



NÆRINGSPROSJEKT NASJONAL TURISTVEG RYFYLKE

Prosjektplan



0 Innhald

0	Innhald	2
1	Innleiing.....	3
2	Organisering.....	5
2.1	Prosjektperiode.....	5
2.2	Prosjektomtale	5
2.3	Organisasjon	5
2.4	Ressursbruk	6
3	Visjon, målsetting og tiltak.....	7
3.1	Visjon	7
3.2	Overordna prosjektmål:	7
3.3	Kritiske suksessfaktorar:.....	7
3.3.1	Samarbeid	7
3.3.2	Kvalitet	7
3.3.3	Profilering.....	7
3.3.4	Framdrift	8
3.3.5	Økonomi	8
3.4	Delprosjekt/delmål	8
3.4.1	Næringsutvikling	8
3.4.2	Mat.....	9
3.4.3	Kulturlandskap	10
3.4.4	Arealforvaltning.....	11
3.4.5	Marknadsføring og informasjon	12
4	Budsjett og finansiering.....	14

1 Innleiing

Vegsjefen i Rogaland i samarbeid med styringsgruppa for Ryfylkevegen som Nasjonal turistveg avleverte 1.november 2000 søknad om utvikling av Ryfylkevegen som Nasjonal turistveg.

Utvikling av Ryfylkevegen som Nasjonal turistveg ble vedtatt gjennom St.meld.nr 46 (1999 – 2000) Nasjonal transportplan 2002 – 2011. I St.meld.nr (2004 – 2005) Nasjonal transportplan 2006 – 2005 følgjer Samferdselsdepartementet opp NTP 2002 – 2011 kor Ryfylkevegen inngår som ein av 18 strekningar som skal utviklast til nasjonale turistvegar innan 2015.

Nasjonale turistvegar skal freiste vegfarande turistar til å feriere i Norge samt skape eit turistprodukt av høy kvalitet. 5 turistvegar er ”godkjent”, dei resterande 13 er aspirantar for godkjenning. Målsettinga er at Nasjonal turistveg Ryfylke skal godkjennast og opnast som nasjonal turistveg i 2011. I løpet av 2012 skal alle dei 18 turistvegane opnast, og skal vidareutviklast fram mot 2015.

Nasjonal turistveg Ryfylke skal gå frå Oanes i sør til Røldal i nord, via Sauda.

For å sikre at prosjektet sitt mål om auka verdiskaping og busetting vert nådd, har kommunane Odda, Sauda, Suldal, Hjelmeland, Strand, Forsand, Rogaland Fylkeskommune og Fylkesmannen i Rogaland, Landbruksavdelinga starta prosjektet ”Næringsprosjekt Nasjonal turistveg Ryfylke, og det er inngått partnerskapsavtale mellom desse. Prosjektet er eit prosjektet i Regionalt Utviklingsprogram. Hordaland fylkeskommune og Statens vegvesen ved Turistvegprosjektet støtter også prosjektet med midlar. Prosjekteigar er Ryfylkevegen AS, som på oppdrag frå desse partane er prosjektansvarleg, og har tilsettingsansvar for prosjektleiar.

Utfordringa no er å få dei som allereie reiser på strekninga, og dei som vi vil prøve å få til ”å ta turen innom”, til å bli litt lengre, legge igjen meir pengar, sjå kva området har å by på og gjennom dette ønskje å kome tilbake.

Områda langs Ryfylkevegen er i stor grad prega av primærnæring, industri, reiselivsverksemdar av varierende størrelse og handel. Når det gjeld landbruket, så tilseier nasjonale og internasjonale trendar at omstruktureringa i landbruket vil fortsette, noko som fører til synkande sysselsetting i tradisjonell primærnæring. Innafor alle desse områda kan Nasjonalt turistveg gi eit potensial for nytenking og kreativitet.

Ryfylke har mulegheit for å kunne tilby et heilskapleg reiselivsprodukt med ein unik konkurranseprofil. I et slikt heilskapeleg produkt er det mye som inngår, for eksempel lokale mattradisjonar, kulturlandskap, utmarksbasert aktivitetar, ulike handverksprodukt / mat (gardutsal), kulturminne, bredt tilbod av aktivitetar sommar som vinter, ulike serveringstilbod, kultur og kulturhistorie, overnatting.

Næringsprosjekt nasjonal turistveg Ryfylke skal utvikle Rogalands attraktivitet, særpreg og identitet gjennom blant anna å utnytte gode kultur og aktivitetstilbod i reiseliv og annen næringsutvikling.

Nasjonal turistveg skal freiste dei vegfarande turistane til å feriere i Norge. Ein skal gjennom næringsprosjektet dyrke fram det lokale engasjementet og vilje til næringsutvikling.

Prosjektet skal i tillegg kartlegge kva turistane ønskjer tilbod om, men som ein ikkje har tilgang til i Ryfylke.

Nasjonal turistveg skal vere med å synleggjøre Ryfylke - identiteten for regionen og det lokale.

Strekingsprofilen til NT i Ryfylke er "Frodige fjordar og nakne fjell" og tema er "Vandring i heiene".

2 Organisering

2.1 Prosjektperiode

Prosjektperioden for Næringsprosjekt Nasjonal turistveg Ryfylke er frå mai 2007 til 31.12.2010. Ryfylkevegen skal opnast som Nasjonal turistveg i 2011.

2.2 Prosjektomtale

Hovudressursane i prosjektet skal nyttast til tiltak som fremmar næringsutvikling og hever kvaliteten på og innhaldet av sjølve kjøreturen, samt tek vare på og utviklar viktige kulturlandskapselement langs turistvegen.

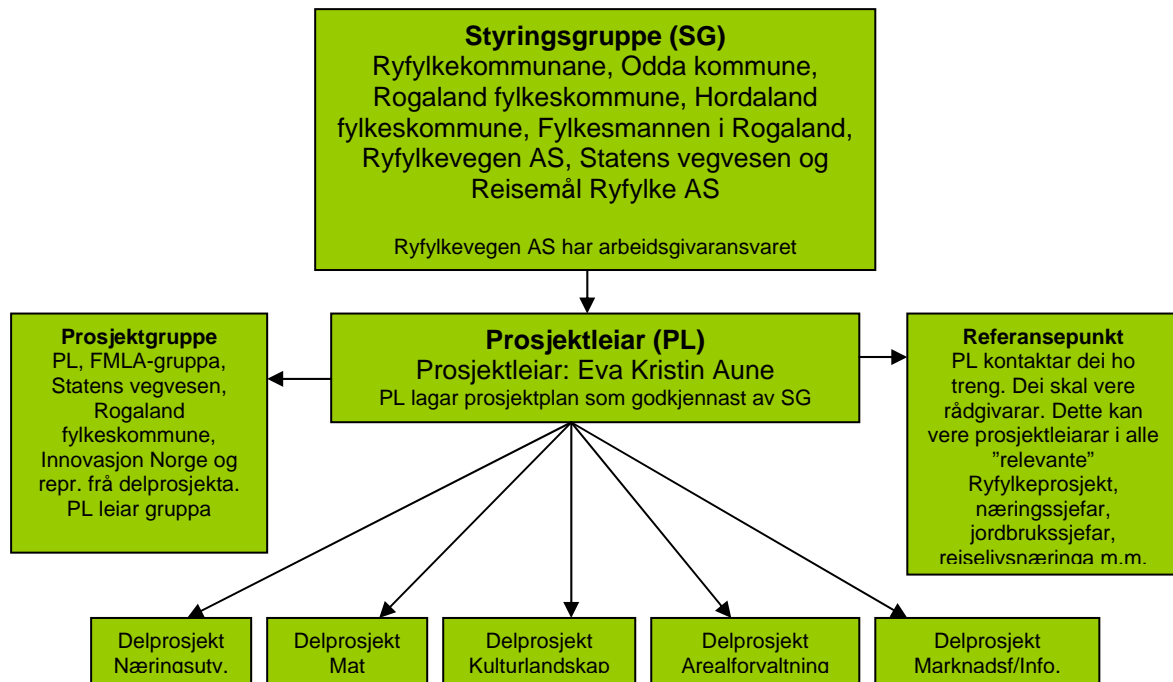
2.3 Organisasjon

Prosjekteigar er Ryfylkevegen AS med styringsgruppe samansett av ordførarane i dei involverte kommunar, Rogaland Fylkeskommune, Hordaland Fylkeskommune og landbruksdirektøren i Rogaland.

Faste deltakarar i programstyret er i tillegg: representant frå Reisemål Ryfylke, Turistvegprosjektet sin prosjektleiar for Ryfylkevegen og dagleg leiar i Ryfylkevegen AS.

Leiar i styringsgruppa er ordførar i Hjelmeland; Bjørn Laugaland. Styringsgruppa fastset hovudretningsliner for prosjektgjennomføring gjennom prosjektplan, delplanar og prioritering av tiltak m.v.

Daglig leiar i Ryfylkevegen AS har arbeidsgivaransvaret for prosjektleiar. Prosjektleiar er sekretær for styringsgruppa. Prosjektet organiserast ved ein tilpassa PLP-metode (prosjektleiarprosessen) med vedtakspunkt og framdriftsplanar med milepælar. Milepælane vert sett som delmål og tiltak.



Delprosjekta har ulik varigheit og hovudprosjektet er open for at fleire delprosjekt enn dei som er nemnde ovanfor blir etablert.¹

2.4 Ressursbruk

Prosjektleder i 1/1 stilling frå mai 2007 til 31.12.2010. Årlig driftsbudsjett på ca kr 1.200.000,-.

¹ Delprosjekt Reiseliv er endra til Delprosjekt Næringsutvikling. Dette er gjort for å sikre at ein i prosjektet ikkje jobbar for snevert, men mot heile næringslivet som har noko å tilby turistar langs Nasjonal turistveg Ryfylke.

3 Visjon, målsetting og tiltak

3.1 Visjon

"Ryfylkevegen 2020 – livsnerven som auke verdiskaping og busetting"

3.2 Overordna prosjektmål:

"Styrke næringslivet og busettinga i regionen ved å utvikle attraksjonar, særpreg og identitet."

Prioriterte målområde er naturattraksjonar, næringsutvikling, mat, kulturlandskapet, naturstiar, skilt- og informasjonssystem, kulturattraksjonar og arealforvaltning.

3.3 Kritiske suksessfaktorar:

3.3.1 Samarbeid

Per i dag er det mange prosjekt i Ryfylke som arbeidar mot dei same målgruppene. Det er difor viktig at desse prosjekta og institusjonane samarbeidar og skapar fellestiltak, i staden for å kjøre dobbelt.

Samarbeid på tvers – mellom kommunar og fylkeskommunar.

Samarbeid på tvers – mellom delprosjekt.

Samarbeid med Båtturismeprojektet i regi av Reisemål Ryfylke.

Samarbeid med Rogaland fylkeskommune og The North Sea Cyclerooute.

Samarbeid med turistveg Jæren og turistveg Hardanger.

Samarbeid på tvers – mellom aktørar langs vegen, reiselivslag og andre fora.

Samarbeid omkring rundturar som førar turistar til Ryfylke.

Samarbeid med Reisemål Ryfylke og Merkevarer Ryfylke.

Samarbeid med Bygdeutvikling i Ytre Ryfylke og Bygdeutvikling i Suldal.

Samarbeid med fylkesdekkande prosjekt som bl.a. Opplev Matfylket.

I tillegg til dei overståande, vil det vere viktig å vite om og få til eit godt samarbeid med bl.a.: Lysefjorden utvikling AS, og prosjekta: "Kulturlandskapet i Lysefjorden", "Utmarksbasert reiseliv", "Aktive Hjelmland", Bruk av gamle ferdavegar og pilgrimsleder i reisepakkar", "Undrande og skapande - Rasmus Løland markering", "Turisthyttene i Suldal som grunnlag for natur og kulturbasert reiseliv og friluftsliv" "Melting Pot" og "Pakking av korte feriar". I tillegg vil Ryfylke friluftsråd og Stavanger Turistforening være viktige samarbeidspartar, samt næringssekskapa i dei enkelte kommunane.

3.3.2 Kvalitet

Det skal vere høg kvalitet på alle område. For å sikre dette må ein i prosjektet jobbe aktivt for å få til ei standardisering av kvaliteten. Dette skal gjerast i samarbeid med bl.a Reisemål Ryfylke og Merkevarer Ryfylke.

3.3.3 Profilerings

Marknadsføring av Næringsprosjekt Nasjonal turistveg Ryfylke. Informere om prosjektet til aktuelle produktområde, verksemdar og andre.

Skape medieomtale om framtidig Nasjonal Turistveg Ryfylke i aviser og tv/radio.

Sikre kopling opp mot Merkevarer Ryfylke.

3.3.4 Framdrift

Prosjektet går ut 2010. Da skal alle tiltaka vere gjennomført, og dei måla som er satt innan denne tid vere oppnådd. Prosjektet skal arbeide opp mot Statens vegvesen slik at dei planlagde stopp-punkta og attraksjonane også frå deira side skal halde planen. Det skal vere avklart korleis arbeidet som er gjort i prosjektet vert ført vidare.

3.3.5 Økonomi

Prosjektet skal ikkje gå utover dei midlane det har til rådighet. Når det gjeld økonomi for næringsutvikling skal prosjektet arbeide tett med bl.a. Innovasjon Norge

3.4 Delprosjekt/delmål

3.4.1 Næringsutvikling

- med fokus på reiseliv, handel, attraksjonar, aktivitetar og opplevingar inkl. kultur.

Mål:

Fleire tilbydarar som vil satse på reiseliv og/eller vidareutvikle eksisterande tilbod, samt legge til rette for fleire kvalitetsopplevingar og aktivitetar i regionen.

Prosjektet skal bidra til å auke turisttrafikken i Ryfylke. Mykje av denne auken vil ein først sjå etter at prosjektet er avslutta. Prosjektet skal også bidra til at etablerte verksemder har eit fokus mot Nasjonal turistveg, og at nye verksemder ser nytten i å fokusere mot Nasjonal turistveg. Statens vegvesen og NHO Reiseliv antar at turistvegprosjektet vil gi ein synergieffekt langs Ryfylkevegen på minst 47 mill kroner.

Delmål 2008:

- I samarbeid med Reisemål Ryfylke sitt båtprosjekt skal Næringsprosjektet finne fram til område langs vegen der det er naturleg å samarbeide (Møte sjø og land- område (MSL)). Desse områda skal ha eit spesielt fokus, og skal kommuniserast ut som attraksjonsområde. Innad skal ein sjå på dette som eit produktområde.
- Det skal utviklast produktområde/attraksjonsområde også i område langs vegen der det ikkje er nokon tilknytning til sjø. Desse områda har i utgangspunktet ei større utfordring då områda berre kan basere seg på vegfarande turistar.

Tiltak 2008:

- Mobiliseringsarbeid – både i MSL-område og elles langs vegen.
- Mål: Minimum 2-4 produkt-/attraksjonsområde langs vegen.
- Kompetansehevingstiltak
- Tilbod om kursing i vertskapsrolla. Informere om og tilby eksisterande kurs.
- Sørvis
- Starte arbeidet med å utvikle eit opplevelses- og aktivitetskonsept omkring Sand, stein og grus

Tiltak 2009:

- Arbeide for eit sentralt utgreid system for mobilguiding av attraksjonar, ev. Samarbeide med North Sea Cyckleroute for å tilby mobilguiding.
- Arbeide for å vidareutvikle produktområda og enkeltverksemder med fokus på kvalitet.
- Fortsette arb. ...sand, stein og grus

Årlege tiltak:

- Kompetansehevingstiltak.

- Skape samarbeid mellom verksemdar langs vegen.
- Nettverk mellom verksemdar langs vegen.
- Produktutvikling.
- Arbeide med entreprenørskap i skulen.

3.4.1.1 Produktutvikling

Innafor næringsutvikling er det viktig å mobilisere og inspirere til utvikling av nye produkt/tilbod gjennom:

Studieturar

- Ulike tema som mat, overnatting, kulturbasert næring, opplevingsnæring, tilrettelegging for funksjonshemma med meir.

Temamøtar

- Marknadsføring, historiefortelling/guiding, konseptutvikling, mat/måltidsopplevingar med meir.

Kurs/Kompetansebygging

- Vertskapsrolla, stadkompetanse og andre relevante kurs.

Prosjektet skal formidle kontakt mot kommunane og statleg verkemedelapparat bl.a. Innovasjon Norge, for bistand med rettleiing og finansiering av vidareutvikling eller nyetablering av føretak.

Prosjektet har ingen målsetting om å drive produktutvikling som ikkje er forankra hos personar med konkret forretningsidè. Prosjektet skal ikkje ha ansvar for å følgje opp enkeltetablerarar. Prosjektet skal i staden vise til det etablerte systemet for etablerarverksemd. Dette betyr at det i hovudsak er Bygdeutvikling i Ytre Ryfylke og i Suldal, og næringsansvarleg i dei enkelte kommunane som har ansvar for oppfølging. Det er difor viktig for prosjektet å ha eit nært og godt samarbeid med desse.

3.4.2 Mat

Ein skal i delprosjekt mat bygge på dei erfaringane som allereie er gjort i Ryfylke og i Rogaland, og kople seg opp mot dei prosjekt som går, bl.a. Opplev matfylket.

Mål: Den reisande skal bli mett i magen av god Ryfylkemat, ha mulegheit for å kjøpe lokal mat og matprodusentane skal få ein større marknad.

Delmål 2008:

- Utarbeide ein Ryfylkemeny for serveringsstader – tradisjonsmat og nye rettar.
- Utarbeide ein "i handa"- meny for sal i butikkar, kioskar og bensinstasjonar.
- Finne tak i gode suvenirprodukt frå Ryfylke, m.a. tørka eple.
- Stimulere til at fleire tilbydarar vil satse på lokal mat og/eller vidareutvikle eksisterande tilbod.

Delmål 2009:

- Stimulere til at Ryfylkemenyen kjem i produksjon og utprøvast lokalt. Fokus: kvalitet og konkurransedyktig pris samanlikna med junkfood.
- Stimulere til at "I handa"-menyen kjem i produksjon og utprøvast lokalt. Fokus: kvalitet og konkurransedyktig pris samanlikna med junkfood.
- Stimulere til utprøving av suvenirprodukt.
- Arbeidet med minimum 1 vegtorg er starta

Delmål 2010:

- Stimulere til at det vert tilbod om rettar frå Ryfylkemenyen ved serveringsstadar i alle kommunane langs vegen.
- Stimulere til at det vert tilbod frå "I handa"-menyen ved bensinstasjonar og kioskar i alle kommunane langs vegen.
- Stimulere til at suvenirprodukt som bl.a. tørka eple, er lett tilgjengeleg for turistar.
- Stimulere til at ferjene i Ryfylke tilbyr mat frå Ryfylkemenyen, "i handa"-menyen eller suvenirprodukt.
- Stimulere til at produkta profilerast som Ryfylke-produkt under "merkevare Ryfylke-logoen".

Tiltak 2008:

- Oppretta ei eiga matgruppe. Matgruppa skal vere ei variert gruppe; matprodusentar (både produsentar av lokale spesialitetar, og større verksemder som m.a. Nortura, Fatland og Br. Lundal) reiselivsbedrifter, serveringsstadar, bensinstasjonar og kioskar. Matgruppa skal saman med delprosjektleiar arbeide for å nå måla innafør delprosjekt mat.
- Knytte gruppa opp i mot eit fagmiljø.
- Starte arbeidet med å definere innhaldet i kva eit Vegtorg skal vere og vidare avklare om det er marknad og vilje for Vegtorg.

Tiltak 2009:

- Avtalar med lokale matprodusentar skal på plass.
- Avtalar med slakteria/foredlarar klar for levering av Ryfylkemat.
- Avtalar om distribusjon av "I handa" produkta.

Årlege tiltak:

- Mobiliseringsarbeid
- Bedriftsetablering
- kva offentlege krav må tilfredsstillast
- nettverk
- samarbeidstiltak
- marknadsbehov
- felles satsing med foredlingsindustrien.

3.4.3 Kulturlandskap

Utvikle landskapet langs turistvegen til å bli attraktivt, velstelt og spanande ved å forvalte landskapet best mulig.

Mål: Synleggjere og utvikle kulturlandskapet – både kvardagslandskapet og det unike landskapet, samt å være med på å utvikle opplevingar knytt til landskapet. Konkret inneberer dette:

- Å velje ut minst eit landskapsrom i kvar kommune som har stor verdi for reiselivet og arbeide for å gjere det meir attraktivt for vegfarande.
- Finne forbetningsområde i kvardagslandskapet, og gjere desse meir attraktive for vegfarande.
- Å utarbeide eit turkart med både korte og lengre turar for å auke opplevinga av landskapet.

Delmål 2008:

- Skaffe oversikt over dei kulturlandskapsverdiane som finst. Dette gjeld både landskapsrom, kulturminne og eksisterande turstiar.
- Velje ut kva landskapsrom, kulturlandskapselement, forbetningsområde og turstiar ein ønskjer å arbeide vidare med.

Delmål 2009/2010:

- Gjennomføring av:
 - Rydding
 - Ordinær skjøtsel
 - Tynning av skog
 - Merking av turstiar
 - Utarbeiding av kart

Tiltak 2008

- Opprette ei eiga gruppe som skal arbeide med kulturlandskap
- Kartlegge vakre landskap, og velje ut minst eit landskapsrom i kvar kommune som har stor verdi for reiseopplevinga langs Ryfylkevegen.
- Konkretisere kva type tiltak som er aktuelle i dei ulike landskapsromma, t.d. skogrydding, avtale om beiting, ordinær skjøtsel og tynning av skog m.m.
- Få oversikt over kva turstiar ein har i kommunane, og teikna inn ønskja framtidige turstitrasear.
- Kartlegge aktuelle fiskeplassar langs vegen.
- I samarbeid med fylkeskommunen kartlegge og prioritere kulturminna langs vegen som bør framhevast og gjerast meir tilgjengeleg for turistar.
- Kartlegge forbettringsområde i kvardagslandskapet, og velje ut kva område ein vil arbeide med. Det er viktig at ein har godt samarbeid med kommunane om dette.

Tiltak 2009

- Inngå avtalar med grunneigarar om skogrydding, ordinær skjøtsel og tynning av skog og beiting i dei prioriterte landskapsromma, der dette er nødvendig.
- Inngå avtale med grunneigarar om merking og skilting av ev. nye turstiar
- Inngå avtalar med grunneigarar om skilting og auka tilgjengelegheit til spesielt verdifulle landskapselement, t.d. kulturminne.
- Inngå avtalar med grunneigarar om opprydding i kvardagslandskapet.
- For alle tiltaka over vil det vere aktuelt å søkje om **SMIL**-midlar. Desse vert utarbeidd i samarbeid med grunneigar. Til ordinære skjøtselstiltak i skog kan det brukast midlar av **NMSK**. (kva er det?) og kva er egentleg **SMIL** forkorta av?

Tiltak 2010

- Ferdigstille arbeid med skilting og merking av turstiar, kulturminne m.m. Overføre ansvar for oppfølging og vedlikehald til den enkelte kommune og fylkeskommune.
- Avklare ansvarsforhold når det gjeld vedlikehald etter skogrydding og tynning av skog i verdifulle område, slik at dette vert oppretthalden etter prosjektets slutt.
- Avklare ansvarsforhold når det gjeld ordinær skjøtsel etter prosjektets slutt.
- Utarbeide kart over turstiar knytt opp til Nasjonal turistveg – digitalt og på papir. Avklare kven som har ansvar for å følgje dette opp vidare etter prosjektets slutt.
- Utarbeide kart over tilgjengelege fiskeplassar langs vegen – digitalt og på papir. Avklare kven som har ansvar for å følgje dette opp vidare etter prosjektets slutt.

Årlege tiltak:

- Skoging i randsona mot Ryfylkevegen. Dette arbeidet vil pågå i samsvar med plan utarbeidd av kommunane og Statens vegvesen.

3.4.4 Arealforvaltning

Det er viktig å ha ein arealforvaltning langs vegen som gir vegfarande ein positiv oppleving av Ryfylkelandskapet.

Delmål 2008:

- Det skal utarbeidast ein felles policy for arealforvaltning for kommunane langs Ryfylkevegen i samband med Nasjonal turistveg.
- Finne fram til ein minimumsstandard for sakshandsaming i arealplansakar.

Delmål 2009/2010:

- Stimulere til at kommunane følgjer opp policyen for arealforvaltning.
- Stimulere til at minimumsstandarden for sakshandsaming vert fulgt.

Tiltak 2008:

- I samarbeid med Fylkesmannen kartlegge dagens arealforvaltning, produksjonstilskot, ledige driftsbygningar og dispensasjonspraksis (P&BL og jordlova).
- Arbeide mot Statens vegvesen for å få til ein felles nasjonal mal til bruk for kommunar når dei skal vurdere konsekvensar for Nasjonal turistveg i arealplansakar.

Årlege tiltak:

- Felles møte for politikarar, arealplanleggjarar og byggesakshandsamarar for alle kommunane, for å sette arealforvaltning langs Nasjonal Turistveg i fokus.
- Nye tiltak langs framtidig Nasjonal turistveg Ryfylke skal vurderast opp mot konsekvensar for turistvegen.
- Reguleringsplanar skal vurderast opp mot konsekvensar for Nasjonal turistveg Ryfylke.
- I samband med revidering av kommunane sine arealplanar skal tiltaka/planane vurderast opp mot konsekvensar for Nasjonal turistveg Ryfylke.

3.4.5 Marknadsføring og informasjon

Delmål 2010:

- Ryfylkevegen som Nasjonal turistveg skal vere godt kjent blant lokalbefolkninga.
- God profilering av enkeltattraksjonar i Ryfylke som er opna.
- I samarbeid med Reisemål Ryfylke profilere produktområda langs vegen på ein god måte.
- Starte arbeidet med å klargjøre profileringsmateriale for 2011.

Delmål 2011:

- Opning av Ryfylke som Nasjonal turistveg skal annonserast som ein begivenhet på riksdekkande TV.
- Sikre at den som klipper snora har nasjonal interesse.

Delmål 2015:

- For bilturistar som kjem i land i Norge frå Kristiansand i sør til Bergen i nord, skal minimum 30% nåast med informasjon om Nasjonal turistveg Ryfylke og hovudattraksjonane langs vegen.
- 20-30% av norske bilturistar i Agder, Rogaland og Hordaland skal vere godt kjent med Nasjonal turistveg Ryfylke og hovudattraksjonane langs vegen.

Tiltak 2008:

- Turistinformasjonsskilt skal vere på plass langs Ryfylkevegen før turistsesongen startar. Skilta skal oppdaterast minimum kvart 5. år.
- Turistinformasjonsskilt langs alle innfartsårar til Ryfylkevegen

Tiltak 2009:

- God tilgang på informasjon om framtidig Nasjonal turistveg Ryfylke på nett; produktområde, attraksjonar, aktivitetar, opplevingar, overnatting, mat og anna tilbydarar. God informasjon om ferdige stoppunkt langs vegen.
- Lage ein marknadsføringsplan for Ryfylkevegen som Nasjonal turistveg
- Skolering av turistinformasjonar og guidar om kva Nasjonal turistveg er.

Tiltak 2010:

- Få på plass ein prøveprosjekt med GPS-guiding i eit avgrensa område.

Tiltak 2011:

- Sikre god skilting i norske innfartshamner.

Årlege tiltak :

- Det skal informerast om Nasjonal turistveg gjennom Ryfylkeguiden.
- Nasjonal turistveg skal marknadsførast gjennom lokal media/presse ut til lokalbefolkninga.
- Reisemål Ryfylke skal vere ein samarbeidspartnar i marknadsføringa av Nasjonal turistveg Ryfylke. Bl.a. skal Reisemål Ryfylke ha eit ansvar i form av å marknadsføre framtidig Nasjonal turistveg på messer o.a.
- Merkevarer Ryfylke skal vere ein samarbeidspartnar i marknadsføringa av Nasjonal turistveg Ryfylke.
- Ved opning av stopp-plassar og attraksjonar langs vegen skal regional og lokal media varslast (presse/tv/radio), for å få omtale.
- Intern marknadsføring, spesielt retta mot næringslivet i regionen, på nettsiden.

4 Budsjett og finansiering

Budsjett*		Årleg finansieringsplan	
Art:	NOK	Kjelde:	NOK
Lønn og drift – prosjektleiar	800.000	Statens vegvesen	200.000
Delprosjekt/tiltak		Fylkesmannen i Rogaland (RUP)	300.000
Næringsutvikl. Inkl. studietur	100.000	Rogaland fylkeskommune	300.000
Mat	100.000	Ryfylkefondet	300.000
Kulturlandskap	60.000	Sauda kommune	50.000
Arealforvaltning	60.000	Odda kommune	50.000
Marknadsføring/info	130.000	Hordaland fylkeskommune	50.000
	1.250.000		1.250.000

- Budsjettet er sett opp med ein lik fordeling mellom tiltaksområda for kvart år. Behova kan vere ulik frå år til år, og ein må difor sjå på dette som ein mogleg fordeling, men at den kan endrast etter behov.
- Styret skal godkjenne budsjett og rekneskap for kvart år.