedre rammevilkårene for industriaktører som satser på utvikling av eksisterende og nye selskaper innen de områdene Meløy har naturlige fortrinn. Selskapet skal være lokalisert i Glomfjord industripark.
5. Kommunestyret vedtar å bevilge kr. 1.000.000 til etablering av industriutviklingselskap. Finansieres ved bruk av konsesjonsavgiftsfondet.

Vedlegg

1. Tildelinger til næringsutvikling fra styret Meløy Utvikling KF 2019-2021
2. Tildelinger Koronastøtte til lokalt næringsliv fra statlige ordninger 2020-2021
3. Årsrapport 2021, Destinasjonssamarbeid Salten, Visit Bodø

Meløy Utvikling KF har i perioden 2019-2021 refordelt ikke anvendte omstillingsmidler .
I 2020 og 2021 administrert statlig koronatilskudd tilført kommunalt næringsfond

2019		
Bedrift	Prosjekt	Vedtatte tilsagn
Greenfish AS	Uttesting forskningsdrone	65 000
Gode Øyeblikk	FOU prosjekt	50 000
Meløy Utvikling KF	Sic Industribygg -alternativ bruk	548 000
Åmnes gård	Etablererstipend	40 000
Espen Rye Pettersen	Etablererstipend	40 000
Meløy Bygdeutvikling v/leirskole s.u.s	Etablererstipend	40 000
Grønøy handleri DA	Etablererstipend	40 000
Meløy Næringsforum	Prosjekt varehandel	100 000
Wenche Hoff	Etablererstipend	20 000
Ecoprot AS	Etablererstipend	40 000
Wiggo Nygård	Etablererstipend	40 000
Helge Halsos /Elvegård	Etablererstipend IPT	40 000
MU KF	Kjøp tjeneste masseberegning Kilvik	150 000

Sum refordelt omstillingsmidler 2019

1 213 000

2020		
Pettersen Catering	Etablererstipend	40 000
Åmnes gårdsysteri	Etablererstipend	27 000
Visit Bodø	markedsbidrag Korona 2020	25 000
MNF kjøp av tjeneste	Beredskapsråd for næring, Korona 2020	100 000
Karnsinee AS	Etablererstipend	40 000
Arctic Wunderlust	Destinasjonsfilm, Korona 2020	62 500
Meløy Utvikling KF	Nasjonal Turiststi Svartisen 2020	200 000
Øvergården Mathus	Etablererstipend	40 000
PåVippen	Etablererstipend	40 000
Brimo Fiskeforedling AS	Etablererstipend	40 000
SasTech AS	Markedsbidrag	400 000

Sum refordelt omstillingsmidler 2020

1 014 500

2021		
Asia Mat Orathai Dybvik	Etablererstipend	40 000
CV Spesialisten Terje Hansen	Etablererstipend	40 000
MU KF(Halsasentrumutv.)	Kjøp ekstern bistand	40 000
Tantes strikk & søm AS	Etablererstipend	40 000
Fisker Dahle	Etablererstipend	40 000
Arctic Wanderlust AS	Etablererstipend	40 000
Lyng Rosetten Blomster	Etablererstipend	40 000
Moments of North	Etablererstipend	40 000
MU KF	Kjøp av tjenester prosjektleder industri	200 000
Halsa bedriftsnettverk v/Halsa Bygg	Kjøp av eksterne utviklingstjenester	300 000
Brimo Invest As	Inventar næringsbygg	250 000
MU KF	Ekstra gründerstøtte varehandel	200 000

Sum refordelt omstillingsmidler 2021

1 270 000

Statlig koronamidler fordelt til lokalt næringliv

år	Antall bedrifter		Beløp
2020	9	Vedtatt i formannskapet 12. november 2020	1 448 000
2021	22	Vedtatt i formannskapet 27. mai 2021	896 565
2021	14	Vedtatt i formannskapet sak 21. oktober 2021	539 000
2021	8	Vedtatt i formannskapet 2. desember 2021	2 101 000
		Sum fordelt 2020-2021	4 984 565

Oversikt støtteordning Covid til lokal næring, , statlige tildelte midler for perioden 2020-2021
Et utviklingstilskudd og fire kompensasjonstilskudd

Tildelingsbrev	Utviklings- tilskudd	1 og 2	3	4	Sum tilskudd
Meløy kommune	kr 1 448 000	kr 896 565	kr 539 000	kr 2 101 000	4984565
Vedtak i formannskapet	12.nov 20	27.mai.21	21.okt.21	02.des.21	
Bedrift	Tildeling	Tildeling	Tildeling	Tildeling	Sum pr. bedrift
Nye Glomfjord Hotell as		60000	40000	100000	200000
Ørnes hotell as		60000	40000	200000	300000
Råkk huset as	50000	70000	65000	500000	685000
Svartisen as	50000	40000		350000	440000
Vikingen		40000	30000	100000	170000
Myrvolltunet	25000	50000	26000	51000	152000
Nyheim Camping		6565	8000		14565
Støtt Brygge AS		50000	65000	500000	615000
Vitar Eiendom as			50000	300000	350000
Reipå Camping			55000		55000
xpo Arctic			40000		40000
Øvergården Mathus as		40000	80000		120000
Beyond limits AS	100000	40000	15000		155000
Rent a Chef as		40000	10000		50000
Sørheimbrygga AS			15000		15000
Åmnes gård as		40000			40000
Sjøsiden cafe		40000			40000
Solveigs stue as		40000			40000
Pettersen catering		40000			40000
Brimo fiskeforedling as		10000			10000
Meløy tur og minibuss as		70000			70000
Engen brygge		30000			30000
Karnsinee as		10000			10000
Engenbreen skyss		30000			30000
Pernilles		50000			50000
Meløy Adventure as	300000	40000			340000
Ny næring AS	65000				65000
Støtt Lokalsamf.utv. AS	300000				300000
Meløy Næringsforum	58000				58000
Meløy Utvikling KF	500000				500000
Sum	1448000	896565	539000	2101000	4984565

Årsrapport 2021

Destinasjonssamarbeid Salten

01.01.21 - 31.12.21

Visit
Bodø

Innhold.

01 Organisering

- 4 Grunnpakke kommuneavtalene 2018 - 2020 (2022)
- 4 Basispakke reiselivsnæringen
- 5 Arbeidsgruppe
- 5 Møter 2021
- 6 Aktivitetsplan 2021 pr. kommune
- 6 Gjestedøgnstatistikk

02 Destinasjonsmarkedsføring

- 8 Innholdsproduksjon
- 9 Distribusjon
- 10 Digital synlighet - web og sosiale medier
- 13 Kampanjer
 - 14 *Vinterkampanje*
 - 14 *Vårkampanje*
 - 15 *Sommerkampanje og Krafttak Nord-Norge*
 - 18 *Høstkampanje og kampanjesamarbeid Nordland*
 - 19 *Julekampanje*
- 20 Presse og ambassadører

03 Nettverk og kompetanse

- 22 Nettverk
- 22 Kompetanse

04 Medlemsservice

- 24 Medlemsservice

01 Organisering

Grunnpakke kommuneavtalene 2018 – 2020 (2022).

Det er inngått en overliggende rammeavtale, 2018 - 2020 (2022), mellom kommunene i Salten og Visit Bodø gjennom Rådmannsutvalget i Salten, som sammen med kommuneavtalene definerer leveransen i grunnpakken.

Følgende tre hovedkategorier tjenester er inkludert i grunnpakken til kommunene:

1. Destinasjonsmarkedsføring
2. Nettverk
3. Kompetanse

Basispakke til reiselivsnæringen.

Som medlem og bedrift med markedssamarbeid med Visit Bodø får du en basispakke hvor et sett tjenester er inkludert. Denne basispakken utvikles kontinuerlig basert på behov og trender. Informasjon om basispakken og prislister ligger tilgjengelig på bransjenettet på visitbodo.com. Forankring skjer i årlig aktivitetsplan som vedtas i styret og generalforsamling.

Som en del av arbeidet for å engasjere og involvere reiselivet i hele Salten tilbys det avtaler om markedssamarbeid til bedriftene utenfor Bodø kommune. Disse avtalene har redusert pris, kr. 5000. Leveransen i disse avtalene er den samme som basispakken i medlemskapet.

Som et tiltak under covid-19 situasjonen har det ikke blitt fakturert medlems- og markedssamarbeids kontingent i hele 2020 og halve 2021.

Basispakken 2021

- Produktsynlighet på nett visitbodo.com og visitnorway.com.
- Synlighet i sosiale medier – Facebook og Instagram
- Innholdsproduksjon
- Kampanjer
- Workshops og messer
- Arrangementskalender
- Rådgivning
- Kurs og temasamlinger
- Bransjeinfo
- Møteplasser og bransjetreff
- Markedsinnsikt
- Trafikk og gjestedøgnstatistikk
- Bransjeinnsikt

Plussprodukter 2021

I tillegg til basispakken tilbyr Visit Bodø plussprodukter mot ekstra kostnad/betingelser. Disse tilbys primært medlemmer og bedrifter med markedssamarbeid:

- Målrettet annonsering og retargeting
- Passeturer
- Visningsturer
- Booking
- Destinasjonsguide
- Saltenkonferansen
- Deltakelse i cruisesatsing
- Deltakelse i arrangementsnettverk
- Deltakelse i utviklingsprosjektet
- Attraktive opplevelser

Arbeidsgruppe.

Hver kommune har en representant til arbeidsgruppen:

- Kitt Grønningsæter – Rødøy
- Espen Mahrun – Meløy
- Silje Nordgård – Gildeskål
- Bjørnar Brændmo – Beiarn
- Elin Kvamme – Saltdal
- Anne-Lise Solås – Bodø
- Gerd Bente Jakobsen – Sørfold
- Andreas Sletten – Steigen
- Kirstin L. Mobakken – Hamarøy

Per Elling Ellingsen har startet opp i ny stilling høst 2021. Kommunalleder samfunnsutvikling Kirstin L. Mobakken deltar i samarbeidsflatene inntil videre.

Møter 2021.

En-til-en møte med hver kommune

Det har blitt avholdt 2 møter med hver enkelt kommune vår og høst 2021. Møtene ble holdt over Teams og noen fysisk i kommunene. Tema for første møtepunkt vår 2021 har vært evaluering av 2020 og aktivitetsplan for 2021, på høsten har tema vært status aktivtetsplan og workshop nettside.

- 1. februar // Saltdal kommune og Visit Bodø
- 12. februar // Rødøy kommune og Visit Bodø
- 23. februar // Hamarøy kommune og Visit Bodø
- 3. mars // Gildeskål kommune og Visit Bodø
- 9. mars // Steigen kommune og Visit Bodø
- 11. mars // Beiarn kommune og Visit Bodø
- 23. mars // Meløy kommune og Visit Bodø
- 7. april // Bodø kommune og Visit Bodø
- 10. juni // Sørfold kommune og Visit Bodø
- 6. oktober // Rødøy kommune og Visit Bodø
- 25. oktober // Sørfold kommune og Visit Bodø
- 15. november // Saltdal kommune og Visit Bodø
- 16. november // Beiarn kommune og Visit Bodø

Presentasjoner av Visit Bodø

Visit Bodø har holdt flere presentasjoner første halvår 2021 hvor formålet har vært å presentere hvem vi er, og informere om våre leveranser til kommuner, medlemmer og bedrifter med avtale om markedssamarbeid.

- 13. april // Reiselivsnæringen i Steigen
- 15. april // Reiselivsnæringen i Hamarøy
- 23. februar // Reiselivsnæringen i Meløy
- 16. juni // Kommunestyret Sørfold
- 27. oktober // Reiselivsmøte Sørfold

Kommunebesøk

For aktivitetsplanen 2021 var det planlagt kommunebesøk til alle kommuner gjennom året. Dette har ikke latt seg gjøre etter oppsatt plan i 2021 pga covid-19 og smittevernregler. Men vi har fått gjennomført noen kommunebesøk siste halvår av 2021. På noen av disse møtene har vi også lagt inn bedriftsbesøk.

- 16. juni // Kommunestyre Sørfold
Besøkte gammelbutikken på Røsvik.
- 23. – 24. juni // Beiarn og Misvær
Innholdsproduksjon, film og video. Besøkte bedriftene Laftehytta, Beiarn kro og hotell, Beiarmat, Arctic Cabins, Urtehagen på Tofte og Ljøsenhammeren.
- 14. oktober // Meløy
Workshop ny nettside visitbodo.com - kjennetegn og uttrykk Meløy ønsker å ha i kommunikasjon mot turister.
- 26. oktober // Gildeskål
Workshop ny nettside visitbodo.com - kjennetegn og uttrykk Gildeskål ønsker å ha i kommunikasjon mot turister.
- 10. november // Hamarøy
Workshop ny nettside visitbodo.com - kjennetegn og uttrykk Hamarøy ønsker å ha i kommunikasjon mot turister.
- 11. november // Steigen
Workshop ny nettside visitbodo.com - kjennetegn og uttrykk Steigen ønsker å ha i kommunikasjon mot turister.

Aktivitetsplan 2021

pr. kommune

Det er utarbeidet en aktivitetsplan for hver kommune for året 2021. I aktivitetsplanen har vi planlagt samarbeid, medlemservice og innholdsproduksjon for året, mellom kommunen og Visit Bodø.

Samarbeid

Vi avtalte å ha minst 2 møtepunkter med hver kommune i året. Dette har vi gjennomført i 2021, hvor vi har hatt møter på våren og høsten. Dette har vært nyttige møter, som vi ønsker å videreføre i 2022.

I tillegg til en-til-en møter skulle vi besøke hver kommune i 2021. Dette lot seg dessverre ikke gjøre pga. reiserestriksjoner og smittevern. Vi fikk besøke noen, men ikke alle. Vi besøkte følgende kommuner i 2021:

- Beiarn
- Sørfold
- Meløy
- Gildeskål
- Hamarøy
- Steigen

Medlemservice

I 2021 ble vi enige om å ha ekstra fokus på nye og potensielle medlemmer. Vi skulle jobbe med å spre informasjon og kunnskap om Visit Bodø til bedrifter som ikke kjenner like godt til oss. Hver kommune har oppdatert sine lister over potensielle medlemmer.

For å spre informasjon om Visit Bodø har vi:

- Oppdatert informasjon på bransjenettet på visitbodo.com
- Sendt ut e-post til alle potensielle medlemmer, både felles infomail og tatt direkte kontakt med enkelte bedrifter
- Holdt presentasjoner i noen av kommunene
- Kjørt digitale annonser lokalt i Salten

Innholdsproduksjon

Til hver kommune har vi planlagt innholdsproduksjon gjennom året. I planen var det vi minimum skulle produsere for hver kommune, og flere andre produksjoner kommer i tillegg til dette. Vi har gjennomført innholdsproduksjon som var planlagt, foruten et par av sakene som ble vanskelig å gjennomføre.

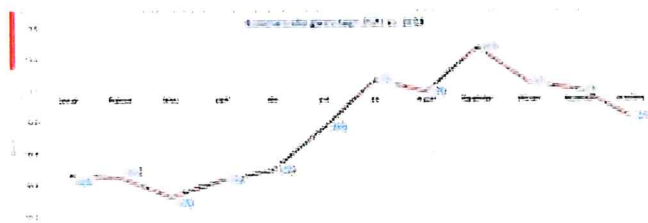
Planlagt innholdsproduksjon for de forskjellige kommunene kan ses i de enkelte aktivitetsplanene.

Vi har generelt gjennom året fokusert på å ha innlegg i sosiale medier fra alle kommuner, og å inkludere alle kommuner i vår innholdsproduksjon på visitbodo.com.

Gjestedøgnstatistikk

Månedlig henter vi ut tall fra SSB sin portal på gjestedøgnstatistikk. I 2021 har vi sammenlignet tallene med 2019, da 2020 var et unntaks år med nedstigninger og restriksjoner. 2021 har også bydd på perioder med restriksjoner og nedstenginger, noe som har preget antall gjestedøgn og gjester.

I 2021 har Bodø hatt totalt 321.461 kommersielle gjestedøgn. Dette er en nedgang på – 22% om man sammenligner med 2019. For de resterende Salten-kommunene var det totalt 197.168 kommersielle gjestedøgn, dette er en økning på 14% sammenlignet med samme periode i 2019.



Andre interessante tall gjeldene fra januar – november 2021:

- Bodø har en markedsandel på 18,54% i Nordland
- Salten (- Bodø) har en markedsandel på 11,37% i Nordland
- Gjennomsnittlig oppholdstid i hele Salten var i 2021 1,8 døgn. Til sammenligning var gjennomsnittlig oppholdstid 1,5 døgn i 2019.
- I Bodø har det vært 91% norske gjester og 9% utenlandske gjester.
- I Salten (- Bodø) har det vært 87% norske gjester og 13% utenlandske gjester.
- Det har kommet flest utenlandske gjester fra Tyskland, Sverige, Nederland, Danmark, Polen, Italia og Frankrike.
- Formål med oppholdet har fordelt seg slik:
Bodø
Ferie/fritid: 53%
Kurs og konferanse: 11%
Yrke: 36%

Salten (-Bodø)

Ferie/fritid: 49%
Kurs og konferanse: 8%
Yrke: 43%

02 Destinasjonsmarkedsføring

Innholdsproduksjon.

Gjennom hele året har vi produsert nytt innhold til visitbodo.com og fornyet eksisterende artikler og innhold. Denne jobben er viktig for å gi reiseinspirasjon til de som er inne på nettsiden vår og for at visitbodo.com skal få høyere rangering i Google. I tillegg til innholdsproduksjon på nettsiden, produserer vi flere videoer og bilder selv, som blir publisert i sosiale medier og legges ut på nettsiden. Vi jobber etter et årshjul der innholdsproduksjonen planlegges etter tema og sesonger.

Artikler produsert vinter (4)

- På skøyter i Bodø og Salten
- Arkitektoniske bygg i Salten
- Kystkvinnen
- Jektefart og kystkultur

Artikler produsert vår (3)

- Skiløyper i Bodø og Salten
- 5 ting du kan gjøre i Bodø i påsken
- Hva skjer i Salten i mars

Artikler produsert sommer (24)

- 17 ting å gjøre på Norgesferie med barn
- Bilferie langs E6
- Helgetur som gir ro og harmoni
- Dagstur til Kjerringøy
- Øyhopping
- Øya Bolga
- Øya Støtt
- Arnøyene
- 15 spektakulære fjellturer
- Aktiv ferie i Bodø og Salten
- Unike opplevelser
- Polarsirkelen
- Den glømda staden (Gildeskål)
- Thaihuset og gammen (Gildeskål)
- Fiske i Gildeskål
- Ureddplassen (Gildeskål)
- Nordarnøy kystfort (Gildeskål)
- Gjeshavner i Salten
- På tur i Sundsfjord (Gildeskål)
- Bærekraftig reise
- 7 tips til en grønn reise
- 6 tips til sporløs ferdsel i naturen
- 3-dagers tur til Saltstraumen
- 10 grunner til hvorfor reise til Bodø og Salten

Artikler produsert høst (4)

- 5 ting du må spise når du er i Bodø & Salten
- Slik fyller du ei mathelg i Bodø
- En reise i nordnorsk lokalmat
- Møsbrømløse

Artikler produsert jul (2)

- Førjulsaktiviteter
- Gi en opplevelse i julegave

I tillegg har vi oppdatert og forbedret alle artikler som ble produsert i 2020.

Foto

- 167 bilder Geitvågen/Kjerringøy - Karoline Pettersen
- 319 bilder Beiarn og Kulturveien – Karoline Pettersen
- 89 bilder Saltstraumen – Visit Bodø
- 32 bilder Saltstraumen – SL Media
- 98 bilder sporløs ferdsel – Visit Bodø
- 38 bilder Svartisen – Visit Bodø
- 33 bilder matretter i Salten – SL Media
- 15 bilder lokale produkter i Salten – Drone Nord

Video

Klikk på lenkene for å se videoene.

- [Roadtrip: Beiarn og Kulturveien – Drone nord](#)
- [Faktavideo Svartisen - Visit Bodø](#)
- [Faktavideo Saltstraumen - Visit Bodø](#)
- [Faktavideo Kjerringøy - Visit Bodø](#)
- [Opplevelser i Saltstraumen - SL Media](#)
- [Fossefall i Salten – Visit Bodø](#)
- [Matretter i Salten - SL Media](#)
- [Tørrfisk fra Bjørk](#)
- [Møsbrømløse fra Nordes kro og camping](#)
- [Utendørs matlaging med Heges matopplevelser](#)
- [Lokale produkter fra Salten - Drone Nord](#)
- [SKOgrua](#)
- [FOGG Gildeskål](#)
- [Ingrid Oline](#)

I tillegg er alle filmer fra 2020 klippet i kortere versjoner og publisert – Visit Bodø

Distribusjon.

Alt innhold blir distribuert til forskjellige kanaler, slik at vi er synlige flere steder. Gjennom analyseverktøy ser vi hvilket innhold som fungerer best i hvilke kanaler, og hvilke kanaler som gir best effekt. Analysene gjør vi kontinuerlig gjennom året for å hele tiden optimalisere jobben. I tillegg til betalt annonsering publiserer vi mye innhold organisk på Facebook og Instagram. Kanaler vi bruker er følgende:

Google organisk og Google Ads

Vi jobber hele tiden med søkemotoroptimalisering på nettsiden. Denne jobben gjør at vi kommer høyere i søket på Google når folk søker etter relevante ord for vår bransje. F.eks. ord som «Norgesferie» og «ferie i Nord-Norge». Vi kjøper også søkeord i Google, slik at vi har en betalt plassering helt øverst. Den betalte plasseringen går gjennom hele året, og optimaliseres av byrået Hensikt.

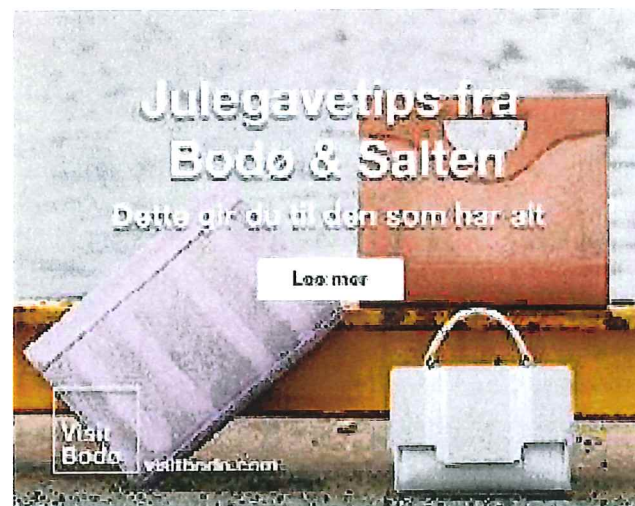
Programmatisk og koblerannonser

Dette er betalt annonsering i nettaviser. Her leverer vi ferdig bilde med tekst på til byrået Hensikt, så kjøper de banner-annonser i relevante kontekster i nettaviser. For eksempel i reiseartikler og artikler som skal gi reiseinspirasjon. Denne annonseringen har gått hele året fra mai – desember. Vi bytter ut bilder og tekst etter sesong og kampanjer. Noen eksempler fra 2021:



Sosiale medier

Vi distribuerer alt på Facebook og Instagram. Betalt og organisk. Vi har annonser i sosiale medier hele året, og annonserer etter gjeldene kampanjer. Dette er annonsering vi gjør selv, og vi bruker mye tid på å sette opp annonsene og optimalisere dem underveis. Ved at vi gjør dette selv får vi mye igjen for pengene, og vet at de blir brukt i riktige markeder.



Digital synlighet – Web og sosiale medier.

I 2020 gjennomførte vi en ekstraordinær sommerkampanje med ekstraordinær støtte fra kommunene. Dette tillot oss å gjøre en stor jobb med utvikling av innhold til nettsiden, produksjon av bilder og video og gjennomføring av digitale kampanjer. Vi har videreført denne metodikken, men i et noe mindre omfang i 2021. Derimot har vi i 2021 holdt kampanjeløpet gående hele året, og ikke bare mot sommersesongen. Dette er en kontinuerlig jobb som har vist seg å gi svært gode resultater over tid, og til tross for at vi ikke hadde ekstraordinære midler i 2021 ser vi fortsatt en øking i trafikk til visitbodo.com sammenlignet med 2020. Jobben som er gjort i løpet av de siste to årene har gitt god effekt i resultater og synligheten vi får på digitale flater.

Resultater visitbodo.com 2021

Statistikk

Sidevisninger 2020: 910 261

Sidevisninger 2021: 1 387 637

Vekst: 52,44%

Sidevisninger nordnorge.com til sammenligning: 763 321

Unike sidevisninger 2020: 416 279

Unike sidevisninger 2021: 500 627

Vekst: 20,26%

Antall brukere 2020: 134 741

Antall brukere 2021: 172 931

Vekst: 28,34%

Gjennomsnittlig øktvarighet 2020: 02:19

Gjennomsnittlig øktvarighet 2021: 02:19

Vekst: 0%

Sider per økt 2020: 4,92

Sider per økt 2021: 5,97

Vekst: 21,24%

Topp 10 besøkte sider i 2021

1. Hjem-siden
2. Saltstraumen
3. Unike overnattingssteder
4. Gjøre i Bodø
5. Se og gjøre
6. Restauranter
7. Kjerringøy
8. Sommer i Salten
9. Hva skjer
10. Home (engelsk hjem-side)

Topp 10 land på trafikk i 2021

1. Norge
2. USA
3. Tyskland
4. Kina
5. Storbritannia
6. Sverige
7. Danmark
8. Nederland
9. Frankrike
10. Finland

Trafikk på kommunesidene 2021 vs. 2020

Kommune	2020	2021	Endring i %
Bodø	2247	1752	-22%
Steigen	11 478	16 277	41,81%
Hamarøy	10 141	10 826	6,86%
Sørfold	1229	1239	0,81%
Beiarn	1597	1772	10,96%
Saltdal	2323	2628	13,13%
Meløy	3971	3847	-3,12%
Gildeskål	4907	5556	13,23%
Rødøy	2504	4758	90,02%
Totalt	40 397	48655	16,97%

Kommentar til tall på kommunesidene:

Trafikken til disse sidene kommer i hovedsak fra Google, og er derfor avhengig av hva folk søker på og hvilke sider som kommer øverst. Bodø har liten trafikk til kommunesiden, men har mye trafikk til andre Bodø-relaterte sider. Eksempel er siden «Gjøre i Bodø» en av de mest besøkte sidene på nettsiden og hadde 39 784 sidevisninger i 2021. For Meløy har «Glomfjordfjellet» vært siden som har fått mest besøk i kommunen, med 4190 sidevisninger.

Alle kommuner blir løftet frem i vår innholdsproduksjon, og det er der størsteparten av synlighet kommer frem.

Resultater Facebook 2021

Totalt antall følgere: 20 091
Antall nye følgere i 2021: 773

Rekkevidde 2020: 2 212 942
Rekkevidde 2021: 792 280

Engasjement 2020: 999 638
Engasjement 2021: 114 572

Besøkende til visitbodo.com fra FB 2020: 20 081
Besøkende til visitbodo.com fra FB 2021: 31 572

Kommentar til tall:

Facebook har endret måten de teller rekkevidde og engasjement på, derfor er tallene her betydelig mye mindre enn 2020. Det gjør at sammenligningsgrunnlaget ikke er godt nok, og vi får ikke et helt reelt bilde av resultatene. I 2020 var det flere innlegg som fikk 100.000 – 200.000 i rekkevidde, dette har vi ikke hatt i 2021. I tillegg til dette hadde vi ekstra midler til oppsett av kampanjer og Facebookannonser i 2020 som vi ikke har hatt i 2021, noe som naturlig nok påvirker resultatene.

Resultater Instagram 2021

Totalt antall følgere pr. 01.01.22: 18 204
Antall nye følgere i 2021: +1714

Rekkevidde 2020: 1 106 871
Rekkevidde 2021: 839 738

Engasjement 2020: 104 228
Engasjement 2021: 59 660

Øking i antall bilder med #visitbodo: +8800
Totalt bilder med #visitbodo pr. 01.01.2022: 96 000

Øking i antall bilder med #mittsalten: +3100
Totalt bilder med #mittsalten pr. 01.01.2021: 26 600

Kommentar til tall:

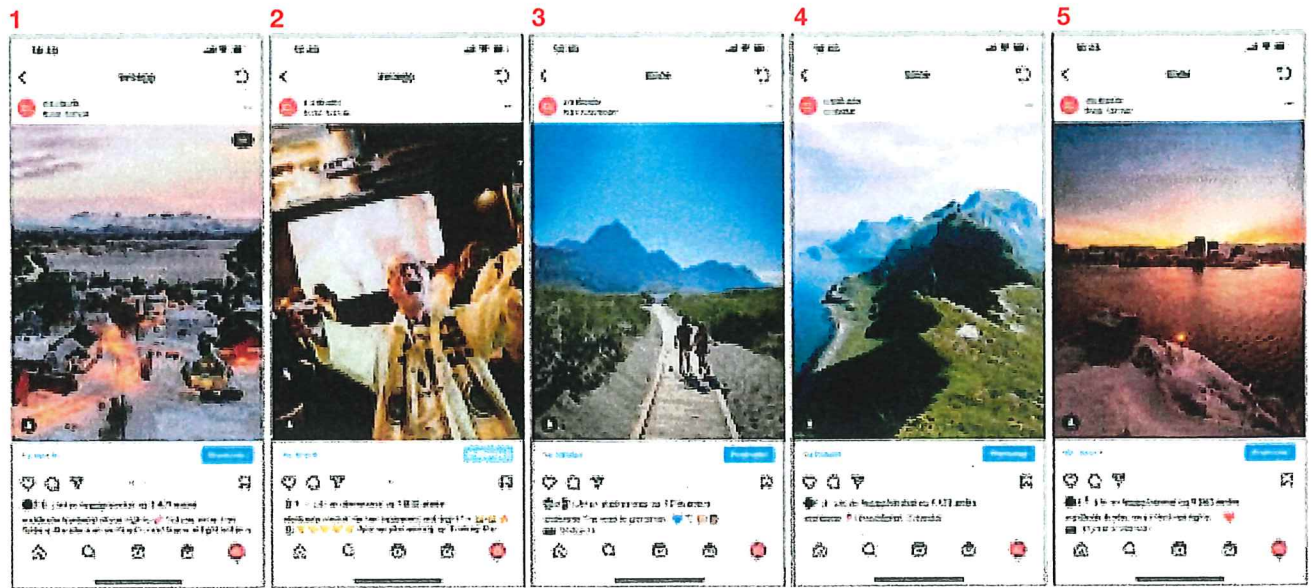
Instagram har flere funksjoner for video som vi har hatt fokus på å bruke mer i 2021 - Reels, IGTV og stories. Tallene for disse typer poster regnes ikke med i oversikten over rekkevidde og engasjement i Instagrams analyseverktøy. Disse funksjonene har vært viktige å prioritere fordi testing av nye funksjoner gjør at algoritmene rangerer kontoen vår høyere, og gjør det resultatmessig bedre totalt. At alle tallene ikke inkluderes i oversikten gjør at sammenligningsgrunnlaget fra året før ikke er godt nok, og vi får ikke et helt reelt bilde av resultatene. I realiteten vil tallene for 2021 vært mye høyere dersom også reels, IGTV og stories ble inkludert. Det er viktig å poengtere at til tross for lave tall på rekkevidde og engasjement ser vi en økt interesse for postene våre og følgermassen øker kontinuerlig hver dag.

I tillegg til dette hadde vi ekstra midler til oppsett av kampanjer og Instagramannonser i 2020 som vi ikke har hatt i 2021, noe som naturlig nok påvirker resultatene.

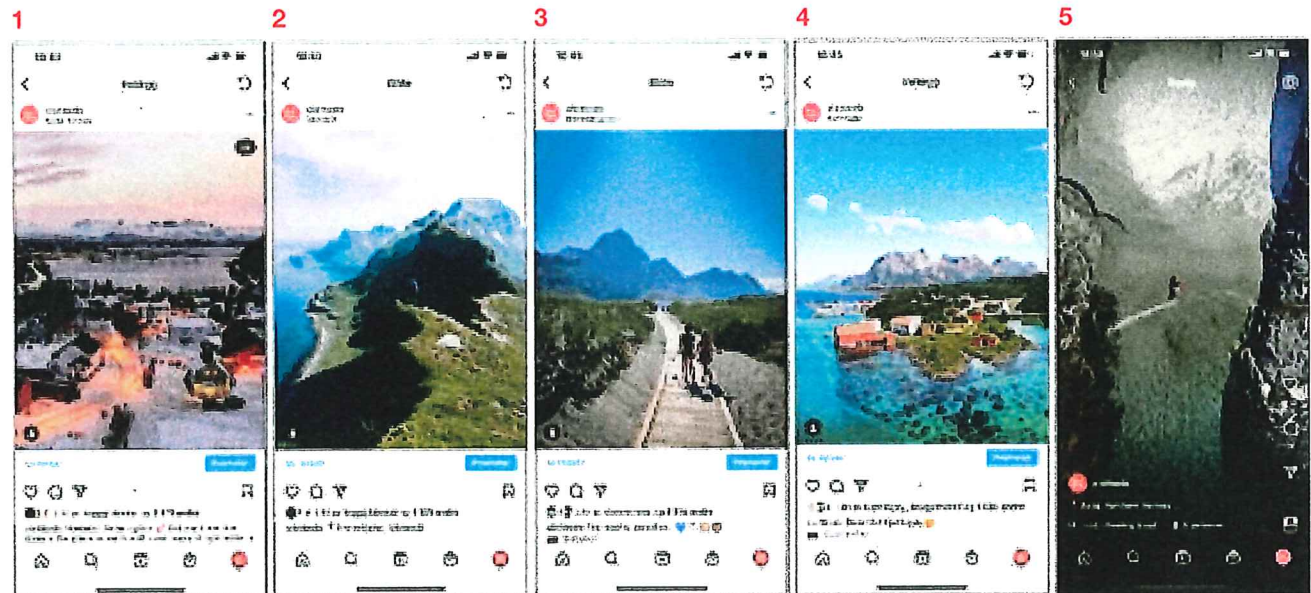
Topp 5 innlegg på Facebook i 2021



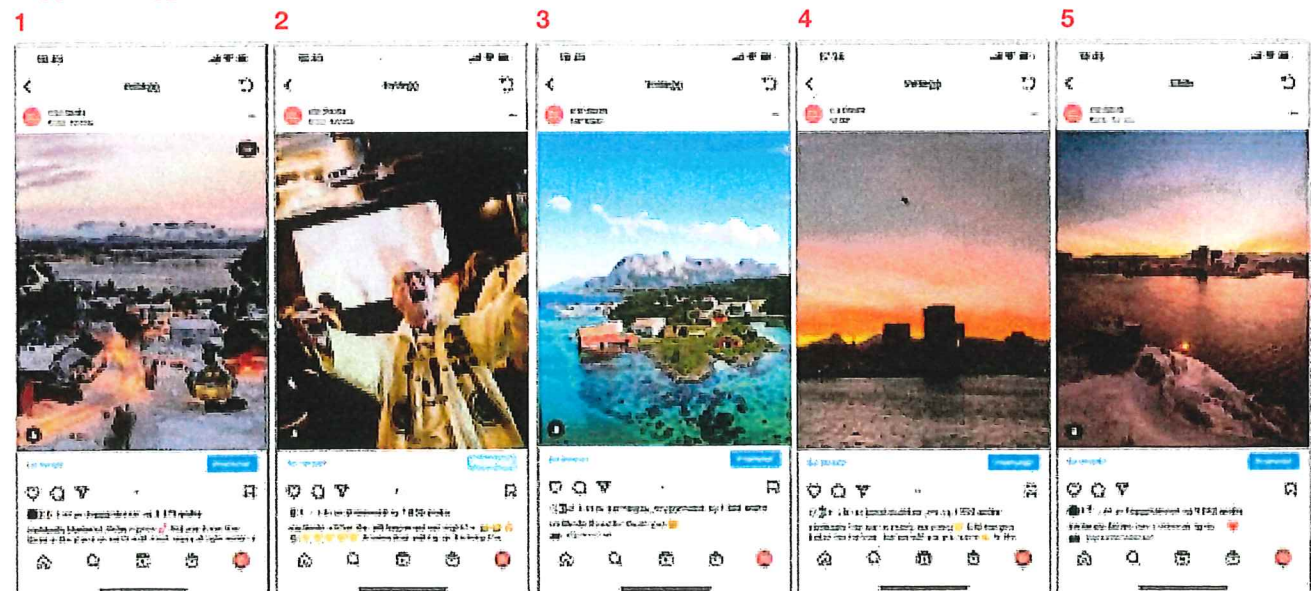
Topp 5 innlegg med høyest rekkevidde på Instagram



Topp 5 innlegg med flest lagringer på Instagram



Topp 5 innlegg med flest likes på Instagram



Kampanjer

Gjennom hele året har vi kjørt betalt annonsering på forskjellige digitale flater. Dette for å øke synligheten til Visit Bodø på flere steder, og at vi er til stede der brukeren og besøkende er. Se mer info om hvilke under distribusjon.

For hver kampanje har det blitt opprettet en kampanjeside på visitbodo.com hvor det har blitt produsert artikler og inspirerende innhold som driver trafikk videre til medlemmenes produktoppføringer og egne hjemmesider. Innholdet på sosiale medier skal også gjenspeile innholdet på kampanjesidene i de ulike periodene, og det skal produseres bilder og videoer som gjør innholdet spennende og attraktivt for de gitte målgruppene til hver kampanje.

Følgende kampanjer har blitt gjennomført i 2021

Vi har gjennomført vårt planlagte årshjul for kampanjer:

- Vinterkampanje
- Vårkampanje
- Sommerkampanje
- Høstkampanje
- Julekampanje

I tillegg har vi gjennomført følgende kampanjesamarbeid i 2021

- Kampanjesamarbeid med Nord Norsk Reiseliv: Krafttak i nord («Trulskampanjen») (sommer)
- Kampanjesamarbeid med Salten friluftsråd: Merkevarerbygging Sykkel i Salten (sommer og høst)
- Kampanjesamarbeid med Nordlands-destinasjonene: Mat i Nordland (høst)

Kampanjesidene løfter frem opplevelser, aktiviteter, spisesteder etc. som er relevant for de ulike kampanjene. Se mer info om de forskjellige kampanjene under.

Under egne kampanjer har vi også tilbydd bedrifter å kjøpe annonsering gjennom våre kanaler i sosiale medier. Flere bedrifter har benyttet seg av dette tilbudet med en eller flere annonser.

Deltakende bedrifter i krafttak i nord-kampanjen (med annonsering hos Visit Bodø og/eller NordNorsk Reiseliv)

Vi har gjennomført vårt planlagte årshjul for kampanjer:

- Norsk Luftfartsmuseum
- Nordland Nasjonalparksenter
- Stella Polaris
- Opplev Nord
- Bodø Golfpark
- Nordlandsmuseet
- Saltdal turistsenter
- Nordnes kro og camping
- Følvika Northern Retreat
- Tranøy fyr
- Saltstraumen historiske opplevelser
- Explore Salten

Deltakende bedrifter i sommerkampanjen:

- Tuvsjyen
- Nordlandsmuseet
- SKOgfrua
- Norsk luftfartsmuseum

Vinterkampanje – «Here comes the sun»

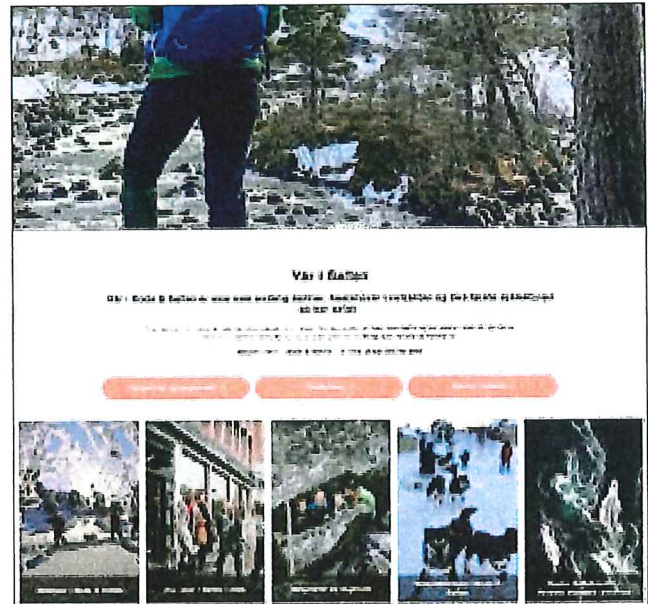
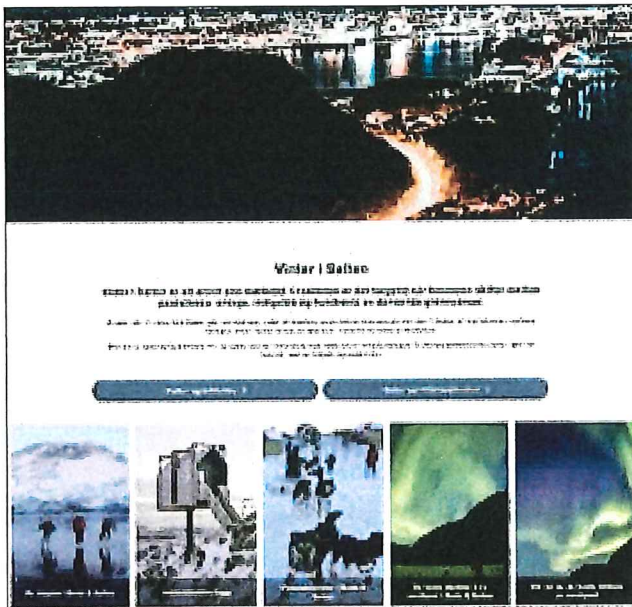
Kampanjen gikk fra 1. januar – 28. februar. Under denne kampanjen rigget vi opp en landingsside med fokus på vinteraktiviteter, arkitektur og kultur. I tillegg til landingssiden ble det utformet to undersider, en for kultur og en for natur. Det ble ikke gjort annonsering i denne perioden.

Målgruppe for kampanjen var nordmenn på vinterferie og vinteraktiviteter for lokale.

Trafikk på visitbodo.com under vinterkampanjen

Side	Antall sidevisninger jan – feb 2021	Endring fra samme periode 2020
Visitbodo.com (totalt)	96 249	39,17%
Vinter i Salten	551	--
Kultur og arkitektur	207	--
Natur og vinteropplevelser	363	--

Kommentar:
Landingsside og undersider for vinterkampanje er ny fra 2021, vi har derfor ikke sammenligningsgrunnlag for 2020. Vi annonserte ikke i denne perioden, derfor er tallene noe lave.



Vårkampanje – «Spring optimism»

Vårkampanjen gikk fra 1. mars til 21. april. I denne kampanjen hadde vi fokus på påske, helgeturer og dagsturer, og sykkel. Det ble rigget en landingsside for kampanjen, og 3 undersider for de tre fokusområdene. Målgruppe var nordmenn på påskeferie, aktiviteter og opplevelser for de som bor i Salten og Nordland.

Trafikk på visitbodo.com under vårkampanjen

Side	Antall sidevisninger mar – apr 2021	Endring fra samme periode 2020
Visitbodo.com (totalt)	119.205	267,49%
Vår Salten	579	--
Helgeturer og dagsturer	584	--
Påskeferie	1757	--
Sykkel i Salten	691	--

Kommentar:
Landingssiden og undersidene er ny fra 2021, og vi kan derfor ikke sammenligne tall med 2020. Vi kjørte ikke annonser i perioden, derfor er tallene noe lave.

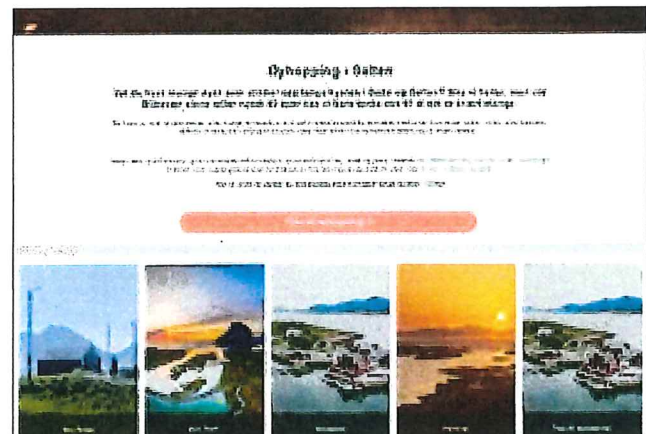
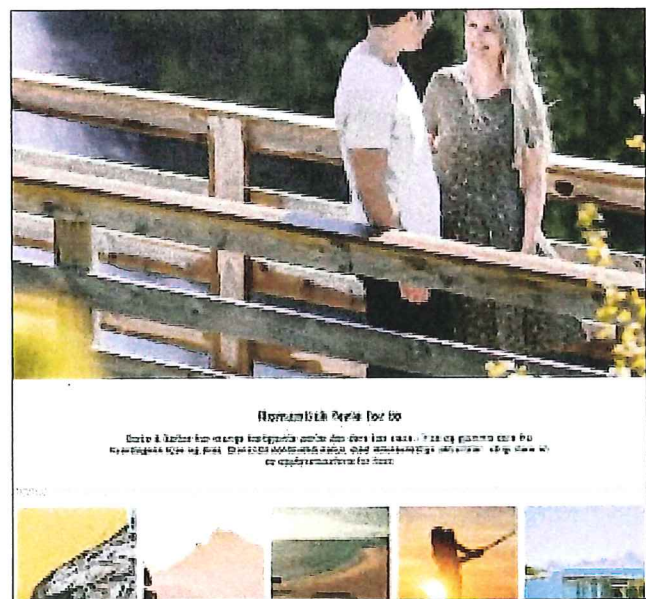
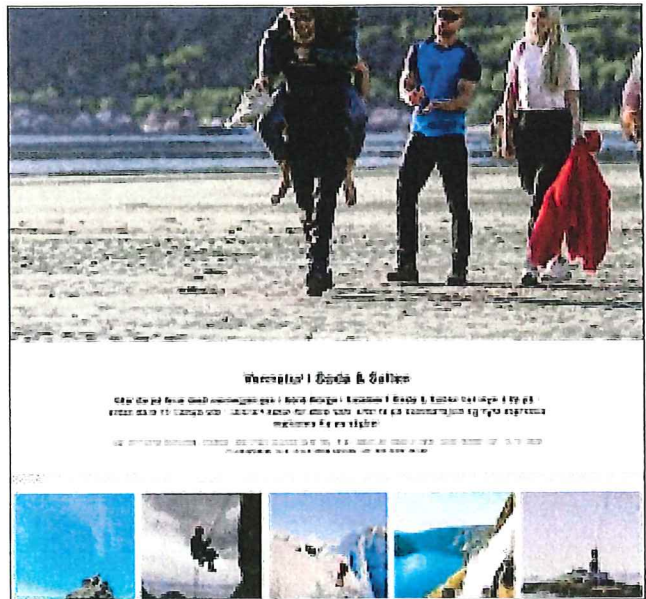
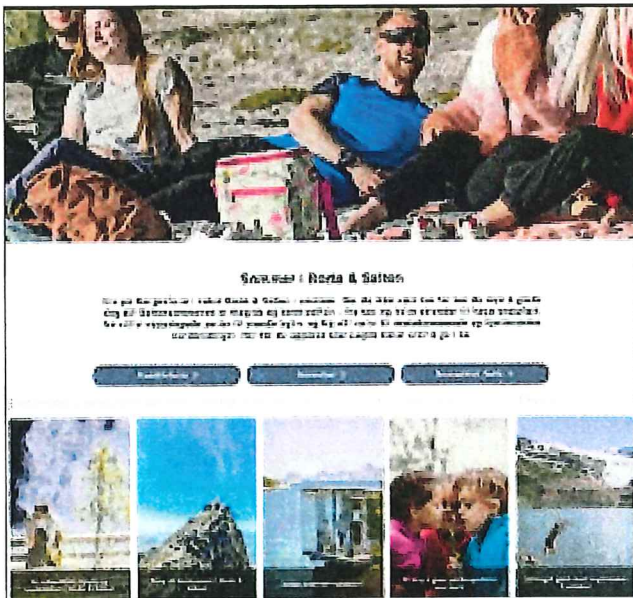
Sommerkampanje – «Midsummer madness»

Kampanjeperioden var 1. mai til 31. august, og var vår lengste og viktigste kampanje. I denne kampanjen hadde vi fokus på sommeraktiviteter, opplevelser, overnattingssteder etc. Målgruppe for kampanjen var nordmenn på Norgesferie: Familier, vennetur og par, de som liker friluftsliv og kombinasjon av natur og kultur.

Landingssiden for sommerkampanjen ble oppdatert fra 2020, samt at flere nye artikler og undersider ble produsert. Se under punkt «Innholdsproduksjon» for mer info.

«Sommer i Salten»-siden har hatt følgende undersider:

- «Familieferie»
- «Vennetur»
- «Romantisk ferie»
- «Sykkel i Bodø & Salten»
- «Bilferie i Nordland»
- «Feretips»
- «Midnattssol»
- «Øyhopping»



Annonsering

På Facebook og Instagram kjørte vi totalt 33 annonser fordelt slik:

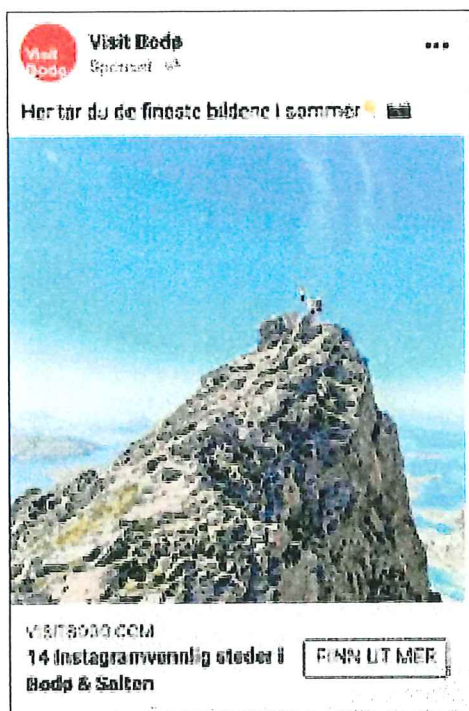
Sommer i Salten: 14

Sykkel i Salten: 7

Sommerannonser medlemsbedrifter: 4

Krafttak Nord-Norge bedriftsannonser: 8

I tillegg til annonser i sosiale medier, annonserte vi i Google, Programmatisk og via Visit Norway sine kanaler. Se mer under «Distribusjon».



Trafikk på visitbodo.com under sommerkampanjen

Side	Antall sidevisninger mai – aug 2021	Endring fra samme periode 2020
Visitbodo.com (totalt)	731.865	+16,18%
Sommer i Bodø & Salten	47.406	+57,72%
Familieferie	10.748	+0,73%
Venneferie	6.079	-11,10%
Parferie	8.301	+29,64%

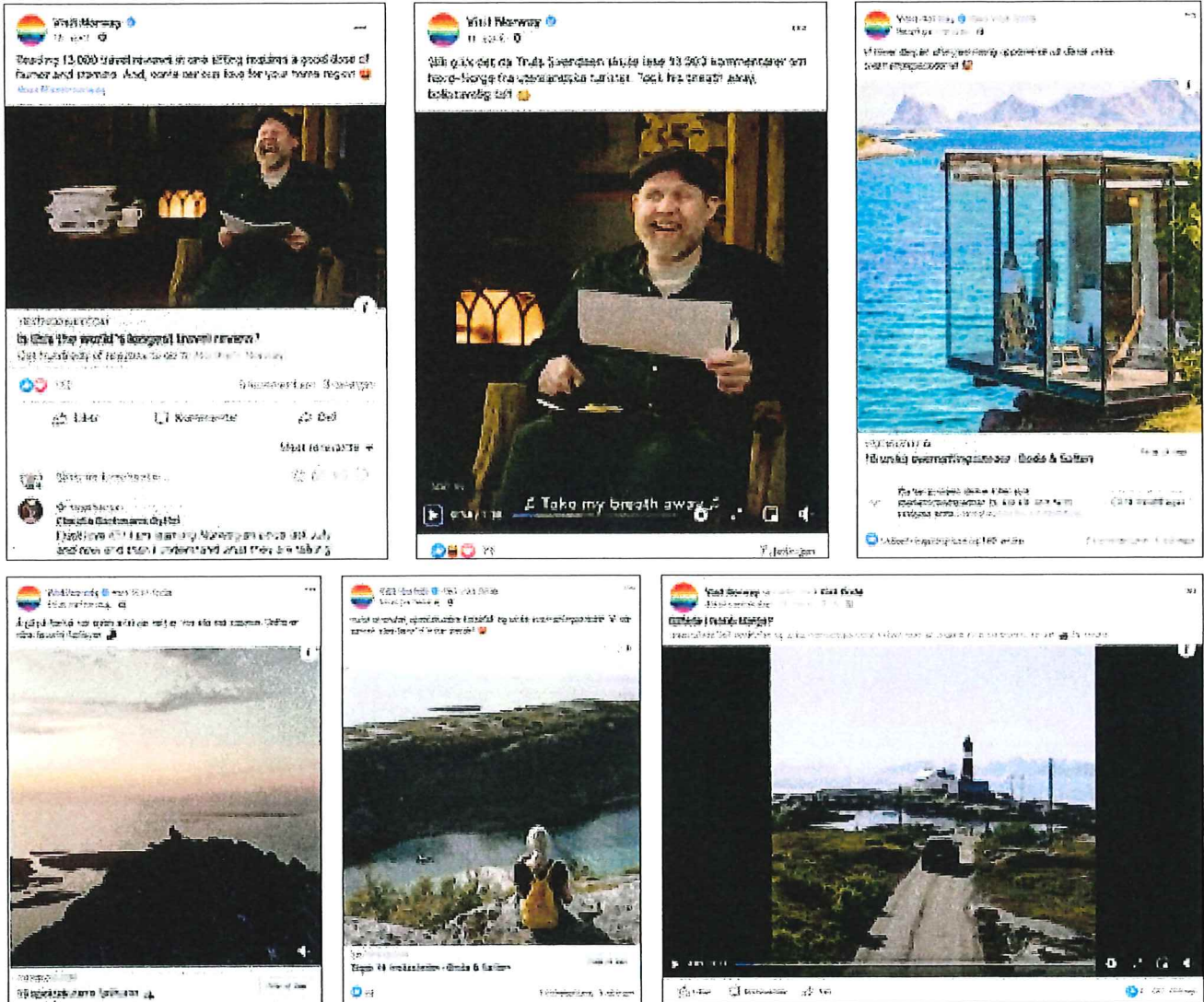
Topp 10 besøkte sider i sommer

1. Sommer i Bodø & Salten
2. Hjem-siden
3. Saltstraumen
4. Unike overnattingssteder
5. Dette kan du gjøre i Bodø i sommer
6. Aktiviteter i Bodø & Salten
7. Topp 14 Instasteder
8. Kjerringøy
9. Se og gjøre i Bodø & Salten
10. Restauranter

Kampanjesamarbeid sommer: Krafftak Nord-Norge

Vi deltok i kampanjesamarbeidet «Krafftak om reiseliv i Nord» som er et samarbeid mellom NordNorsk Reiseliv, Visit Norway og destinasjonsselskaper i Nord-Norge. I krafftak-kampanjen har det blitt samlet inn kommentarer om steder i Nord-Norge på sosiale medier, og det har deretter blitt produsert en film av Truls Svendsen som leser opp rekordmange kommentarer i en lang film. Filmen har også blitt delt opp i flere korte SoMe-vennlige snutter. Disse har blitt delt i de sosiale kanalene til Visit Norway, NordNorsk Reiseliv og destinasjonsselskapene i Nord-Norge. De to førstnevnte har kjørt annonser på flimene i tillegg. I kampanjen har vi kjøpt oss inn som partner med Visit Norway, og kjøret destinasjonsannonser i Visit Norway sine sosiale medier mot publikum som har besøkt visitnorway.com som et resultat av Truls-filmene.

Eksempler på innlegg med Truls-film og annonser som har blitt kjørt for Visit Bodø hos Visit Norway:



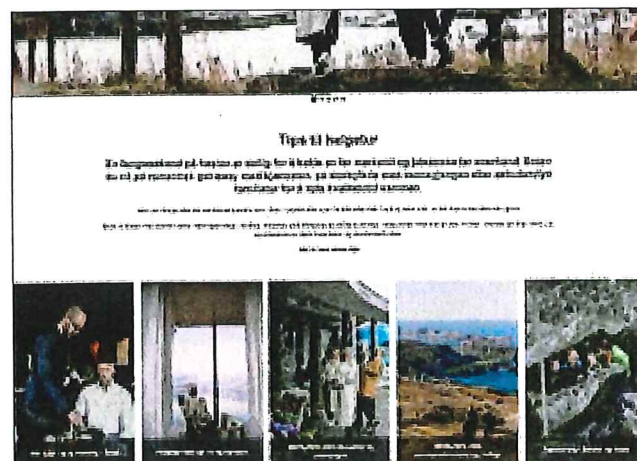
Eksempler på annonser som ble kjørt hos Visit Bodø for deltakende bedrifter:



Høstkampanje – «Autumn storm» og kampanjesamarbeid høst: Mat i Nordland

Kampanjen gikk fra 1. september til 31. oktober. Landingssiden fra 2020 ble oppdatert og nye artikler ble produsert. I år hadde vi spesielt fokus på helgeturer og dagsturer, mat, kultur, byliv og friluftsinteresserte. Målgruppen var både lokalt og nasjonalt

I år hadde vi i tillegg et samarbeid med de andre destinasjonsselskapene i Nordland, hvor vi hadde et ekstra fokus på mat og matopplevelser i Nordland. Her ble det laget en ny landingsside for mat, hvor vi produserte en del nytt materiell. Se mer info under punkt for «innholdsproduksjon». Til matkampanjen fikk vi produsert tre filmer og flere bilder med fokus lokale matretter. Disse filmene ble godt mottatt i sosiale medier, og ble noen av våre mest sette i 2021.



Annonsering

I sosiale medier hadde vi totalt 11 annonser i perioden, fordelt slik:

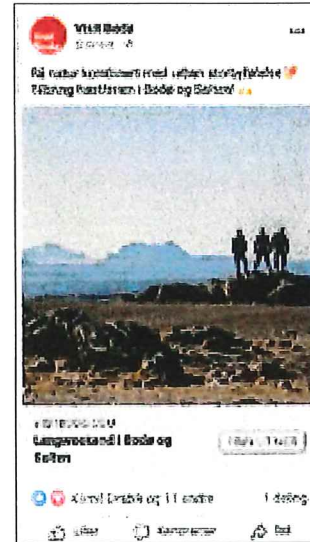
Høst i Salten: 4
Mat i Salten: 7

I tillegg til dette annonserte vi i Google og programmatisk. Se mer under «distribusjon».



Trafikk på visitbodo.com under høstkampanjen

Side	Sidevisninger okt – sep 2021	Endring fra samme periode 2020
Visitbodo.com (totalt)	263.580	+117,08%
Høst i Salten	9671	+164%
Mat og drikke	2362	+233%
Restauranter	10 449	+401%



Julekampanje – «Arctic light»

Kampanjen gikk fra 1. november – 31. desember. I perioden hadde vi i hovedsak Salten og Nordland som geografisk område, med fokus på julehandel, lokale gaver og opplevelser, og Nordlys (nasjonalt).

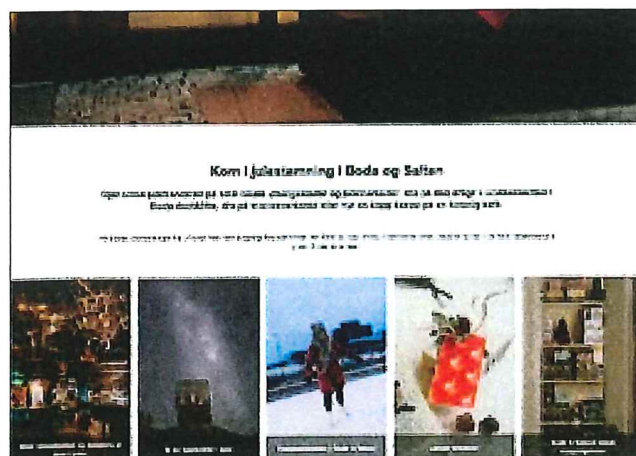
Annonsering

Vi kjørte totalt 4 annonser i sosiale medier i periode, fordelt slik:

Gi en opplevelse i gave - 1
Lokale julegaver - 2
Nordlys - 1

Kommentar:

Prosentvis endring fra 2020 er høy pga. det ikke ble annonsert for siden året før, dermed er sammenligningsgrunnlaget veldig lavt.



Trafikk på visitbodo.com under julekampanjen

Side	Sidevisninger nov – des 2021	Endring fra samme periode 2020
Visitbodo.com (totalt)	178 138	+157,58%
Jul i Salten	1636	+ 614%
Lokale julegaver	640	+ 1003%
Gi en opplevelse i gave	2490	+ 1774%
Førjulsaktiviteter	5578	+ 11520%



Presse og ambassadører.

Det har ikke vært mulig å gjennomføre presseturer for internasjonal presse på en lang stund. Men vi ser økt interesse og kjennskap til Bodø & Salten hos norske journalister og medier. I 2021 har vi hatt besøk av to norske journalister:

Vagabond reiselyst (Norges største reisemagasin) 16. - 21. april 2021

Vagabond leverer også de fleste reiselivssakene til Se og Hør, og Dagbladet. Redaktør som kom fra Vagabond var Torild Moland.

Fokus

Besøkte Bodø & Salten i forbindelse med utgivelse av bok om vinteropplevelser. De har tidligere produsert "121 fantastiske opplevelser i Norge" (sommer) og "110 unike overnattinger i Norge" som har solgt veldig bra. Nå kommer vinterversjonen.

Besøkte følgende aktører

- Explore Salten: RIB-safari Saltstraumen
- Jakobsbakken Mountain Resort
- Arctic Cabins
- Følvika Northern Retreat

Freelance redaktør og fotograf Kathrine Sørgård 3. - 6. og 9. - 11. mai

Kathrine Sørgård leverer stoff til flere medier, bl.a. Widerøes magasin Perspektiv, Norsk Ukeblad og Lev Landlig.

Fokus

Hun ønsket fokus på by og urbane opplevelser, med spesielt fokus på kultur, historie, lokal mat, råvarer og Bodøs urbane liv. Intervju med engasjerte kultur- og matpersoner sto sentralt.

Besøkte følgende aktører og personer

- Are Andreassen, NorlandiART
- Craig Alibine Pâtisserie & Champagneria (Craig Alibone)
- Lystpå (Michal Mlynarczyk)
- Larsen mat og vinbar (Fredrik Schön)
- Stormen konserthus og arktisk filharmoni: konsert og intervju med musiker
- Norsk Luftfartsmuseum
- Bådin bryggeri (Andreas Myrvold)
- Jektefartsmuseet (Bjørnar Bakklund)
- FOGG Gildeskål (Gøril Pedersen)
- Studio EBN (Elisabeth Benonisen)

03 Nettverk og kompetanse

Nettverk.

Eksterne nettverk Visit Bodø deltar i

- Visit Arctic Europe – et nettverk bestående av reiselivsbedrifter i de arktiske områdene i Norge, Sverige og Finland.
- Cruise Norway – medlemsorganisasjon for alle cruisehavner og destinasjoner i Norge
- Cruise Northern Norway og Svalbard - medlemsorganisasjon for alle cruisehavner og destinasjoner i Nord-Norge
- Cruise Europe - medlemsorganisasjon for alle cruisehavner og destinasjoner i Europa
- Nasjonale kongressbyer. Nettverk i regi av Innovasjon Norge Meetings der byene Oslo, Bergen, Stavanger, Kristiansand, Tromsø og Bodø deltar. Kunnskaps og erfaringsdeling, kompetanse og felles nasjonal jobbing.
- Digitale markedsforum/møteplasser i regi av Visit Norway
- Destinasjonssamarbeid Nordland
- Destinasjonssamarbeid Nord-Norge

Bransjetreff og medlemsmøter

I 2021 har vi hatt flere møter for våre medlemmer, bedrifter med avtale om markedsamarbeid og kommuner. Terskelen for å bruke Teams til fellesmøter har blitt lavere etter pandemien, dermed har det blitt lettere å arrangere møter hyppigere. Følgende møter har blitt arrangert i 2021:

- Kick-off 2021 – planer, utsikter og tilbud for 2021
- Markedsmøte #1
Vårkampanjen og kurs i målgruppekunnskap
- Markedsmøte #2
Sommerkampanje og kurs i SEO
- Markedsmøte #3
Høstkampanje og kurs i annonsering på Facebook
- Markedsmøte #4
Julekampanje og kurs i ansvarlig markedsføring
- Medlemsmøte bærekraft
Fokus på bærekraftig sommer for bedrift og gjester.
- Vertskapskurs
- Webinar: Sikkerhet og beredskap
- Webinar: Arbeidsmiljøloven

Kompetanse.

Bransjeforum

Alle medlemmer og samarbeidspartnere har tilgang til Facebook-gruppen «Bransjeforum Bodø & Salten» og bransjenettet på visitbodo.com. Der legger vi ut relevante oppdateringer, dokumenter, viktige datoer og annen nyttig informasjon.

Rådgivning

Visit Bodø skal være et kompetansesenter for bedrifter og kommuner i Salten. Vi svarer ofte på spørsmål fra bedrifter eller kommuner som vil vite mer om hvordan de kan få mest mulig ut av samarbeidet, eller dersom det trengs enkle og kjappe tips innenfor våre fagområder. Dette kan gjelde sosiale medier, nettsider, markedsføring m.m.

Kurs

Vi har holdt flere kurs gjennom året. Se mer info om disse under «Bransjetreff og medlemsmøter».

04 Medlemsservice

Medlemsservice.

I 2021 har vi jobbet aktivt med å spre kunnskap og kjennskap om Visit Bodø, og vår leveranse til medlemmer og markedsarbeid. På våren har vi sendt ut e-post med informasjon om Visit Bodø til alle potensielle medlemmer og markedsarbeid. I tillegg til dette har vi hatt presentasjon for reiselivsnæringen i flere kommuner (Mer info om dette under avsnittet «Møter 2021»).

I Gildeskål har Sjøfossen Næringsutvikling selv kontaktet bedrifter, og snakket positivt om Visit Bodø. Vi ser at denne måten å jobbe på er effektiv, og at bedrifter har letter for å melde seg inn når det kommer informasjon fra kommunen først.

Vi har totalt fått 17 nye medlemmer og markedsarbeid i 2021. Noen av bedriftene fikk en prøveperiode gjennom sommersesongen, hvorav 3 av disse ikke ønsket å videreføre medlemskapet. Totalt har 7 bedrifter meldt seg ut i 2021.

01.01.2022 har vi totalt 127 medlemmer og markedsarbeid.

Vi har kjørt mye betalt annonsering i lokalmarkedet og dermed blitt synlige for andre bedrifter som ikke er medlem, som også ønsker synlighet gjennom våre kanaler. Vi har dermed blitt kontaktet direkte av flere bedrifter som ønsker å få mer informasjon om Visit Bodø, noe som er svært positivt.

Produktsynlighet

Vi har i 2021 brukt ekstra mye tid på å oppdatere produktoppføringene. Det er mange utdaterte oppføringer, med gamle bilder og tekster, som gir dårligere markedsføring og synlighet for bedriftene det gjelder. Medlemmene er selv ansvarlig for informasjonen og innholdet som ligger ute om sin bedrift, men vi har aktivt vært inne å oppdatere bilder og innholdet der vi ser det har vært gammelt.

Vi har også fått inn nye produkter ved å etterspørre spesifikke tema fra medlemmene våre.

Per 01.01.2021 hadde vi 220 produktoppføringer. Pr 31.12.2021 har vi ute 234 produktoppføringer. Det er en økning på 14 i 2021. Det er også slettet en del utdaterte og gamle oppføringer ilt året.