



Forslag til retningslinjer for bruk av G-rosa
i merkevarebygging av Gudbrandsdalen



Gudbrandsdalsrosa; et symbol på kvalitet

Gudbrandsdalsrosa ble i sin tid utviklet som et symbol for Gudbrandsdal reiseliv, for merkevarebygging av Midt-Gudbrandsdalen som destinasjon; for de opplevelsene besøkende kunne få her.

Viktige verdier som knyttes til symbolet er;

KVALITET | EKTE | OSV...

Hvem er interesserte i å bruke G-rosa i dag?

- **Regionrådet Midt-Gudbrandsdal;** har utviklet en egen profil med utgangspunkt i denne
- **Midt-Gudbrandsdal Næringsforening;** ønsker å bruke G-rosa som et merke for sine medlemmer
- **Gudbrandsdalsvegen;** aktører/tjenester/opplevelser
- **Gudbrandsdalsverter;** ambassadører for regionen
- **Andre lokale bedrifter;** ønsker å formidle en del av et større nettverk



Hvem er G-rosa for?

I dag finnes ingen retningslinjer eller avklart eierskap til G-rosa.

For å avklare dette er det viktig å se på hvem G-rosa er for, og hva slags funksjon kan denne ha.

Hvem er G-rosa for/hva slags funksjon skal den ha?

G-rosa er et kvalitetsstempel; i den ligger det en lovnad om kvalitet, noe ekte og «hel ved». Noe som er unikt i sin form; uansett hva produktet/leveransen er.

G-rosa er et symbol som våre besøkende og fastboende skal møte; og vite at det som presenteres/leveres under denne oppfyller disse kriteriene/egenskapene.

Lokal forankring; produkter/tjenester som presenteres under denne skal være lokalt produsert/forankret.

-> Kunden / gjesten / brukeren / besøkende

Både tilreisende og lokal befolkning

Kunden / gjesten / brukeren / besøkende

Disse møter Gudbrandsdalen; ser helheten og den merkevaren som Gudbrandsdalen er og skal være. De er ikke nødvendigvis opptatt av om det er den ene eller den andre som leverer; men er opptatt av KVALITETEN i det som leveres.

Med bakgrunn i dette er det viktig at de som presenteres under G-rosa oppfyller visse kriterier.

For å sikre tydelig kommunikasjon og en god opplevelse for denne målgruppen er det viktig at retningslinjer for bruk av G-rosa avklares.



Regionrådet Midt-Gudbrandsdal

Fikk i 2016 utviklet profil med utgangspunkt i G-rosa.

Administrasjonen i Regionrådet har sagt seg villig til å «gi slipp» på den originale G-rosa til eget bruk, slik at denne skal kunne fungere som et overordnet kvalitetsstempel for regionen.

Forslaget er da å erstatte dagens originale G-rose med en variant tilpasset Regionrådets profil, men beholder øvrig profiluttrykk.

Midt-Gudbrandsdal Næringsforening

Ønsker å bruke G-rosa som et samlende symbol for sine medlemmer. De eneste kriteriene for bruk er medlemskap i næringsforeninga.

Forslaget er da en variant av G-rosa som næringsforeninga kan bruke både i egen profil, og som symbol for medlemmer.

Gudbrandsdalsvegen

Gudbrandsdalsvegen skal synliggjøre de fortrinn Midt-Gudbrandsdalen har, og tilrettelegge for realisering av potensialet for besøk, handel, kunst, kultur, vekst og positive ringvirkninger.

Prosjektet skal medføre økt samhandling, bevisstgjøring, kompetanseheving, produktutvikling og kommersialisering blant lokale aktører og opplevelser:

Arrangement | Opplevelser | Mat og servering

Aktiviteter | Overnatting | Lokal mat | Attraksjoner

Fjelldestinasjoner | Langs flotte omveier

Aktører og opplevelser som ligger innunder Gudbrandsdalen må oppfylle spesifikke kriterier for å bli en del av dette nettverket.

Gudbrandsdalsvegen

Gudbrandsdalsvegen ønsker å bruke G-rosa som et samlende symbol for kvaliteten som kriteriene skal sikre. Når en besøkende møter G-rosa hos en aktør så skal h*n kunne forvente kvalitet, noe ekte og «hel ved». Noe som er unikt i sin form; uansett hva produktet/leveransen er.

Forslag at Gudbrandsdalsvegen bruker den originale G-rosa i sin profil og for markedsføring av de som oppfyller kriteriene.

Gudbrandsdalsverter

Vertskapskurs arrangert i samarbeid mellom Regionrådet i Midt-Gudbrandsdal ved Gudbrandsdalsvegen, VisitLillehammer og Midt-Gudbrandsdal næringsforening, med mål om at alle ansatte i regionen skal bli et enda mer hjertevarmt vertskap med god lokalkunnskap!

Det er kriterier som må oppfylles for at bedriften kan bli sertifisert som Gudbrandsdalsvert.

Forslag at bedrifter som er sertifiserte Gudbrandsdalsverter kan bruke den originale G-rosa som symbol på den kvaliteten som skal ligge i å være sertifisert Gudbrandsdalsvert.

Forslag til løsning

Aktører som oppfyller bestemte kriterier
kan bruke **DEN ORIGINALE G-ROSA:**

-> *Gudbrandsdalsverter og Gudbrandsdalsvegen*

Aktører som ikke har bestemte kvalitetskriterier
kan bruke **EN VARIANT G-ROSA:**

-> *Regionrådet og næringsforeninga*

*På denne måten vil de som møter G-rosa og regionen
se helhet og et fellesskap, samtidig som det er et skille
i kommunikasjonen.*

Regionrådet for Midt-Gudbrandsdal

VIL ERSTATTE DAGENS SYMBOL; NAVNETREKKET VIL BESTÅ



REGIONRÅDET FOR
Midt-Gudbrandsdal

Midt-Gudbrandsdal næringsforening

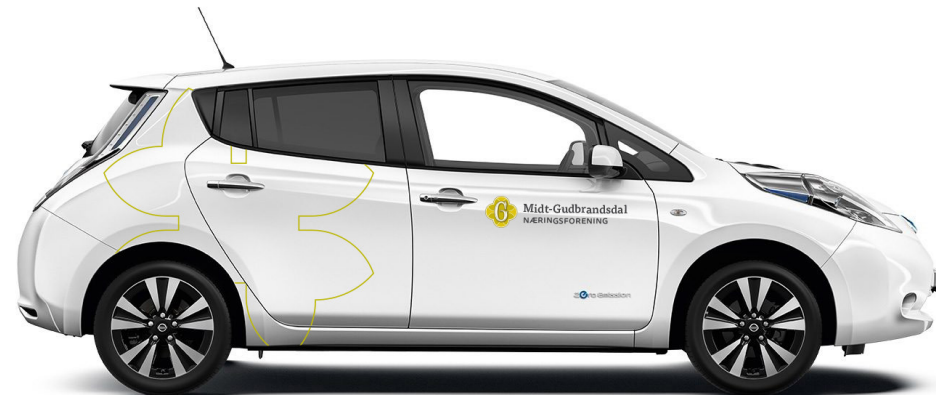
FORSLAG OM BRUK AV SAMME NAVNETREKK SOM REGIONRÅD OG
GUSBANDSDALSVEGEN FOR HELHET. ØVRIG PROFIL MÅ EVT. UTVIKLES.



Midt-Gudbrandsdal
NÆRINGSFORENING

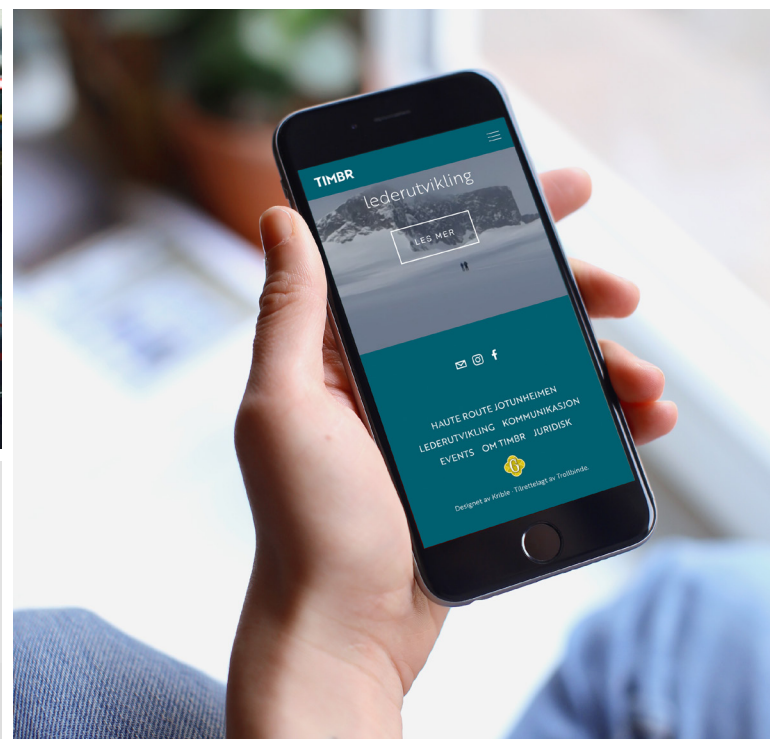
Midt-Gudbrandsdal næringsforening

PROFIL



Midt-Gudbrandsdal næringsforening

CO-BRANDING FOR MEDLEMMER



Originalversjon; kvalitetsstempel

EGEN PROFIL VIL UTVIKLES MED UTGANGSPUNKT I DEN ORIGINALE
G-ROSA. DENNE PROSESSEN VIL STARTE NÅR EIERSKAP OG BRUK AV
G-ROSA ER AVKLART.



Gudbrandsdalsvegen