

A woman with long brown hair, wearing a blue knit beanie with a small logo, a dark blue hooded jacket, and a blue and white patterned sweater, is smiling and looking back over her shoulder. She has a yellow backpack on. The background is a scenic view of a Norwegian fjord with steep, dark mountains and a body of water under a bright, hazy sky.

Norway's™ best_

Sosial og miljømessig berekraft
- Eit relevant og ansvarleg reiseliv for framtida

Arve Tokvam
Leiar for kommunikasjon og strategi
Norway's best AS

Norway's best Group

Flåmsbana AS
50%



The Fjords DA



Norway's best AS



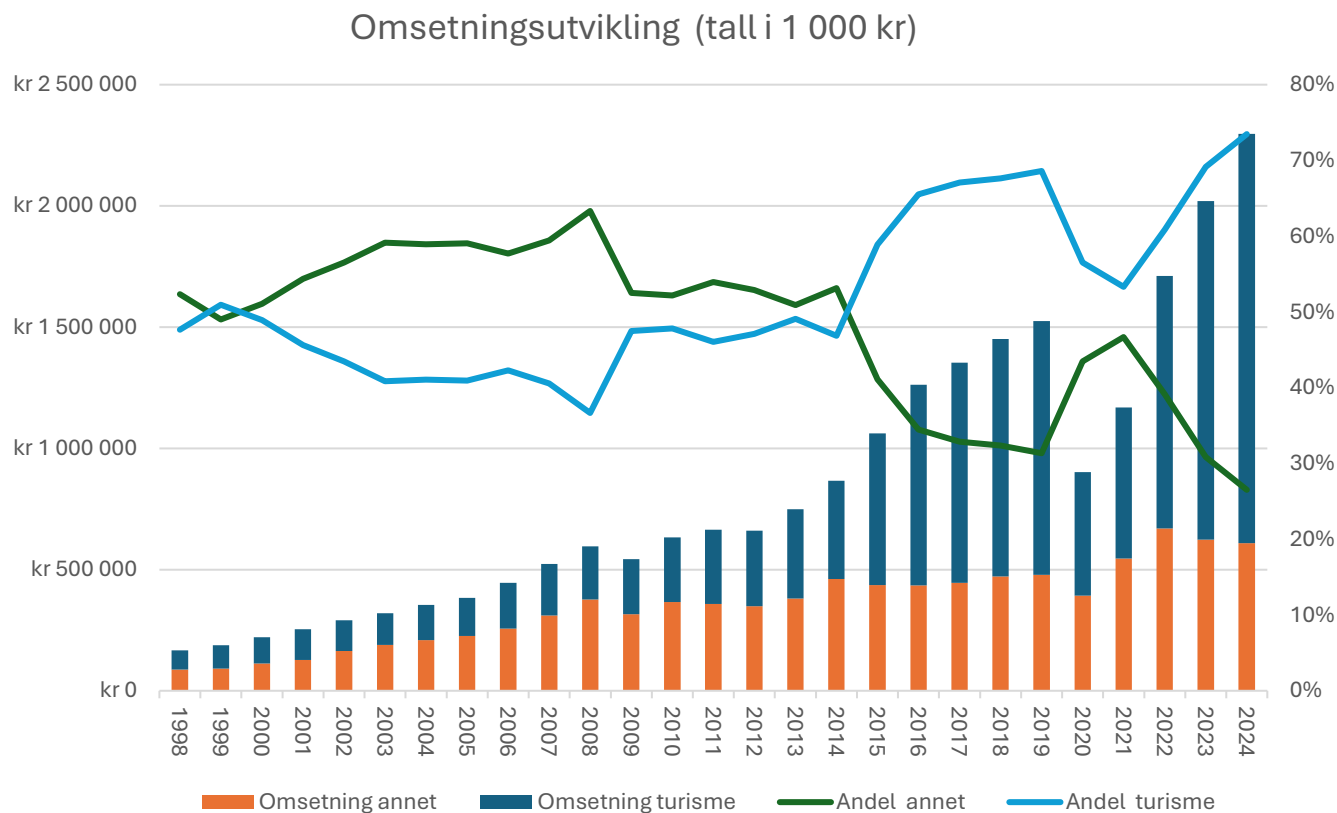
Myrkdalen
Fjellandsby AS



Narvik

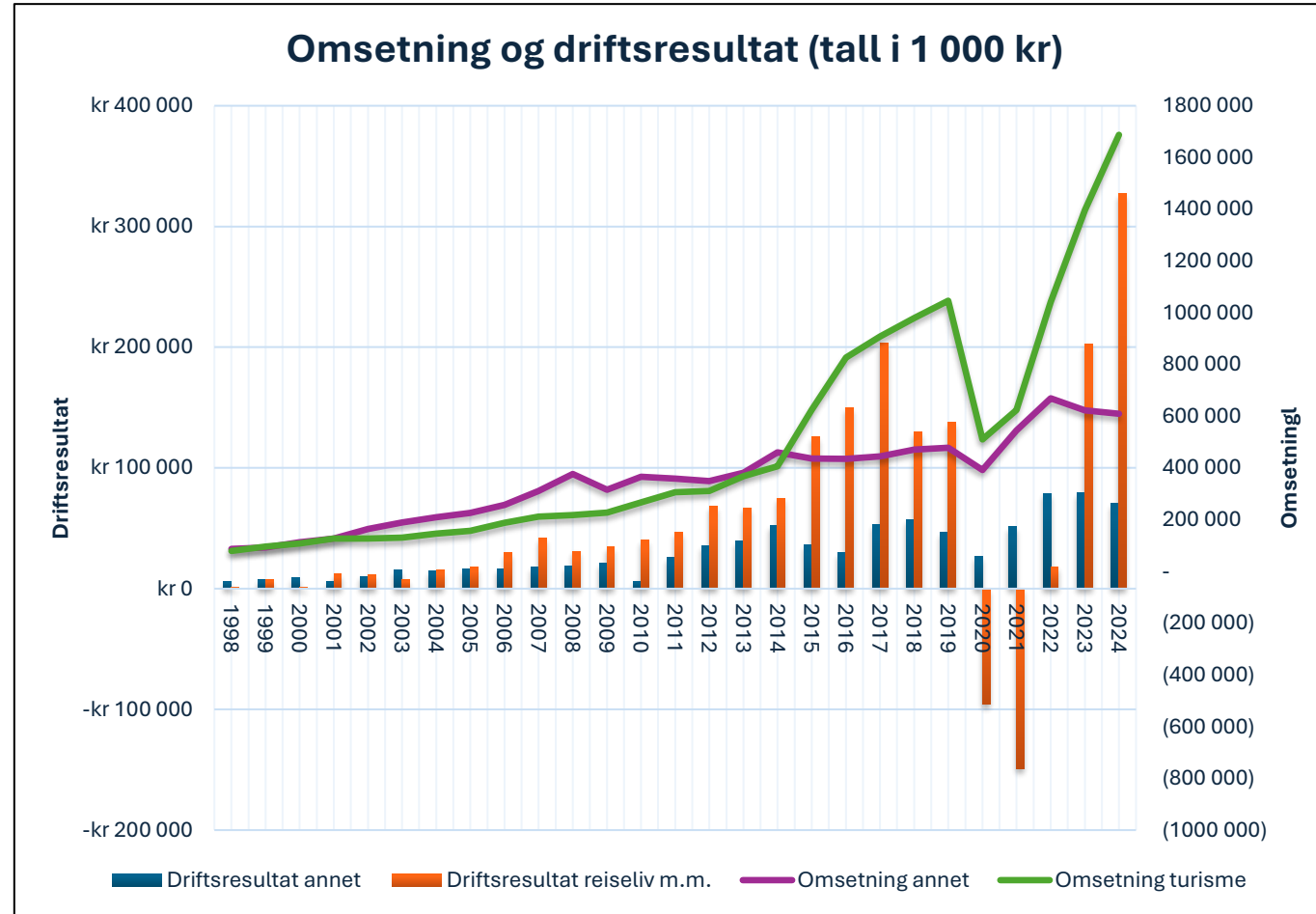


Utvikling næringslivet i Aurland 1998 - 2024



Kilde: Tall AS

Resultatutvikling



Kilde: Tall AS

30 år med målretta satsing på reiseliv

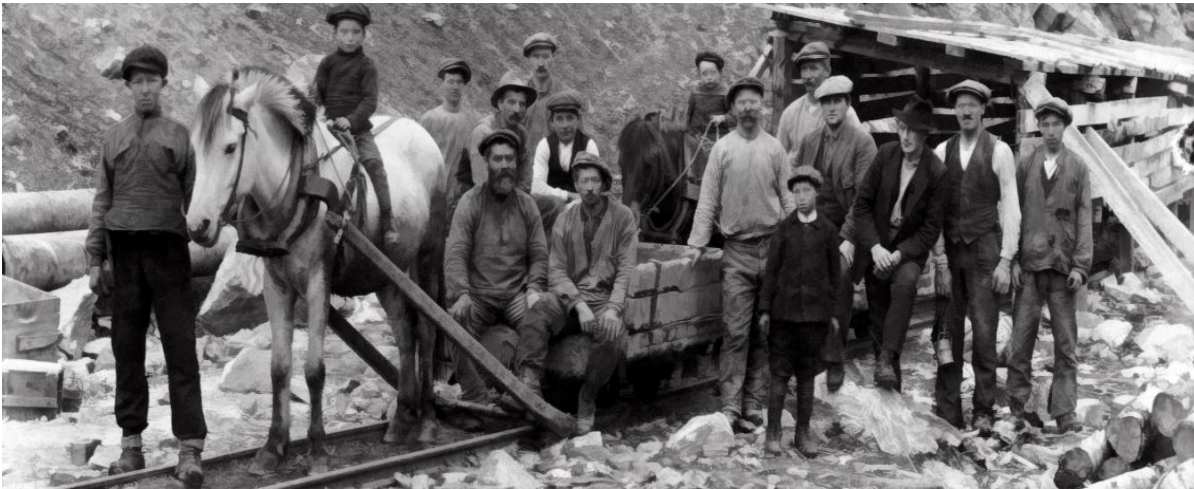
Aurland Ressursutvikling AS (I dag Norway's best Group AS) vart etablert i 1997 for å ta eigarskap til og vere ein motor i reisemålsutviklinga i Aurland, og bygge reiseliv som ei sterk næring lokalt.

Kva har ein oppnådd?

- Heilårs lønsamt reiseliv og hundrevis heilårs attraktive arbeidsplassar
- Knoppskyting
- Eit av Noregs beste heilårlege og heilskaplege reisemål
- Eit sterkt kompetansemiljø innan reiseliv
- Gjesteopplevingar i verdsklasse
- Eit attraktivt og levande lokalsamfunn for innbyggjarane



Reiseliv bygd på historie og identitet



Reiselivsmarknaden mot 2030

- Sterk underliggende **veksttrend for naturbaserte opplevingar.**
- **Ressursgrunnlaget i Norge** (fjella, fjordane, kystlandskapet) blir stadig **meir verdsett** av turistar frå **dei store reiselivsmarknadane.**
- **Kvalitetsnivået blant leverandørane** i den norske reiselivsnæringa har **styrka seg kraftig** dei siste åra.
- **Norge** handterte pandemien på ein solid måte, og me blir oppfatta å ha **god plass / fråvær av fortetning.**

Rapport: Menon sine prognosar for norsk reiseliv mot 2030

Prognose 2030:
Samla reiselivsomsetning
i Norge ~ 330 milliardar
= 48% vekst frå 2019



«Krisenes tidsalder»

Politisk uro

Kaos i global økonomi

Klimakrise

Råvaretilgang og priser

Krig

Pandemiar

Drivarar for framtidas reiseliv



Berekraft



Teknologi og digitalisering



Kulturell autentisitet



Innovasjon og samarbeid

Politikk og økonomi

Kundebehov og kundeadferd



Ei hovudutfordring for reiselivet framover

- Reisemål som er i ferd med å bli «offer» for sin egen popularitet
 - Sårbar natur og sårbare lokalsamfunn
 - Mangelfull infrastruktur og avgrensa areal
 - Sviktande tilrettelegging
 - Konflikt med innbyggjarane
- Det er lett, og rett, å sei at mange reisemål har nådd taket på tal besøkande, men det største problemet er i mange tilfelle **manglande tilrettelegging**.
- I Aurland og Flåm har næringsliv, kommune og hamnevesen vore flinke med tilrettelegging.
- So langt har me i stor grad klart å handtere store gjestevolum, men korleis skal me møte prognosane for volumvekst til Norge og Vestlandet dei komande åra?



Eit relevant og ansvarleg reiseliv for framtida

er eit reiseliv som tilpassar seg framtidige behov og utfordringar, samtidig som det tek omsyn til miljøet, kulturen og dei menneska som blir påverka av turismen.

A person stands on the edge of a dark, jagged rock formation on the left side of the frame. The sun is low on the horizon behind them, creating a bright lens flare and silhouetting their figure. They are looking out over a vast, deep valley. In the distance, rolling mountains are covered in patches of snow under a clear blue sky. The foreground on the right shows a rocky slope with trees displaying vibrant autumn colors in shades of yellow and orange.

For oss i Norway's best betyr ansvarleg utvikling

å balansere målet om å vere eit leiande reiselivskonsern
med sunn økonomisk vekst og attraktive heilårs
arbeidsplassar med omsynet til naturen og dei
lokalsamfunna me opererer i.

Marknad, kundar og produkt

Eit nasjonalt leiande reiselivskonsern med ein portefølje av unike reiseopplevingar med høg produktkvalitet

Organisasjon og kultur

Ein attraktiv arbeidsplass med engasjerte medarbeidarar og sterk lagånd

Samfunn og berekraft

Ein ansvarleg samfunnsbyggjar med ei berekraftig verdikjede

Eigarar og økonomi

Eit solid selskap med sunn og lønsam vekst

Vår strategi og ambisjonar for ei relevant og ansvarleg reiselivssatsing



Hovudfokus for Norway's best

- **Berekraftige investeringar** er grunnlaget for vår relevans som reiselivsaktør
- **Heilårs arbeidsplassar** er grunnlaget for å sikre kompetanse, varig utviklingskraft og livskraftige lokalsamfunn.
- Vi verdset **mangfald** og arbeider for **inkludering**
- «**Ta vare på naturen**» som hjertesak
- **Transport** står for dei største klimautslepp i reiselivet. Vi har elektrifisert og effektivisert transport på land og sjø og vil satse vidare på det.
- Vi skal sikre **lokal og ansvarleg produksjon av mat**, bidra til å redusere matsvinn og dele vår matfilosofi.

Samspel med lokalsamfunnet



Vår matfilosofi

Basert på New Nordic Kitchen



Norway's best



The New Nordic Kitchen

- Uttrykker reinheit, enkelheit, ferskvare og etikk
- Reflekterer variasjonane i sesongar
- Ingrediensar som utmerkar seg på grunn av klimaet vårt, landskapet og vatnet.
- Serverer smakfull mat som gir helsemessig effekt og fremjar velvære.
- Viser fram nordiske produsentar og deira historier
- Støttar dyrevelferd og berekraftig produksjon
- Demonstrerer innovativ bruk av tradisjonelle nordiske produkt.
- Kombinerer dei beste tradisjonsrike tilvergingsmetodane med internasjonal påverknad.
- Fokus på lokale og regionale høgkvalitets produkt
- Inkluderer alle interessentar — produsentar, forbrukarar, politikarar osv. — til å samarbeide til beste for alle nordiske land.

Samarbeid og partnerskap

Smak av Kysten - nettverk av sjømatprodusentar, grossistar, restaurantar og hotell. Deltok i utdanning, workshop osv.

Sogn Jord- og Hagebruksskule

Haugen Gardsmat - gard og slakteri i Flåm/Aurland. Viktig leverandør av kjøttprodukt.

Vidme Gard, Flåmsdalen - leverer både grønsaker og kjøttprodukt direkte frå gard til tallerken. Dyrkar også mikrogrønt og urter til kjøkkenet.

Geitost frå Li Ysteri og Undredal - Produktutvikling med Gøril i Aurland (for eksempel blåmuggost).

Fretheim Gard — Flåm - Økologisk gard som m.a. leverer eplejuice og kjøtt.





Rapport

Destinasjon Flåm – en energihub for fremtidens reiseliv



Hafslund
Rådgivning



Sygnir



Norway's
best



Hafslund



BELLONA



ENOVA

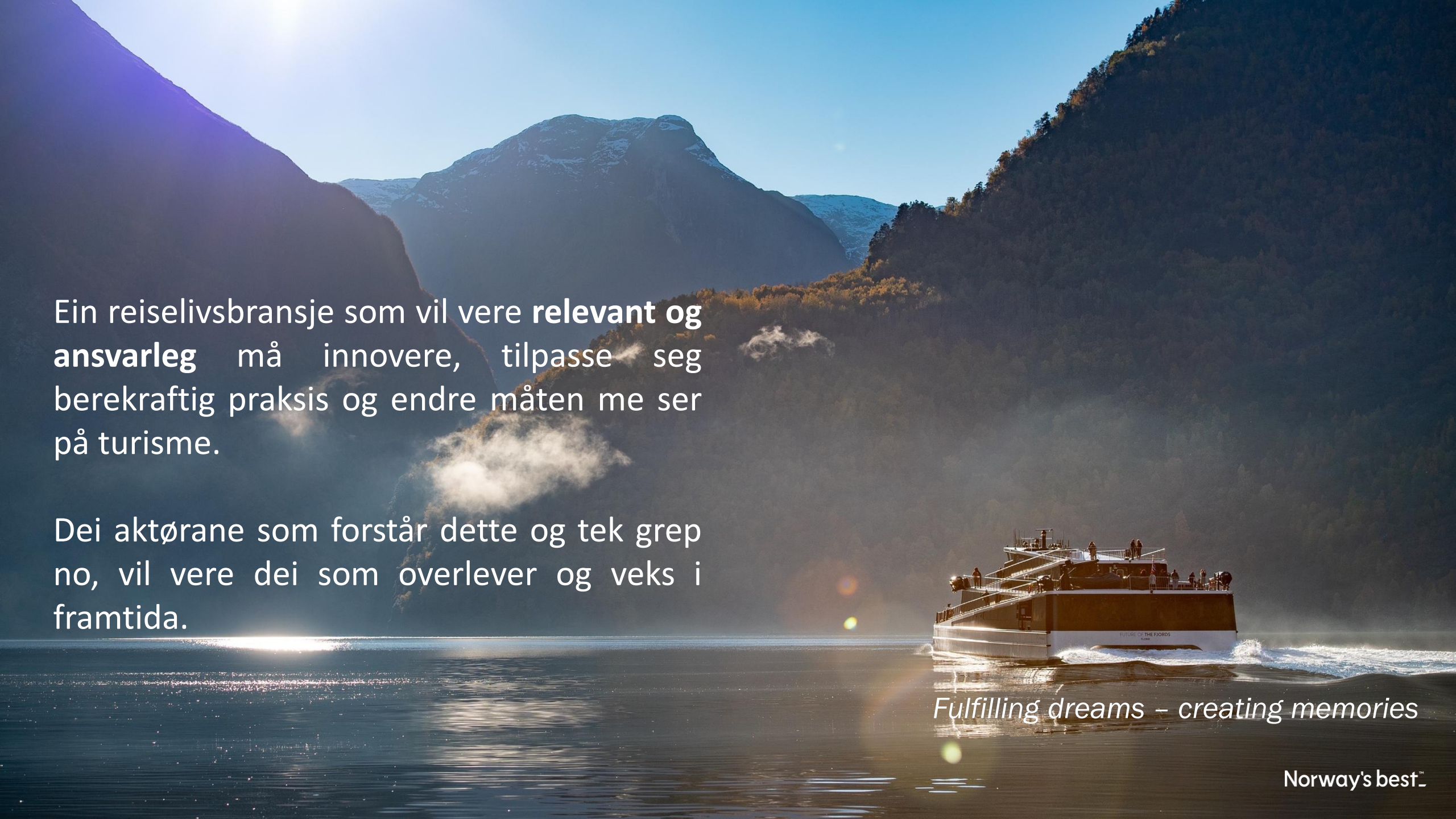


Norway's best™



Innspel til betre besøksforvaltning

- Sette strategisk reisemålsleiing på dagsorden
- Etablere relevante møteplassar for å sikre dialog, skape forståing for utfordringane og finne løysingar.
- Informasjon og formidling – bidra til «ansvarlege besøkande»
- Ansvarleg produktutvikling (basert på kunnskap, respekt og dialog)
- Verdiskapande samarbeid mellom reiselivet og landbruket
- Samfunnsplanlegging som tek omsyn til reiselivet som ein viktig drivar for samfunnsutviklinga.
- Offentleg-private partnarskap for å utvikle meir heilskaplege og berekraftige reisetenester.
- Ordningar og føringar som gjer det lønnsamt å gjere berekraftige investeringar.

A scenic view of a Norwegian fjord. In the foreground, a small white boat with a dark hull is moving across the water, leaving a white wake. The boat has "FUTURE OF THE FJORDS" written on its side. The water is calm, reflecting the light from the sky. In the background, steep, forested mountains rise from the water's edge. The sky is a clear, pale blue. The overall atmosphere is peaceful and majestic.

Ein reiselivsbransje som vil vere **relevant og ansvarleg** må innovere, tilpasse seg berekraftig praksis og endre måten me ser på turisme.

Dei aktørane som forstår dette og tek grep no, vil vere dei som overlever og veks i framtida.

Fulfilling dreams – creating memories

Norway's best™