

# Whistler

## 2023

---



### FORRETNINGSMODELLER

---

Grønn og sømløs mobilitet – Norefjell  
Skrevet av: Ellen Anne Bye



**Norefjell**

---

# Whistler – British Columbia

## «Verdens ledende resort 1975-2023»

Resort Municipality Whistler er etablert på landområder som tidligere ble brukt av Skwxwú7mesh Úxwumixw (Squamish Nation) and L'il'wat7úl (Lil'wat Nation). Bakgrunnen var ønske om å etablere skiområder på Blackcomb og Whistler mountains. Dagens Whistler Village ligger i dalbunnen mellom disse to fjellene og binder de sammen til dagens destinasjon.

Whistler var første destinasjonen i BC som ble etablert som Resort Municipality, og fra 2010 ble Whistler sammen med andre 13 destinasjoner i BC piloter for å teste ut RMI – Resort Municipality Initiativ funding. Felles for disse destinasjonene er at de har lavt innbyggertall og høye besøkstall.

Whistler er bygd som en destinasjon og mange av dagens fungerende systemer og ordninger ble etablert allerede i 1975. De andre RMI destinasjonene har utgangspunkt fra å være et gruvesamfunn eller tømmerhogger by før de ble «oppdaget» og ble destinasjoner som folk ønsket å besøke.

Kommunens visjon bygger på historien om å sette en inspirerende visjon for samfunn og jobbe for å nå visjonen. Fra første visjonen om å være vertskap for De Olympiske Vinterleker i 1968, til planen om å etablere en bilfri skidestinasjon og dagens målsetninger om å være bærekraftige.

*A place where our community thrives, nature is protected and guests are inspired.*

- Our resort community thrives on mountain culture and the nature that surrounds us.
- We protect the land – the forests, the lakes and the rivers, and all that they sustain.
- We enjoy a high quality of life in balance with our prosperous tourism economy.
- We seek opportunities for innovation and renewal.
- We recognize the value of our history and the foundations of our resort community.
- We honour those who came before us and respect those who will come after us.
- We move forward with the Lil'wat Nation and Squamish Nation and reconcile with the past.
- We value our relationships and work together as partners and community members.

*«Work is love made visible»*

---

## Innhold

<b>Whistler – British Colombia</b> .....	<b>2</b>
«Verdens ledende resort 1975-2023» .....	2
<b>Resort Municipal Whistler</b> .....	<b>4</b>
Emma DalSanto .....	4
Whistler Transit Future Action Plan - TFAP .....	7
Richard Kemble .....	8
<b>Whistler Tourism</b> .....	<b>9</b>
Barrett Fisher .....	9
<b>Federal Tourism Growth Strategy</b> .....	<b>12</b>
“Canada 365: Welcoming the World. Every Day” .....	12
<b>Chamber of Commerce</b> .....	<b>14</b>
Chris Maloney .....	14
<b>The ABCs of Service Excellence</b> .....	<b>16</b>
<b>Whistler Sustainable Center</b> .....	<b>17</b>
Cheeying Ho .....	17
<b>EcoSign</b> .....	<b>19</b>
Paul Matthews .....	19
Dagens EcoSign .....	20
<b>Mere kunnskap om Resort Municipality of Whistler <a href="https://www.whistler.ca">https://www.whistler.ca</a></b> .....	<b>20</b>
Fiansiering – Visitor contributions to RMOW revenues .....	21
Nærmere om MRDT .....	22
Visjonens Whistler .....	23
<b>Erfaringer og suksessfaktorer fra Whistler</b> .....	<b>24</b>
Samarbeid .....	24
Økonomi .....	24
Planlegging.....	24
Reisemålsledelse .....	24
Tjenester .....	24

## Resort Municipal Whistler

### Emma DalSanto

#### Transportation Demand Management Planner at Resort Municipality Of Whistler

Resort Municipality of Whistler (RMOW) ble etablert I 1965. De så da behovet for en bedre lovgivning for samordning, planlegging og etablering av fellesgoder, Resort speiler de besøkende og Municipality speiler innbyggerne. Det var i 1965 ca 300 fastboende i Blackcomb-Whistler området.

Raskt kom de på plass med MRDT – Municipal and Regional District Tax (kjent som Hotel tax, men inkluderer også private utleie slik som AirBnB). Denne var på 12% hvor 2% gikk til RMOW. Etter OL i 2010 kom RMI – Resort Municipality Initiativ Funding på plass, denne blir bla brukt til Transit og kontinuerlig renhold av byens uteområder.



Richard Kemble og Emma Dal Santo

## How is MRDT and RMI spent in Whistler?



**MRDT revenue supports projects as well as the recurring Festivals, Events and Animations program.**

In 2021, the RMOW's share is budgeted for \$2.6 million. These funds are leveraged to enhance the tourism experience and encourage travel in shoulder seasons and mid-week. Projects funded by MRDT include the Whistler 101 sessions; maintenance of the Village Stroll; and Park and Village Hosts.



**RMI funding goes to infrastructure or services that directly enhance tourism.**

In 2021, the RMOW expects to receive \$6.4 million in RMI funding, which is being applied to projects and services like the new Whistler Village public washrooms; Whistler Olympic Plaza skating operations; and the Valley Trail connection to Function Junction.

**\$2.6  
MILLION**

**\$6.4  
MILLION**

**2021  
PROJECTED  
FUNDING**

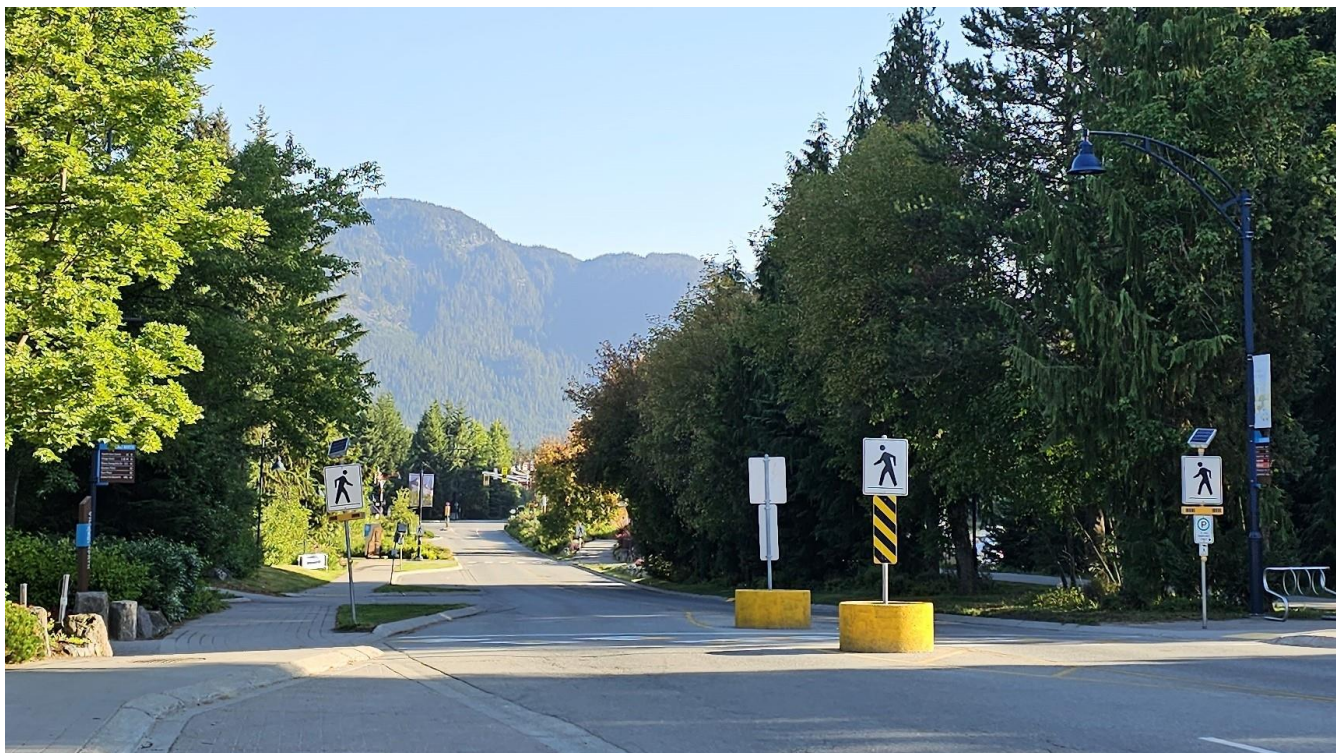
En målsetning er å bruke de økonomiske verktøyene slik at attraktiviteten øker for fastboende og besøkende. Dette gjøres både gjennom prising av produkter med rabattprogram og gratis tilbud slik som shuttle, i tillegg brukes midlene for å styrke trivsel eks gjennom renhold/gartnere og gratis opplevelser/konsert ol.



Galaxy S23 Ultra

I Whistler har de en streng politikk i forhold til skilting. Skilt for offentlige funksjoner skal være store og lette og se og forstå, eks gangfelt. Skilt langs veiene til og i Whistler skal være informative i forhold til funksjoner, inneholde lite tekst med stor skrift. Inne i byen er det ikke lov med reklame da det virker psykisk stressende,

og her skal du også få hvile hode når du er her. Skilt på spisesteder og butikker skal være utført på en slik måte at de styrker atmosfæren og ikke virker stressende/masete.



## Whistler Transit Future Action Plan - TFAP

Kommunens arbeid med mobilitet er Transit og utgjør de lokale rutene i landsbyene, boligområdene og innsjøene i Whistler. Det lokale arbeidet er knyttet opp mot BC regionen sitt arbeid Sea to Sky transit. BC håndterer de regionale rutene og kobler disse opp til lokale Transit program i Squamish, Whistler og Pemberton. Whistler har 15 000 fastboende og 35 000 reiseekvivalenter som brukere i det lokale Transit programmet.

RMOW bruker 1 mill CAD fra RMI til det lokale Transit programmet. Parkeringsavgiften i Whistler går til å dekke alt vedlikehold på parkeringsplassene (snømaking, grusing, lys, asfaltering ol) i tillegg får alle tenåringer gratis buss. I helgene er alle busser gratis, et tiltak de har satt inn for å motivere fastboende og fritidsinnbyggere til å sette igjen bilen hjemme. Avgiften dekker også sykkel og ski wallets i forbindelse med arrangement og events.

I forhold til interntrafikk er også boligstrategier et viktig verktøy. Kommunen har sonet areal til «boligbyggelag» med fiksede priser, og har en målsetning om å ha boliger til 75% av arbeidsstyrken innenfor landsbyens grenser. Innenfor landsbyen tar kommunen ansvar for transport til/fra arbeid, enten ved å tilrettelegge for gå/sykkel eller ved gratis shuttle. Velger du å bo utenom dette, eller bo lengre unna eks Squamish/Pemberton må du selv ta kostnadene ved å pendle.

Transit programmet har 4 ulike rutetabeller ut fra sesong. Det største tilfanget av ruter er på vinteren, da flest besøkende kommer uten bil, eller ikke ønsker å bruke bil daglig. I sommersesongen kommer flere med egen bil og flere bruker også bilen for daglig kjøring. I 2015 etablerte RMOW en egne rådgivende gruppe for transport.



Transit håndterer også ansatt transport fra de ulike boligområdene. Til denne transporten bidrar hotellene/bedriftene med 90 000 CAD.

## Richard Kemble

### Economic Development and Strategy Analyst

Kommunen har fokus på å forstå alle brukergrupper i kommunen og målgruppene for kommunens aktivitet. For å forstå har de utviklet en Balance model som lager prognoser 20 fram i tid, dette for å gi kommunen tilstrekkelig med tid til å planlegge tjenester og infrastruktur. De var 3 stykker som arbeidet ut modellen, nå er Richard igjen alene i arbeidet med å vedlikeholde og utvikle modellen videre. Målet er å til enhver tid ha tilstrekkelig data til å ta politiske beslutninger i forhold til prioritering av tiltak og økonomiske beslutninger.

## Community Monitoring Dashboard

The Community Monitoring Dashboard showcases an array of indicators that are used to, inform decision-making, track progress and ensure accountability.



### The monitoring program provides a number of benefits and essential functions, including:

- **Tracking progress toward (or away from) Whistler's vision** – allowing the community to celebrate and build on successful programs, and to correct its course when necessary.
- **Ensuring transparency and accountability to stakeholders** – reporting ensures transparency to community members and other Whistler stakeholders.
- **Educating and engaging Whistler businesses, residents and visitors** – providing meaningful and timely information in an engaging way helps to illustrate connections between policy, actions and community health.

Nå arbeider Richard mye sammen med analytikeren i WT, da de har mang av samme målsetningene og har behov for å behandle de samme dataene.

Prioriterte områder og behandle data og utarbeide prognoser for er;

- Boligsituasjon både for fastboende og sesongarbeidere, priser/tilgjengelighet
- Transport lokalt i Whistler, regionalt til/fra Vancouver og pendlertransport Squamish/Pemberton
- Trivsel og engasjement i lokal samfunnet, samspill fastboende – fritidsinnbyggere – besøkende
- Smart Tourism = Sustainable Tourism + Regenerativ Tourism, bygge indiktaorer og målbare kriterier
- Oppdatert status fra Business model, kontroll på senger, tilgjengelige areal i ulike soner, måloppnåelse i forhold til prioriteringer i strategiene
- Whistler 2020 sine 100 indikatorer

Whistler Municipality har fokus på Samfunn – Miljø – Verdiskaping fra turisme – Attraktivitet, i tillegg har de de løftet opp Smart Turisme som et viktig satsingsområde framover.

Whistler har i dag voksesmerter og opplever mangel på arbeidskraft. Whistler har forholdsvis høye lønninger og er et attraktivt sted og bo, men opplever at ansatte takker nei da de ikke finner ledige boliger eller at bokostnadene blir for høye.



---

Dette er en vanskelig spiral for kommunen å løse, de må redusere på shuttle da de ikke får tak i sjåførere, mens hotellene setter opp prisene for å regulere markedet. High end kundene forventer at tjenestene/servicene de er lovet er på plass.

Richard gjennomfører innbyggerundersøkelser jevnlig, og dette gjøres med telefonintervju av 500 pax, hvor 200 er fritidsinnbyggere og 300 er fastboende. Her måler de blant annet toleransenivået i forhold til turismen i området, og hva som oppleves som de positive effektene av turismen. Hvordan oppleves påvirkningen av servicer/tjenester etablert for turismen, men som gjøres tilgjengelig for alle i lokalsamfunnet. Oppleves attraktiviteten å øke? Generelt sett så viser undersøkelsene at transporttjenester, tilgangen på restauranter og heiser/aktiviteter oppleves positivt, mens parkeringsavgifter i landbyen og stort volum av sykkelstier/el sykkeler oppleves negativt.

## Whistler Tourism

### Barrett Fisher

**President og CEO for Tourism Whistler and Tory Kargel - VP Destination & Market Development / Tourism Whistler**

Whistler Tourism har obligatorisk medlemskap ut fra sonering i Whistler. De har derfor oppgaver utover tradisjonell medlem&markedsføring. Deres arbeid innen kjerneaktiviteten omhandler turistservice, drift av konferansesenter, drift av golfbanen, besøkscenteret, arbeid med turoperatører og Ask Whistler som er deres call senter. Sammen med kommunen har de et event-team som arbeider med finansiering og markedsføring av events. I tillegg jobber de med statistikk og prognoser ut fra gjesteundersøkelser, bedriftsundersøkelser og markedsundersøkelser.

Whistler har fire sesonger, med sommer og vinter som de største. Skuldresesongene er noe lavere med November som stilleste måned. WT har de siste årene arbeidet med *Light up the city* hvor fokuset er å skape en hyggelig landsby, forbrede på jul og innby til tidlig juleshopping.

De er tydelige på overgangen fra DMO til DMMO, tilsvarende den vi har i Norge. De jobber med bærekraft og ønsker system på dette arbeidet, men har ikke tilsvarende føringer fra sentralt hold som det vi har gjennom merkingen som Bærekraftig reisemål gjennom Innovasjon Norge.

I forhold til bærekraft jobbet de tidlig med Community Whistler 2020 hvor de så på utfordringer knyttet til de tre dimensjonen. Destinasjonen har vokst og har smerter av suksess knyttet til arbeidskraft, boliger for ansatte, transport.

### **The Whistler2020 Vision:**

*Whistler will be the premier mountain resort community -as we move toward sustainability*

Under covid 19 opplevde Whistler et stort trykk fra dagsturister som ønsket å gå fjllturer, så stort trykk at det ble utfordringer for enkelte områder. Det ble derfor innført hiking-pass, som måtte bestilles på forhånd. I et av disse områdene er du avhengig av 2t med shuttle før du kan vandre til Joffrey Lake. Etter pandemien har de beholdt kontrollen på antall shuttle, slik at de dergjennom styrer det totale antallet besøkende. I tillegg bruker de tiden i shuttleen aktivt for å lære vandrerne Code of behaviour. Interessen rundt Joffrey Lake er SoMe basert og ikke noe WT markedsfører.



Av internasjonale gjester ankommer ca 70% med buss/shuttle fra Vancouver Airport. Restrende 30% leier bil og kombinerer ofte opphold i Whistler med ytterligere seightseeing i BC. Gjester og fritidsboligeiere fra BC og Washington kommer stort sett utelukkende med bil. Covid 19 førte til ytterligere press på veien til/fra Whistler. Det kreves et skifte i mindset for å endre innbyggerne og canadiernes vaner i forhold til å velge egen bil, og en ser dette særlig i forhold til de som ønsker å ha med sportsutstyr eks golf/ski/syssel. Motorveien fra Vancouver er en del av *Sea to Sky* korridoren og bringer besøkende mot Rocky Mountains og Edmonton/Calgary i sommerhalvåret. I vinterhalvåret er det ofte så vanskelige kjøreforhld at den blir i liten grad brukt av besøkende. *Sea to Sky* har et eget program *How not to Love to Death*.



---

Det går jernbane fra Vancouver forbi Whistler og videre østover. Denne jernbanen ble i sin tid bygd for å frakte landbruksvarer fra Pemberton til Vancouver, dette var før det var veier i området. Jernbanen ble for et par tiår siden solgt til et privat selskap, Rainbowtrack. Det er i dag ingen ordinær persontransport, kun chartrede opplevelsesturer.

Whistler innførte parkeingsavgift for noen år siden, og de er i dag tydelige på at dette var et helt nødvendig grep. Både for å frigjøre areal, styre parkeringen bedre og ha økonomi til shuttle. Men blant innbyggerne ble det ikke godt mottatt og størstedelen av de folkevalgte ble byttet ut ved neste valg. For å redusere biltrafikken er det fulgt opp med planer hvor areal til parkering er sterkt redusert ved populære utfartssteder som for eksempel ved strender og innsjøer. Skal du komme deg dit må du gå, sykle eller ta en gratis shuttle.

I BC er det ca 70 DMO. 5 av disse er store gateway DMO mens de resterende er middels eller små med 1-4 ansatte.

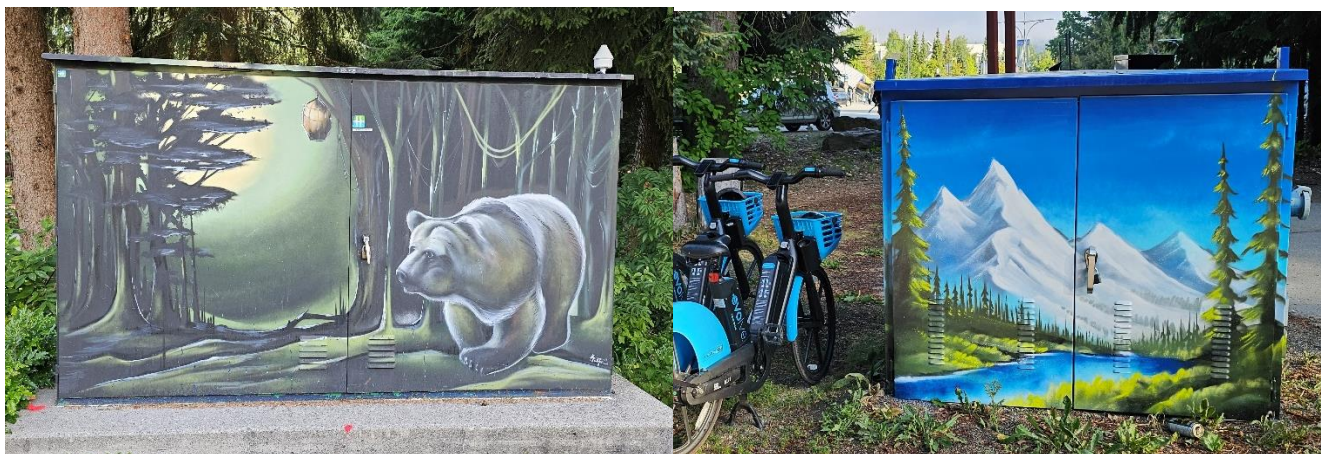
Utfordringer for WT framover er å;

- finansiere arbeidet med bærekraft, endre fastboende, fritidsinnbyggere og besøkendes kultur i forhold til å ta bærekraftige valg.
- Skaffe tilstrekkelig med ansatte med riktig kompetanse, og skaffe boliger til disse.
- ha god balanse på volumet av besøkende gjennom alle sesonger
- *One Whistler*, et overordnet råd bestående av 20 stk, som skal utarbeide strategiplan for hele samfunnet (antar å være noe likt vår framtidige reisemålsledelse).

### **Independet – Interdependent**

WT føler at de gjennom ulike etablerte arbeidsgrupper og samarbeid har god dialog og god kontroll over hva de enkelte gjør og skal gjøre. Men utfordringen nå ligger i å samarbeide for å gjøre en oppgave hvor de er gjensidig avhengig av hverandre for å nå målet.

Viktig at Whistler er attraktivt for alle!



## Federal Tourism Growth Strategy

**“Canada 365: Welcoming the World. Every Day”**

**The honourable Randy Boissonnault, P.C., M.P**

The Federal Tourism Growth Strategy will chart a path to sustainable growth for generations to come, it will support good jobs and talent attraction, and it will make sure that international travelers continue to choose Canada over and over again”

The Honourable Randy Boissonnault, P.C., M.P.



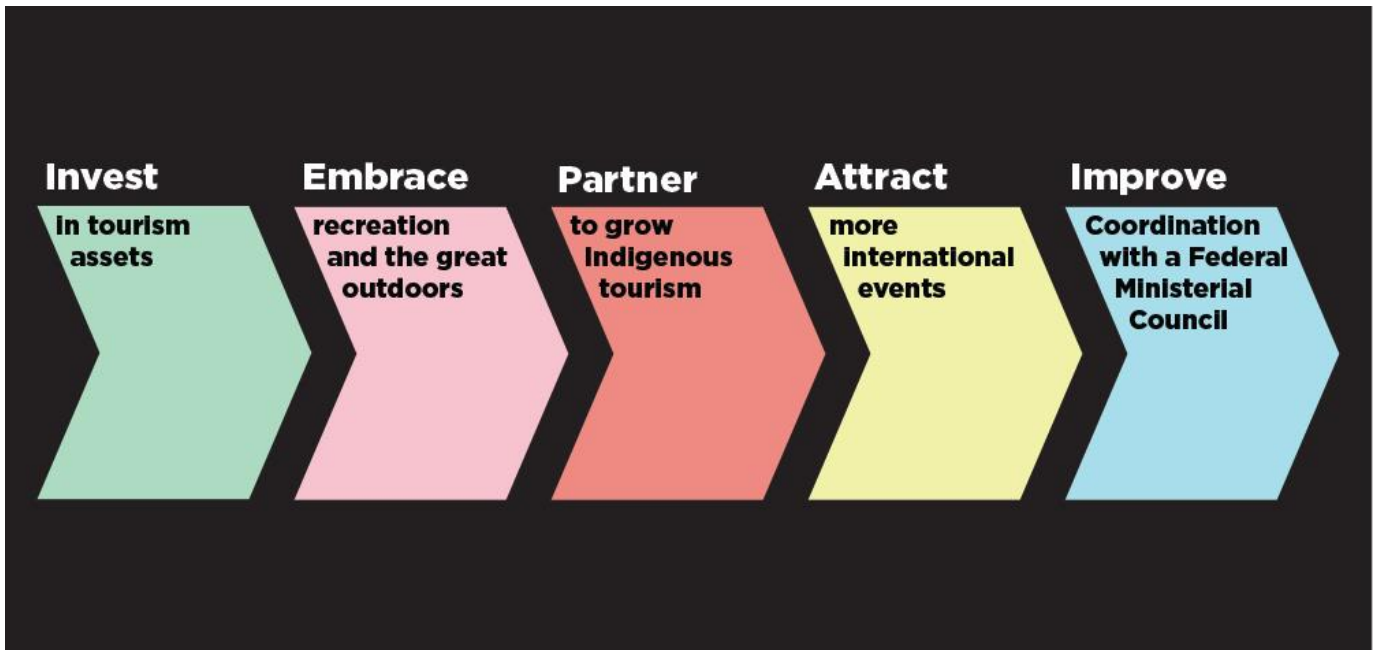
Canada 365: Welcoming the World. Every Day er den canadiske regjeringen sin Federal Tourism Growth Strategy, presentert 5. juli 2023. Den skal vise vei fra «Humbel – nice – quiet» til at verden nå retter sine øyne mot Canada, først og fremst i forhold til handel, men *With Trade comes Travel*.

Strategien legger opp til 40% vekst til 2030. I dag er Canada #14 på verdensrankingen over turissteder, målet er å være #7 på rankingen innen 2030. Turisme er Canadas eksportartikkel #1. Vi møtte med ministeren under vårt besøk, og fikk en prat med han.



---

Nasjonalt program for å løfte jobb og karriere muligheter innen turisme var et viktig bidrag fra statlig hold for øke interessen for å jobbe i reiselivet. Canada har i dag et stort underskudd på arbeidere for å kunne nytte kapasiteten innen reiselivsnæringen fullt ut. Mangelen på arbeidskraft gjelder overnatting, servering og opplevelser. Programmet skal utdanne fremtidige ansatte, sette flere i stand til å være ansatte innen turisme og tiltrekke nasjonale og internasjonale ansatte.



Canada har også en stor utfordring med boliger til ansatte, da prisnivået i Canada er svært høyt etter en inflasjon på 8% i 2022, men de håper å være tilbake på 2% inflasjon innen 2025. Ett tiltak er å være i forkant når destinasjoner og attraksjoner bygges, og kreve at boliger for ansatte bygges parallellt.

Pekes på pensjonister som en viktig å pengesterk gruppe av tursiter. Er turismen tilrettelagt for dette? Tilrettelegging på overnatting og servering, og utvalg av opplevelser og aktiviteter?

Ministeren framholder viktigheten av å forstå at turisme ikke er en aktivitet, men et begrep og en aktivitet som griper inn i mange fagområder. Han brukte begrepet *ministerial task force* om arbeidet som måtte gjøres på nasjonalt nivå for å nå målsetningen om 40% vekst innen 2030.

Hele strategien kan du lese her: [Canada 365: Welcoming the World. Every Day. - Federal Tourism Growth Strategy](#)



[Destination Canada, Global Tourism Watch Reports 2021](#)

## Chamber of Commerce

Dette er den medlemsbaserte næringsforeningen i Whistler, etablert i 1966. Det er i dag 700 medlemmer, ca 50% av alle foretak i Whistler, som foreningen skal være budbringer for og representere i ulike råd og utvalg. Dette er i dag den største og mest inflytelsesrike næringsforeningen i BC.

*Membership with the Whistler Chamber is as simple as ABC.*



### Advocacy

We know what's on Whistler's mind and we move the dial on local, provincial and national issues.



### Benefits

We provide access to business savings such as the Group Insurance Plan, the Spirit Pass and more.



### Connection

We provide a platform for collaboration: meet future clients, network and showcase your business. ■

## Chris Maloney

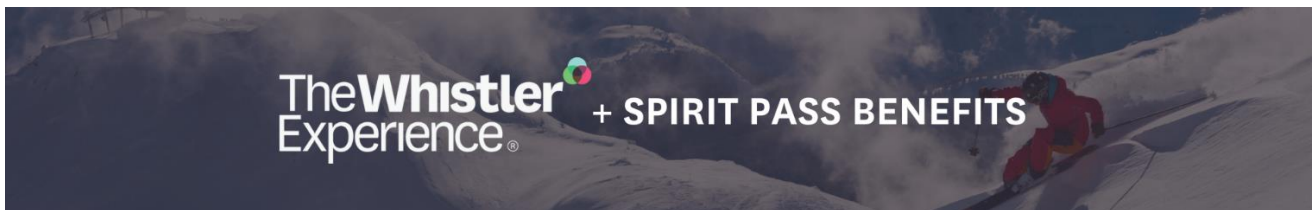
### Member Value & Engagement Manager for the Whistler Chamber of Commerce

The Wistler Experience + Spirit Pass Benfits er et birag fra et samlet samfunn i Whistler for å sikre et godt vertskap og opprettholde en god kunde service/behandling. Siden programmet , The Wistler Experience, ble startet i 2014 har 25 000 innbyggere og sesongarbeidere gjennomgått programemt. Mål om å bygge en felles kundebehandling og kundeopplevelse.



Spirit Pass har eksistert siden 1990, og er en «lokal billett» som gir deg fordeler på ulike opplevelser, aktiviteter, transport og bespisning i Whistler. The Whistler Experience er en samling av kurs, både fysiske og nettbaserte, som gir innsikt i ulike tema. Temaene varierer noe fra år til år, men ABC Service Excellence er et kurs som alltid er med. Dette blir også benyttet av flere av aktørene som en del av onboardingen i tillegg til kjedespesifikk kurs.

Spirit pass følger jobben, slik at det også er med på å stabilisere arbeidsstyrken. Bytter du arbeidsgiver kan du miste ditt Spirit Pass og kanskje har du også bosted gjennom arbeidsgiver. WCC arbeider for å tilby fordeler som medlemmene kan formidle til sine ansatte.



WCC og WT har sammenfallende medlemsgrupper. WCC har som målsetning og gjøre forretningen og hverdagen lettere for sine medlemmer, og er basert på frivillige medlemskap. WT skal øke de totale besøkstallene til destinasjonen og har obligatorisk medlemskap ut fra soning.

Under Covid 19 var det bare nettbaserte moduler tilgjengelig, men det arbeides nå for å få i gang igjen de fysiske samlingene. Det er positivt for nye sesongarbeidere å treffe andre fysisk og bygge vennskap på tvers. Det har også positiv effekt i forhold til psykisk helse og forebygge alkohol misbruk.

Whistler er en helårsdestinasjon med de svakeste sesongene på skulder. Vinteren er den sesongen med høyest verdiskaping, men sommeren er det sesongen med flest besøkende. Whistler har gjennomgående høye besøkstall sommer og vinter og prøver å unngå «extras» i disse sesongene. Et unntak er Crankworx Whistler [Crankworx Whistler | Tourism Whistler](#).

# The ABCs of Service Excellence



## The ABCs of Service Excellence

Great customer service and experiences are achieved when we deliver on the Service Steps of being Accountable, Bold, and Connected

### ACCOUNTABLE

To be Dependable and Deliver on Promises

### BOLD

Take Initiative, anticipate and respond to customer needs

### CONNECTED

Share the Whistler Wow Personalize the Experience

Being Accountable and Bold are the baseline requirements for delivering service. The key differentiator between good service and great service is the ability to connect with customers and to personalize their experience with us.

GO BE A SERVICE PRO - Be Professional - Be Proactive - Be Progressive

### ACCOUNTABLE

- Be dependable
- Know how to perform your role
- Deliver on your promises and help business deliver on its promise
- Know your products & services
- Solve problems & avoid making errors
- Dress and groom appropriately
- Communicate clearly

### BOLD

- Anticipate and respond to customer needs
- Let your positive attitude shine by showing a willingness to help
- Acknowledge customers and respond efficiently to their questions
- Communicate effectively by asking the right questions, listening, and when needed, keeping customers informed about delays in service
- Provide efficient service
- Make their experience with you effortless

### CONNECTED

- Share your Whistler WOW
- Personalize the interaction share stories and anecdotes
- Discover similarities through great conversations
- Make customers feel important with genuine compliments and expressions of gratitude



The Whistler Experience™ is made possible with fee for service funding from the Resort Municipality of Whistler



and in partnership with





## Whistler Sustainable Center

Whistler Center of Sustainability bidrar med innovative planlegging og implementering av planer for lokale myndigheter, private og lag/foreninger. Arbeidet tar utgangspunkt i Whistler 2020.

### Cheeying Ho Executive Director



Senteret har 4 fast ansatte og i tillegg flere assosierte partnere. De er en non-profit organisasjon og tar oppdrag for kommuner og regionforvaltning, samt at de kjører egne prosjekter.

Whistler Center of Sustainability – engagement and planning har følgende hovedarbeidsområder;

- Community Planning and Implementation
- Strategic Planning
- Engagement and Facilitating
- Monitoring and Evaluation

De kjente til Norges arbeid med Bærekraftig reiseliv og anså oss som å være en av de nasjonene som er kommet lengst i arbeidet. Deres erfaring så langt er at det er helt avgjørende at kommunene deltar aktivt for at det skal bli et vellykket arbeid. Skatt samlet lokalt, slik som eiendomsskatt, bør brukes på tjenester og tiltak lokalt slik at fritidsboligeierne ser verdien av skatten.

Parkeringsavgift er et viktig tiltak på flere av DMO. Både for å regulere parkering, men også for å stimulere til grønn mobilitet. I tillegg brukes avgiften til vedlikehold og oppgradering av parkeringsområdene, forskjønnelse av områdene og shuttle.



## EcoSign



### Paul Matthews

“I just decided Whistler was going to be my home. I was a ski bum for a few years, skied 120 days a year, then said, ‘Well, I gotta find a profession [that will allow me] to live up here.’”



Det var den gangen ingen utdanning for Mountain Resort Planners, men Paul tok utdanning innen skog og landskapsarkitektur på Univeristetet i Washington ogs startet Ecosign.

Paul var en av pionerene bak Whistler som resort og har designet utviklingen av stedet siden 1975. Hans mastertanke var at sentrene skulle være bilfrie, og all parkering for boende måtte under bakken. Gater skulle ikke byggges i rutenett, men innby til å gå videre og binde sammen ulike deler av landsbyen. Samme tanke brukte han i Zermatt, Sveits. Gåavstand er viktig og det må være enkelt og komme seg opp i aktivitetsområdene. Stier, gang og sykkelveier skal integreres i naturen og ikke følge veien, det skal være en opplevelse og bevege seg der. Samtidig som en skal ta hensyn til naturen når en legger traseen. Trær, vann/bekker og høyder skal ivaretas.

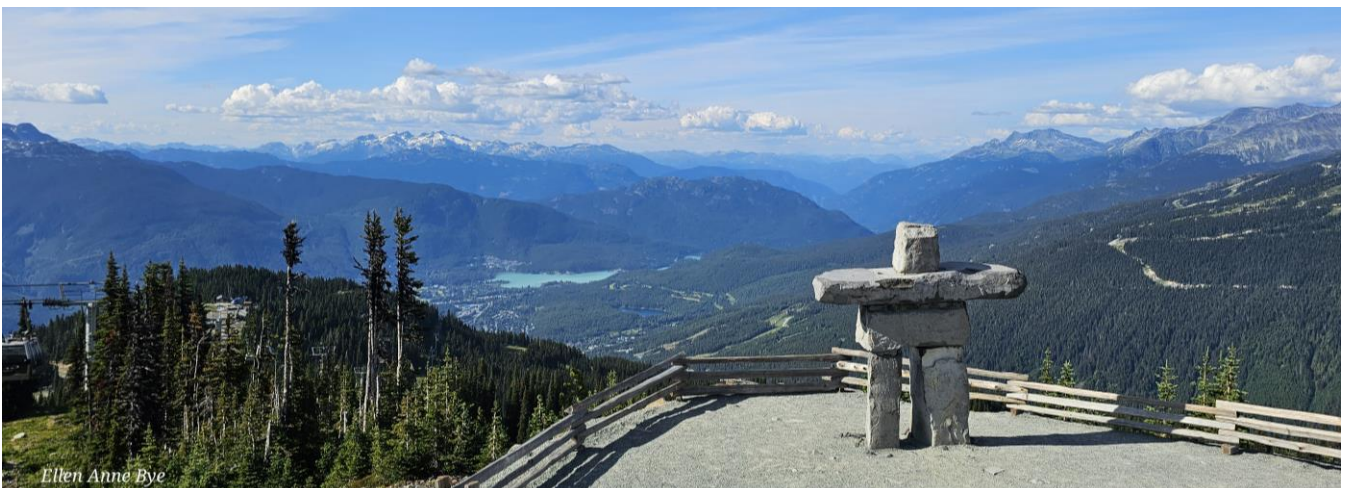
Paul har bygget Ecosign til å bli verdensledene innen design av Mountain Resorts, basert på økologiske prinsipper. Deres marked strekker seg i dag inn i 46 land på 6 kontinenter.

## Dagens EcoSign



Ecosign er fortsatt i de opprinnelige lokalene fra 1975, med noen utvidelser innad i bygget. Paul er i dag «arbeidende» pensjonist og deleier. 5 av designerne er i dag hovedeiere og ønsker å ta bedriften inn i en ny periode.

Ecosign arbeider for mange norske destinasjoner, også i Norefjell sitt nærområde.



Mere kunnskap om Resort Municipality of Whistler <https://www.whistler.ca>

# Financing – Visitor contributions to RMOW revenues



## A quick guide to MRDT and RMI Visitor contributions to RMOW revenues

The Resort Municipality of Whistler (RMOW) receives two types of funding from the Province of British Columbia to support local tourism:

- MRDT** – Municipal and Regional District Tax (also known as the Hotel Tax) EST 1987
- RMI** – Resort Municipality Initiative Funding EST 2006



**How does this impact the RMOW's budget?**  
RMI and MRDT make up approximately 13.6% of the revenue the RMOW brings in each year.  
Property taxes and a variety of non-tax revenues, user fees, license and application fees and grants make up the remainder.



### Can MRDT and RMI be spent on anything?

The Province enables MRDT and RMI to be spent on services or infrastructure that directly enhance tourism and the tourism experience, as well as contribute to the provincial economy. The RMOW assembles a plan for each year to determine which projects and investments will be supported through MRDT and RMI, and the Province then approves these plans.

The Province provides MRDT and RMI funding to communities that support significant tourism within the province. MRDT and RMI funding recognizes that local communities can't provide all the services tourists need just from local revenues such as property taxes. MRDT and RMI funding also ensures that a successful and sustainable tourism sector benefits the entire province.

### How is MRDT and RMI spent in Whistler?

**MRDT revenue supports projects as well as the recurring Festivals, Events and Animations program.**  
In 2021, the RMOW's share is budgeted for \$2.6 million. These funds are leveraged to enhance the tourism experience and encourage travel in shoulder seasons and mid-week. Projects funded by MRDT include the Whistler 101 sessions; maintenance of the Village Stroll; and Park and Village Hosts.

**RMI funding goes to infrastructure or services that directly enhance tourism.**  
In 2021, the RMOW expects to receive \$6.4 million in RMI funding, which is being applied to projects and services like the new Whistler Village public washrooms; Whistler Olympic Plaza skating operations; and the Valley Trail connection to Function Junction.



### Thank you to the Province of British Columbia

Whistler is fortunate to have MRDT and RMI funding to support our tourism-based economy. This funding supports services that are above-and-beyond what our municipality would otherwise be able to provide. Only a portion of the hotel tax charged in Whistler comes back into the community through MRDT and RMI transfers – the rest goes into the Province's revenues. The Province in turn uses these revenues to support a wide variety of investments in all communities across British Columbia.

### Want to learn more?

Get full details at [whistler.ca/MRDT](http://whistler.ca/MRDT) and [whistler.ca/RMI](http://whistler.ca/RMI)

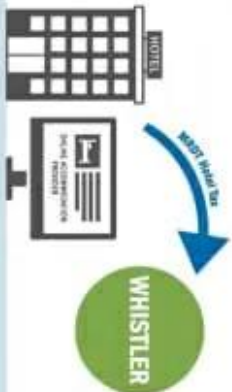


# Nærmere om MRDT



## What is MRDT?

The Municipal and Regional District Tax - also known as MRDT Hotel Tax - is a three per cent tax charged to short-term tourist accommodations like hotels.



The Province of British Columbia charges the tax, then distributes it to Whistler to allocate. Licensed accommodation providers from online platforms like Airbnb are also now required to collect and remit the tax. Shared 50 per cent between the Resort Municipality of Whistler and Tourism Whistler, the MRDT revenues are thoughtfully invested to enhance the visitor experience into three broad categories: **Our Guests, Our People and The Place.**

**How much goes where?**  
Most of the collected MRDT Hotel Tax goes to marketing and promotional strategies for the resort (**Our Guests**). The remaining goes to improving guest service (**Our People**) and developing/improving the destination itself (**The Place**).



Resort Municipality of Whistler  
[whistler.ca/MRDT](http://whistler.ca/MRDT)



### Our Guests:

#### Investment in marketing and promotional strategies

Sales and marketing target core and emerging markets to grow awareness of Whistler as a year-round mountain resort destination.

#### Investments include:

- Tourism Network Partnership with Destination BC, Tourism Vancouver, Tourism Victoria and Tourism Whistler.
- Summer 2019 Brand Marketing Campaign, Tactical Marketing Campaign, Golf Marketing Campaign and Mountain Biking Marketing Campaign
- Winter 2019/20 Brand Marketing Campaign and Tactical Marketing Campaign
- Spring 2019 Marketing Campaign
- Top Advisor Sponsorship
- Festivals, Events and Activation Marketing
- Partnership with UK and Australia Tour Operators
- Crowe Luxury Segment
- Concierge and Group Business Support

### Our People:

#### Investment in workforce who deliver the visitor experience

Investing in customer service training and recruiting methods, engaging staff ensures high guest knowledge and service skills.

#### Investments include:

- Whistler Host Program
- Whistler Experience Guest Services Training
- Visitor Information Centre Support
- Park and Trail Ambassador Program

### The Place:

#### Investment and development of the destination

Rebranding and developing Whistler's resort product ensures a positive visitor experience.

#### Investments include:

- Park and trail amenity enhancements
- Cultural tourism - learning and education development
- Festivals, Events and Activation Program

Resort Municipality of Whistler  
[whistler.ca/MRDT](http://whistler.ca/MRDT)



### MRDT Investments help ensure Whistler's success.

The amount of MRDT Whistler collects changes every year based on elections. Investments are reviewed annually and aligned with program needs to evaluate outcomes and guide decision-making.

Recent growth in visits for both the summer and winter seasons has supported the MRDT investment. It has reaffirmed investments in areas that deliver sustainable impacts and allowed investment away from areas that hinder quality for other facets of funding.

Whistler is one of 63 communities that receive MRDT Hotel Tax, and this incremental funding helps ensure these activities are funded from sources beyond solely property taxes.

### What's More

Funds from licensed online accommodation providers through services like Airbnb can be spent to support affordable housing requests. In 2019, one hundred per cent of all MRDT revenues from online providers were allocated to support a new market-oriented housing development in Cheakamus Country.

### Want to learn more?

Visit [whistler.ca/MRDT](http://whistler.ca/MRDT)

## Visjonens Whistler

### Sense of Place

1. **CULTURE:** Our genuine mountain culture pervades the community and is celebrated. It is enhanced by the rich heritage and culture of the Squamish Nation and Lil'wat Nation, on whose unceded traditional lands our community sits.
2. **LANDSCAPE:** Natural areas are never far from sight and reach; they are the predominant component of our mountain landscape, core to our mountain culture and the basis of our outstanding recreation offerings.
3. **BALANCE:** Community life and resort visitation are balanced, both occurring within the carrying capacity of our developed and natural environments.
4. **VIBRANT:** Vibrant community spaces are full of energy and frequent celebration, while not interfering with natural places of solitude and rejuvenation.

### Environment

5. **RESPECT:** We understand, respect and steward natural areas as the foundation of our community, our tourism-based economy and overall human *health*.
6. **PROTECTION:** Our development footprint is limited: *sensitive ecosystems*, wildlife habitat and indigenous biodiversity are healthy, protected and where necessary restored. We support the protection of regional ecosystems, wildlife habitat and agricultural land.
7. **ACCESS:** Where natural areas are accessed and enjoyed for recreation and overall well-being, we do so in a responsible way.
8. **RESOURCES:** Natural resources and energy are conserved and we have achieved zero waste. Water sources are protected. Natural materials are selected and synthetic substances and emissions are managed to protect human well-being and ecosystem health.
9. **CLIMATE:** Greenhouse gas (GHG) emissions are being systematically eliminated, all energy is derived from renewable sources and we are increasing our resilience to a changing climate.

### Community

10. **QUALITY OF LIFE:** We enjoy good *health* and high quality of life. Affordable housing and other essentials allow us to meet our needs and participate in Whistler's lifestyle through all stages of life.
11. **INCLUSIVE:** Residents and visitors of all ages, identities, abilities and incomes are welcome, included, and share our love for nature, active recreation, human connections and innovation.
12. **CONNECTED:** Community connections are strong and interactions with visitors are valued as an extension of the community.
13. **CONDUCT:** Everyone is treated with fairness, respect and care, and as a result we enjoy high levels of mutual trust and safety.
14. **PARTICIPATION:** We are able to meaningfully participate in community decisions, collaborating to achieve our Community Vision.
15. **PARTNERSHIPS:** We have established strong partnerships with the Squamish Nation, Lil'wat Nation, other levels of government and community stakeholders based on open dialogue, honesty, respect and collaboration, resulting in the achievement of mutual goals and shared benefits.

### Tourism-based Economy

16. **RESILIENT:** Our tourism-based economy is strong, diverse and resilient. Economic opportunities and employment support high quality of life.
17. **EXPERIENCE:** Whistler offers diverse, year-round and authentic experiences that offer exceptional value and sustain visitation.
18. **DEPENDENCE:** Economic activity depends on and respects the natural environment, our unique mountain culture and the people of our community.
19. **LOCAL:** Locally owned businesses are essential and thrive.
20. **RENEWAL:** Innovation, renewal and reinvestment in Whistler's infrastructure and offerings support livelihoods, quality of life and the visitor experience.

---

## Erfaringer og suksessfaktorer fra Whistler

### Samarbeid

- Overordnede planer
- Tydelig fordeling av oppgaver og ansvar
- Helhetlig tenkning på tvers av næring og forvaltning

### Økonomi

- Whistler ble tidlig definert som reiselivskommune og fikk tilgang til MRDT (hotellskatt) for å dekke utgifter til tiltak og aktiviteter de ikke hadde økonomi til gjennom egne midler som eks eiendomsskatt.
- Definert om reiselivskommune med færre innbyggere enn besøkende og derfor med svakere muligheter for å finansiere alle tiltak nødvendige for å bevare attraktivitet både for besøkende og fastboende og ble en av 13 kommuner som fikk bruke RMI (besøksbidrag? fra regionen)

### Planlegging

- Viktig å holde seg til plasamarbeidnen
- Være tro mot helheten

### Reisemålsledelse

- Whistler jobber nær hva vi forstår med reisemålsledelse
- Innvolvering av innbyggere
- Inkluderende ovenfor sesongarbeidere, pendlere og fritidsinnbyggere (secondhome owners)
- Respekt for opprinnelsen
- 

### Tjenester

- Vertskap og lokal stolthet – bygge felles forståelse og kultur
- Spirit pass
- Transit transporttjenester er rettet mot besøkende, lokale ungdommer, ansatte og har fokus lokalt med mål om å redusert biltrafikk. Pendlertrafikk overlater de til regionale aktører å håndtere. 4 rutetabeller gjennom året, pga ulike behov og volum.
- Aktivitets arenaer i fellesrom
- Tilrettelegging for kulturaktiviteter, konserter ol



