

info@visitnorthwest.no / 70 23 88 00

VISIT NORDVEST
FRISKE OPPLEVELSER



Tfollstigen Foto: Jarle Wæhler

For turisten

[visitnorthwest.no](https://www.visitnorthwest.no)
facebook.com/visitnorthwest.no
instagram.com/visitnorthwestno/

For medlemmene

facebook.com/groups/ReiselivNR
visitnw.wordpress.com/

ÅRSRAPPORT 2020



VISIT NORDVEST



2020 – for et år!

Dette skulle bli tidenes reiseår

Men slik ble det ikke

Vi vet dere har hatt et utfordrende år

Men har vist stort engasjement og ståpåvilje

Og har satt Nordvest på alles bucketliste

Tusen takk for at dere tilbyr så gode opplevelser

Vi setter stor pris på hver og en av dere!

Forresten, tusen takk til Møre og Romsdal Fylkeskommune

Takk for at dere støtter opp om reiselivet

Vi håper alle holder ut

Og at vi kan dele de gode opplevelsene også i fremtiden

Vi gleder oss til å møte dere og gi dere en klem igjen

God jul & godt nytt år!

Dette var julehilsenen i 2020 fra oss i Visit Nordvest til alle våre aksjonærer, eierkommuner, medlemmer og samarbeidspartnere. 2020 ble det mye omtalte «annerledesåret», der vi har lært at vi må planlegge med flere mulige alternativer, og at vi ikke kan vite helt hva som kommer til å skje den neste dagen, uken eller måneden. Vi er imponert over alle de som har stått på, og jobbet med omstilling, smitteverntiltak, uforutsigbarhet og usikkerhet, men som likevel har hatt tro på at dette skal gå bra. Og det har jo gått veldig bra for mange, spesielt ble sommeren 2020 bra. Samtidig vet vi om flere aktører som dessverre også har hatt lite eller ingen trafikk.

Vi har lagt våre planer for vårt markedsarbeid for 2021, og håper at dette blir det året der det sakte, men sikkert, begynner å normalisere seg igjen. Selv om vi vet at normalen vil bli en annen normal enn det vi har hatt før, og det vil ta flere år før vi er 100% igjen.

Reiselivsnæringen er en næring med fantastisk mye bra kompetanse, og nettopp fordi vi har så mange flotte folk som jobber i reiselivet, og at de

tar så godt imot sine gjester, så skapes det ekstra gode minner som de tar med seg hjem etter å ha besøkt oss. Reiselivsnæringen i vår region er ingenting uten at hver og en av disse har valgt å investere, bo og jobbe akkurat her; – så en stor takk til disse, hotelldirektører, resepsjonister, hus-økonomer, konferanseverter, vaktmestere, campingplassiere, aktivitetsleverandører, fjellguider, kafedrivere, kokker, servitører, matprodusenter, butikkeiere, buss- eller taxisjåførere, båtskipperer, guider, bilutleiere, museums guider eller rett og slett entusiastiske «poteter» som fikser det meste på sitt sted. Takk for at dere står på og holder ut!

Her er vår årsrapport for 2020 som viser hva vi har gjort av ulike tiltak gjennom året.

Kristiansund/Molde Januar 2021

Torunn Dyrkorn

Torunn Dyrkorn
Reiselivssjef Visit Nordvest

ÅRSRAPPORT 2020

Visit Nordmøre & Romsdal AS er et markedsførings-selskap for reiselivsnæringen i 14 kommuner i Nordmøre og Romsdal. Selskapets hovedoppgave er å markedsføre Nordmøre og Romsdal som reisemål, utvikle nye reiseprodukter og drive annen markedsbearbeiding – lokalt, regional, nasjonalt og internasjonalt. Selskapet har kontorer i Molde og Kristiansund.

Drift og administrasjon

Visit Nordmøre & Romsdal har lagt bak seg sitt femte ordinære driftsår. Samlet regnskapsmessig overskudd etter skatt er på kr. 857.922,-. Egenkapitalen er på kr. 3.644.638,- pr. 31.12.2020. Aksjekapitalen er på kr. 1.024.000,-. Selskapets samlede omsetning i 2020 var på kr. 8.349.174,-. I dette beløpet ligger primært inntekter i form av markedstilskudd fra reiselivsnæringen og kommunene, samt en del prosjekttilskudd. Styret mener årsregnskapet gir et rettvisende bilde av Visit Nordmøre & Romsdal AS sine eiendeler, gjeld, finansielle stilling og resultat. Styret kjenner ikke til forhold som har inntrådt etter utgangen av regnskapsåret som har betydning for selskapets regnskap. Det er en forutsetning for selskapets fremtidige drift at kommunene og reiselivsbedriftene i regionen tilfører økonomiske midler til fellestiltak.

Selskapet består av fire faste ansatte. Torunn Dyrkorn er reiselivssjef, Marit Krekvik er markedssjef, Synnøve Henden er produktsjef og Eline Karlsdatter Fladseth er innholdsprodusent.

I 2020 startet hovedprosjektdelen for å sertifisere Rauma som Bærekraftig Reisemål, og der har Nordveggen fått oppdraget med lokal prosjektledelse, der Anne Cathrine Enstad er i en 30%-stilling. Prosjektet er finansiert av Innovasjon Norge, kraftfondet i Rauma, Romsdalen AS og GassRØR.

Øyriket Romsdal med fokus på produktutvikling i kommunene Midsund, Sandøy og Aukra, med Jan Sverre Sivertsen som prosjektleder ble avsluttet i 2020. Noen tiltak vil bli slutført i 2021. Dette har vært et 3-årig prosjekt finansiert av GassRØR og RDA-milder fra Aukra. Prosjektperiode 2017–2020.

Topptur Nordvest, med mål om å sette regionen på kartet når det gjelder toppturisme. Her har Asbjørn Eggebø Ness vært prosjektleder og ble avsluttet i 2020, men noen enkelttiltak som ferdigstilles i 2021. Det har vært fire fokusområder; vertskap, locationarbeid, kommersialisering av vinterpakker og «Sunndalsmetoden». Prosjektperiode 2017–2020.

Strategi

Vi ønsker å ta en posisjon som differensierer oss fra konkurrentene på en attraktiv og tydelig måte. Vår strategiske posisjon er #friskeopplevelser. Gjennom å tilby friske opplevelser hele året, ta posisjon som et opplevelsesreisemål i norgestoppen. Visit Nordvest baserer sin strategi på FNs 17 bærekraftmål.

Bærekraftig utvikling handler om å ta vare på behovene til mennesker som lever i dag, uten å ødelegge framtidige generasjoners muligheter til å dekke sine. Bærekraftsmålene reflekterer de tre dimensjonene i bærekraftig utvikling: klima og miljø, økonomi og sosiale forhold. (Strategirevisjon gjennomført høsten 2019.)

Mål

Få flere gjester til å komme hit hele året

Få gjestene våre til å bli lenger

Få gjestene til å legge igjen mer penger

Fire fokusområder

Gjennom å tilby friske opplevelser hele året, ta posisjon som et opplevelsesreisemål i norgestoppen.

- 1) Markedet - økt synlighet og tilgjengelighet
- 2) Produktene - økt synlighet og tilgjengelighet
- 3) Nettverket - kompetanseheving og samarbeid
- 4) Reisemålet - reisemål med #friskeopplevelser

Her følger en oversikt på de ulike tiltakene vi jobber med, for å nå de strategiske målene vi har satt oss. Tiltakene gjelder 2019–2020

VÅR STRATEGISKE POSISJON

VERDEN ER FULL av pene, behagelige – og forutsigbare reisemål.

Nordvestlandet er motsatsen til "Syden". Hos oss er det vilt, ekte og variert. Her finner du en dramatisk kystlinje, alpine fjell, frodige dalfører – og unike opplevelser. Alt innen en kjøretur på en time eller to.

Mange kjenner suget i magen når de tar seg ned de skarpe hårnålssvingene i Trollstigen, kjører Atlanterhavsveien mens sjøsprøyten vasker over bilen, eller balanserer på Romsdalseggen. Nordvestlandet er rett og slett fullt av naturskapte fornøylesparker. I tillegg har vi alle de uoppdagede perlene.

På Nordvestlandet tror vi rekreasjon ikke handler om å koble av, men om å koble på. Være aktiv og bruke sansene. Sykkelturer på bilfrie øyer i havgapet, vandring på smale kyststier, guidede toppturer i steile fjell. Eller hva med å nyte noen sommerdager på en av de mange setrene, eller fiske etter verdens hviteste torsk?

Vi som bor på Nordvestlandet, lever tett på denne naturen. Og vi gjør alt vi kan for at våre gjester skal reise hjem med rike minner i bagasjen, fulle av inntrykk de gjerne deler med andre

Administrasjon

Reiselivssjef: Torunn Dyrkorn

Markedssjef: Marit Krekvik

Produktsjef: Synnøve Henden

Innholdsprodusent: Eline Karlsdatter Fladseth

Styret 2019/2020

Styreleder: Lars Olav Hustad

Nestleder: Karin Halle

Styremedlemmer: Stian S. Lillehaug

Nanna Eriksen Røe, Terje Hatlen-Stokke,

Nina Bakkemyr Hagbø

Vara: Einar Wikan, Tommy Soleim

1) Markededsarbeid 2020

Da vi gikk inn i 2020 hadde vi lagt planer for internasjonale kampanjer i samarbeid med Fjord Norge, vi skulle jobbe mer enn noen gang opp mot Europeiske turoperatører, og vi skulle jobbe godt mot det norske markedet. Vi forutså et år med vekst. På grunn av pandemien og stengte grenser måtte vi tenke annerledes, og planene måtte i stor grad endres. Vi har tilpasset oss situasjonen, og jobbet for å påvirke de målgruppene som til enhver tid har vært tilgjengelige.

Innholdsproduksjon til www.visitnorthwest.no

Våre første tiltak etter nedstengningen var å produsere tilpasset innhold til vårt nettsted. Først ut var artikkelen med 8 tips til hjemmeferie. Videre fulgte andre aktuelle artikler, som til enhver tid tilpasset seg gjeldende retningslinjer og aktuelle trender.

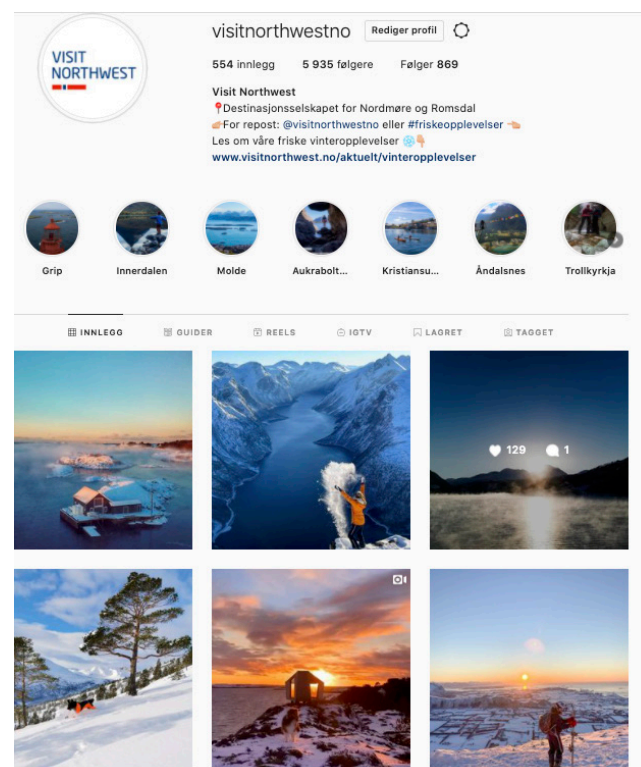


Hjemmeferietips

Synes du ventetiden kan bli litt lang? Vi blir alle påvirket av coronaviruset og forhåndsreglene vi må ta. I nordvest har vi godt med plass rundt oss. Vi har funnet frem 8 tips til deg som du kan gjøre i nærområdet ditt!

Norgeskampanjen 2021, MRR.

Kampanjearbeid mot det norske markedet gjennom Møre og Romsdal Reiseliv. I år med forsterkede midler fra fylkeskommunen. Norgeskampanjen har tradisjonelt vært et viktig satsningsområde for oss, men i år ble det viktigere enn noen gang å påvirke den norske turisten.



- Produksjon av ca. 25 artikler basert på tema og geografi, publisert på visitmr.com
- Omfattende kampanjekjøring for å drive trafikk til disse.

Resultat: 30.mill eksponeringer nasjonalt, 870.000 sidevisninger, 220% vekst i organisk trafikk.

Remarketing Visit Norway

Som et ledd i Norgeskampanjen gikk vi inn en partneravtale med Visit Norway. Utvalgte artikler fra Norgeskampanjen ble målrettet mot personer som hadde vist interesse for Visit Norway sin kommunikasjon, innenfor ulike segmenter.

Fjord Secrets (Fjord Norge)

Innhold produsert for det internasjonale markedet ble oversatt og tilpasset det norske markedet. Det ble bygget opp et eget kampanjeområde på fjordnorway.com, med trafikkdrivende tiltak. Fokus på å spre trafikk i sommerseongen.

Bransjearbeid

Samtlige møteplasser med turoperatører ble holdt digitalt i 2020. Dette har gitt oss mulighet til å møte flere, og vi ser fordelen med de digitale flatene også fremover. Vi har gått inn et tettere samarbeid med Destinasjon Ålesund og Sunnmøre på dette området, og Oddhild Breivik representerer nå hele Møre og Romsdal i møte med turoperatører. Hun kjenner bransjen godt, og jobber målrettet opp mot de ulike turoperatørene.

Norwegian Travel Workshop (NTW) ble arrangert digitalt, der vi deltok med 2 personer og gjennomførte iløpet av 2 hektiske dager i april 35 møter med turoperatører og incomingoperatører fra Norge og Europa i hovedsak.

Presse

I sommersesongen opplevde vi at området vårt hadde veldig god pressedeckning. Rampestreken og Midsundtrappene var nok sommerens mest omtalte. De fleste planlagte pressetur utgikk i 2020, men for å holde markedet varmt har vi sammen med Fjord Norge tatt i bruk MyNewsdesk. Her publiseres pressemeldinger, som plukkes ut av ulike medier. Vi har gjennomført en digital visningstur, og ser at dette er et format som kan bli aktuelt også fremover.

Sosiale Medier

Vi har hatt økt fokus på våre sosiale kanaler i 2020. Instagram har vært et satsningsområde, med mål om å bygge dette til å bli en sterk markeds kanal for oss. Vi har blant annet kjørt en konkurranse i samarbeid med Hotel Aak, som traff vår målgruppe veldig bra, og økte antall følgere med 67%.

På slutten av 2020, fikk vi også på plass vårt eget ambassadørkorps. Det er vi veldig stolte av. 7 flotte representanter for Nordmøre og Romsdal skal hjelpe oss med å synliggjøre regionen.

Kristiansund.
Foto: Einar Engdal

ÅRSRAPPORT | 2020



2) Produktene

Viktigheten av at våre medlemmer og reiselivsaktører har gode produkt å tilby er et av våre hovedfokusområder. Vi har flere tiltak her som kan hjelpe aktører og for å nå våre mål her:

Produktutvikling

Vi deltar jevnlig i ulike utviklingsprosjekt der vi ser at destinasjonsselskapet kan bidra til å stimulere til utvikling og vi kan gi kompetanse til. Vi deltar i prosjektgrupper og møter med både nyetablerte reiselivsbedrifter for rådgiving. I 2020 har vi deltatt i følgende prosjektgrupper:

- Masterplan Nye Molde 2030
- Forplan/reiselivsplan Ytre Nordmøre
- Reiselivsplan Hustadvika
- Mat, kultur, og reiseliv (Møre og Romsdal Fylkeskommune/Fylkesmannen i MR, Innovasjon Norge)
- Bærekraftig reisemål Rauma
- RISS Surnadal
- Kystpilgrimsleia

Markedskunnskap

Vi har flere samarbeidspartnere som jevnlig har mye markedskunnskap og har både nasjonale og regionale undersøkelser som kommer reiselivet til gode. Særlig gjelder dette Innovasjon Norge som har flere nøkkeltall, undersøkelser og målgruppeinnsikt. Vi har opprettet en egen dynamisk samleside som går på statistikk og rapporter tilgjengelig for våre medlemmer på vår blogg. Dette kan være svært relevant for aktører som søker fakta og innsikt for å f.eks. utvikle/endre sine produkt.

Kompetanseløft

Det å gi tilbud om kompetanse til både nye reiselivsbedrifter og etablerte er avgjørende for å kunne gi kunnskap til forbedring, nytenking og samhandling med andre aktører. Se neste punkt, nettverk om konkrete kompetansetilbud

Bookbart reisemål

Et av våre hovedmål er at det skal bli enklere å være turist i vårt område. Dette gjelder både før-under- og etter besøk hos oss. Det å ha bookbare produkt bidrar til både salg for aktører, trygghet og god planlegging for både aktører og besøkende. Vi synliggjør aktører som har booking ved å fremheve disse både på produktoppføringen til den enkelte og i vår «Aktivitetsbutikk» som ledd i å gjøre det enkelt å være turist her. Se eget punkt tidligere om Booking og aktivitetssystemet Trekksøft.

3) Nettverket

Et av Visit Nordvest sine tiltak i vår strategiplan er kompetanse og på dette feltet har vi i 2020 hatt både fysisk kurs og gitt medlemmer tilbud om digitale kurs via Kompetanseportalen.

Kurs

I mars 2020 deltok 15 deltagere fysisk på grunnkurset; «Hvordan bli god på nett» på Håholmen, som er et kurs i samarbeid med Innovasjon Norge og Kreativ Industri. Det var store interesse for 2 dagerskurset og interesse for å sette opp viderekommende kurset i denne serien «Hvordan bli god på nett 2.0» som opprinnelig skulle finne sted i september, men på grunn av covid-19 ble flyttet til nyåret og i digital versjon.

Kompetanseportalen til Møre og Romsdal fylke www.visitmr.com/kompetanse ble opprettet som følge av covid-19 og gir gratis tilbud til alle bedrifter og ansatte som jobber i reseliv, lokalmat og kulturnæringene i fylke. Portalen har en rekke kurs og kompetansevideoer alt fra blant annet;matkurs, riktig prising, distribusjon av reiselivsprodukt til innovasjon og utvikling og mye mer. Vi viderfører og vil øke synlighet og tilgjengelighet for disse kursene i 2021.

Nordvestsamlingen

Vi måtte desverre avlyse årets fysiske samling pga pandemien. Vi har istedet invitert til ulike digitale møteplaser, som skal utvides i 2021.

Medlemsmøter

Fisketuristbedrifter har et etablert møtested gjennom de siste 2 årene. Her har det i januar vært viktige møter og utarbeidet høringsutalelse på vegne av fisketuristbedrifter på Nordmøre og i Romsdal opp mot regelendringer for turistfiske som Nærings- og fiskeridepartementet delvis har lyttet til våre innspill.

Medlemskontakt

Informasjon til våre medlemmer har alltid vært viktig, men ble særdeles synlig i annerledesåret 2020. Flere møteplasser og arrangement har enten måtte flyttes til digitale kanaler, utsettes eller avlyses. Av den grunn har vi hatt stort fokus på å gi hyppiee oppdateringer på både covid-19, reglement og informasjon p.g.a situasjonen for reiselivet fra mars 2020. Disse kanalene er facebookgruppe, nyhetsbrev, blogg og epost. Vi har også hatt stor fokus på å informere om markedsarbeidet som vi gjorde store endringer med vår/sommer og få tilbakemeldinger fra næringen om status. Videre er også resultatet av markeds kampanjen vært viktig å gi medlemmene våre, slik at man ser verdien i det arbeidet som er gjort.



4) Reisemålet

– Reisemål med #friskeopplevelser

Reisemålsutvikling

– Vi ønsker å være med å stimulere til et enklere reisemål for gjesten (transport, overnatting, attraksjoner, aktiviteter, spisesteder). Dette gjøres ved å være tilstede i de fora som det er aktuelle for de tema som kommer opp.

Arrangementsutvikling

– For å oppnå sesongutvidelse og helårsturisme er det flere mulige veier. Det er stort potensiale i å være mer aktive innen arrangementsturisme, konferansemarkedet, sport, events. I Molde har vi deltatt i et konferanseprosjekt der hotellene jobber for å få større arrangement til byen, Book Molde. I 2020 ble dette prosjektet lagt på is pga pandemien. Nå er Møre og Romsdal Idrettskrets sammen med oss destinasjonsselskapene i gang med en ny satsing rettet mot idrettsturisme, også sammen med de to andre fylkene på Vestlandet; Rogaland og Vestland.

Samarbeid, nettverk, roller

Innovasjon Norge (IN)

Vi har et tett og godt samarbeid med Innovasjon Norge både i Møre og Romsdal, på hovedkontoret i Oslo og de ulike utenlandskontorene i våre prioriterte marked. Vi følger i stor grad IN sine prioriteringer i valg av marked; Norge,

Tyskland, Nederland, Sverige og Danmark. Via kampanjer og aktiviteter med både Innovasjon Norge og Fjord Norge er vi også med i andre marked som blir definert ut i fra målgruppe.

- IN Møre og Romsdal: Vi har i løpet av 2019/2020 fått veldig god støtte innen punktet kompetanseheving fra IN Møre og Romsdal, der vi har fått prosjektstøtte til flere kurs som næringen har deltatt på. Vår kontaktperson har vært Marit Giske-Nilsen.
- IN Oslo: Fra 2020 gikk vi ut av avtalen som Premium Partner med Visitnoray på web, og er nå på samme cms-system, men har alt på egen plattform for Visit Nordvest.
- IN utenlandskontor: Via utenlandskontorene i våre prioriterte marked får vi gode råd om markedene, og har mulighet til å delta i kampanjer rettet mot spesifikke målgrupper. I 2020 har dette arbeidet endret seg mye, og vi har gått over til digitale møteplasser og digitale visningsturer.

Fjord Norge

Samarbeidet mellom de tre Vestlandsfylkene er viktig i markedsarbeidet i utlandet der fjordene står sterkt. Vårt medlemskap i Fjord Norge betyr at vi er en del av den sterke merkevaren, og vi har som mål at vi fremover skal bli en enda mer synlig destinasjon i dette systemet.

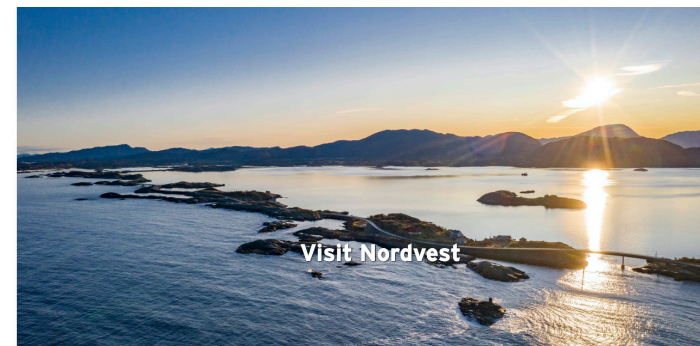
Møre og Romsdal Reiseliv (MRR)

Samarbeidsorgan mellom de destinasjonsselskapene i fylket (Destinasjon Ålesund & Sunnmøre, Destinasjon Visit Nordmøre & Romsdal og Geirangermiljøet) og Møre og Romsdal Fylke, og blir brukt til profilerings- og markedsføringsarbeid for hele regionen. Destinasjonsselskapene går normalt inn med midler og fylket matcher disse tilsvarende. I mai 2020 ble det bevilget 7 millioner i ekstra midler fra Møre og Romsdal Fylkeskommune, som Møre og Romsdal Reiseliv disponerer til ekstra markedsføringstiltak spesielt rettet mot det norske markedet. Matchingsprinsippet på de ordinære midlene ble også tatt vekk i 2020.

Møre og Romsdal Fylkeskommune

2020 har vært et år preget av pandemien, og reiselivsnæringen i vår region har måttet jobbe hardt for å både omstille seg og finne nye måter å drive trafikk til vår region. Møre og Romsdal Fylkeskommune har vært meget positive til våre innspill om ulike behov som næringen og vi som destinasjonsselskap har hatt.

- Ekstraordinære midler til Møre og Romsdal Reiseliv (MRR) vedtatt av fylkestinget mai 2020 (se punkt over om MRR)
- Bio2 (bedriftsinterne opplæringsmidler) – Visit Nordvest fikk tildelt midler spesielt rettet mot permitterte i reiselivsnæringen ble brukt til å opprette en digital kompetanseportal; www.visitmr.com/kompetanse Portalen kan brukes av alle med adresse i Møre og Romsdal.



LES MER – HISTORIER FRA MØRE OG ROMSDAL – VISIT NORDVEST



Tusten Skihelser:
Urban frikjøring og Norges beste barnebakke

Fra Molde sentrum er det kun 10 minutters biltur til Tusten Skihelser. Anlegget kan skille med over 500 høydemeter med rå frikjøring, spektakulær...



Raumabanen fra Åndalsnes til Dombås:
Europas vakreste togreise

Raumabanen er Møre og Romsdals eneste togtrekning. Til gjengjeld er den kåret til Europas vakreste togreise av Lonely Planet, og brukt som kulisser...



Gjør som Tom, James, Harry og Scarlett:
Besøk Norges ræste flimkulisser

Ingen steder er dype fjorder og høye fjell så tett på som i Møre og Romsdal. Kanskje er det derfor stadig flere Hollywood-producenter velger...





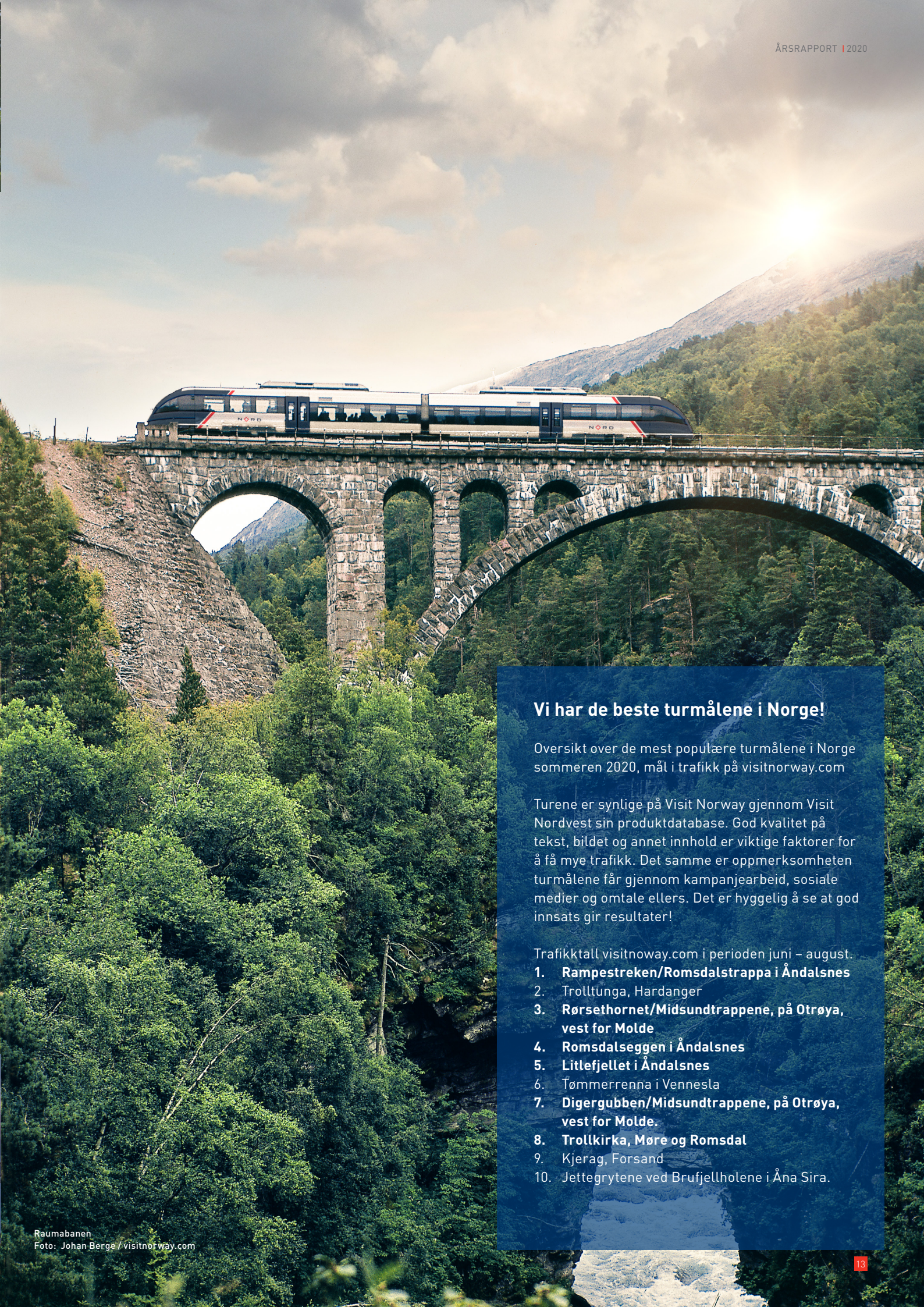
Besøksstatistikk

Under har vi satt opp oversikt over besøkstall for enten sommer 2020 eller for hele året 2020 for de av våre attraksjoner og medlemmer vi har tall fra. Vi ser det ikke hensiktsmessig å sammenligne med tidligere «normale år» på grunn av det spesielle 2020 året som hadde så mange begrensninger og nedstenging av covid-19. Tall for gjestedøgn i regionen er basert på rapportering inn til SSB, og pga endringer i regionsinndelingen, så har vi ikke detaljert ned på kommunenivå. Gjestedøgn i det samlede markedet (hotell, camping, hytter) har på Nordmøre og Romsdal gått ned med -24% fra 715 994 i 2019 til 575 148 i 2020. Totalt i Møre og Romsdal er dette tallet på -28% fra 1 645 022 i 2019 til 1 288 639 i 2020.

Attraksjoner	2020	sommer 2020
Atlantehavsveien trafikk tall	262 229*	
Trollstigen trafikk tall		147 397
Raumabanen**		
Aursjøvegen	12 650	
Romsdalseggen	34 250	
Rampestreken	84 987	
Via Ferrata (Intro + Vestveggen)	6 514	
Mardalsfossen	17 337	
Gripruta	5 542	
Romdsdalsmuseet Krona/Bygdemuseum		9 143
Romdsdalsmuseet avd. Bud museum		5 428
Romdsdalsmuseet Nesset Prestegård		3 195
Nordmøre museum avd. Kristiansund	21 044	
Nordmøre museum avd. Tingvoll	5 283	
Kvernes Stavkirke		1 910
Midsundtrappene (samlet tall for 4 trappesrekninger)		50 000
Hjertøyruta	1 500	
Norsk Tindesenter	244 000	
Atlantehavsbadet	84 720	
Moldebadet	31 260	
Kristiansund og Nordmøre Turistforening		7 634

* Atlantehavsveien mangler tall for flere måneder; juni, oktober, november og desember på grunn av problemer med telleapparatet.

** SJ Norge ønsker ikke å offentliggjøre trafikk tall for 2020



Vi har de beste turmålene i Norge!

Oversikt over de mest populære turmålene i Norge sommeren 2020, mål i trafikk på visitnorway.com

Turene er synlige på Visit Norway gjennom Visit Nordvest sin produktdatabase. God kvalitet på tekst, bildet og annet innhold er viktige faktorer for å få mye trafikk. Det samme er oppmerksomheten turmålene får gjennom kampanjearbeid, sosiale medier og omtale ellers. Det er hyggelig å se at god innsats gir resultater!

- Trafikk tall visitnoway.com i perioden juni – august.
1. **Rampestreken/Romsdalstrappa i Åndalsnes**
 2. Trolltunga, Hardanger
 3. **Rørsethornet/Midsundtrappene, på Otrøya, vest for Molde**
 4. **Romsdalseggen i Åndalsnes**
 5. **Littlefjellet i Åndalsnes**
 6. Tømmerrenna i Vennesla
 7. **Digergubben/Midsundtrappene, på Otrøya, vest for Molde.**
 8. **Trollkirka, Møre og Romsdal**
 9. Kjerag, Forsand
 10. Jettegrytene ved Brufjellholene i Åna Sira.

Reiselivets betydning og verdiskaping i Nordvest

Vår næring består av mange ulike typer aktører som sammen utgjør reiselivsnæringen i vår region, og det er interessant å se hvor stor verdiskapingen faktisk er. I 2019 stod reiselivsnæringen for nærmere 690 millioner kroner i de 13 kommunene i Nordmøre og Romsdal. Totalt i Møre og Romsdal er tallet 1,58 milliarder kroner. Tallene for 2019 er også sannsynligvis noe høyere, men på grunn av en høy andel underrapportering i 2020, så er dette det grunnlaget.

Tallene under viser verdiskaping i Reiselivsnæringen. Disse inkluderer fem bransjer; transport, servering, overnatting, aktivitet/kultur og formidling.

Reiselivets verdiskaping	2019
Aukra	kr 29 966 000
Aure	kr 15 360 000
Averøy	kr 14 664 000
Gjemnes	kr 9 040 000
Hustadvika	kr 37 231 000
Kristiansund	kr 156 260 000
Molde	kr 267 559 000
Rauma	kr 79 281 000
Smøla	kr 8 419 000
Sunndal	kr 22 453 000
Surnadal	kr 23 009 000
Tingvoll	kr 10 011 000
Vestnes	kr 16 610 000
Total verdiskaping Nordmøre og Romsdal	kr 689 863 000

Kilde: Innovasjon Norge/Asplan Viak 2020.



Innerdalen
Foto: Stian Skram



Smøla
Foto: Audun Lie Dahl



Atlanterhavsveien
Foto: Jacek Rózycki



Svinvik Gård
Foto: Nathan W. Lediard



Foto: Matthias Fredriksson



Molde
Foto: Eline Karlsdatter Fladseth



Angvik gamle handelssted
Foto: Classic Norway



Foto: Andre Gjørven