



www.haldenkanalen.org

Referat fra styremøte Regionalpark Haldenkanalen fredag 16.11.2012.

Tid: Kl.1000 –

Sted: Rømskog Spa & Resort

Til stede:

Politiske representanter:

- Helge Kolstad, Østfold fylkeskommune, leder
- Kari Pettersen, Rømskog kommune
- Harald Nilsen, Aremark kommune (vara for Geir Aarbu)

Næringslivsrepresentanter:

- Hans Martin Løhren, Akershus fylkeskommune
- Ina Nestor, Aurskog-Høland kommune
- Morten Vinje, Marker kommune
- Ingrid Solberg Sætre, Halden kommune

Observatører:

- Steinar Fundingsrud, Haldenkanalens kanalselskap
- Jan Egil Nygaard, Fylkesmannens landbruksavdeling
- Vidar Østenby, Grenserådet

Prosjektkoordinator:

- Børre Berglund, Børre Berglund Reiselivsrådgivning

Sekretær:

- Jan Albert Haagensen, Østfold fylkeskommune

Forfall:

- Geir Aarbu, Aremark kommune, nestleder

Behandlede saker:

1. Orienteringssaker

a. Møte- og kjøregodtgjørelse

Det vises til vedlagte oversikt over møtedeltagelse på styremøtene.

Medlemmene bes fylle ut skjema for kjøregodtgjørelse og møtedeltagelse.

Møtegodtgjørelsen er kr. 833/møte, kjøregodtgjørelsen er kr. 3,90 pr km med tillegg av kr. 1,00/km og passasjer.

b. Møtehonorer utenom styremøter

Vedtak: Styreleder Helge Kolstad oppebærer møtegodtgjørelse og

kjøregodtgjørelse for relaterte møter i forbindelse med Regionalpark

Haldenkanalen. Saken tas opp på nytt når sekretær/prosjektleder er tilsatt.

2. Referat fra telefonisk styremøte 27.september 2012

Det vises til vedlagt referat fra møtet.

Vedtak:

Protokollen fra telefonisk styremøte 27.09.12 godkjennes.

3. Strategisk plan 2013 – 2017 – rammer og innhold

Planstruktur: Charteret gjelder for 10 år, og skal evalueres etter 3 år. Den strategiske planen baserer seg på charteret, og rulleres hvert år. Overskriftene i charteret legges til grunn i den strategiske planen. Den årlige handlingsplanen baserer seg på den strategiske planen. Merkevarerstrategien er en paraply for arbeidet.

Viktig å bruke informasjon fra tidligere prosjekt i arbeidet med den strategiske planen.

Vedtak:

Styret legger skissen til strategiplan til grunn for det videre arbeidet, sammen med innspill fra workshop'ene og de innspillene som fremkommer i møtet. Saken fremmes på nytt de kommende styremøter, og planen skal ferdigstilles i februar 2013, for behandling i regionalparkrådet 8.mars 2013. Styreleder og sekretær gis fullmakt til å spisse inndelingen i den strategiske planen.

4. Handlingsplan 2013

På sitt styremøte 17.09.12 konkluderte styret med følgende rammer for handlingsplan 2013:

1. Merkevaren Haldenkanalen

- 1.1 Felles merkevarestrategi
- 1.2 Markedsføring internt og eksternt
- 1.3 Web-design og utvikling
- 1.4 Regional matkultur – utvikling av lokal merkevare på mat

2. Stedsutvikling

- 2.1 Kompetanseprosjekt
- 2.2 Landsbyutvikling
- 2.3 Holdningskampanje – skyt og begrav bygdedyret!
- 2.4 Nettverksbygging

3. Utvikling av opplevelsesnæringen

- 3.1 Tiltak for økt trafikk på kanalen
 - 3.1.1 Slusecruise
 - 3.1.2 Kulturelle tilbud
 - 3.1.3 Fellesprosjekt Dalsland kanal
 - 3.1.4 Rutetrafikk
- 3.2 Produktpakking – utvikling av salgbare pakker
- 3.3 Økt overnattingskapasitet – utredning hvilken overnattingsform som passer
- 3.4 Stoppeffekt E18, E6, fv 21/22 og Bjørkelangen
- 3.5 Kobling til aktiviteter på Fredriksten Festning/Halden
- 3.6 Utrede hyttebygging
- 3.7 FRAM-reiseliv

Disse elementene settes inn i et excel-ark med totalkostnad og finansiering, og vil i denne formen utgjøre handlingsplan for 2013.

Vedtak:

Styret i Regionalpark Haldenkanalen legger disse handlingsplan-elementene til grunn for utarbeidelse av handlingsplan for 2013, med tillegg av øvrige næringsområder, sammen med de innspillene som kommer fra workshop'en 31.10.12 og innspill som framkommer i styremøtet. Saken fremmes på nytt de kommende styremøter, og handlingsplanen skal ferdigstilles i februar 2013, for behandling i regionalparkrådet 8.mars 2013.

5. Prosjektsøknader verdiskapingsprogrammet

Det er søkt om følgende tiltak:

Tiltak	Total-kostnad	Omsøkt verdiskapingsprogrammet	Merknader
Merkevarestrategi	840.000	210.000	Forslag utarbeidet av Børre Berglund. Innsendt 09.11.12.
Steds- og landskapsanalyse	110.000	55.000	Søknaden er omarbeidet og blir redusert. Bare tiltak etter 01.01. 2013 kan tas med. Innsendt 15.11.12.
Næringsanalyse	100.000	50.000	Søknaden er omarbeidet og redusert. Bare tiltak etter 01.01. 2013 kan tas med, dette utgjør kr. 100.000 ifølge NILF. Innsendt 09.11.12.
Haldenkanalen – Dalsland kanal	500.000	250.000	Det vises til tidligere sak om dette i styret. Innsendt 15.11.12. Kombinert Interreg-Verdiskapingssøknad.

Ingen av disse tiltakene vil belaste regionalparkens budsjett før etter årsskiftet, da de ikke kan startes opp før vi har fått tilsagn.

Vedtak:

Styret tar informasjonen til etterretning. Det fremmes en interreg-søknad under Sverige-Norgeprogrammet på Haldenkanalen – Dalsland kanal.

6. Kommunikasjonsstrategi

Børre Berglund la fra et utkast til diskusjon. Dagens kommunikasjon er toveis og digitalisert og gir levende og dynamisk kommunikasjon. Det stilles krav til god informasjon og faktainformasjon. Erfaringsdeling skjer i stor grad. Strategien går ut fra nåsituasjonen, og foreslår ønsket situasjon, strategiske valg og tiltak. Det regionalparken arbeider med, skal være kjent for omgivelsene, men det skal også være relevant for mottageren av informasjonen. Det foreslås 5 strategier: 1) bygge egen merkevare (men kanskje ikke kalle denne Regionalpark Haldenkanalen), 2) bruke andres kanaler, men utvikle kommunikasjonen selv, 3) Prioritere nettbasert kommunikasjon (brenn brosjyrene! – men trykk opp nettbasert info der dette er nødvendig), 4) Aktiv, åpenhet og deltagelse skal prege kommunikasjonen, og 5) Betalt kommunikasjon (fungerer dårlig), eid kommunikasjon (fungerer bra) og fortjent kommunikasjon (fungerer best).

Merkevarestrategien er kjøreregler for kommunikasjonsstrategien. Målgrupper: innbyggere og næringsliv, forbrukere innen 2 timers reiseavstand. Tiltak: Lage et eget område for regionalparken på Visit Oslofjord, dette vil bli hovedinformasjonskanalen for regionalparken. Få flere treff ved optimalisering av søkeord for regionalparken. Lage egen Facebook-side. Nettannonsering. Produktark (nettbasert) som også kan trykkes. Reiselivsmessa i Oslo – må sørge for salg > kostnadene med messen. Film for presentasjon av natur og aktiviteter. Allsang på Grensen skal lage ny vignett, kanskje vi kan produsere filmmateriell for denne, som vi eier selv og kan benyttes i andre settinger. Sterkere samarbeid med Allsang på Grensen. Presseaktiviteter som pressebesøk, presseturer m.v. Dropp pressemeldingene!

Tiltakene skal evalueres både med hensyn til direkte og indirekte effekter.

Budsjett på 900.000 kr.

Vedtak:

Kommunikasjonsstrategien innarbeides i handlingsplan 2013, og delelementer vurderes for samfinansiering med verdiskapingsprogrammet og andre finansielle kilder. Etablering av eget område på Visit Oslofjord skal skje umiddelbart.

For å komme i gang med kommunikasjonsstrategien, skal merkevarestrategien utlyses blant medlemmene i Arena Magica så snart som mulig. Børre Berglunds Reiselivsrådgivning utformer utlysingskriv.

7. Båtrelaterte aktivitetstilbud på Haldenkanalen

Vedtak:

Det settes av kr. 300.000 til båtrelaterte aktivitetstilbud på Haldenkanalen for sesongen 2013. Styreleder og sekretær for regionalparken, sammen med styremedlem Morten Vinje går i forhandlinger med de aktuelle driftsselskapene med tanke på å inngå avtale om et for regionalparken best mulig tilbud sesongen 2013. Tilbudene skal samordnes. Stiftelsen DS Engebret Soot (Kjetil Skogdalen), Asbjørn Otto Braarud og Haldenkanalen Sluseturer AS inviteres til forhandlingsmøte 26.11.12.

Regionalparken vil bidra med markedsføringsstøtte for de ulike tilbudene.

8. Støtte kapteinutdanning – Stiftelsen DS Engebret Soot

Vedtak:

Det inngår forhandlinger med stiftelsen DS Engebret Soot med tanke på båtrelaterte aktiviteter på Haldenkanalen 2013 og utover, jfr. styresak 7 i møte 16.11.12, koblet til støtte til kapteinutdanning.

9. Eventuelle andre saker

- a. Sekretariatsfunksjonen – denne må spres på flere aktører inntil fast sekretær/prosjektleder blir tilsatt. Ambisjonsnivået i handlingsplan 2013 må speile de tilgjengelige ressursene. Prosjektgruppa blir sentral i dette arbeidet.
- b. Organiseringen
- c. Reiselivsavisa og andre markedsføringstiltak – felles presentasjon i markedsføringsmaterieill i regionalpark-regionen inkl. kanalbrosjyren – Børre Berglunds Reiselivsrådgivning lager tekst og budsjett for tiltaket.

- d. Resultat fra workshop næring og sted/landskap – vi må avvente rapport NILF og Aurland Naturverkstad.
- e. Næringsforumsmøte i Halden – styret inviterer seg selv. Ingrid Solberg Sætre forbereder. Viktig for forankringen til Regionalparken, særlig mtp opplevelsesnæringen. Første møte blir 19.12.12., da vil Ingrid Solberg Sætre og Tor Frydenberg ha en 20 minutters orienteringssekvens. Følges opp av et større møte over nyttår der styret deltar.
- f. Slusecruise – Innhold og opplegg detaljeres av prosjektgruppen.
- g. Neste møte: Torsdag 13.12.12 kl. 13 – 15, Marker rådhus, Ørje. Saker: Budsjettutkast, avtaler, anta tilbyder merkevarestrategi.

Jan Albert Haagensen
sekretær