



**KOM** til Østre Toten  
**K**ultur, **o**pplevelser og **m**at

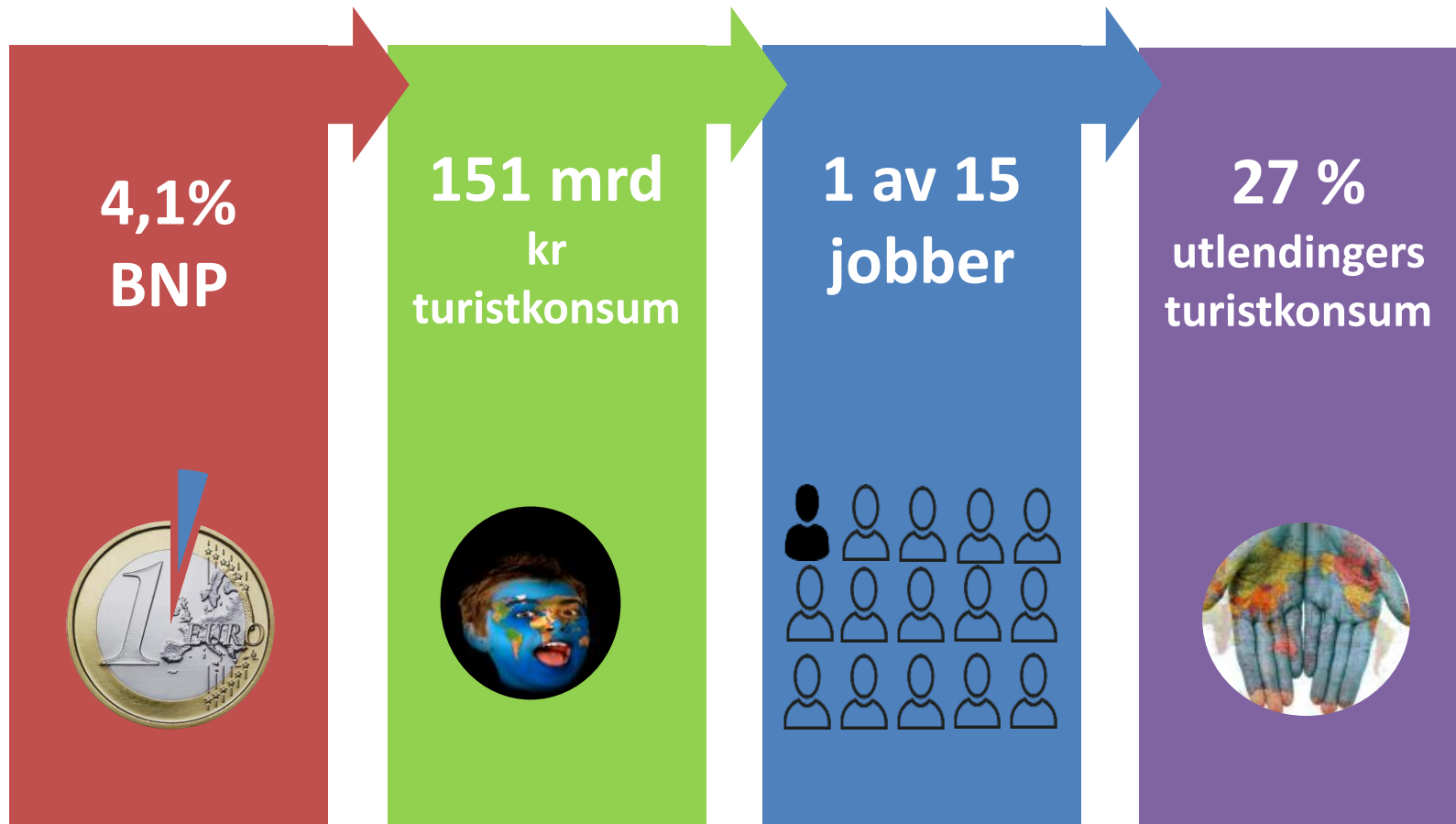


# KOM – kultur, opplevelser og mat

- Sommeren 2016 – NRKs sommersending
- Prosjektsatsing - Flere aktører og økt verdiskaping innen lokalmat og reiseliv



# Reiseliv i Norge



Oppfatninger om Norge som **ferieland** blant våre **åtte** viktigste **markeder**  
"Hva er det første som faller deg inn når du tenker på reisemål og ferieopplevelser i Norge?"



**FJORDER**  
**UBERØRT** **SNØ** **LANDSKAP**  
**KALDT** **UTENDØRSAKTIVITETER** **SPENNENDE**  
**NATUR** **HURTIGRUTEN** **VAKKERT**  
**DYRT** **BYER** **INKL** **VIER** **SPESIFIKKE** **FISKING**  
**FJELL** **VAKKER** **NORDLYS**  
**SKI/SNOWBOARD**



**Rundturer med egen bil**



**Ski**

**Klassisk  
konkurransesatt  
reiseliv**



**Cruise**



**Rundturer i buss**

Men turisten har gått fra sult på **materielle goder** til **immaterielle opplevelser** og følelser



”Morgendagens reisende vil oppleve mer enn ett **magisk øyeblikk** i løpet av ferien”





**Aktive  
opplevelser**



**Kultur**

**Nytt  
konkurranses-  
utsatt  
reiseliv**



**Attraksjoner**



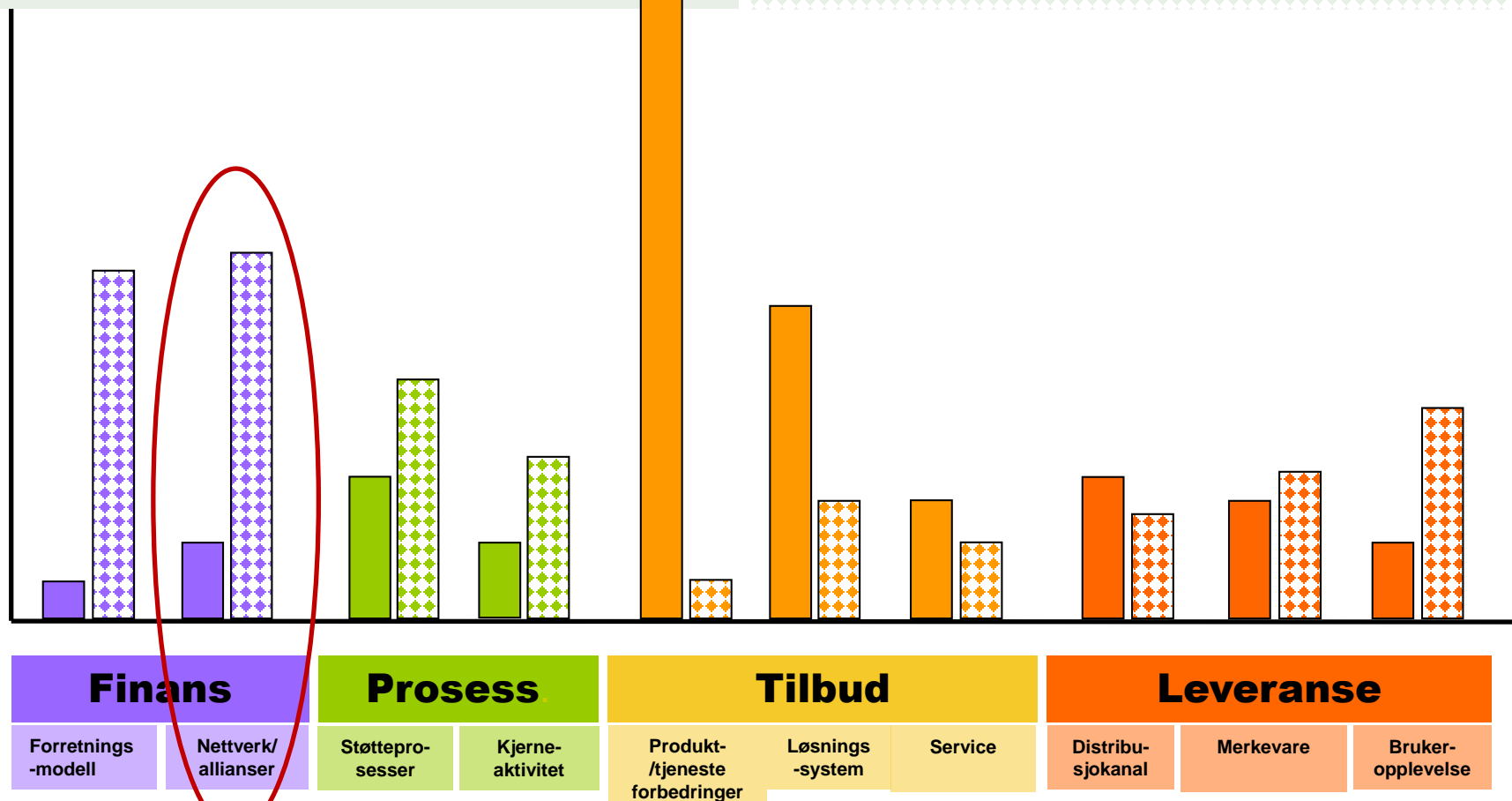
**Spesialiserte reisemål**

## Hvor penger blir investert

Siste 10 år

## Hva dette gir tilbake (ROI)

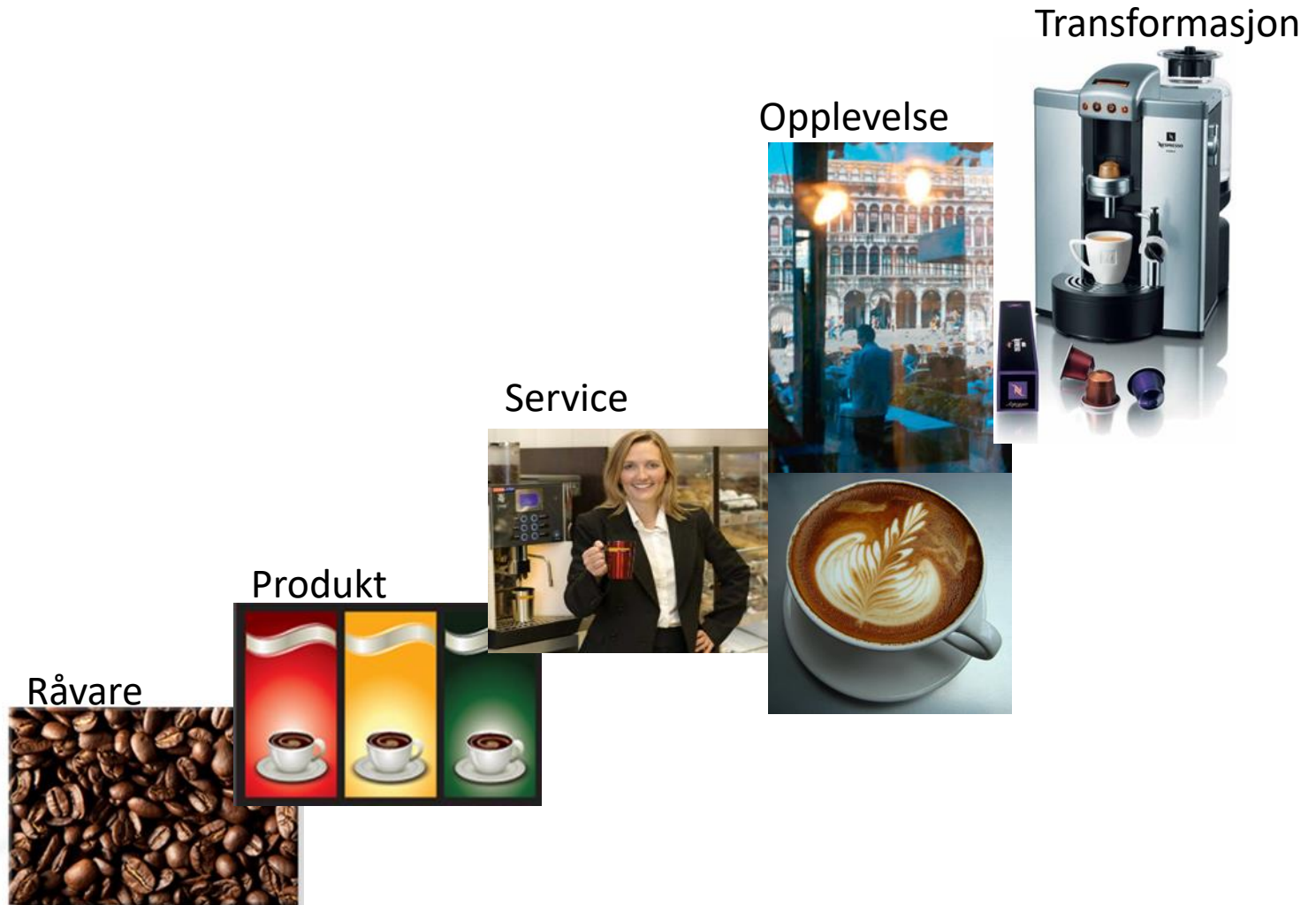
Siste 10 år



Kilde: Doblin analysis



# Økning i økonomisk verdi



*Kilde: Pine/Gilmore*

# Tid for å nå 50 millioner brukere



Kilde: Citi GPS - Global Perspectives & Solutions, 2015

# Vi stoler på opinionsledere og andre forbrukere, ikke kommersielle budskap og avsendere



## Nå kommer butikkene med narasinfri kylling

- Rimelig å tro at Norge vil bli narasinfritt i løpet av 2016



## Massiv påvirkningskraft – Sophie Elise (20) satte fyr på Freia

MAR 21ST, 2015 | FUNNY, MARKEDSFØRING | LAST MODIFIED 17 TIMER AGO

Fredag 13. mars stod Sophie Elise på en Narvesen-kiosk i kø og eksponerte rundt én million nordmenn med budskapet «Ikke kjøp disse påskeeggene!». Freia, via deres pressekontakt Celin Huseby, har liten tro på at dette vil gå utover salget. Mitt forslag er å la tallene snakke for seg – så la oss først se litt på tallene:



KONTAKT MEG OM MEG KATEGORIER ARKIV

IKKE KJØP DISSE PÅSKEEGGENE!

13.03.2015 - 13:02



2015:

# Verden **kom** med sin bestilling







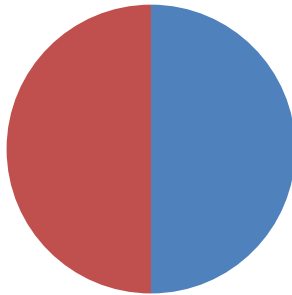
## BÆREKRAFTIG REISEMÅL

LOKALT ENGASJEMENT  
I ET LANGT PERSPEKTIV

- gir større tiltrekningskraft
- bygger troverdighet i markedet
- øker kvaliteten på produktet
- synliggjør de gode tiltakene som allerede finnes
- skaper engasjement i lokalmiljøet
- får anerkjennelse for å ta ansvar

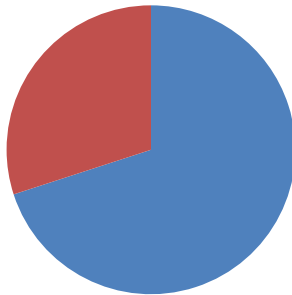
# Hvorfor fortelle hvor maten kommer fra?

5 av 10



5 av 10 nordmenn synes lokale mat- og drikkeopplevelser er viktig i svært stor eller i stor grad når de reiser som turister i Norge  
Kilde: Norstat for Matmerk, desember 2016.

7 av 10



7 av 10 nordmenn er villig til å betale ekstra for lokale matvarer  
Kilde: Brand Tracker, Matmerk, 2016.

# Hvorfor samarbeide?

Pakketering, samarbeid og selge hverandre

Kunden vil kjøpe alt på ett sted – i samme pakke

Arrangementer og opplevelser selger standardleveranser som transport og overnatting når disse pakkes sammen

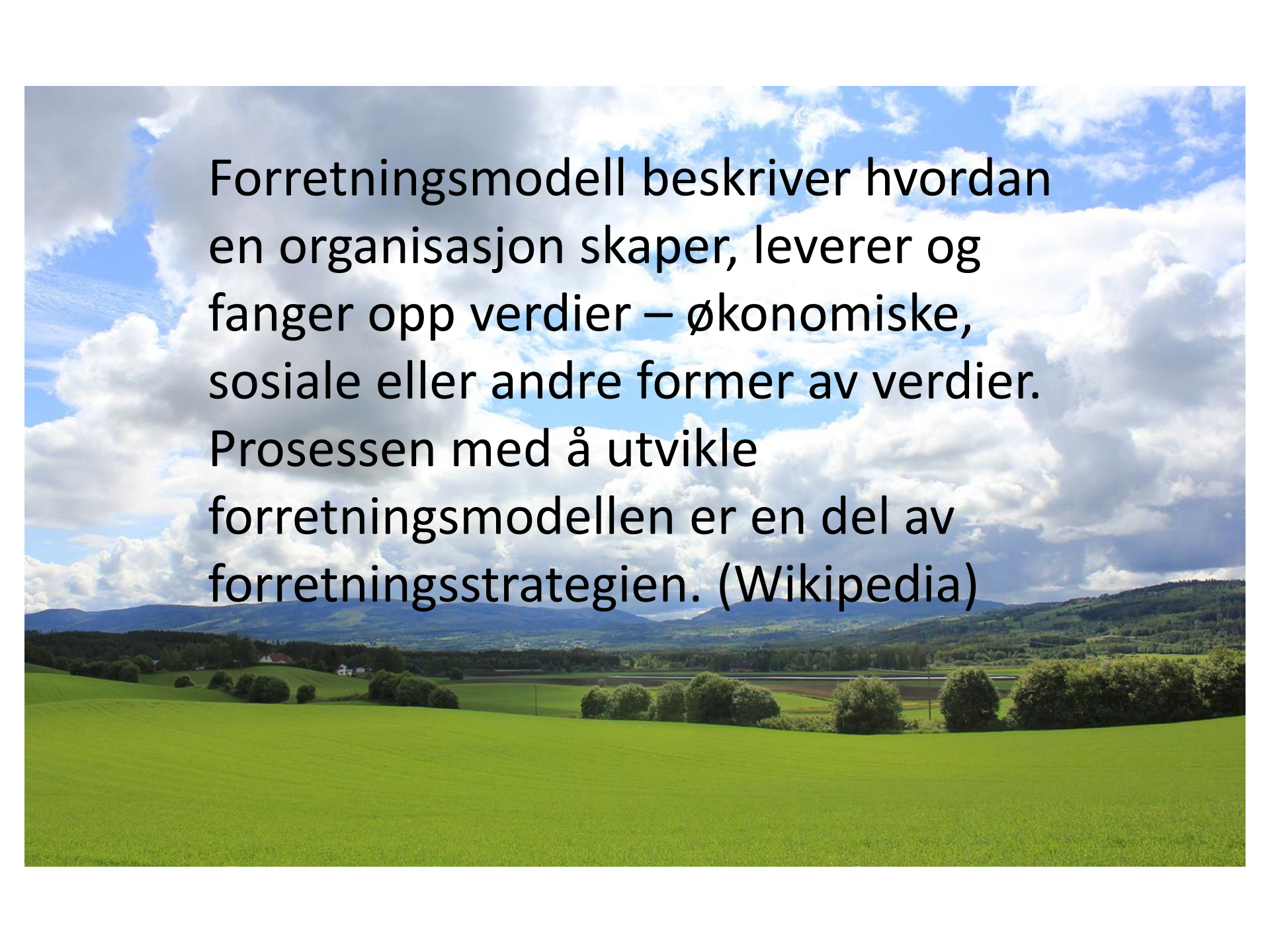
Blir interessante for distributører og salgskampanjer blir mer effektive

Produktet blir mer attraktivt og kanskje til og med unikt

Av med produktbrillene  
og på med kundebrillene







Forretningsmodell beskriver hvordan en organisasjon skaper, leverer og fanger opp verdier – økonomiske, sosiale eller andre former av verdier. Prosessen med å utvikle forretningsmodellen er en del av forretningsstrategien. (Wikipedia)



# Hva er Østre Totens forretningsmodell?

Skal du bringe et konsept til markedet må du ha tenkt igjennom hele forretningsløpet. Du trenger en forretningsmodell

Mens forretningsideen beskriver hva bedriften din skal gjøre, beskriver forretningsmodellen hvordan bedriften skal gjennomføre det i praksis.

Forretningsmodellen skal svare på spørsmål som:

- Hva skal du levere?
- Hvem er kunden?
- Hvem er venner og konkurrenter?
- Hvordan skal du selge?
- Hvordan skal du ta betalt?
- Hvordan skal du levere?

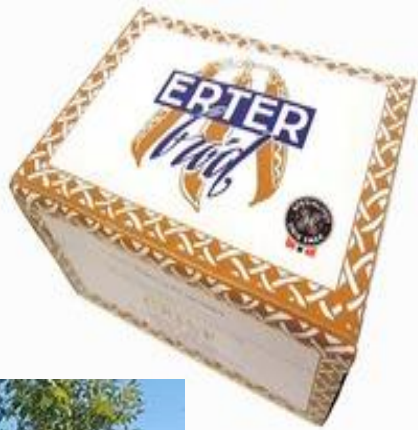


Kilde: Innovasjon Norge

*peder  
balke  
senteret*



mat fra;  
**TOTEN**™

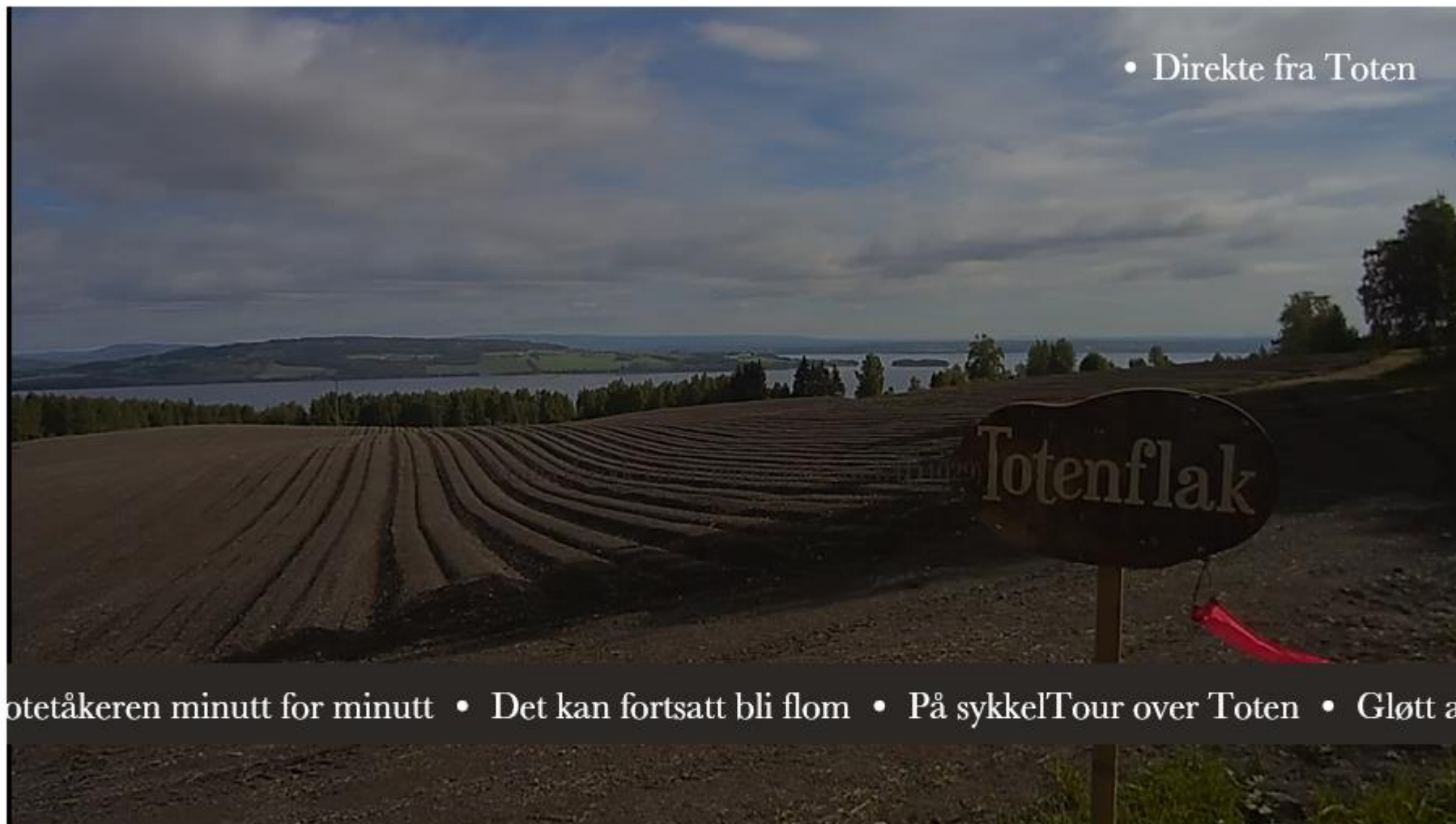


HEMATT

OM TOTENFLAK

VÅRES PRODUKTER

KONTAKT ØSS



• Direkte fra Toten

• Totetåkeren minutt for minutt • Det kan fortsatt bli flom • På sykkelTour over Toten • Gløtt a

<http://www.totenflak.no/>



# KOM – kultur, opplevelser og mat



- Bredt aktørbilde
  - Store og små
  - Innen mange områder
- Samles om noen felles punkter for å markedsføre oss sammen
- Kommunens rolle – tilrettelegge og koble



Arkitekt :Tord Kvien





# KOM – kultur, opplevelser og mat

- Mål
  - Flere aktører innen lokalmat, kultur- og måltidsopplevelser
  - Flere fra hobby til næring
  - Utvikle og produsere opplevelsestilbud med utgangspunkt historie, kultur, spesialiteter og tradisjoner knyttet til Toten, Mjøsa og regionen
  - Partnerskap og samarbeid om konsept- og produktutvikling



Foto: Dronevisning.no



# KOM – kultur, opplevelser og mat

- Forprosjekt frem til mars 2018
- Kartlegge – Hva vil aktørene? – Hvordan går vi videre?
- Kompetanseheving
- Produkt og konseptutvikling
- Pakketering og samarbeid
- Distribusjon

