

ÅRLIG BÆREKRAFTRAPPORT FRA VALDRES 2022

INNLEDNING/STATUS:

Valdresregionen ble merket som bærekraftig reisemål i slutten av mai 2021 og i en tid der vi fremdeles var midt inne i koronapandemien. Til tross for dette fikk vi, som året før, en veldig god sommersesong og som var besøkmessig høyere i antallet gjestedøgn enn i 2019. Dette til tross for at utenlandske gjester i stor grad uteble også denne sommeren. I tillegg så man at omsetningen til flere bedrifter ble høyere med norske gjester, selv i perioder der antallet gjestedøgn gikk ned. Fritidsboligeierne var trofaste på plass, og handel, spesielt dagligvare har hatt rekordomsetning. Første del av vinteren ble en nedtur for mange med gjeninnføring av «meteren» og skjenkestopp, men heldigvis ble disse begrensningene opphevet før vinterferien. Både vinterferien og påsken ble i all hovedsak en opptur for reiselivet i Valdres. Samtidig har strømkrisen og krigen i Ukraina medført både global usikkerhet og økte utgifter for folk flest. Vi ser allikevel optimistisk på sommersesongen og satser på at mange nordmenn også denne sommeren velger Valdres som reisemål.

1. FORANKRING

- a. I løpet av det siste året har bærekraftig reisemål og reisemålsstrategien bli nevnt og vist til i alle våre presentasjoner; både til kommunene og til medlemmene. Vi har også løpende kontakt med Valdres Natur- og Kulturpark, Valdres Friluftsråd, Valdres Kommunale Renovasjon, Valdresmusea, nødetatene og kommunene, m.fl. I avsendermailen til alle våre ansatte er bærekraftig reisemål logoen med, samt på nettsiden vår valdres.no. Vi har også lagt inn to sider i Valdresguiden om merkeordningen og hva den betyr for oss – og for de besøkende. I tillegg har vi utviklet nye store tavler langs veiene i

Nord-Aurdal kommune

Valdres – et bærekraftig reisemål

BÆREKRAFTIG REISEMÅL

VALDRES
stjerner sansene

www.valdres.no

Valdres i samarbeid med kommunene og Valdres Natur- og Kulturpark. 12 tavler skal settes ut nå i første omgang, 2 i hver kommune. Her kommer det tydelig frem at vi er en bærekraftig region og hva dette betyr samt hva man kan oppleve. Vi jobber kontinuerlig med å få frem ulike bærekraft-temaer på nettsiden vår, som trygg ferdsel i fjellet <https://www.valdres.no/opplevelser/aktiviteter/vandring/vaer-trygg-i-fjellet> og bedre synliggjøring av lokalmat fra Valdres <https://www.valdres.no/planlegg-ditt-opphold/spise-drikke/mat-og-drikke-fra-valdres> for å nevne noen.

- b. Vi har også jobbet aktivt med å få satt i gang en omfattende ringvirkningsanalyse for hele Valdresregionen; som ivaretar både turist- og fritidsboligreiselivet. Forankringen av denne prosessen var i hovedsak basert på behovet gjennom at vi nå er merket som et bærekraftig reisemål samt at dette er et krav i merkeordningen.

2. NATUR, KULTUR- OG MILJØ

- a. Gjennomførte tiltak i Valdres for en mer miljø- og klimavennlig destinasjon
 - i. Bedre informasjon til våre besøkende (gjennom nettsider, Valdresguiden og de nye tavlene langs veien)
 - ii. Valdres.no har fått en grønnere profil/et grønt uttrykk og vi jobber med å samordne bærekraft-informasjonen.
 - iii. Gjentatte oppfordringen til næringslivet om å miljøsertifisere seg (medlemssider, nyhetsbrev, o.l.).
 - iv. Forsøk på å søke om midler gjennom Miljødirektoratet for å starte arbeidet med å utvikle turistinformasjonen/velkomstsenteret på Beitostølen til å bli et naturinformasjonssenter for våre to nasjonalparker (Langsua og Jotunheimen)
 1. Søknaden ble avslått, men vi jobber videre med idéen.
 - v. Søknad til Innlandet fylkeskommune (feb.) om utviklingen av grønne mobilitetsløsninger for fjellturer i kombinasjon med bruk av buss/fjellruter. Samarbeid mellom Visit Valdres, JVB, Øystre Slidre kommune og næringsaktører.
 1. Venter på svar på søknaden
 - vi. Oppstart forprosjekt for å utvikle Matruta Valdres. Fokus på å få mer av lokalmaten i Valdres tilgjengelig for de besøkende. «Lokalmat på fat» (Samarbeid VNK, Statsforvalteren, Valdres Næringshage, Visit Valdres og lokalmataktører)
 - vii. Flere bedrifter har investert i nye miljøtiltak som solceller siste året; både Nythun Fjellstue, Piltingsrud Gård og Hedda Hytter.

Trass skyhøge straumprisar har Rasmus halvert straumrekninga



Hedda Hytter møter det grønne skiftet med integrert solcellepanel på taket



Nythun satser på egenprodusert strøm - har montert 120 kvadratmeter solcellepanel på taket



b. Miljøsertifisering av bedrifter

- i. For å oppfordre flere bedrifter til å sette i gang med en miljøsertifisering har vi gjentatte budskap i våre nyhetsbrev i Visit Valdres (6x per år) samt på våre medlemsmøter. Vi sørger også for å alltid dele saker når nye bedrifter blir miljøsertifiserte eller har gjennomført nye miljøtiltak. Visit Valdres og Valdres Næringshage samarbeider om dette initiativet og næringshagen har ansatt en egen Miljøfyrtårnkonsulent for å hjelpe bedriftene – både hver for seg og i bedriftsklynger. Vi bidrar til å oppfordre flere av våre medlemmer til å kontakte næringshagen for å komme i gang samt delta på kurs. I tillegg synliggjør Visit Valdres nå bedrifter som har en miljøsertifisering på valdres.no slik at kundene på en enkel måte skal kunne velge de «grønne» bedriftene.

Merete Hovi shared a post.
Admin · March 24 · 🌐


Bli Miljøfyrtårn-bedrift og bidra til et mer bærekraftig Valdres 🌱



Miljøfyrtårn®

Valdres Næringshage as
March 21 · 🌐

Vi starter opp miljøfyrtårnsertifisering 26.04 i samarbeid med www.kimentilvekst.no En unik gavepakke til bedrifter i Valdres. Les mer og meld deg på: <https://bit.ly/3udYaQm>



Fagernes Camping
Nord-Aurdal

Stå opp etter en rolig natt med fuglekvisser og sus i furutrærne på. Se frem til morgenbad og en stille frokoststund. Løft blikket og kjenn den...

TripAdvisor Vurderinger
🌟🌟🌟🌟🌟 75 Anmeldelser



Valdres Camping
Nord-Aurdal

Valdres Camping er en koselig og solrik 4-stjerners familiepark på Leira. Vi har helårsåpent, slik at du kan oppleve regionens aktivitetstilbud...

TripAdvisor Vurderinger
🌟🌟🌟🌟 33 Anmeldelser

- ii. Sertifiserte bedrifter (totalt): De som er merket med grønt er medlemmer i Visit Valdres (25 stk):

1. Nord-Aurdal kommunehus
2. AMFI Valdres
3. JVB / Jotunheimen Travel
4. Bilservice Valdres AS
5. Byggmakker, avd Leira
6. El-Fag AS
7. El-Tjenesten AS
8. Fagernes Anlegg AS
9. Fagernes Skystasjon AS
10. Hovrud Auto AS
11. Jernia Valdres
12. Princess Fagernes
13. Retur Val-Hall
14. Sparebank1 Hallingdal Valdres

- 
15. Valdres Camping AS
 16. Fagernes Camping (Green Key)
 17. Valdres Diesel AS
 18. Valdres Natur- og Kulturpark
 19. Visit Valdres
 20. Valdres Næringshage
 21. Vinmonopolet Fagernes
 22. VSS Solutions
 23. Jørn Hilme-stemnet (MiljøgodkjentArrangement)
 24. Valdres Sommersymfoni (Miljøgodkjent Arrangement)
 25. Scandic Valdres (Svanemerket)
 26. Storefjell Resort (Golsfjellet, men medlem i Visit Valdres)
 27. Etnedal kommunehus
 28. Sør-Aurdal kommunehus
 29. Hedda Hytter
 30. Rune Holt AS
 31. Vinmonopolet Bagn
 32. Vang kommune
 33. Innovangsjon
 34. Kontorfellesskapet 1724
 35. Monter Kvismo
 36. Ryfoss Betong
 37. Vinjerock
 38. WeissTech
 39. Vestre Slidre kommunehus
 40. Brennabu
 41. Fosheim Sag
 42. Volden i Valdres
 43. Øystre Slidre kommunehus
 44. Arves Vaktmesterservice
 45. Radisson BLU Beitostølen
 46. Sebu Bil og Bensin
 47. Sparebank1 Hallingdal og Valdres avd Beitostølen og Heggenes
 48. Stiftelsen Beitostølen Helsesportsenter
 49. Vinmonopolet Beitostølen
 50. Vyrk AS

- iii. Totalt sett har det kommet mange flere miljøsertifiserte bedrifter i Valdres siden oppstarten av bærekraftarbeidet. Men i aller størst grad i andre næringer enn reiseliv. Derimot er flere av disse medlemmer av Visit Valdres fordi vi har et stort fritidsbolig-reiseliv som har behov for tilgang til flere service og tjenestetilbud. Det som også er gledelig, er at vi nå har 6 miljømerkede kommuneadministrasjoner av 6. På sertifiseringstidspunktet i mai i fjor var det kun 2.

- iv. Visit Valdres er registrert med 141 reiselivsbedrifter i næringsoversikten, og 14 av disse har nå en miljøsertifisering, som utgjør en andel på 10 %. Dette er en økning fra 7 % fra mai i fjor. Her er det fremdeles mye å gå på.

3. SOSIALE VERDIER – Hvordan har reisemålet blitt bedre for:

a. Gjester

- i. Mer og bedre informasjon på våre nettsider og guider for å skape bevissthet
- ii. Mer fokus på god rådgivning på turistkontorene (sikkerhet, vern, o.l) og ikke bare informasjon og salg.
- iii. Synlig informasjon langs veien om at vi er et bærekraftig reisemål
- iv. Flere ladepunkter for el-bil
- v. Faste møter med nødetatene for å ha god kunnskap om besøkstrafikk i ulike perioder av året. Enda bedre forberedt.
- vi. Bedre tilbud for shuttlebusser, spesielt i og rundt Beitostølen. Ringbuss og påskebuss til Valdresflye.
- vii. Kontinuerlige tiltak for å fremheve lokalmat; både fra produsenter og på spisesteder.
- viii. Bedre kildesorteringmulighet i enkelte hyttefelt der det tidligere bare var felles restavfallskontainere

b. Innbygger

- i. Alle kommuneadministrasjonene i Valdres er nå miljømerket. For ett år siden var det bare 2.
- ii. Flere kampanjer/kommunikasjon via sosiale medier fra renovasjonsselskapet om riktig håndtering av avfall
- iii. Mer fokus på og debatt om bærekraft og miljø gjennom artikler i lokalavisa (avisa-Valdres). Spesielt serien «Hytteparadokset» som tok for seg hytteutviklingen på godt og vondt. God synliggjøring i media når bedrifter blir Miljøfyrtårn.
- iv. Kildesorteringmulighet for enkelte hyttefelt. Ikke bare felles restavfallskontainer.
- v. Mer fokus på viktigheten av den sosiale bærekraften, spesielt i forhold til overturisme og hytteutvikling.

c. Ansatte

- i. En tydeligere «rød tråd» i reiselivsutviklingsarbeidet gjennom felles forankring av en ny regional reisemålsstrategi sammen med bærekraftig reisemål.
- ii. Bedre interne rutiner i bedrifter som har blitt miljøsertifiserte, spesielt innenfor HMS-arbeidet og personalrutiner.
- iii. Et tettere samarbeid mellom offentlige og private aktører i regionen

4. ØKONOMISK LEVEDYKTIGHET

- a. Valdres har omsider fått igangsatt en stor og omfattende verdiskapings- og ringvirkningsanalyse for reiselivet som ivaretar alle de 6 kommunene innen både turisme og fritidsboliger. Resultatene skal være klare i midten av juni. Det er Menon Economics som har fått oppdraget. Vi forventer at denne analysen vil gi oss gode svar på hva

reiselivet betyr for Valdresregionen; både positivt og negativt, økonomisk og kvalitativt. Når det gjelder antallet gjestedøgn for 2021 så ligger vi fremdeles 3-4 % bak 2019 (før korona) men allikevel en forbedring på 33 % sammenlignet med 2020.

Sommermånedene (juni – august) hadde et rekordhøyt antall gjestedøgn til tross for få utenlandske besøkende. Flere norske besøkende viste seg også å generere en høyere omsetning for mange bedrifter totalt sett. Varehandel har også opplevd en god omsetningsvekst fordi mange deltidsinnbyggere brukte fritidsboligen langt oftere gjennom pandemien.

- b. Arbeidsledigheten i Valdres er godt under både fylkes- og landsgjennomsnittet. Utfordringen er heller mangel på arbeidskraft innenfor reiselivet (hotell, restaurant og uteliv). Det er mange ledige stillinger, men få søkere og mange uten nødvendige kvalifikasjoner. Mange har dessverre «flyktet» litt fra disse yrkene under pandemien, også den utenlandske arbeidskraften som vi er avhengig av. Mange har valgt å bo i eget hjemland eller funnet seg nye yrker underveis. Vi ser også at det er rekordlavt antall søkere til for eks. restaurant og matfag i Valdres. Her må det gjenoppbygges en interesse og stolthet av å jobbe i reiselivsnæringen for å få flere til å ta fagbrev innen disse yrkene.
- c. Antall medlemmer i destinasjonsselskapet har holdt seg relativt stabilt siste året. Vi har mistet noen få gjennom pandemien, men samtidig har nye kommet til. Nå i senere tid har vi også medlemmer som har blitt mottak for Ukrainske flyktninger i en periode fremover. Disse meldes midlertidig ut, men forventes å komme inn igjen senere.

5. UTFORDRINGER relatert til bærekraftig reiselivsutvikling

a. Eksisterende

i. Utjevning av sesongsvingninger

1. Det å skape en mer helårlig attraksjonskraft er ett av de tre viktigste målene som skal følges opp i reisemålsstrategien. Visualisering av besøkstrafikken gjennom årets måneder viser tydelig hvor regionen må legge inn en ekstra innsats, og dette kommuniseres i alle våre eksterne presentasjoner, både til det offentlige og til medlemmene. Destinasjonsselskapet jobber aktivt med kommunikasjon av skuldersesongene, men vi trenger enda flere opplevelser, konsepter, festivaler og tilbud som trekker folk til regionen i disse periodene.

ii. Distribusjon og bruk av lokalmat for økt tilgjengelighet

1. Vi har gjennomført en rekke lokalmatprosjekter og satsinger i Valdres, noe som har resultert i at vi har blitt en av de viktigste matregionene i landet. Vi har gode og anerkjente kvalitetsprodukter som rakfisk, kurv (spekepølse), reinsdyrkjøtt, samt seterrømme og setersmør. Merkevaren vår assosierer Valdres med mat og tradisjoner, men det må bli enklere for de besøkende å finne både lokalmatprodusentene/utsalgsstedene og ikke minst finne gode tilbydere av «lokalmat på fat». Flere serveringssteder bør bruke mer av de lokale råvarene i sin meny samt tørre å ta bedre betalt. Nå jobbes det derfor med et nytt forprosjekt som har en intensjon om å bygge opp Matrute Valdres. Prosjektet eies av

Valdres Natur- og Kulturpark og Statsforvalteren i Innlandet og ledes av Valdres Næringshage. I referansegruppen er i tillegg Visit Valdres og lokalmataktører.

iii. Flere reiselivsbedrifter må bli miljøsertifiserte

1. Visit Valdres jobber kontinuerlig med å oppfordre våre medlemmer til å gjennomføre en miljøsertifisering. Det er kun 3 nye «reiselivsbedrifter» som har gjennomført dette siste året, derimot er det i tillegg 9 bedrifter fra andre næringer blant medlemmene i destinasjonsselskapet som har blitt Miljøfyrtårn. For Valdresregionen er det viktig at alle bransjer tar tak i dette og ikke bare reiselivsbedriftene. Det er også flere andre bedrifter utenfor medlemsmassen som har tatt steget, og som nå gjør at vi har totalt 50 bedrifter i Valdres (inklusive kommunene).
2. Valdres Næringshage er en stor pådriver for å få bedrifter til å bli miljøsertifiserte og har gode ordninger og tilgang til eksterne støtteordninger som skal bidra til å få med enda flere. De har ansatt en egen miljøfyrtårnkonsulent som ivaretar dette viktige arbeidet.
3. På valdres.no skal vi jobbe enda mer med å synliggjøre bedrifter som har en miljøstatus og som kundene enklere klarer å finne frem til.

iv. Fremtidig hyttepolitikk for videre utvikling

1. Det er et økende antall saker i kommunene der det er uenighet omkring utbygging av nye hytteområder. Dette skaper mye debatt i lokale medier og på sosiale medier. Noen av sakene blir litt unyanserte grunnet manglende tallgrunnlag om hva hytteturismen faktisk betyr for regionen vår. Visit Valdres tok derfor initiativ til å sette i gang en Ringvirkningsanalyse i samarbeid med Menon Economics. Denne er finansiert av Omstillingsprogrammet i Nord-Aurdal kommune, Valdres Natur- og kulturpark, Innlandet fylkeskommune, Visit Valdres og ulike næringsaktører. Det er en viktig debatt og noe kommunene må ta stilling til i sine fremtidige planer og vedtak.

Hytt opprøret: Trenger Valdres en ny hyttepolitikk?

v. Kollektive transportmuligheter

1. Det er krevende å komme seg rundt i mange områder av Valdres uten bruk av egen bil. Langs hovedveiene er det et brukbart tilbud, men ikke hvis man skal ut på tur eller komme seg til/fra regionens mange reisemål og hytteområder. Dette er et langsiktig arbeid og der flere løsninger må vurderes, som bestillingsruter, bildeling, osv. Denne påsken ble det gjort forsøk på en påskebuss mellom Oslo – Beitostølen, over Valdresflye og til Gjendesheim, med flere stopp underveis for skiturister som skulle på tur i Jotunheimen. Vi har i tillegg søkt fylkeskommunen om støtte til et prøveprosjekt nå i sommer, som transporterer folk inn til Jotunheimen og der man kan hoppe av på flere punkter



og gå fjelltur tilbake til utgangspunktet (f.eks. Bygdin, Beitostølen). Dersom dette blir en suksess, kan samme løsning implementeres flere steder i Valdres. I tillegg jobber JVB med flere guida dagsturer/halvdagsturer med buss.

vi. Få ressurser i destinasjonsselskapet og usikkerhet omkring fremtidig organisering og finansiering fra det offentlige

1. Visit Valdres har gjennom flere år hatt utfordringer med å få til en mer forutsigbar og langsiktig avtale og finansieringsmodell med kommunene. Nå har kommunedirektørene/rådmennene i Valdres fått i oppdrag å komme frem til en ny modell for organisering av merkevarebygging og reisemålsutvikling, med frist første halvår 2022.

b. Nye

i. Kritisk mangel på arbeidskraft innenfor reiselivsnæring etter korona.

1. Viser til beskrivelse av utfordringen under punkt 4B. Flere tiltak er igangsatt, som tettere dialog med NAV (de skal delta på vårt neste medlemsmøte), samarbeid med NHO/NHO Reiseliv, Valdres Natur- og Kulturpark har sendt brev til Innlandet fylkeskommune (hovedutvalget for utdanning) om viktigheten av å opprettholde restaurant og matfaglinja ved Valdres vidaregåande skule samt at det bør jobbes med en kampanje for å øke søkingen fremover, i samarbeid med næringen og institusjoner. Det har også blitt skrevet om dette i lokalavisene (OA og Avisa-Valdres).

ii. Usikkerhet knyttet til krigen i Ukraina

1. Krigen påvirker oss alle, og det er lite vi kan bidra med, bortsett fra å hjelpe Ukrainske flykninger så godt vi kan. Vi har også medlemsbedrifter som har åpnet opp dørene i både privat og offentlig regi. Prisene øker på både drivstoff, matvarer, strøm og renteutgifter til lån. Folk flest har fått en slankere lommebok og det er i tillegg større skepsis til å reise ut av landet. En undersøkelse gjennom Virke viser at 6/10 nordmenn også i år velger Norgesferie.

iii. Organisering i oppfølgingen av bærekraftarbeidet i regionen

1. Ett år har gått siden førstegangsmarkeringen som bærekraftig reisemål, og mye positivt har skjedd det siste året som gjelder bærekraftig utvikling av Valdres. Derimot mangler vi å få på plass en god struktur for koordinering og rapportering av planlagte og gjennomførte tiltak som er knyttet opp til merkeordningen og strategimålene. Visit Valdres har nevnt opprettelse av Destinasjonsledelse i mange sammenhenger, men det gjenstår å gjøre dette til en realitet. Vi har mange samarbeidsorganer i Valdres, og flere er redde for å opprette enda et utvalg. Vi trenger derfor litt mer tid til å få dette på plass slik at det harmonerer med hvordan utviklingsarbeidet i regionen skal drives fremover (ref punkt 6 over vedr. finansiering og organisering av Visit Valdres).

6. SUKSESSHISTORIER

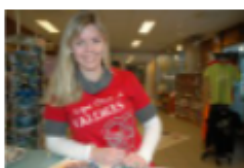
- a. Den første suksesshistorien er at alle våre 6 kommuneadministrasjoner er miljøsertifiserte. Da vi startet denne prosessen var ingen av kommunene i gang, eller hadde planer om å gjøre dette. Noen kommuner var også litt skeptiske til hele prosessen. Det at vi i løpet av det siste året har økt fra 2 til 6 kommuner er en suksess, og det merkes at vi er godt koordinerte i hva som er riktig strategi videre for reisemålsutviklingen i Valdres gjennom Reisemålsstrategien 2025. Nå gjenstår det å få til en god regional organisering av utviklingsarbeidet som vi har fremfor oss.

De ansatte på Tingvoll har blitt mer miljøbevisste



MILJØFYRTÅRN: Kommunesenteret Tingvoll i Sør Aurdal kommune har blitt mer miljøbevisste og er sertifisert som Miljøfyrtårn. Fra venstre kommunedirektør Haakon Bole Ludvigsen, folkehelsekoordinatør Hanna Rivenes og ordfører Marit Hougsrud. Foto: Geir Norling

- b. Det at vi omsider har klart å gå sammen om å gjennomføre en omfattende verdiskapings- og ringvirkingsanalyse for hele Valdresregionen (alle de 6 kommunene) er også en suksess. Det er en mye bedre forståelse for at vi har behov for mer konkrete tall og fakta om hva reiselivet i Valdres faktisk betyr for oss. Med «reiseliv» menes både fritidsboligene og turismen. En slik undersøkelse har aldri blitt gjennomført i Valdres tidligere. Dersom vi skal utvikle oss videre må det være basert mer på kunnskap og faktiske tall, enn synsing. Finansieringen er et resultat av et spleiselag mellom både offentlige og private aktører. Den aller største bidragsyteren er Omstillingsprogrammet i Nord-Aurdal.



Skal kartlegge ringvirkningene av reiselivet i Valdres

Visit Valdres skal kartlegge både de positive og negative effektene av reiselivet i regionen.

Publisert: 08.04.2022

Nyttig med reiselivsanalyse for Valdres



Ringverkander: Kva er ringverknadene av reiselivet i Valdres? Foto: Susanne Adensfield

Visit Valdres har saman med Omstillingsprogrammet i Nord-Aurdal kommune bestilt ein analyse som skal syne kva ringverknader reiselivet i Valdres har.

LEIAR

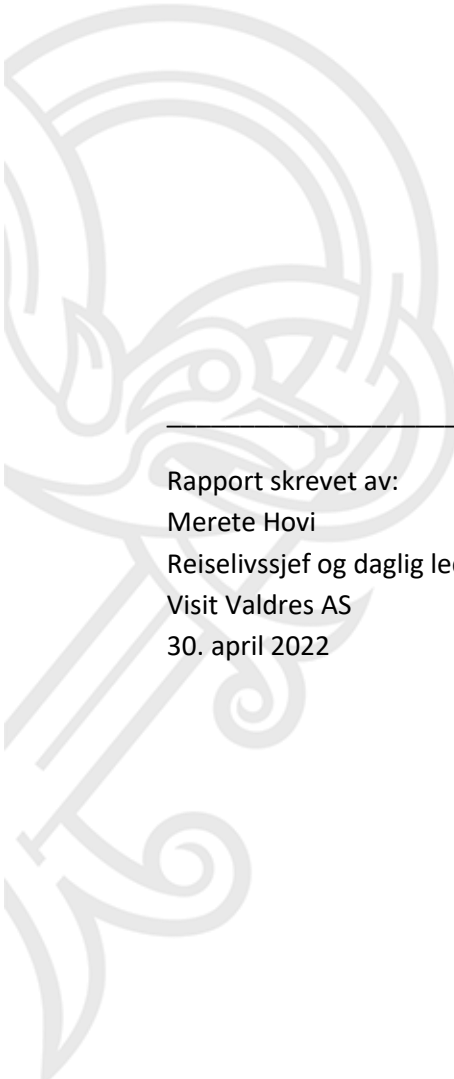
Dette er ein leiar. Leiaren gir uttrykk for avisa si haldning.

Både dei positive og negative ringverknadane skal kartleggjast i analysen, som Menon Economics skal levere før sumaren. Analysen skal sjå på konsekvensar for økonomi, næring, miljø og samfunn, og med så store tema og kort tidsperspektiv, blir det interessant å sjå kva analysen kjem til å innehalde til slutt. Det er tidkrevjande arbeid å finne fram til tal som kan danne grunnlag for ein god analyse.

Å få betre innsyn og innsikt i kva reiselivet tyder, er bra. Tal på bordet som kan fortelje noko om kva regionen får att, og kva som eventuelt er lønsamt, kan også hjelpe Valdres til å i større grad vita kvar det bør satsast.

7. FORMIDLING AV RAPPORTEN

- a. Sendes ut til Visit Valdres styre samt til Valdres Natur- og Kulturpark
- b. Sendes til kommunene
- c. Offentliggjøres på valdres.no
- d. Nyhetsbrev til medlemmene



Rapport skrevet av:
Merete Hovi
Reiselivssjef og daglig leder
Visit Valdres AS
30. april 2022