

Valdres natur- og kulturpark

AVTALE

2007-2017

En 10-årig plan for
Lokalsamfunnsutvikling i Valdres



VALDRES
skjerper sansane

INNHOLD	Side
FORORD	3
SAMMENDRAG	4
1. VALDRES NATUR- OG KULTURPARK – DEFINISJON	6
2. RAMMER FOR CHARTERET	6
3. VALDRES SINE KONKURRANSEFORTRINN	7
4. VISJON OG HOVEDSTRATEGIER	
1. VISJON – VALDRES 2017	7
2. HOVEDSTRATEGIER	8
5. MÅL OG STRATEGIER FOR INNSATS- OMRÅDENE 2007-2017	8
1. MERKEVAREN VALDRES	9
2. NÆRING	
1. NÆRINGSLIVET I VALDRES GENERELT	11
2. PRIMÆRNÆRINGENE I VALDRES	12
3. FOREDLING I VALDRES	14
4. REISELIVET I VALDRES	14
5. VALDRES SOM HELSEREGION	15
3. AREALBRUK	16
4. KULTURMINNER	17
5. KULTUR	18
6. KOMPETANSE	19
7. FORMIDLING	20
8. VERTSKAPSROLLEN	20
6. ORGANISERING	21
7. FORHOLDET TIL STATEN OG FYLKESNIVÅET	23
8. VEDLEGG: STATUS OG UTFORDRINGER	25

FORORD

Valdres går sammen om Norges første regionale Natur- og kulturpark for å styrke arbeidsplasser og bosetting. Vi har tatt utgangspunkt i våre sterke sider og vil profilere oss langsiktig som en offensiv region. Vi har et næringsliv med mange lokalpatrioter og med tro på framtida. Vi har Nord Europas mest aktive stølsområder. Verdens største tetthet av stavkirker. Norges lengste tradisjon på regionalt reiselivssamarbeid. I det hele tatt, mye å bygge videre på.

En natur og kulturpark er det motsatte av at en statsråd kommer og erklærer arealene for vernet, vi ønsker selv å ta vare på kulturlandskapet i dal og på fjell, ved fortsatt bærekraftig lokal forvaltning. Dette charteret for 2007 til 2017 inneholder mange mål og strategier og slik må det være når en hel region skal jobbe langsiktig med profilering og merkevarebygging. Hvert år skal det lages en handlingsplan som konkretiserer arbeidet.

43 regioner i Frankrike er Regionale parker, vi har hentet erfaring derifra og vil jobbe langsiktig som dem med å bygge profil rundt egen kultur og tradisjon. I dag har vi rakfisken fra Valdres som er Norges kjent, om 10 år skal Valdres i enda større grad enn nå framstå som en samlet region med produkter basert på kvalitet og en rotekte kultur.

Styringsgruppa for Merkevareprogrammet og
Valdres natur- og kulturpark
Februar 2007

Dagny Hovi

Nils Noraker

Svein Erik Hilmen

Jo Audun Øverby

Ingjerd Thon Hagaseth

Asgrim Opdal

Kjell Berge Melbybråten

Svein Granli
Prosjektleder

Eivind Brenna
Leder av styringsgruppa/
ordfører i Vestre Slidre

SAMMENDRAG

På samme måte som andre fjellregioner i Norge så har Valdres utfordringer knyttet til nedgang i folketallet og tilbakegang i landbruket. Også det tradisjonelle reiselivet har problemer med å opprettholde sine markedsandeler. Samtidig har Valdres mange konkurransefortrinn som en felles framtid kan bygges på. Og i bunnen ligger at regionen har en felles Valdresidentitet å tufte framtida på. Men da må Valdressamfunnet være villige til å foreta noen prioriteringer, og i fellesskap organisere seg slik at det er mulig å utnytte det potensialet som ligger der.

Dette var bakgrunnen for at Regionrådet for Valdres i 2005 vedtok at det skulle igangsettes et arbeid med et Merkevareprogram for Valdres. I forkant av dette var det fra 2001 allerede gjennomført en forstudie og et forprosjekt. I forprosjektperioden ble det gjennomført en studietur til de franske regionale natur- og kulturparkene, for å se på denne utprøvde organiseringen av bygdeutvikling. Seinere vedtok Regionrådet at det skulle arbeides fram en modell for at Valdres kunne bli Norges første regionale natur- og kulturpark. Selv om ideen kommer fra Frankrike er det lagt vekt på å tilpasse modellen til norske forhold. En regional natur- og kulturpark skal legge til rette for bygdeutvikling – ikke vern.

En styringsgruppe har stått ansvarlig for utvikling av konseptet Valdres natur- og kulturpark, og for innholdet i charteret. I styringsgruppen har det vært god representasjon fra både næringsliv og politikk. Det er gjennomført en prosess med lokal deltakelse fra blant annet kommunestyrene, Valdrestinget 3 ganger, næringslivet, merkeorganisasjonene og skogeierforeningen. Fylkesmannen i Oppland og Oppland fylkeskommune har bidratt vesentlig i prosjektet økonomisk, og ikke minst politisk, faglig og som døråpnere. I forhold til nasjonalt nivå er det lagt vekt på å befeste konseptet som en aktuell modell for helhetlig bygdeutvikling. I eget brev har statsrådene i 4 departement gitt sin tilslutning til utprøving av natur- og kulturpark som et konsept for lokalsamfunnsutvikling, og som ledd i utforming av en ny nasjonal fjellpolitikk.

Charteret for Valdres natur- og kulturpark er en 10-årig plan for lokalsamfunnsutvikling i Valdres. Og det overordna er å kunne ta ut en merverdi i markedet, og derved bidra til økt verdiskaping. Valdres natur- og kulturpark skal legge til rette for en langsiktig og målrettet merkevarebygging bygd på regionens natur- og kulturverdier. I charteret er det beskrevet overordna visjon og mål for Valdres natur- og kulturpark. Charteret fokuserer på følgende innsatsområder:

- 1. MERKEVAREN VALDRES**
- 2. NÆRING**
 - 2.1. NÆRINGSLIVET I VALDRES GENERELT**
 - 2.2. PRIMÆRNÆRINGENE I VALDRES**
 - 2.3. FOREDLING I VALDRES**
 - 2.4. REISELIVET I VALDRES**
 - 2.5. VALDRES SOM HELSEREGION**
- 3. AREALBRUK**
- 4. KULTURMINNER**
- 5. KULTUR**
- 6. KOMPETANSE**
- 7. FORMIDLING**
- 8. VERTSKAPSROLLEN**

Dersom Valdres skal nå opp i konkurransen framover er det avgjørende at regionen er villig til å bli bedre enn konkurrentene på utvalgte områder. Det er dette bildet av Valdres som skal feste seg i folks bevissthet. Rakfisknæringen har bevist at det går an å lykkes med en slik satsing.

I charteret er det synliggjort satsinger i et 10-årsperspektiv, samtidig er det viktig å vise bredden i Valdres. Men det er gjennom de årlige handlingsplaner innsatsen skal konkretiseres og gi synlige og målbare resultater.

Regional merkevarebygging krever målrettet innsats over lang tid. En av forutsetningene er at Valdres gis økt lokal forvaltning av de virkemidler som kan bidra til å bygge merkevaren Valdres. Dette vil også styrke den forutsigbarheten og helhetstenkingen som Valdressamfunnet er avhengig av.

Som en del av arbeidet fram til etablering av Valdres natur- og kulturpark er det gjennomført prosesser som har ført fram til valg av merkevarenavn, slagord og grafisk design. Prosessen synliggjorde at Valdres allerede er et av de beste regionale merkevarenavn i landet. Slagordet "Valdres skjerper sansane" gjenspeiler det rike mangfoldet av sterke sanseopplevelser Valdres kan tilby. Det er viktig å fokusere på det som er unikt for Valdres, de beste eksemplene er stølslandskapet og stavkirkene. En viktig del av merkevarebyggingen er en økt bevisstgjøring og stolthet hos befolkningen i Valdres om de verdier regionen har. Merkevarebyggingen skal bygge på natur- og kulturverdier, men samtidig skal det utvikles urbane og moderne kvaliteter. En viktig del av den interne merkevarebyggingen er at Valdres skal framstå som en samlet region som sjøl tar tak i sin egen utvikling til beste for lokalsamfunnene. Denne vinklingen vil også bli viktig for å videreutvikle vertskapsrollen.

Charteret beskriver mål og strategier for innovasjon og nyskaping i næringslivet i Valdres. I merkevarebyggingen er det prioritert å satse på landbruk, reiseliv, foredling, helse og kultur. For reiseliv, landbruk og foredling er det etablert merkeorganisasjoner som har utviklet sine merkekrav. Landbruksnæringen skal ha en sentral plass i framtidens Valdres, derfor har landbruket fått en viktig plass i merkevarebyggingen. Produkter fra landbruket, kulturlandskap og kulturminner skal bidra til en tilleggsverdi som skal gi økt betalingsvilje i markedet. Og da må det legges opp til en langsiktig forvaltning av natur- og kulturverdiene. Målet er at også andre næringer organiserer seg og utvikler sine kvalitetskrav. Å knytte seg til de merkeordninger som etableres bygger på frivillighet hos den enkelte næringsdrivende.

I organiseringen av Valdres natur- og kulturpark er det lagt vekt på å få til god samhandling mellom næringsliv og politikk. Et Næringsråd bestående av 12 politikere og 10 fra næringslivet skal utforme og evaluere de overordna prioriteringene. Utviklingsstyret består av 3 ordførere, 3 fra næringslivet og 1 fra Merkevarestyret, og skal ha en mer operativ rolle. Merkevarestyret har ansvaret for å utvikle og styre kvalitetsstandarder og bruken av kvalitetsmerket.

En viktig faktor for å lykkes er også god forankring i kommunene. For å sikre gjennomføring av charteret skal det inngås gjensidig forpliktende partnerskapsavtaler med en rekke aktører. Å videreutvikle samarbeidet med myndigheter på fylkesnivå og nasjonalt skal være en prioritert og løpende oppgave. Og den aller viktigste forutsetningen for å lykkes med Valdres natur- og kulturpark er en bred mobilisering av hele Valdressamfunnet i arbeidet for å nå de felles mål som er nedfelt i charteret.

1. VALDRES NATUR- OG KULTURPARK - DEFINISJON

Valdres natur- og kulturpark er en utviklingsregion som gjennom langsiktig merkevarebygging knyttet til natur- og kulturverdier – og lokal styring – skal gi økt verdiskaping og livskraft i lokalsamfunnene. Samtidig tar Valdres vare på og utvikler viktige verdier av lokal, nasjonal og internasjonal betydning for framtidige generasjoner.

2. RAMMER FOR CHARTERET

Følgende prinsipper er lagt til grunn for utvikling av charteret:

- I charteret er det generelt beskrevet utfordringer, mål og strategier for Valdresamfunnet i perioden 2007-2017.
- I merkevarebyggingen har en valgt å ha et særlig fokus på næringene landbruk, reiseliv, foredling og helse. Det er en forventning at flere næringer i framtida utvikler kvalitetsstandarder
- Lokal forvaltning skal bygge på et bevisst forhold til å ta vare på og utvikle natur- og kulturverdiene i Valdres.
- Økt verdiskaping ved langsiktig merkevarebygging knyttet til natur- og kulturverdier er hovedfundamentet. Det legges vekt på sammenhengen mellom fortid, nåtid og framtid.
- Forutsigbarhet knyttet til et 10-årig charter med iverksettingsavtaler er et avgjørende fundament for en regional natur- og kulturpark.
- Det er lagt særlig vekt på å prioritere de oppgaver som krever samordning, og som det er mest kostnadseffektivt å løse i fellesskap i Valdres.
- Parkens rolle og de ulike aktørers rolle i gjennomføringen skal beskrives i iverksettings- og partnerskapsavtalene.
- På grunn av 10-årspektivet vil graden av konkretisering av mål og strategier variere.
- Charteret skal evalueres etter de første 2 år, men 10-årspektivet skal alltid legges til grunn.
- Årlige og flerårige handlingsplaner skal konkretisere gjennomføring av charteret.

3. VALDRES SINE KONKURRANSEFORTRINN

- En særegen og variert natur- og kulturarv.
- ”Valdres” er et av landets beste regionale merkevarenavn.
- Èn arbeids-, bo- og serviceregion med klart definert regionsenter midt i regionen.
- Valdresidentiteten – en etablert regiontilhørighet.
- Lange tradisjoner for regionalt samarbeid både politisk og i næringslivet.
- Attraktive kulturlandskap, særlig knyttet til stølskulturen og vassdragsnaturen.
- Kulturminner og stavkirker.
- 15 000 fritidshytter i 2006.
- Foredlingsbedrifter for landbruksprodukter.
- Særpreget mattradisjon – kjent for rakfisken, spekematen og tamrein.
- En foregangsregion innen helse, velvære, rekreasjon og rehabilitering.
- God samhandling mellom privat næringsliv og offentlig forvaltning.
- Kjent for festivaler tuftet på tradisjoner fra regionen - eks. Rakfiskfestivalen og Jørn Hilmestemnet.
- Den levende mystikken er et særpreg som krydrer historiefortellingene fra regionen.
- Fagernes Lufthavn.
- Kort avstand til store befolkningsentra langs stamvegen E16 (Osloområdet og Bergen).
- En av Norges største næringshager med et bredt spekter av kompetansebedrifter.
- Differensiert arbeidsgiveravgift.
- Stabil arbeidskraft.

4. VISJON OG STRATEGIER

4.1 VISJON – VALDRES I 2017

- Valdres har et lønnsomt, variert og framtidsrettet næringsliv basert på høy kompetanse.
- Valdres natur- og kulturpark - landets sterkeste regionale merkevare.

4.2 HOVEDSTRATEGIER

Valdres legger følgende hovedstrategier til grunn for arbeidet med utvikling av lokalsamfunnene i Valdres i perioden 2007-2017:

- ❖ Valdres er løsningsorienterte og tar ansvar for sin egen utvikling.
- ❖ Valdres skal videreutvikle en sterk felles identitet.
- ❖ Valdres har valgt regional merkevarebygging – basert på miljø, identitet, kvalitet og særpreg – som verktøy for å kunne ta ut høyere marginer i markedet for næringslivet i dalføret.
- ❖ Valdres skal skape forventninger som markedet opplever at oppfylles.
- ❖ Valdres skal bygge sitt utviklingsarbeid på stor grad av lokal forvaltning i et forpliktende samarbeid med ulike aktører.
- ❖ Valdres vil ha handlingsrom og forutsigbarhet for å utvikle sine egne konkurransefortrinn bygd på natur- og kulturverdier.
- ❖ Valdres skal utvikle et sterkt og variert næringsliv, og legge til rette for innovasjon og nyskaping.

5. MÅL OG STRATEGIER FOR INNSATSOMRÅDENE 2007 – 2017

5.0. INNSATSOMRÅDENE

Merkevarebyggingen i Valdres skal fra starten bygges opp rundt følgende innsatsområder:

1. MERKEVAREN VALDRES
2. NÆRING
 1. NÆRINGSLIVET I VALDRES GENERELT
 2. PRIMÆRNÆRINGENE I VALDRES
 3. FOREDLING I VALDRES
 4. REISELIVET I VALDRES
 5. VALDRES SOM HELSEREGION
3. AREALBRUK
4. KULTURMINNER
5. KULTUR
6. KOMPETANSE
7. FORMIDLING
8. VERTSKAPSROLLEN

5.1. MERKEVAREN VALDRES

Posisjon:

Det unike ved Valdres er:

Det rike mangfoldet av sterke sanseopplevelser og inntrykk.

Dette skal være grunnlaget for den posisjonen Valdres skal ta i markedet.

Merkevarenavn og slagord

Som en del av arbeidet med utvikling av Valdres natur- og kulturpark ble det gjennomført en prosess for å velge merkevarenavn og slagord.

Konklusjonen på denne prosessen ble:

Merkevarenavnet er:

”VALDRES”

Slagordet er:

”VALDRES SKJERPER SANSANE”

Med bakgrunn i dette er det utviklet en logo og grafisk design for Valdres, som det er knyttet kvalitetskrav til å bruke.

Verdigrunnlag

I merkevarebyggingen skal Valdres ha et særlig fokus på:

Miljø

Merkevaren Valdres skal bygges på miljøbevissthet og en definert miljøstandard.

Miljøspørsmål skal også fokuseres i kvalitetsstandarder som utarbeides av den enkelte næring.

Kultur

Merkevaren Valdres skal bygges på en identitet knyttet til vår sterke lokale kultur. Her vektlegges det vide kulturbegrepet som omfatter alt fra tradisjonskultur og kulturminner, til et åpent møte med det moderne kulturuttrykket i Valdres. Våre kvalitetsstandarder skal til

sammen synliggjøre vår rike matkultur, håndverkskultur, byggetradisjoner, kulturlandskap, stølskultur, billedkunst, musikk, dans, lyrikk og fortellertradisjoner.

Det gode og moderne liv i Valdres

Merkevaren Valdres skal ha sitt utspring i vårt lokalmiljø, et lokalmiljø som det vil være positivt å identifisere seg med. De gode opplevelser og det aktive liv skal være framtrepende. Valdres skal utvikle urbane kvaliteter. Merkevaren må appellere til vår felles drøm om det gode liv. Service og vertskapsrollen skal prioriteres i alle kvalitetsstandarder.

Mål for utvikling av Valdres som merkevare:

Valdres skal

- etablere og få godkjent kvalitetsstandarder for Valdres Destinasjon as (reiseliv og handel), Valdreskvalitet BA, Valdres Matforum BA, og en organisasjon av kulturutøvere og en organisasjon av helseforetak i løpet av 2007.
- arbeide for at flere næringer utvikler godkjente kvalitetsstandarder.
- etablere felles forum for å samordne markedsføringsinnsats.
- lage opplegg omkring lokal merkevarebygging til bruk i grunnskole og videregående skole i Valdres.
- lage opplegg for å få ut informasjon og kunnskap om merkevaren Valdres
 - hos innbyggerne i Valdres
 - hos hytteeierne i Valdres
- bli ledende i Norge på regional merkevarebygging.
- sikre økt verdiskaping og konkurransekraft i næringslivet ved å drive en langsiktig merkevarebygging bygd på natur- og kulturverdier.
- skape et bilde av Valdres internt og eksternt som en offensiv region som tar tak i egen utvikling, og som beslutningstakere og folk flest ønsker å identifisere seg med.
- få til økt samordning, handlingsrom og lokal forvaltning av økonomiske, juridiske og menneskelige ressurser.
- stimulere til økt engasjement i lokalsamfunnene for egen utvikling.
- øke folketallet, opprettholde bosettingsmønsteret og styrke regionsenteret.
- Valdreskvalitet skal bli et begrep i markedet nasjonalt, og også internasjonalt.
- utvikle kompetansearbeidsplasser og kompetansemiljøer.
- synliggjøre felles vilje utad, og etablere gode samarbeidsrelasjoner til myndigheter nasjonalt og på fylkesnivå.

Strategier 2007-2017:

Valdres skal

- ❖ sørge for at mennesker fra Valdres blir de viktigste bidragsyterne til å bygge merkevaren Valdres.
- ❖ ta markedslederskap ved å utvikle egne kvalitetsstandarder for Valdres.
- ❖ utvikle merkekrav basert på særpreget i miljø, natur, kultur og lokalt råstoff som skiller Valdres fra konkurrentene.
- ❖ implementere og forvalte merkevarenavn, slagord og grafisk design med sikte på økt og langsiktig verdiskaping.
- ❖ etablere robuste organisasjoner av godkjente merkebrukere.
- ❖ samordne markedsføringen.
- ❖ legge til grunn at grasrotforankring er en løpende oppgave, og viktig for den interne merkevarebyggingen.
- ❖ skape engasjement, begeistring og forankring gjennom medvirkning og reell innflytelse.
- ❖ videreutvikle merkekrav for flere næringer, produksjoner og aktiviteter, og som kan bidra til å bygge merkevaren Valdres.
- ❖ markedsføre de gode eksemplene for å øke innovasjonsevnen.
- ❖ påvirke nasjonal politikk på områder som er viktige for Valdres.
- ❖ etablere internasjonalt samarbeid for å få nye impulser.
- ❖ i den interne merkevarebyggingen ha fokus på alle aldersgrupper, med et særlig fokus på barn og ungdom.
- ❖ fokusere på langsiktig satsing, og samtidig ha en offensiv holdning til endringer.
- ❖ utvikle Valdresidentiteten ved å sette mennesket, naturen, kulturen og miljøet og det aktive livet i fokus.
- ❖ bevisstgjøre hele regionen om at regional merkevarebygging – internt og eksternt - krever spissing av virkemiddelbruken over lang tid.
- ❖ stimulere til økt engasjement i lokalsamfunnene for egen utvikling.

5.2. NÆRING

5.2.1. Næringslivet i Valdres - generelt

Her beskrives den overordnede næringspolitikken for Valdres.

Utviklingsmål for næringslivet i Valdres generelt:

I Valdres skal næringslivet

- bli gode innenfor lønnsomhet, nyskaping, konkurransekraft og profilering.
- gjøre "Valdres" til landets sterkeste regionale merkevare og bidra til at Valdres i framtiden forbindes med soliditet, kvalitet og pålitelighet.
- kjennetegnes av mangfold.
ha en miljøprofil med et særlig fokus på regionens natur- og kulturverdier som

- grunnlag for vekst og utvikling.
- bidra til nyetableringer ved at eksisterende næringsliv stiller sin kompetanse og sitt nettverk til rådighet for nye bedrifter.
- videreutvikle eksisterende og skape nye lønnsomme arbeidsplasser.
- være i første rekke i å ta vare på og utvikle kompetansearbeidsplasser og kompetansemiljø.
- etablere gode samarbeidsarenaer og god samhandling mellom privat og offentlig virksomhet.
- prioritere å tilrettelegge for ungdom i Valdres.

Strategier 2007-2017:

Valdres skal

- ❖ videreutvikle eksisterende kompetanse, utvikle ny og tiltrekke seg nødvendig tilleggskompetanse fra eksterne miljøer.
- ❖ videreutvikle Valdres Næringshage som et regionalt senter for nyskaping og samhandling i næringslivet i Valdres.
- ❖ prioritere arbeid med etablerere og etableringer av nye bedrifter.
- ❖ fasilitere eksisterende og nytt næringsliv for å øke innovasjonsevnen i Valdres.
- ❖ bidra til å bedre samferdsel og infrastruktur. Valdres skal være i første rekke i å ta i bruk ny informasjonsteknologi.
- ❖ ha høy fokus på samarbeid mellom skole og næringsliv
- ❖ videreutvikle synergieffektene av hyttemarkedet i Valdres
- ❖ ha et særlig fokus på landbrukets viktige rolle for sysselsetting, bosetting, produsent av kvalitetsråstoff og kulturlandskap.
- ❖ være aktiv pådriver for økt bruk av FoU-aktiviteter både i næringslivet og i offentlig sektor.
- ❖ ha en troverdig miljøprofil - basert på bærekraftig næringsliv og produksjon.
- ❖ arbeide aktivt for å ha gode rammebetingelser for næringslivet.
- ❖ drive aktiv tilrettelegging for tilflytting.

5.2.2. Primærnæringene i Valdres

Utviklingsmål for landbruket i Valdres:

Valdres skal

- bedre lønnsomheten i landbruksproduksjonen.
- stimulere til utvikling av nye næringer med gardens samlede ressurser som grunnlag.
- prioritere ressurser til oppbygging av kompetanse på nye områder som grønn omsorg, småskala reiseliv og småskala foredling.

- etablere en organisasjon som samler bønder som ønsker å produsere råvarer som oppfyller definerte kvalitetskrav. Dette skal ikke medføre begrensninger for de som velger å stå utenfor organisasjonen.
- organisere landbruksproduksjonen slik at denne skiller seg ut på en slik måte at den bidrar til å øke konkurransevnen for mat fra Valdres.
- drive landbruksproduksjonen med grunnlag i kriterier som markedet opplever som betydningsfulle, og som gir muligheter for å ta ut større marginer i markedene.
- stimulere til driftsformer som tar vare på og utvikler kulturlandskapet til beste for lokalbefolkningen, og for gjester til Valdres.
- ta et ansvar for å ta vare på og videreutvikle den aktive ”stølskulturen”, og ta et nasjonalt ansvar for å bringe stølskulturen videre i en moderne tid. I 2017 skal minimum 85 % av mjølkeprodusentene ha stølsdrift som en del av sitt driftsopplegg.
- øke aktiviteten på stølene ved å gi begrepet stølsdrift et utvidet innhold.
- dyrke allsidighet hos næringsutøverne som kan fremme innovasjon og knoppskyting fra både primærproduksjon og tilliggende virksomheter.
- bruke skogressursene som et viktig bidrag til verdiskaping og i tråd med etablerte miljøstandarder.
- synliggjøre gjennom all offentlig planlegging, at landbruket er en viktig næring for fremtida.
- utvikle utmarksnæringene på en kommersiell og profesjonell måte.

Strategier 2007-2017:

- ❖ Valdres må dyrke landbrukets ”multifunksjon” for å styrke næringen og samarbeidet med andre næringer.
- ❖ Valdres vil definere landbruket bredest mulig.
- ❖ god lønnsomhet i tradisjonelt landbruk er nøkkelen til nyskaping generelt.
- ❖ valdres vil velge en forsiktig tilnærming til dagens strukturutvikling, og heller søke utviklet kvaliteter ved dagens produksjon som appellerer til markeder med større marginer.
- ❖ utvikle felles strategier for landbruk og reiseliv, som synliggjør at vi vil ha felles gjester til Valdres.
- ❖ felles merkevarebygging med de andre næringer i Valdres.
- ❖ spissing av markedsprofil for å kunne ta ut større marginer i markeder.
- ❖ se hele verdikjeden i sammenheng ved nye og utvidede næringssettingsinger.
- ❖ stor vekt på lokal foredling av produkter fra landbruket, der verdiskapningen i hele verdikjeden reflekteres tilbake til primærprodusenten.
- ❖ aktiv bruk av beite og bioenergi skal gi Valdres åpne kulturlandskap.

5.2.3. Foredling i Valdres

Utviklingsmål for foredling i Valdres:

Valdres skal

- skape merverdier til primærprodusenten gjennom økt lokal foredling av mat, opplevelser, utmark og tømmer.
- etablere en større foredlingskapasitet på kjøtt innen regionen.
- etablere "Valdres Ysteri" med lokale "faste" produkter.
- videreutvikle lokal mattradisjon mot et samlet konsept med felles kvalitetssikring, merkevarebygging, salg og markedsføring.
- stimulere til aktivt bruk av lokale varer og tradisjoner i reiselivsbedrifter og butikker.
- finne bedre anvendelse av skogressursene, herunder anvendelse av kvalitetsvirke til lokale produkter og for marginale skogverdier gjennom en økt satsing på biobrensel.
- ta vare på håndverkstradisjonene i Valdres.
- bygge opp kompetanse hos råvareprodusent, foredler og tilbyder.

Strategier 2007-2017:

- ❖ Mat fra Valdres skal være en av de viktigste bidragsyterne til å bygge merkevaren Valdres.
- ❖ Felles merkevarebygging med de andre næringene i Valdres.

5.2.4. Reiseliv

Her er også handelsnæringen inkludert.

Utviklingsmål for reiseliv og handel i Valdres:

Valdres skal

- Valdres Destinasjon skal være et verktøy for at Valdres skal bli den ledende helårsdestinasjonen i Norge
- bruke rein luft, reint vatn og en attraktiv natur som et konkurranseforrtrinn
- satse på familie 30+
- bygge merkevaren Valdres på kultur, miljø, egenart og helse.
- være den mest attraktive hytteregionen i Norge.
- videreutvikling av næringen med god kompetanse på alle nivå.
- tilrettelegge opplevelsestilbud med høg kvalitet.

- videreutvikle festivaler og arrangement.
- videreutvikle enkeltdestinasjoner som fyrtårn
- videreutvikle regionsenteret som bygdeby.
- utnytte nærheten til Vestlandets fjorder og til Jotunheimen som et konkurransefortrinn.
- få større lønnsomhet i næringen ved bedre samarbeid, produktutvikling, merkevarebygging og markedsføring.

Strategier 2007-2017:

Reiselivet i Valdres skal

- ❖ ha en slagkraftig og samlet organisering av næringen med økonomisk deltakelse fra alle som har økonomisk interesse av et sterkt reiseliv.
- ❖ være en pådriver i arbeidet for en lovhjemlet fellesgodfinansiering (kur tax) i Valdres.
- ❖ heve kompetansen i næringen generelt, merkevaren Valdres
- ❖ aktivt bruke mattradisjonene og kulturlandskapet som et konkurransefortrinn.
- ❖ styrke samarbeid med landbruk og foredling.
- ❖ videreutvikle produkter og markedsføre kombinasjonen Valdres, Jotunheimen og fjordene på Vestlandet.
- ❖ utvikle Valdresvert-/vertskapsrollen.
- ❖ øke brukerfrekvensen på hyttene – ”second home”.
- ❖ videreutvikle ”Valdres Rundt” til fots, på ski, på sykkel
- ❖ videreutvikle ”Fisking i Valdres”.
- ❖ videreutvikle ”Barnas Valdres”.
- ❖ videreutvikle velvære- og helseturisme
- ❖ være attraktivt reisemål med lavterskeltilbud innen friluftsliv.
- ❖ satse på festivaler og arrangement fundamentert på Valdres sine natur- og kulturverdier.
- ❖ ha fokus på god og gjenkjennbar design.
- ❖ utvikle merkevarekriterier med miljøfokus, og bygd på natur- og kulturverdier.
- ❖ høste erfaringer internasjonalt ved hospitering.

5.2.5. Valdres som helseregion

Utviklingsmål for Valdres som helseregion:

Valdres skal

- bli en ledende region for fysisk aktivitet som fundament for helse, trivsel og opplevelser.
- være nordisk ledende på rehabilitering ved hjelp av samlet regional kompetanse på området.

- videreutvikle helsefremmende konsepter bygd på sansestimulering i kombinasjonen natur-/ kulturopplevelser og mystikk.
- være attraktivt reisemål med lavterskeltilbud innen friluftsliv.
- utvikle anerkjennelsen som helsefremmende reisemål.
- videreutvikle rekreasjonstilbud til gjester med bevegelsehemning.
- være nasjonalt ledende på kompetanse og tilhørende formidling innen helsefremmende lavterskel-tiltak.

Strategier 2007 – 2017:

Valdres skal

- ❖ ha fokus på fysisk aktivitet som et viktig fundament i folkehelsearbeidet.
- ❖ utvikle og samordne kart, løyper og stier som tilrettelegging for å leve et aktivt liv.
- ❖ stimulere til videreutvikling av næringsbedrifter innen rehabilitering.
- ❖ utvikle kvalitetskriterier for opplevelsesnæringene.
- ❖ kvalitetssikre og samordne FYSAK-tiltak, merking, kartmateriell og markedsføring.
- ❖ inkludere krav til helsefremmende elementer i kvalitetskrav til merkebedrifter.
- ❖ markedsføre helsetilbud gjennom reiselivets kanaler (Valdres booking).
- ❖ jobbe bevisst med holdninger til eget ansvar for helse.

5.3. AREALBRUK

Utviklingsmål for arealbruken:

Valdres skal

- utvikle en robust og langsiktig miljø- og arealpolitikk der næringsaspektet og verdiskaping knyttet til langsiktig merkevarebygging bygd på natur- og kulturverdier er det bærende element.
- sikre et attraktivt kulturlandskap.
- ha en arealbruk som bygger på lokal forvaltning som tar vare på og utvikler natur- og kulturverdiene for framtidig generasjoner.
- gjennom aktiv arealforvaltning, tilrettelegging og holdningsskapende arbeid sørge for at lokalsamfunnsutvikling og bruken av utmarka sikres.

Strategier 2007-2017:

Valdres skal

- ❖ ta et nasjonalt og internasjonalt ansvar for å ta vare på stølsdrifta som livsform - og verdiene knyttet til stølslandskapet og utmarksbeite ved fortsatt aktiv stølsdrift.
- ❖ ved arealplanlegging og enkelttiltak skal det med utgangspunkt i næringsaspektet tas hensyn til utvikling av merkevaren Valdres.
- ❖ sikre en utvikling av kulturlandskapet som tar vare på særpreget i et småskala landbrukslandskap.
- ❖ ha fokus på vassdragsforvaltning for å ta vare på vassdragsmiljøet, vassdragsnaturen og bruken av vannressursene.
- ❖ legge opp til en arealforvaltning som ivaretar jordvern, spesielle natur- og kulturmiljø, kulturlandskap og biologisk mangfold.
- ❖ ved planlegging av hytteområder skal det tas hensyn til andre arealinteresser, særpreg, stølsdrift, utmarksbeite, friluftsliv, miljøvennlig avløp og byggeskikk.
- ❖ bli best i Norge på ryddige grender og tettsteder.
- ❖ respektere allemannsretten.
- ❖ utvikle og samordne kart, løyper og stier som gjør det enkelt å leve det aktive livet.
- ❖ tenke globalt i saker som angår klimaendring og forurensning.
- ❖ tilrettelegge nærmiljøene i grender og tettsteder slik at alle aldersgrupper har mulighet for daglig friluftsliv, det skal også fokuseres på trafikkikkerhet.
- ❖ fremme en lokal og stedstilpasset byggeskikk, arkitektur og bygningsvern.
- ❖ ha en mer næringsmessig bruk av verna områder og randsonene rundt disse.
- ❖ ha kontinuerlig fokus på veiledning og holdningsskapende arbeid.

5.4 KULTURMINNER

Utviklingsmål for kulturminneforvaltningen i Valdres:

Valdres skal

- bli Norges beste region på langsiktig bruk, tilrettelegging og forvaltning av kulturminner
- bruke kulturminner til å bygge en felles identitet der innbyggerne opplever kulturminner som en ressurs sosialt, kulturelt og økonomisk
- bruke kulturminnene til å utvikle seg som besøksmål nasjonalt og internasjonalt
- utvikle arbeidsmetoder for verdiskapingsprogrammet for kulturminner som er overførbar til andre regioner

Strategier 2007-2017:

Valdres skal

- ❖ bygge kulturminnesatsingen på mangfoldet og særegenheter for Valdres
- ❖ jobbe for en tverrfaglig styrking av stølsdrift i Valdres
- ❖ styrke Gardbergfeltet som 1000-årssted for Valdres
- ❖ videreutvikle Valdres som "Stavkirkedalen"
- ❖ ruste opp gamle ferdselsveier i fjellområdene
- ❖ tilrettelegge kulturminner i utmark
- ❖ styrke Vassfaret og andre områder som viderefører gamle driftsmetoder i skogbruket
- ❖ stimulere til å ivareta og tilrettelegge kulturminner som en ressurs for opplevelser i områder med utbyggingspress
- ❖ ha en bygningsmasse som gir et representativt ansikt utad
- ❖ ha en enhetlig, kvalitetssikret presentasjon av Valdres utad
- ❖ styrke kompetanse på kulturminner
- ❖ forankre kulturminnearbeidet lokalt
- ❖ videreutvikle et godt samarbeid mellom næringsliv og kulturminneinteresser

5.5. KULTUR

Målsettinger:

Valdres skal

- utvikle en langsiktig kulturpolitikk som styrker regionens identitet, tar fortid, nåtid og framtid på alvor og samordner denne med reiselivet.
- ivareta mangfoldet i regionens kulturuttrykk.
- tilby kulturopplevelser som oppleves ekte, skjærper sansene og gir mersmak.
- ha et stimulerende og samfunnsaktuelt folkemuseum .
- ha kulturutøvere som er samordnet, utadrettet og leverandører av god kvalitet.

Strategier 2007 – 2017:

Valdres skal

- ❖ ta nasjonalt og internasjonalt ansvar for å ivareta stølskulturen og verdiene knyttet til støling som livs- og produksjonsform.
- ❖ stimulere utvikling av opplevelsespakker i krysningspunktet støsliv, kultur og reiseliv.
- ❖ støtte aktivt opp om det konsoliderte Valdres folkemuseum AS (Valdresmuseene AS), og bruke museet som et av utstillingsvinduene for natur- og kulturparken.
- ❖ bruke Valdresmuseene aktivt som arena for debatt gjennom bl.a. å synliggjøre sammenhengen mellom fortid, nåtid og framtid.

- ❖ utvikle en merkevareorganisasjon for kulturutøvere med underavdelinger som ivaretar mangfoldet.
- ❖ ha felles nettbasert markeds- og bookingkanal for reiseliv og kulturarrangement, herunder også merkevareorganiserte kulturutøvere.
- ❖ etablere et felles forum for reiseliv og merkevareorganiserte kulturutøvere.
- ❖ videreutvikle Ung i Valdres som inkubator for mangfoldet av kulturuttrykk.
- ❖ bruke valdreskunstnerne, valdresforfatterne og fortellertradisjonen i merkevarebyggingen....
- ❖ arbeide for å styrke de regionale kompetansemiljøene på kulturområdet.
- ❖ stimulere til videreføring og utvikling av festivaler og arrangement, også lokale.
- ❖ stimulere til kulturbasert næringsutvikling.
- ❖ stimulere til bruk av valdresdialekten.

5.6. KOMPETANSE

Målsetting:

Valdres skal

- utvikle nødvendig kompetanse for å bygge merkevaren Valdres.
- aktivt bruke de kompetansemiljøer som er etablert i regionen.
- bruke kompetanseutvikling som et konkurransefortrinn.
- bygge videre på det Valdres er gode på fra før.
- styrke samarbeidet skole/næringsliv.
- bruke skole og barnehage som en arena for å utvikle Valdresidentitet.
- knytte til seg eksterne kompetanse- og forskningsmiljøer.

Strategier 2007-2017:

Valdres skal

- ❖ identifisere kompetansemiljøer i og utenfor regionen som kan være nyttige støttespillere for Valdres som Natur- og kulturpark.
- ❖ bruke FoU-miljøer for å dokumentere utvikling som følge av natur- og kulturpark konseptet.
- ❖ bidra til å heve kompetansen i befolkningen ved å legge til rette for desentraliserte utdanningsløp på både videreregående og høyskole-/universitetsnivå.
- ❖ utvikle kompetansearbeidsplasser fundamentert på økt lokal forvaltning
- ❖ stimulere småskalaprodusenter til i større grad bruke forskningsmiljøer og designere i utvikling av bedrift og produkt.
- ❖ styrke Valdres vidaregående skule sin rolle i det regionale utviklingsarbeidet.

5.7. FORMIDLING

Målsettinger:

Valdres skal

- gjøre målene med Valdres natur- og kulturpark kjent lokalt og nasjonalt.
- ligge i forkant når det gjelder bruk av informasjonsteknologi.
- prioritere å sikre natur- og kulturverdier gjennom veiledning og holdningsskapende arbeid.

Strategier 2007-2017:

Valdres skal

- ❖ utvikle en felles internettportal for Valdres (valdres.no).
- ❖ målrette informasjon til ulike grupper av befolkningen i Valdres, med særlig fokus på barn, ungdom og beslutningstakere.
- ❖ formidle verdiene knyttet til merkevarebyggingen i Valdres.

5.8. VERTSKAPSROLLEN

Målsetting:

Valdres skal

- det enkelte individ som møter våre gjester skal bli bevisst på vertskapsrollen.
- utøve vertskapsrollen med økt fokus på lokal identitet og lokal kunnskap innenfor natur, opplevelser, kultur, historie og områdets egenart.
- utvikle vertskapsutviklingsprogram - sertifisering med kriterier og forventet kunnskaps- og servicenivå.
- sørge for at Valdres Vert skal bli en viktig ressurs i merkevarebyggingen av Valdres.
- styrke salgskunnskapen - ValdresVertene skal tenke produkt, service og salg i all sin virksomhet.

Strategier 2007-2017:

Valdres skal

- ❖ utvikle kurs og opplæringspakker.
- ❖ dokumentert kunnskap om vertskapsrollen skal bli et merkekrav.
- ❖ øke bevisstheten hos folk flest i Valdres om natur- og kulturverdiene.

6. ORGANISERING

6.1 ORGANISERING AV STYRINGSORGAN

Organiseringen av styringsorgan for Valdres natur- og kulturpark skal:

- Bygge på en videreutvikling av det samarbeidet som er etablert gjennom Regionrådet for Valdres.
- Sikre politisk innflytelse og skape engasjement.
- Etablere forpliktende samhandlingsarenaer og avtaler med næringslivet og merkeorganisasjonene.
- Sikre god kobling til det utviklingsarbeidet som foregår i kommunene.
- Bygge nettverk på fylkesnivå og nasjonalt.
- Være akseptert og troverdig.
- Være beslutningsdyktig.
- Være fleksibel og omstillingsdyktig.
- Legge vekt på overordnet styring og delegere gjennomføring.

ORGANISERING AV VALDRES NATUR OG KULTURPARK



De ulike organ er i prinsippet tiltenkt følgende oppgaver:

Næringsrådet

- Skal ha 22 medlemmer - 10 fra næringslivet og 12 politikere.
- Skal utforme og evaluere de overordna prioriteringene særlig knyttet til de årlige handlingsplaner.
- Blir den interessante og viktige arenaen for utforming av en felles politikk i Valdres.
- Skal være en samhandlingsarena næringsliv/politikk og på den måten også sikre forankring og eierskap.
- Skal ha 2-4 møter i året.

Utviklingsstyret

- Skal ha 7 medlemmer og bestå av 3 ordførere, 3 fra næringslivet og 1 fra Merkevestyret.
- Skal gjennomføre det som Næringsrådet bestemmer.
- Skal ha en operativ rolle.
- For å sikre medvirkning og eierskap i kommunene er det aktuelt med ei rullering blant ordførerne i valgperioden. Detaljer om dette kommer en tilbake til i samarbeidsavtalen.

Merkevestyret

- Skal settes sammen av 1 representant for hver av de merkeorganisasjoner som blir etablert og en fra parkadministrasjonen.
- Skal ha ansvaret for å utvikle og styre kvalitetsstandarder.
- Skal styre bruken av kvalitetsmerket.
- Skal også blant annet medvirke til samordning av markedsføring og profilering.

I tillegg skal det være et regionstyre bestående av de 6 ordførerne.

6.2. PARTNERSKAPSAVTALER

For å sikre gjennomføring av charteret skal det inngås partnerskapsavtaler med ulike aktører.

Partnerskapsavtalen skal:

- Sikre gjennomføring av charteret
- Skape forankring og gi reell medvirkning på virkemiddelbruk og/eller oppgaveløsning
- Være gjensidig forpliktende
- Bidra til bedre samarbeid og forståelse næringsliv/politikk

Alle avtaleparter lokalt må ikke være enige om alt som står i charteret. Det er derfor aktuelt å inngå partnerskapsavtaler med partene der målsettinger, i tillegg til det som angår den enkelte part, inngår.

Det er aktuelt å inngå avtaler med parter som har mest med politikk utforming å gjøre, og avtaler med parter som skal bidra til gjennomføring.

Eksempler på organisasjoner og instanser som det kan bli aktuelt å inngå partnerskapsavtaler med:

- Oppland fylkeskommune
- Valdres Næringsforum BA
- Organiserte og godkjente merkebrukere:
 - Valdres Destinasjon AS
 - ValdresKvalitet BA
 - Valdres Matforum BA
 - Merkeorganisasjon for helsebedrifter
 - Kulturutøvere
 - Andre næringer
- Valdres Næringshage
- Valdres vidaregåande skule
- Tyin Fjellsenter
- OPUS
- Bioforsk Løken
- Valdres landbrukssenter
- Faglagene i landbruket
- Handelsstand
- Valdresmusea AS
- Frivillige lag og organisasjoner
- Private bedrifter
- Valdres forsøksring
- Nasjonalforeningen for folkehelse

Hvem det er aktuelt å inngå partnerskapsavtaler med vil utvikle og endre seg over tid.

7. FORHOLDET TIL STATEN OG FYLKESNIVÅET

Som en del av arbeidet med å bli Norges første regionale natur- og kulturpark er det viktig å forankre konseptet på nasjonalt nivå.

I brev datert 16. januar 2007 har statsrådene følgende departement gitt sin tilslutning til konseptet Valdres natur- og kulturpark:

- Landbruks- og matdepartementet
- Nærings- og handelsdepartementet
- Kommunal- og regionaldepartementet
- Miljøverndepartementet

Knyttet til etableringen av Valdres natur- og kulturpark er det bl.a. sagt følgende:

Positive til lokalt og regionalt initiativ

- Utprøving av natur- og kulturpark som konsept for lokalsamfunnsutvikling i Valdres**

- Unike natur- og kulturressurser i den norske fjellheimen**
 - Stort potensiale for sysselsetting og bosetting i bygdene.**
- Regjeringa starter opp utvikling av ny politikk for fjellområdene**
 - Nyttig å prøve konseptet natur- og kulturpark i Valdres**
 - Eit ledd i utvikling av politikk for fjellområda**
- Regjeringen ønsker en videre dialog omkring arbeidet.**

I brevet nevnes også noen aktuelle økonomiske virkemidler:

- Verdiskapingsprogrammet for kulturminnevern**
- Forsøk med forvaltning av fylkesvise Bu-midler**
- Virkemidler til utvikling av kommersiell virksomhet (NHD)**
- KRDs småsamfunnsatsing**

Statsrådene påpeker også at:

- Natur- og kulturen er et viktig grunnlag for levende lokalsamfunn og for verdiskaping.**
- Det er en forutsetning med bærekraftig bruk slik at konflikter med verdigrunnlaget unngås.**
- Departementene kan bistå med etablering av erfarings- og kompetansenettverk for kommuner og fylkeskommuner som vil prøve ut tilsvarende natur- og kulturparkprosjekter.**

Brevet er underskrevet av statsrådene Terje Riis-Johansen, Dag Terje Andersen, Åslaug Haga og Helen Bjørnøy

8. VEDLEGG

(I dette avsnittet mangler noen få opplysninger som vil bli med i den endelige avtalen)

8.1 NATURGITTE FORUTSETNINGER OG KULTURLANDSKAPET

Noen statistikker skal tas inn og noen tall skal oppdateres før charteret senes kommunene til behandling.

Kommunene i Valdres etter areal og høgdslag:

Kommune	Total areal		Vassdrag		Under 300 m.o.h		300-599 m.o.h		600-899 m.o.h		900 m.o.h og over	
	Km2		Km2	%	Km2	%	Km2	%	Km2	%	Km2	%
Sør-Aurdal	1109		37	3,3	54	4,9	275	24,8	537	48,4	243	21,9
Etnedal												
Nord-Aurdal	910		49	5,4	1	0,1	108	11,0	353	38,8	448	49,2
Vestre Slidre	464		36	7,8	-		72	15,5	162	34,9	230	49,6
Øystre Slidre	868		23	2,6	-		44	5,1	196	22,6	628	72,4
Vang	1633		79	4,8	-		62	3,8	126	7,7	1445	88,5
Valdres												

De store variasjonene i høgdslag og fjellgrunn er grunnlaget for at Valdres er et dalføre med mange kvaliteter og stort mangfold. Gjennom tidene har befolkningen i Valdres vært avhengige av å ta i bruk de ressursene som dette mangfoldet har skapt. Derfor finner vi også spor etter menneskelig aktivitet fra dalbunnen og helt opp i høgfjellet. Dette mangfoldet er også et viktig fundament for Valdreskulturen både i fortid og nåtid. Summen av alt dette er viktig for at Valdres framstår som et attraktivt bosted og et populært reisemål.

Bruken av arealene har alltid vært i endring, og det er dette mangfoldet som det er viktig å skjøtte og utvikle videre på en bærekraftig måte - og som skal gi Valdres et konkurransefortrinn i framtida. Det er samtidig noen kvaliteter som framstår som spesielt sentrale, og der Valdres har et særpreg som vil bli etterspurt i framtida både lokalt, nasjonalt og internasjonalt.

Stølskultur og stølslandskap

Valdres er den regionen som har desidert flest støler i bruk i hele Nord-Europa, og landskapet i store deler av dalføret er fortsatt sterkt preget av denne driftsformen.

Sammenlignet med tilsvarende områder i sentral-Europa, der denne tradisjonen også fortsatt er sterk i enkelte distrikt, står stølslandskapet i Valdres i en særstilling. I et dalføre der stølsdrifta har vært en viktig del av jordbruket i svært lang tid, fra skogsbygdene i sør, til heimstøl- og langstølstradisjonene i midtre delen, til høgfjellsområdene i nord, har det også utviklet seg et bredt biologisk mangfold. Gjengroinga truer dette særpreget, og uten innsats på dette feltet vil både fastboende og tilreisende oppleve Valdres som fattigere og langt mindre attraktivt.

Driftsformen har også hatt svært stor betydning i utviklingen av den immaterielle kulturarven i dalføret - dette gjelder også musikk, dans, eventyr og fortellertradisjoner, og ikke minst på matområdet.

Stavkirker og kulturminner

Som de fleste andre områder har Valdres mange kulturminner. Det mest spesielle er stavkirkene, som har svært stor nasjonal og internasjonal verdi og interesse.

Høgfjellet

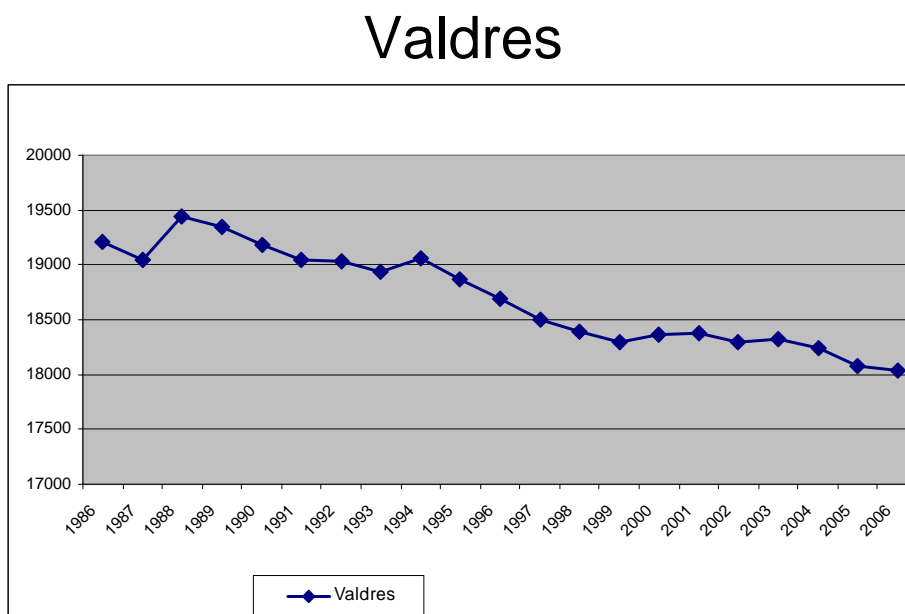
Ved jakt, fangst, fiske, husdyrbeite, tamreindrift, vannkraft og turisme har høgfjellet vært en viktig ressurs for bosetting og næringsutvikling i Valdres. En del av kulturarven er også knyttet til høgfjellet. De store høgfjellsområdene, og spesielt Jotunheimen, har vært viktige for utviklingen av den posisjonen merkevaren Valdres har i markedet. Høgfjellet i Valdres er til dels godt tilrettelagt og markedsført, og vil også i framtida bli en av bærebjelkene i utviklingen av Valdressamfunnet.

Vassdragsnaturen

Valdres har en svært spesiell og særprega vassdragsnatur. Dette er i stor grad knyttet til de mange vann og store fjorder som fyller dalbotnen, og er til stor forskjell fra de andre dalførene på Østlandet, som stort sett er preget av elver. Dette gir Valdres et særpreg på ulike måter - spesielt visuelt, men også kulturelt. Vassdragsnaturen har et preg av moderne og historisk bruk. Vassdragene har vært en viktig bærebjelke i utviklingen av bygdesamfunnene og skal ha en slik status også i framtida.

8.2 BEFOLKNING OG NÆRINGS LIV

Befolkningsutvikling i Valdres pr 1. jan 1986 - 2006



Befolkningsutvikling fordelt på kommuner

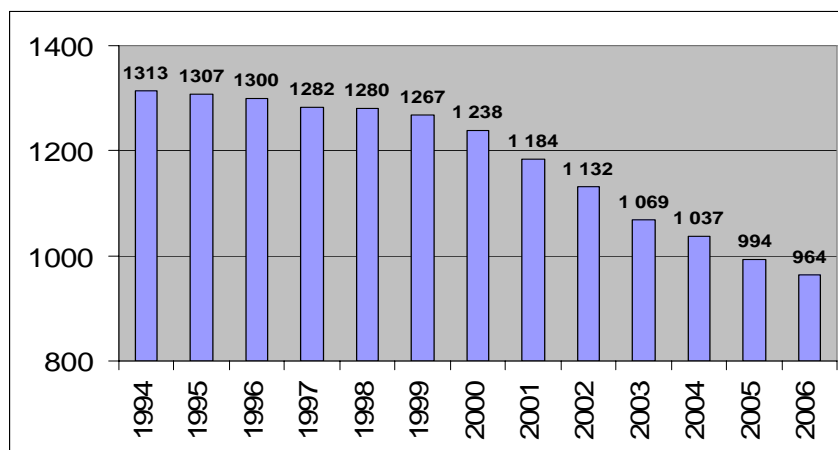
Tekst	Sør- Aurdal	Etnedal	Nord- Aurdal	Vestre Slidre	Øystre Slidre	Vang	Valdres
Folkemengde01.01.80	3698	1732	6333	2442	3017	1736	18958
Folkemengde01.01.90	3568	1580	6573	2525	3120	1817	19183
Folkemengde01.01.00	3389	1401	6560	2282	3060	1675	18367
Folkemengde01.01.06	3243	1389	6425	2217	3137	1624	18035

Syssetting i Valdres fordelt etter næring – 2002 og 2006

Bransje	Antall sysselsatte 2002	Fordeling % 2002	Antall sysselsatte 2006	Fordeling % 2006
Jordbruk og skogbruk	1138	12,96	1026	11,21
Industri og bergverk	642	7,31	580	6,62
Kraft- og vannforsyning	125	1,42	131	1,50
Bygge- og anleggsvirksomhet	895	10,20	992	11,33
Varehandel, hotell og restaurant	1802	20,53	1863	21,27
Transport og kommunikasjon	439	5,00	433	4,94
Finansiell tjenesteyting	114	1,30	87	0,99
Forretningsmessig tjenesteyting	454	5,17	490	5,59
Offentlig forvaltning og tjenesteyting	3092	35,22	3094	35,32
Uoppgitt	78	0,89	63	0,72
<i>Sum</i>	<i>8779</i>	<i>100,00</i>	<i>8759</i>	<i>100,00</i>

Utviklingen i landbruket i Valdres

Nedgang i antall søkere om prod.till.

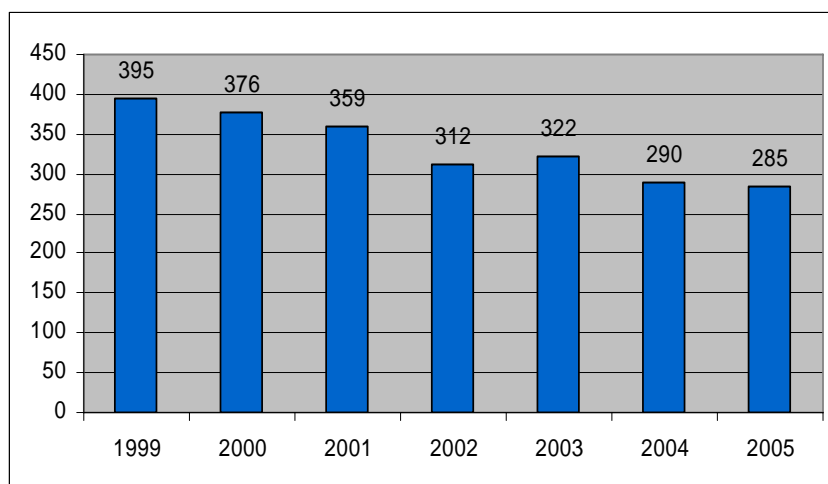


12.01.07

2

Stølsbruken i Valdres – utvikling 1999-2005

Stølsbruk i Valdres

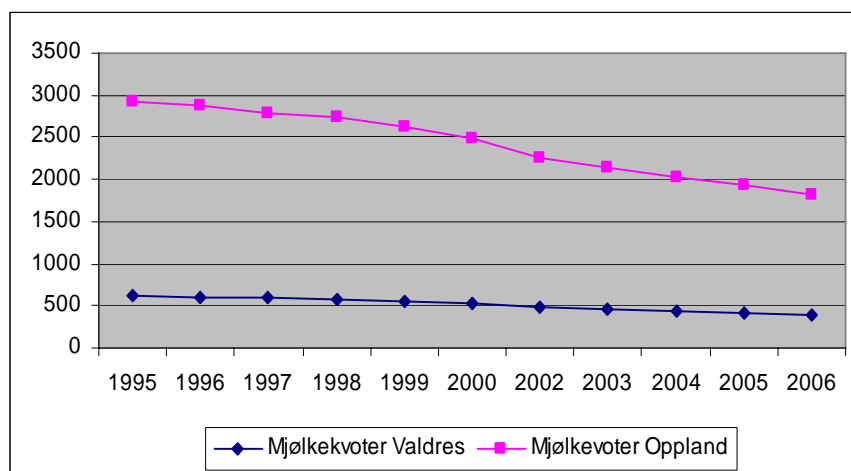


12.01.07

5

Antall mjølkekvoter i Valdres – 1995-2006

Antall mjølkekvoter (kumjøl)



12.01.07

4

Reiseliv

En statistikk for utviklingen i reiselivet er under utarbeidelse og tas inn i den endelige avtalen her.

8.3 UTFORDRINGER FOR VALDRES

Hovedutfordringer for næringslivet i Valdres generelt:

- Nedgang i folketallet
- Rekruttere kvalifisert arbeidskraft
- Styrke kompetanse i alle ledd
- Styrke generelle rammebetingelser
- Øke antall nyetableringer
- Evne til å ta i bruk mulighetene
- Langsiktige samfunnstrender
- Utvikle regionsenteret Fagernes
- Øke innovasjonsevnen i eksisterende bedrifter
- Styrke internasjoniseringskompetansen
- Styrke FOU-innsatsen
- Bedre infrastruktur – særlig vegstandard

Hovedutfordringer for landbruket i Valdres:

- Rask tilbakegang i bruksantall
- Lønnsomhet
- Lett tilgang til annet arbeid
- Bruksstruktur i endring
- Kulturlandskap i endring
- Den enkelte gardbruker har liten kontakt med den samla verdikjede
- Redusert importvern
- Manglende samarbeid med andre næringer
- Kompetanse
- Kultur for innovasjon, nyskaping og foredling, og å ta i bruk gardens samlede ressurser til verdiskaping.

Hovedutfordringer for reiselivet i Valdres:

- Organisering og finansiering av fellesgoder
- Lønnsomheten i deler av næringen
- Å ta i bruk ny teknologi til markedsføring og profilering
- Kompetansenivået
- Profilering knyttet til vår unike natur og kultur
- Økt verdskaping knyttet til hytteturismen

- Et særegent norsk kostnadsnivå
- Å ta i bruk mulighetene

8.4. GEOTURISME

Hva er geoturisme?

Geoturisme er definert som "Turisme som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart - miljø, kultur, estetikk, kulturarv - og som kommer lokalsamfunnet til gode."

De grunnleggende tanker som ligger til grunn for geoturisme er de samme som det legges opp til i Valdres natur- og kulturpark.

Satsingen på denne typen reiseliv er i tråd med Nærings- og handelsdepartementets handlingsplan for reiselivsnæringene, der det blant annet heter at "Begrepet geoturisme brukes om helheten i destinasjonen, alt som gjør stedet unikt, så som flora og fauna, historie, vakre landskaper, tradisjonell arkitektur, lokal kultur og mat."

Innovasjon Norge har underskrevet en internasjonal avtale som skal danne grunnlaget for hvordan Innovasjon Norge skal arbeide med reiseliv i fremtiden. Her følger en kortfattet oversikt over de forutsetninger som ligger til grunn for geoturisme:

1. Stedets integritet:

Fremheve stedets egenart ved å utvikle det og forbedre det på en slik måte at lokalmiljøet gjenspeiler og bygger opp under lokal natur, kulturarv, fremmer lokal tilhørighet og fokuserer på stedets unike særtrekk i markedsføringen.

2. Selektivitet i markedsføringen:

Bidra til vekst innenfor de markedssegmenter som i størst mulig grad setter pris på, respekterer og sørger for å spre informasjon om stedets lokale egenskaper.

3. Diversifisering av markedstilbudet:

Lage grobunn for utvikling av et bredt sortiment av mat- og overnattingstilbud, slik at man kan henvende seg til et vidt demografisk spektrum for geoturismerettede produkter og tjenester, både på kort og lang sikt.

4. Tilfredsstillende kundene:

Sørge for at fornøyde gjester tar med seg positive ferieopplevelser hjem som de kan formidle videre til venner og kjente.

5. Engasjere lokalmiljøet:

Gjøre maksimal bruk av lokale krefter, stimulere lokale foretak og grupper til å bygge partnerskap seg imellom som bygger på lokalt særpreg og egenart, samt markedsføre dette utad. Stimulere til prosjektutvikling som er forankret i stedets natur, historie og kultur, innbefattet kulinariske tradisjoner, brukskunst, bildende og utøvende kunst.

6. Lokal verdiskapning:

Stimulere små og mellomstore bedrifter til å utvikle strategier som fremmer lokalsamfunnet både økonomisk og sosialt, til å kommunisere disse innad og utad, samt bidra til en forvaltningsform som understøtter dette arbeidet.

7. Beskytte og fremheve stedets markedsappell:

Støtte foretak og tiltak som fremmer stedets natur, estetiske karakter og den lokale kultur. Forhindre nedgradering og forsøpling av miljøet ved å holde antall turister innenfor lokalt akseptable grenser. Utvikle foretaksmodeller, rammer og incentiver som gir bedrifter manøvreringsdyktighet og overlevelsessevne innenfor disse grensene.

8. Arealforvaltning:

Hindre utvikling som fører til degradering og overbeskatning av stedets miljø og egenart. Støtte tiltak som bidrar til økonomisk diversifisering, som bevarer og oppgraderer stedets utseende og stimulerer til fri ferdsel. Styre lokalisering og utvikling av temparker eller fornøysessentra slik at de ikke truer eller overskygger stedets økologiske, utseendemessige og kulturelle fortrinn.

9. Bevaring av ressurser:

Gi støtte til foretak og tiltak som reduserer unødig energiforbruk, unngå forurensing av miljøet, inkludert støy, visuell forsøpling i form av uestetisk skilting, belysning, osv. Kommunisere slike tiltak utad slik at de appellerer til miljøbevisste besøkende.

10. Planlegging:

Akseptere og respektere økonomiske behov på kort sikt så lenge de ikke reduserer stedets geoturisme-profil over tid. Ta sikte på å diversifisere lokaløkonomien og bidra til å øke sysselsetting uten å overbeskatte stedet miljømessig og kulturelt. Gi støtte til offentlige tiltak som er forenlige med utvikling av geoturisme på reisemålet.

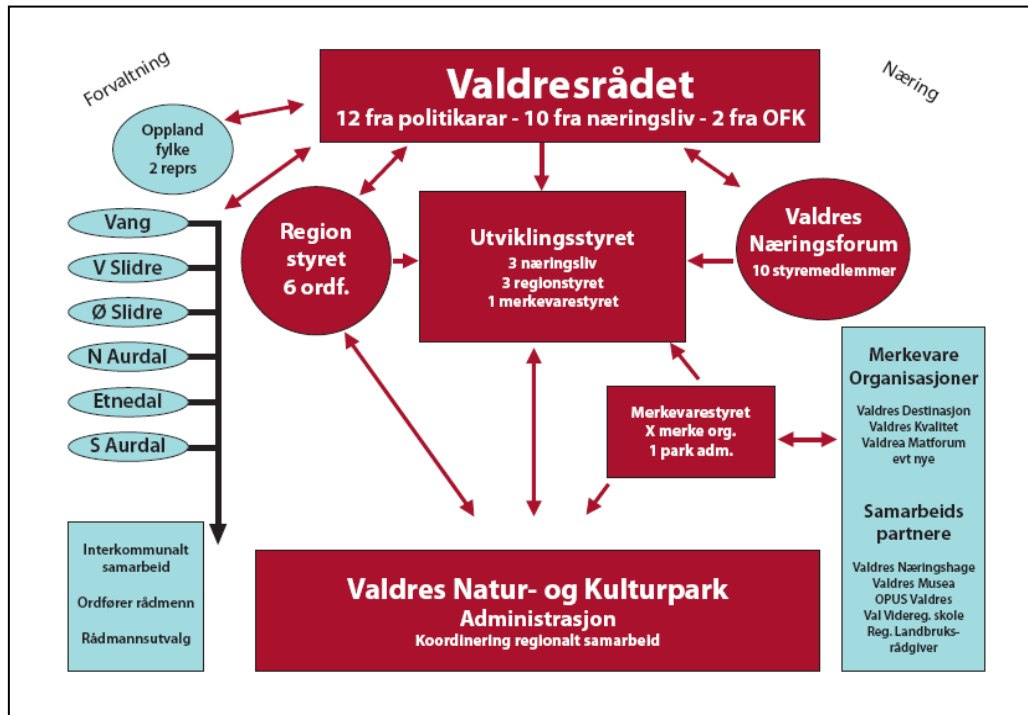
11. Formidling og historiefortelling:

Motivere både fastboende og gjester til å lære mer om stedet. Finne måter å gi lokale krefter spillerom til å vise frem reisemålets naturattraksjoner og kulturarv, både for å berike besøksopplevelsen og forsterke lokalbefolkningens tilhørighet til og kunnskaper om reisemålet.

12. Evaluering:

Etablere en evalueringsprosess med sikte på jevnlig tilbakemeldinger om reisemålets utvikling. Ansvar for dette bør legges til en uavhengig, nøytral instans.

Organisering VNK





Telefonliste

www.valdres.no



	Telefon	Mobil Fax	Epostadresser
Valdres Natur- og Kulturpark	61 35 94 50	61 35 94 59	region@valdres.no
Kjell Arne Berntsen	61 35 94 52	97 15 34 98	kjell.arne.berntsen@valdres.no
Arne Bang	61 35 94 51	90 65 37 58	arne.bang@valdres.no
Unni Fossnes	61 35 94 50	40 21 31 47	unni.fossnes@valdres.no
Guri Grønolen	61 35 94 55	97 02 95 46	guri.gronolen@fmop.no
Aslag Hamre	61 35 94 56	95 05 80 09	aslag.hamre@valdres.no
Anne Strand Moen	61 35 94 65	95 82 96 81	anne.strand.moen@valdres.no
Ine Wigernæs	61 35 94 58	92 85 08 25	ine.wigernes@valdres.no
Jan Askildsen	61 35 94 50	94 79 25 00	jan.askildsen@valdres.no
Nils Rogn	61 35 94 53	97 60 16 55	redaksjonen@valdres.no
Katharina Sparstad	61 35 94 70	99 00 95 84	katharina.sparstad@valdres.no
Egil Dieserud	61 35 94 54	95 10 87 77	egil.dieserud@valdres.no
Portalredaktør	61 35 94 53	97 60 16 55	redaksjonen@valdres.no

Tlf: 61 35 94 50 Fax: 61 35 94 59 E-post: region@valdres.com Internett: www.valdres.org Bankgiro: 6182 05 23034 Føretalsreg. No 876 622 132 MVA