



Prospekt

Visit Sognefjord AS

(under stifting)

Retta teikning

Teikningskurs NOK 1000,- pr. aksje

Teikningsperiode: F.o.m. 13.12.2012 - t.o.m. 28.01.2013

Prospektet er utarbeidd av interimstyret

Innhold

Ansvarserklæring	3
Informasjon om teikning	4
1. Uisit Sognefjord - bakgrunn for nytt felles destinasjonsselskap for Sogn	6
1.1. Visjon	6
1.2. Forretningside	6
1.3. Hovudmål	6
2. Overordna strategiar	8
2.1. Produkt- og marknadsstrategi	8
2.2. Kompetansestrategi	8
2.3. Organisasjons- og samhandlingsstrategi	8
2.4. Strategiske produktområde	9
2.5. Reisemønster	9
2.6. Marknader	9
3. Organisering	10
3.1. Tett dialog med medlemmar og eigarar	10
3.2. Eigarskapsfordeling kommunar og næringsliv	10
3.3. 3-årige avtalar	11
3.4. Marknadsbidrag	11
4. Budsjett	13
5. Framlegg til vedtekter	14

Definisjonar

Følgjande uttrykk eller forkortingar er nytta i prospektet:

- NOK: Norske kroner
SUS: Selskap Under Stifting



Ansvarserklæring

Dette prospektet er utarbeidd i samband med etableringa av Visit Sognefjord AS. Interimstyret i Visit Sognefjord SUS erkjenner ansvar for informasjonen i prospektet og stadfestar at opplysingane i prospektet så langt vi kjenner til er i samsvar med dei faktiske forhold, og at det ikkje er utelate informasjon som er av ein slik art at den kan endre prospektet si tyding.

Sogndal 13.12.2012

Interimstyret i Visit Sognefjord SUS

Olav Lühr
leiar

Trine Lerum Hjelhaug
medlem

Sigurd Kvikne
medlem

Helene Maristuen
medlem

Harald Offerdal
medlem

Jan Geir Solheim
medlem

Terje Stalheim
medlem



© Terje Bakke / Nordic Life / Fjord Norway

Informasjon om teikning

1 Aksjeteikning

Selskapet skal halde stiftingsmøte torsdag 7. februar 2013. I samband med møtet vert det invitert til aksjeteikning i selskapet. Selskapet sin aksjekapital skal vere frå NOK 1 500 000,- til NOK 3 000 000,-, ved utferding av frå 1 500 til 3 000 aksjar kvar pålydande NOK 1 000,- til teikningskurs NOK 1 000,-.

2 Minste teikningsbeløp

Minste teikningsbeløp er sett til NOK 1 000,-.

3 Teikningsperiode og -stad

Teikningsperioden er frå og med 13.12.2012 til og med 28.1.2013. Korrekt utfylt teikningsblankett må vere komen inn innan kl 16.00, 29.1.2013 til: Visit Sognefjord SUS, c/o Sogn regionråd, postboks 153, 6851 Sogndal. Telefaks 57 62 96 01, epost: karina.nerland@sogndal.kommune.no.

4 Tildeling og betaling

Dei som er gjeve tilsegn om teikning av aksjar vil få melding om tildeling ca. 3 dagar etter at teikningsperioden er ute. Innbetaling av teikningsbeløp for dei tildelte aksjane skal skje innan 4. februar 2013.

Av for seint innbetalt beløp reknast 10% p.a. etterskotsrente. Aksjar som ikkje er fullt innbetalt, kan ikkje overdragast.

Styret i Visit Sognefjord AS har rett til å stryke eller redusere ei kvar teikning ved overteikning. I tilfelle overteikning vil det ved tildeling bli lagt vekt på om teiknaren etter styret i Visit Sognefjord AS si vurdering har evne og vilje til å følgje opp ei langsiktig investering gjennom aktiv deltaking, og tilførsel av kompetanse, erfaring og nettverk i selskapet Visit Sognefjord AS.

5 Garantikonsortium

Det ligg ikkje føre teikningsgarantiar. Dersom det teikna beløpet er mindre enn NOK 1 500 000,-, vil selskapet sitt styre vurdere om stiftinga skal gjennomførast med ein lågare kapital, eller utsetje denne til eit seinare tidspunkt.

6 Førehandstilsegn og teikning

Det er ikkje gjeve førehandstilsegn til teikning.

7 Kostnader

Selskapet dekkjer alle kostnader i samband med skipinga av selskapet.

8 Omsetnad av aksjar

Kjøp av aksjar i selskapet krev i samsvar med vedtektene §5 samtykke frå styret i Visit Sognefjord AS.



Eg trur på å skape resultat gjennom å løfte i samla flokk. Regionen har mykje å tilby. Med eit nytt destinasjonsselskap kan vi bygge merkevara Sognefjorden endå sterkare.

Trine Lerum Hjellhaug,
Adm. Direktør Lerum Fabrikker AS,
Lerum Konserver AS

9 Vilkår og avtalar i samband med aksjeteikning til etablering av selskapet

Alle aksjonærar i selskapet forpliktar seg til å inngå 3-årige intensjonsavtaler om marknadsbidrag til selskapet. Satsane for marknadsbidrag vert evaluert etter eitt år og justert for eventuelle uheldige utslag. Ved uføresette faktorar kan intensjonsavtalene opphevast innanfor 3-års perioden.

For reiselivsbedrifter er satsane for marknadsbidrag basert på ein prosent av omsetninga. For andre bedrifter er marknadsbidrag eit fast beløp av omsetninga.

Døme: Eit hotell som omset for NOK 30 mill. betalar for kvar sats slik:
2% av NOK 100 000 + 0,30% av NOK 900 000 (opp til NOK 1 mill.) +
0,60% av NOK 9 mill. (opp til NOK 10 mill.) + 0,11% av NOK 20 mill. = NOK 80 700



Sognefjorden bind oss saman. Vi i Fjord1 er glad for å få eitt profesjonelt destinasjonsselskap å jobbe saman med for å få endå fleire til fjordane.

Leif Øverland, Adm. Direktør Fjord 1

KATEGORI	OMSETNING	% AV OMSETNINGA
Hotell	Opp til NOK 100 000	2,00
	Opp til NOK 1 mill.	0,30
	Opp til NOK 10 mill.	0,60
	Over NOK 10 mill.	0,11
Camping, hytter, pensjonat, vandrarheim og sesongopne hotell	Opp til NOK 100 000	2,00
	Opp til NOK 1 mill.	0,25
	Opp til NOK 10 mill.	0,45
	Over NOK 10 mill.	0,11
Turisthytte og DNT hytte	Opp til NOK 100 000	1,00
	Opp til NOK 1 mill.	0,15
	Opp til NOK 5 mill.	0,20
	Over NOK 5 mill.	0,05
Aktivitetsbedrift, kafe, restaurant, museum og attraksjonar	Opp til NOK 100 000	2,00
	Opp til NOK 1 mill.	0,18
	Opp til NOK 10 mill.	0,22
	Over NOK 10 mill.	0,10
Transport	Opp til NOK 2 mill.	NOK 2 000
	NOK 2 - opp til NOK 5 mill.	NOK 5 000
	NOK 5 - opp til NOK 10 mill.	NOK 20 000
	NOK 10 - opp til NOK 30 mill.	NOK 35 000
	Over NOK 30 mill.	Spesialavtale
Handelsbedrifter	Opp til NOK 500 000	NOK 500
	NOK 500 000 - opp til NOK 1 mill.	NOK 1 000
	NOK 1 - opp til NOK 10 mill.	NOK 2 000
	NOK 10 - opp til NOK 30 mill.	NOK 5 000
	NOK 30 - opp til NOK 100 mill.	NOK 8 000
	Over NOK 100 mill.	Spesialavtale
Lag og organisasjonar		NOK 1 000
Andre bedrifter		Spesialavtale

1. Visit Sognefjord

- bakgrunn for nytt felles reisemålsselskap for Sogn

Vi stiftar eit nytt reisemålsselskap i Sogn - Bli med du òg!

Sogn har eit stort potensiale innan reiseliv. Regionen har mange aktørar som til saman tilbyr unike opplevingsprodukt i marknaden. Det er mangfaldet av aktørar som gjer området vårt unikt. Samtidig "tapar" vi inntening i høve andre reisemål, trass i ein liten vekst i tal gjestedøgn. Vi skal leve av overskotet vi skapar. Derfor må vi fornye produkta vi har, utvikle nye produkt, forbetre kvaliteten og marknadsføre oss endå betre. Vi skal tiltrekke oss gjester som er på jakt etter akkurat det vi kan tilby, - og som er villige til å betale for produkta våre. Auka lønnsemd i reiselivsnæringa er eitt av selskapet sine mål.

Sognefjorden er eit merkenamn, og nye Visit Sognefjord skal jobbe systematisk med merkevarebygging av regionen. Gjennom fyrårssatsing skal vi løfte produkta og gjere dei endå meir synlege i kampen om turistane. Sognefjord skal vere synonymt med attraktive kvalitetsprodukt. Vi skal vere dyktige på å skape gode produkt, marknadsføre produkta, selje produkta og skape gode opplevingar der og då, samt følge opp med nye produkt. Visit Sognefjord sine hovudoppgåver vil vere marknadsføring og sal, produktutvikling og kompetanseheving.

Med ei god organisering og ein god forretningsplan skal vi saman med engasjerte aktørar lukkast i å lage ein slagkraftig organisasjon for reiselivsverksemdene. Selskapet skal arbeida for gode rammevilkår for reiselivsbedriftene i Sogn, og vi skal arbeide for næringa i næringspolitiske saker. Vi skal posisjonera oss i Fjord Norge og i Innovasjon Norge. Kort og godt: Vi skal syna att!



No inviterer vi alle små og store aktørar i dei ni kommunane til å bli aksjonærar i det nye reisemålsselskapet.

1.1. Uisjon

Vi skal gjere Sognefjorden til eit reisemål i verdsklasse!

1.2. Forretningsidé

Visit Sognefjord skal vere det mest effektive og framtidretta destinasjonsselskapet i Norge tufta på berekraftige natur- og kulturopplevingar. Visit Sognefjord sine hovudoppgåver vil vere marknadsføring og sal, kompetanseheving og produktutvikling. Selskapet skal vere aktørane i reiselivsnæringa sin viktigaste samarbeidspartnar i arbeidet med å posisjonere og auka lønnsmda i reiselivsnæringa i Sogn. Gjennom samla og koordinert innsats skal det arbeidast

for å utvikle totalproduktet Sognefjorden slik at det medfører gode rammevilkår og ei positiv utvikling til beste for medlemsbedrifter, arbeidstakarar og samfunn. Selskapet skal vere ein sentral alliansepartnar med stor påverknadskraft i Fjord Norge og for Visit Norway/Innovasjon Norge.

1.3. Hovudmål

GJESTEDØGN:

Visit Sognefjord skal i perioden 2013-2016 auka tal gjestedøgn med 60 000 frå 630 000 til 690 000 gjestedøgn. Veksten skal kome heila året, men vera størst i skulder- og vintersesong.

LØNNSEMD:

Aktørane i reiselivsnæringa skal auka si lønnsemd.



Det er viktig at arbeidet med å skipe eit felles reisemålsselskap for Sognefjord-regionen lukkast, og at selskapet vert operativt så fort råd er. Sognefjordområdet er eit felles reisemål, det er såleis naturleg at profil og marknadsarbeidet vert leia av eit felles selskap. Næringsministeren seier at talet på reisemålsselskap skal ned, det same seier fylkeskommunen. Desse sit og på pengesekkar som er viktige for fellestiltak i reiselivet. På kort sikt er det no viktig at det vert oppslutning frå næringa om det nye selskapet. Oppslutninga må komme frå reiselivet i alle sognekommunane. Styret og den nye administrative leiinga som skal på plass i Visit Sognefjord må ha fokus på marknad og sal. Vi har mange internasjonale topp-produkt i Sogn. Vi må få fleire gjester.

Olav Grov, næringssjef Luster kommune

2. Overordna strategiar

2.1. Produkt- og marknadsstrategiar

1. UTVIKLE MERKEVARA VISIT SOGNEFJORD

Gjennom fyrtårnsatsing skal vi ved hjelp av eigen profil i tett samhandling med Fjord Norge og Innovasjon Norge vidareutvikle merkevara Sognefjorden. Fyrtsåra skal hjelpe dei andre produkta med å vekse. Gjennom felles profilering og marknadsføring skal vi bygge meirverdiar til regionen.

2. FOKUS PÅ MARKNADSFØRING OG SAL

Visit Sognefjord skal ha stor kompetanse i og fokus på profesjonelt marknadsførings- og salsarbeid av regionen. Selskapet skal gjennomføre basistiltak i form av deltaking i forbrukar- og bransjekampanjar, i eigen, Fjord Norge og

Innovasjon Norge sin regi. Selskapet skal drive salsfremjande tiltak som salsreiser, messer og workshops på vegne av regionen. Selskapet skal drive påverknad av leiande nasjonale og internasjonale aktørar innan reiselivsbransjen. Selskapet skal ha kompetanse i utvikling av, og bruk av profesjonelle salsverktøy og kommunikasjonskanalar (brosjyrer, web, sosiale media, nettverksmøte osv).

3. INITIERE TIL PRODUKTFORBETRING OG PRODUKTUTVIKLING

Selskapet skal kontinuerlig arbeide for å stimulere til produktforbetring og – tilpassing i tråd med behov og trendar i utvalde marknader. NCE sine temaområde (ski, outdoor adventure, vandring og kultur) skal vere grunnlag for utvikling av nye produkt.

4. FOKUS PÅ INFRASTRUKTUR/TRANSPORT

Selskapet skal arbeide for å fremje god infrastruktur i regionen til beste for næringa. Dette gjeld infrastruktur knytt til offentlege kommunikasjonar; båt/cruise, fly, buss og tog, samt infrastruktur knytt til produktutvikling og utnytting av naturen i regionen (t.d. skianlegg).

5. FOKUS PÅ BEREKRAFT OG SAMFUNNSANSVAR

Reiselivsnæringa i Sogn er fragmentert og består av små og store aktørar, og det er nettopp det som gjer regionen unik og særeigen. Reisemål Visit Sognefjord skal legge til rette for ei berekraftig reiselivsutvikling med fokus på natur, kultur og økonomi. Visit Sognefjord skal freiste å legge til rette for miljøsertifiseringar for medlemmene og andre relevante tiltak for eit meir berekraftig reisemål.

2.2. Kompetansestrategi

1. NÆRINGA SIN UTVALDE KOMPETANSEPARTNAR

Selskapet skal ha spisskompetanse innanfor områda destinasjonsutvikling, marknadsføring, sal og produktutvikling av reiselivsprodukt. Selskapet skal stimulere næringa og kommunane til kompetanseløft gjennom kurs og sparring, bistand etter behov, og vere næringa sin samarbeidspartnar overfor offentlege aktørar som t.d. Innovasjon Norge.

2.3. Organisasjons- og samhandlingsstrategiar

1. FOKUS PÅ EI STERK SAMLING AV REGIONEN

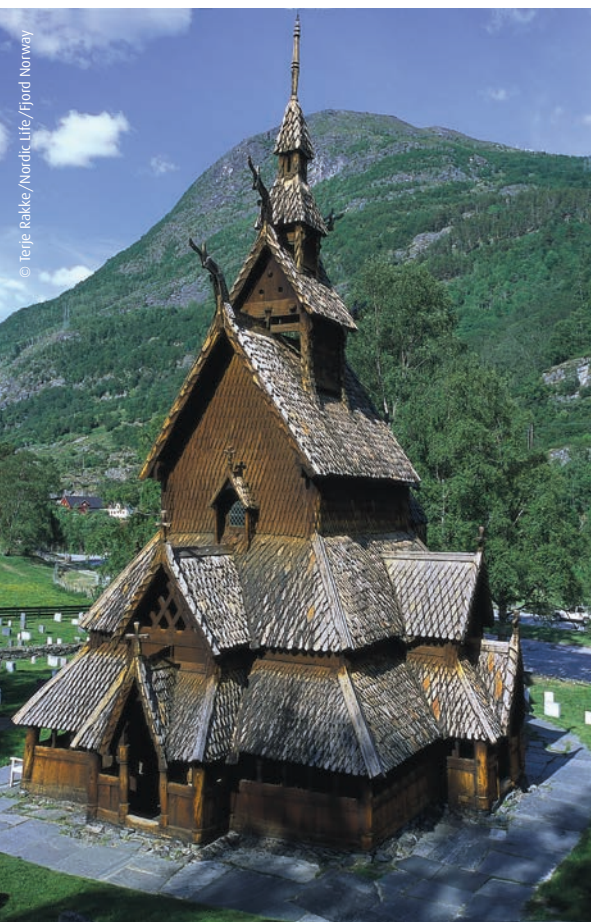
Visit Sognefjord skal ha fokus på å vere samlande for regionen og ivareta alle medlemmane gjennom tett kontakt og god dialog. Visit Sognefjord skal oppmuntre til lokalt initiativ og oppretthalde lokalt engasjement. Selskapet skal vidareføre ordninga med lokale turistinformasjonar, og ved hjelp av andre samarbeidsformer og teknologi bidra til å vidareutvikle desse.

2. EIN VELFUNDERANDE OG BREI ORGANISASJON

Visit Sognefjord skal arbeide for å ha 100 % oppslutnad frå aktørane i reiselivsnæringa i Sogn gjennom medlemskap i selskapet. Selskapet skal også arbeide for at andre bedrifter utanom reiselivsnæringa kan vera medlemmar i organisasjonen. Dette vil styrka interessa for selskapet og bidra til auka ressursar.

3. SAMARBEID MED ANDRE ORGANISASJONAR

Visit Sognefjord skal vere ein aktiv samarbeidspartnar med stor påverknadskraft inn mot andre relevante organisasjonar som kommunane i regionen, Sogn og Fjordane fylkeskommune, Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, Innovasjon Norge, Fjord Norge og andre destinasjonsselskap i fylket.





Norge er ein liten prikk på verdskartet - Sogn er usynleg - kvar enkelt verksemd står åleine og det er ikkje gitt at verken nordmenn eller utlendingar skal finne fram til oss. Vi treng derfor ein samla sterk reiselivsregion som støttar opp om eit profesjonelt destinasjonsselskap! Enten du er ein stor eller liten aktør vil dette gjere at kvar medlemskrone får større slagkraft både nasjonalt og internasjonalt!

Aud Melås, eigar og adm.dir, Flåmsbrygga Hotell og ÆgirBryggeri AS

Slik har samansetjinga av tilreisande vore i regionen i perioden 2005-2011: Heile året. Samla marknad.

2.4. Strategiske produktområde

Kjerneprodukta som Visit Sognefjord AS ønskjer å vidareutvikla er:

- Naturbaserte produkt: T.d. fjord, fjell og isbre.
- Kulturbaserte produkt: T.d. kortreist mat og drikke, arkitektur, kunst, festivalar
- Aktivitetsbaserte produkt: T.d. vandring, ski, sykling, brevandring, rafting, kajakk, jakt, fiske, festivalar
- Helse- og velvære
- Andre attraksjonar

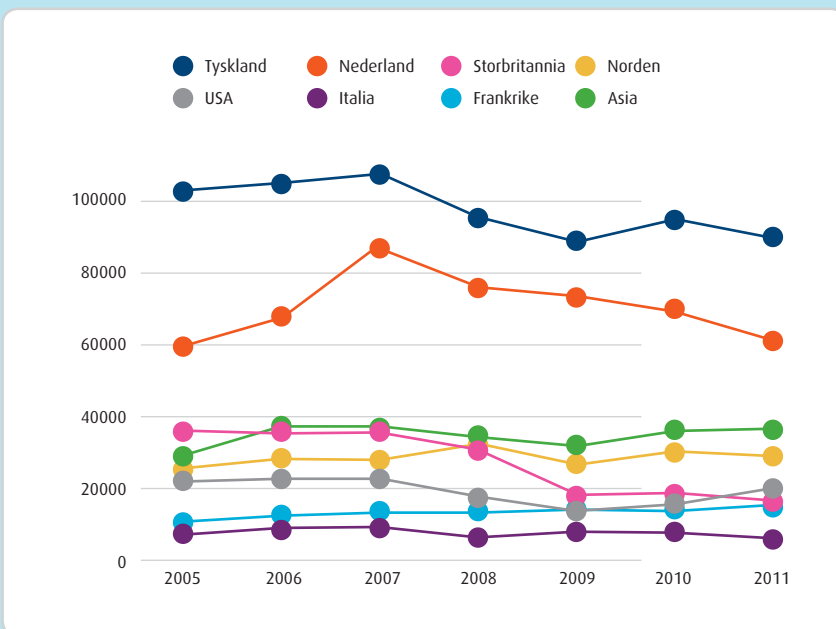
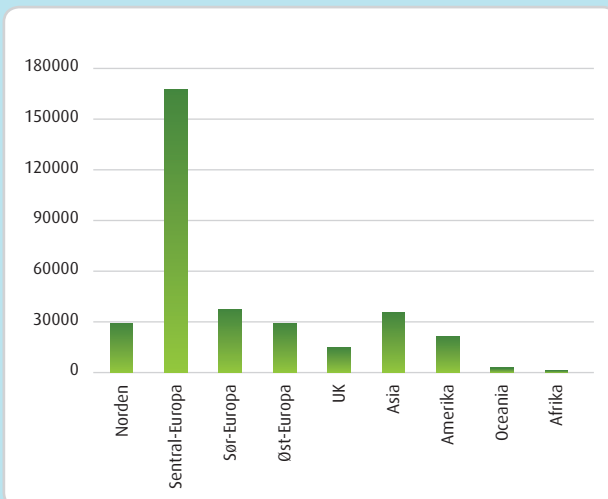
2.5. Reisemønster

Hovudkonsept som Visit Sognefjord vil marknadsføra er:

- Rundreiser for grupper (eskorterte turar) og individuelle (eigen bil/leigebil, offentlig transport)
- Baseferie (hytteferie/feriehus/camping)
- Temabasert ferie- og aktivitetsferie i naturen
- MICE (Meeting, Incentive, Conference, Events & Exhibitions)

2.6. Marknader

I ein overgangsfase, særskilt for sesongen 2013, vil Visit Sognefjord arbeide vidare med dei marknadene som reisemålsselskapa og marknadssamarbeidet i gamle Visit Sognefjord har valt ut. Selskapet vil i samråd med sine medlemmar og gjennom utarbeiding av marknadsplan for 2014 sjå om det er grunnlag for å endre marknadssettinga noko.



Norge er ikkje med i denne oversikta og utgjer i 2011 ca. 45 % av totalt antal gjestedøgn (ca. 284 000 av 630 000). Med unntak av Norge er Norden, Sentral-Europa med særskilt Tyskland, Nederland og Storbritannia, Asia, og til dels USA viktige marknader for regionen.

3. Organisering

Visit Sognefjord vil ha følgjande organisering:

Visit Sognefjord			
REISELIVSSJEF	MARKNADSANSVARLEG	PRODUKTANSVARLEG	PROSJEKTLEIAR
	SALSANSVARLEG		
Administrasjon Lobby/næringspolitikk Sal og marknadsføring Regionale saker Infrastruktur Nettverk til eigarar og samarbeidspartar	Kampanjar Messer Turopratørar Salsreiser Presse MICEE WEB/Digitale media Profileringsmateriell	Produktutvikling Produktfornyng Kvalitetssikring Kompetanseheving Berekraft Kurs	Adm. støttefunksjon Medlemskontakt Prosjektleiing Turistinformasjon Booking på nett

Som modellen viser vil selskapet ha 5 heile stillingar fordelt på:

- Reiselivssjef
- Marknadsansvarleg
- Salsansvarleg
- Produktansvarleg
- Prosjektleiare

3.1. Tett dialog med medlemmar og eigarar

Selskapet vil ha tett dialog med alle medlemmar og eigarar av selskapet. Det vert lagt opp til informasjonsmøte med kommunane. Det vil bli etablert tematiserte undergrupper for t.d.:

- Hotell
- Camping, hytter og vandrarheimar
- Aktivitetstilbydarar og guideselskap
- Attraksjonar

Desse skal ha faste møte gjennom året for fagleg utvikling og ta opp saker som vedkjem både fellesskapen og gruppa særskilt. Ein personressurs i destinasjonsselskapet skal ha særskilt ansvar for si gruppe. Elles vil ein stillingsressurs i selskapet ha ansvar for medlemskontakt til alle medlemmar.

3.2. Eigarskapsfordeling kommunar og næringsliv

Det vert lagt opp til ei eigarskapsfordeling der dei 9 kommunane: Aurland, Lærdal, Årdal, Luster, Sogndal, Leikanger, Balestrand, Vik og Høyanger til saman eig maksimum 45 % av aksjane i selskapet,

medan næringa eig minimum 55 %. Total aksjekapital vil vere på NOK 1.5 mill. - 3 mill., og det vil seia at NOK 675 000 skal innhentast frå kommunane, og minimum NOK 825 000 frå næringa.

Aksjemodell for kommunane

Fordelinga på aksjar mellom kommunane er regulert etter modell for innbetaling av driftstilskot:

Kommunar	%-del lik andel av driftstilskot	NOK	Total eigedel i selskapet i %
Aurland	26,46	178 619	11,91
Lærdal	15,49	104 547	6,97
Årdal	8,35	56 355	3,76
Luster	11,52	77 753	5,18
Sogndal	14,60	98 567	6,57
Leikanger	3,48	23 473	1,56
Vik	4,78	32 268	2,15
Balestrand	8,88	59 929	4,00
Høyanger	6,44	43 488	2,90
SUM	100	675 000	45,00

3.3. 3-årige avtalar

KOMMUNANE OG SOGN OG FJORDANE FYLKESKOMMUNE

Ein viktig faktor knytt til etablering av eit nytt felles reisemålsselskap for Sogn er oppretting av 3-årige avtalar med kommunane i regionen. Vi arbeider med at også avtalene med fylkeskommunen skal vera 3-årige.

Dei kommunale marknadsbidraga er utrekna etter ein modell basert på tal innbyggjarar og næringa sin storleik. Dei årlege marknadsbidraga fordeler seg slik:



Eit løft for reiselivet i Sogn! Ein er liten ute i den store verda så det å samla kreftene er den einaste vegen å gå. Dette vil garantert gi større attraksjonsverdi for regionen og gjera det enklare for gjestene våre å besøkje oss - veldig bra!

Solrun Hjellevat, CEO/Adm.dir, Aurland Ressursutvikling

Kommunar	Marknadsbidrag
Aurland	916 950
Lærdal	536 700
Årdal	289 300
Luster	399 150
Sogndal	506 000
Leikanger	120 500
Vik	165 650
Balestrand	307 650
Høyanger	223 250
SUM	3 465 150

REISELIVSNÆRING OG ANNA NÆRINGS LIV

Selskapet vil inngå 3-årige avtalar om marknadsbidrag (tidlegare kalla medlemskontingent eller serviceavgift). Dei private aksjonærane må forplikte seg til å bidra med årlege marknadstilskot.

3.4. Marknadsbidrag

Selskapet inngår 3-årige avtalar med bedriftene om marknadsbidrag og avtalane blir regulert årleg etter konsumprisindeksen. 3-års avtalen gjeld som "medlemskap" i selskapet. Marknadsbidraget utgjer ein grunnsats som kvar bedrift betalar inn basert på omsetning og kategori. Kvar bedrift kan i tillegg kjøpe seg opp og bli meir synlege i brosjyrar, på messer og i kampanjar. Ei oversikt over kva medlemene kan delta på skal utarbeidast av Visit Sognefjord og delast ut til medlemsbedriftene.

Marknadsbidrag i Visit Sognefjord gir:

- Gratis linjeoppføring i Fjord Norge Reiseguide, gule sider (gjeld overnattingsbedrifter og aktivitetar/attraksjonar), namn, postadresse, telefon og webadresse
- Gratis linjeoppføring i Visit Sognefjord guide (namn, postadresse, telefon, web m.m.)
- Gratis internettpresentasjon på sognefjord.no med inntil 5 bilete, namn, adresse, telefon, bedriftsomtale og link til eiga bedrift. I tillegg er det lagt opp koplingar i relevante artiklar og anna innhald. Databasen Tellus og vårt samarbeid med Fjord Norge gir oss tilgang til breie distribusjonskanalar
- Gratis fotoservice
- Hyppige nyheitsbrev
- Felles representasjon på messer og workshops under Visit Sognefjord
- Tilbod på annonsering, messer og workshopdeltaking, samt andre marknadstiltak
- Tilgang til spisskompetanse, kurs og rådgjeving
- Deltaking på andre marknadstiltak etter handlingsplan for Visit Sognefjord
- Anbefaling frå turistkontora i dei 9 kommunane
- Anbefaling frå Visit Sognefjord til turoperatørar, presse og andre
- Prioritert ved presseturar og studieturar frå turoperatørar, presse og andre



© Frithjof Fure

”

Fjord Norge regionen er gjentatte ganger kåret til en av verdens flotteste reisemål. Sognefjorden utgjør kjernen i hva Fjord Norge har å tilby verden. En slik unik posisjon krever en sterk, samlet og kompetent organisering av reiselivet i Sognefjorden. En slik organisasjon vil i stor grad bidra til å sikre vekst for Sognefjorden i årene fremover.

Kristian B. Jørgensen, Adm. direktør Fjord Norge AS

Budsjett

UISIT SOGNEFJORD

2013

2014

INNETEKTER

3-årig faste avtaler med kommunane	3 375 150	3 465 150
Tilskot frå fylkeskommunen	1 500 000	1 500 000
Tilskot frå Sogn regionråd	240 000	240 000
Marknadsbidrag	1 800 000	2 100 000
Annonseinntekter og messedeltaking	700 000	1 250 000

Grunnfinansiering	7 615 150	8 555 150
--------------------------	------------------	------------------

Prosjektfinansiering/Produktutvikling	1 000 000	1 600 000
Provisjonsinntekter	900 000	1 200 000
Pilotmidlar	1 000 000	
Sogn og Fjordane Fylkeskommune tilskot til organisering		
Innovasjon Norge - bedriftsutviklingstilskot		

SUM INNETEKTER	10 515 150	11 355 150
-----------------------	-------------------	-------------------

KOSTNADER

Egenproduserte trykksaker	400 000	400 000
Tiltak som er bestilt med Fjord Norge 2013	810 000	900 000
Kampanjer innland (Innovasjon Norge, andre)	1 100 000	1 100 000
Kampanjer utland (Innovasjon Norge, andre)	490 000	490 000
Messer, turoperatøroppfølging, presse	150 000	300 000
Sum marknadstiltak	2 950 000	3 190 000

Prosjekt- og produktutvikling	300 000	250 000
Web, digitale media, fotobank, film, booking	300 000	140 000
Andre produktrelaterte tiltak, kurs	100 000	150 000
Andre prosjektkostnader	150 000	200 000
Sum produkt og prosjekt	850 000	740 000

Lønn faste tilsette	2 303 868	3 280 173
Lønn overgangperiode	274 650	
Adm. og drift eks prosjekt	750 000	750 000
Styrehonorar	185 700	185 700
Tilbakeføring provisjonsinntekter	900 000	1 200 000
Turistinformasjon inkl. lønn	2 300 000	2 000 000
Sum administrasjon	6 714 218	7 415 873

SUM KOSTNADER	10 514 218	11 345 873
----------------------	-------------------	-------------------

DRIFTSRESULTAT	932	9 277
-----------------------	------------	--------------

5. Framlegg til vedtekter

Vedtekter for Visit Sognefjord AS Organisasjonsnummer 7.2.2013

Destinasjonsselskap for Aurland, Lærdal, Årdal, Luster, Sogndal, Leikanger, Vik, Balestrand og Høyanger

§1

Selskapet sitt namn

Selskapet sitt namn er Visit Sognefjord AS. Selskapet skal ikkje registrerast i verdipapirsentralen.

§2

Forretningskontor

Visit Sognefjord AS sitt forretningskontor er i Sogndal kommune.

§3

Føremål

Visit Sognefjord skal vere eit felles sals-, marknadsførings- og kompetanseorgan for bedrifter, kommunar og organisasjonar som har interesser knytt til reiselivsnæringa og profilering av regionen, og skal bidra til å løyse fellesoppgåver for reiselivsnæringa i dei deltakande kommunane.

Visit Sognefjord skal gjennom samling og koordinering av ressursar og interesser arbeide for ei berekraftig utvikling av reiselivsnæringa for å sikre auka verdiskaping og sysselsetjing. Visit Sognefjord skal stimulera til kompetanseheving og produktutvikling og vera ein aktiv pådrivar for aktivitetar og prosjekt som er viktige for reiselivsnæringa.

Visit Sognefjord skal marknadsføre regionen som reisemål for ferie-, fritids- og konferansemarknaden, samt bidra til heilskapleg marknadsføring av Sogneregionen som bu, arbeids- og opplevingsstad.

Visit Sognefjord skal vere reiselivet i regionen sin representant i relevante lokale, nasjonale og internasjonale fora.

Visit Sognefjord skal kunne delta i andre verksemdar med same formål.

Eventuelt overskot i selskapet kan ikkje delast ut i form av utbyte til eigarane, men skal utelukkande nyttast i framtidig drift av Visit Sognefjord.

§4

Kapital

Visit Sognefjord sin kapital er på NOK 1 500 000,- delt på 1 500 aksjar, à NOK 1 000,- kronereittusen, og lydande på namn. (Vert justert når endeleg teikning er klar)

§5

Eigarskap

Aktørar som har forretningsadresse i dei deltakande kommunane har høve til å teikne aksjar i selskapet. Aktørar som driv reiselivsrelatert verksemd i dei deltakande kommunane, og som ikkje har forretningsadresse i ei medlemskommune, har høve til å teikne aksjar i selskapet.

Aksjar kan ikkje teiknast av/overdragast til andre enn personar/selskap i dei kommunane som har avtaler med selskapet, eller driv reiselivsrelatert verksemd i ei av desse kommunane.

Dei deltakande kommunane er, samla eller kvar for seg, avskore frå å overta aksjar dersom kommuna/kommunane etter overdraginga vil eige meir enn 50 % av aksjane.

Kjøp/sal samt overdraging av aksjar skal meldast til styret i kvart enkelt tilfelle før overdraginga finn stad. Styret avgjer og godkjenner med bindande verknad om overdraginga eller salet er i tråd med ovan forståande. Aksjehaldning til nyteikning vert handsama av styret.

§6

Finansiering

Visit Sognefjord si verksemd skal finansierast ved:

- Marknadsbidrag frå dei deltakande kommunane, basert på 3-årige indeksregulerte avtaler
- Infrastrukturmidlar frå Sogn og Fjordane Fylkeskommune
- Marknadsbidrag frå aktørar i næringa, basert på 3-årige indeksregulerte avtaler
- Sal av tilleggstenester
- Prosjektmidlar

For å nyte godt av selskapet sine tenester, må marknadsbidrag vere betalt. Oppseiing av avtaler må skje innan 1. februar i år 3, elles blir avtala automatisk fornya for 3 nye år.

§7

Selskapet sine organ

- Generalforsamling
- Styret
- Administrasjon

§8

Generalforsamling

Ordinær generalforsamling skal heldast innan utgangen av mai månad. Innkalling til generalforsamlinga skal skje seinast 14 dagar før. Styret kan avgjere at generalforsamlinga skal heldast i andre av dei deltakande kommunane enn der forretningsstaden er.

Den ordinære generalforsamlinga skal handsame:

- Fastsetjing av resultatrekneskap og balanse, disponering av overskot eller inndekning av underskot i samsvar med den fastsette balansen
- Handsame styret si årsmelding
- Handsame budsjett og marknads-/handlingsplan for komande år
- Val av styre og styreleiar
- Val av revisor
- Andre saker som etter lov og vedtekter høyrer under generalforsamlinga

Ingen kan personleg og/eller ved fullmakt røyste på generalforsamlinga for meir enn 1/5 av dei frammøtte røystene. I saker der det kravst kvalifisert fleirtal, må fleirtalet vere sett saman av røyster heimehøyrande i meir enn 2 kommunar.

§9

Selskapet si leiing

Selskapet skal ha eit styre på 5-7 medlemmar. Det skal veljast 2 varamedlemmar med møterett. Styreleiar skal veljast av generalforsamlinga i eige val. Styreleiar og eit styremedlem i fellesskap teiknar selskapet.

Styresamansetjing skal vere kompetansebasert, og ein skal søkje å få til ei spreiding av representasjon både i høve ulike delar av reiselivsnæringa og i geografisk tilhøyre. Styremedlemmane skal veljast for 2 år om gongen, og kan gjenveljast. Første året vert 50 % av medlemmene valde for 3 år. Styreleiar vert vald for 1 år om gongen og kan gjenveljast.

Styret kan meddele prokura.

Selskapet skal ha ein dagleg leiar.

§10

Oppløysing

Oppløysing av selskapet kan berre vedtakast av to påfølgande generalforsamlingar, eventuelt ved ekstraordinære generalsforsamlingar, og då med 2/3 av stemmene. Framlegg om oppløysing skal snarast sendast til aksjonærar etter at det er motteke.

Eventuelle gjenståande verdiar i selskapet etter oppløysing skal tilfalla lokale reiselivsformål, gitt at desse anten er offentlege eller på anna grunnlag ikkje har erverv til formål.

§11

Det vert elles vist til den til ei kvar tid gjeldande aksjelovgjeving.



Sogndal kommune



Leikanger kommune



Årdal kommune



Vik kommune



Høyanger kommune



Lærdal Kommune



Balestrand kommune



Luster kommune



Aurland Kommune