

Reiselivsstrategi Sunnfjord

2020 – 2022

Sunnfjord Utvikling AS – Visit Sunnfjord



1 Innholdsfortegnelse

2	Bakgrunn	3
3	Kvifor ei satsing på reiselivet?	3
4	Hovudsatsingsområde	3
5	Hovudkonsept	4
6	Sal, marknadsføring og informasjon.....	5
6.1	Sal og marknadsføring retta mot forbrukarar (B2C)	5
6.2	Sal og Marknadsføring retta mot reiselivsbransjen (B2B).....	6
7	Innhaldsproduksjon og historieforteljing	6
8	Produkt og produktutvikling.....	6
8.1	Aktivitetsbasert reiseliv	7
8.1.1	Vandring	7
8.1.2	Fiske	7
8.1.3	Jakt.....	7
8.1.4	Ski og Vinterturisme	7
8.1.5	Sykkel.....	8
8.1.6	Kajakk	8
8.1.7	Bre	8
8.2	Kunst og Kultur	8
8.2.1	Kunst.....	8
8.2.2	Kultur	9
8.3	Beøkturisme.....	9
8.3.1	Museum.....	9
8.3.2	Attraksjonar	9
8.3.3	Nasjonalt turistveg Gaularfjellet.....	10
9	Mat og matopplevingar	10
10	Arrangement	10
11	Infrastruktur, transport og reisemønster	11
12	Sesongutviding	11
13	Marknader	11
14	Berekraft.....	12
14.1	Berekraft gjennom lokal verdiskaping.....	12
14.2	Sertifisering som berekraftig reisemål.	12
14.3	Cruiseturisme og berekraft	12
15	Samarbeid og samarbeidspartnarar.....	13
15.1	Internt samarbeid.....	13
15.2	Eksternt samarbeid.....	13

2 Bakgrunn

Sunnfjord Utvikling AS har ansvaret for destinasjonsarbeidet og utviklinga av reiselivet for kommunane Førde, Gaular, Jølster og Naustdal (Sunnfjord Kommune). Dette dokumentet skildrar den strategiske retninga for reiselivsarbeidet i perioden 2020 – 2022.

3 Kvifor ei satsing på reiselivet?

Reiselivsnæringa er ei næring i vekst både nasjonalt og internasjonalt. I Strategisk næringsplan for Sunnfjord er reiselivet eit satsingsområde. Reiselivsnæringa skal spele ei viktig rolle i utviklinga av den nye kommunen i Sunnfjord på fleire område:

Først og fremst som verdiskapar i seg sjølv gjennom nyetableringar, auka omsetning og betra lønnsemd for eksisterande bedrifter. Dette vil gje fleire arbeidsplassar både i sjølve næringa og i næringar som er knytte til reiselivsnæringa.

I ei tid med ei utfordrande folketalsutvikling i regionen vil ei positiv utvikling i reiselivet være ein viktig faktor for å oppretthalde sysselsetting, tenestetilbod og servicefunksjonar i heile regionen.

Utvikling av reiselivet skal også skape positive effektar i form av auka tilbod og attraktivitet for dagens innbyggjarar og potensielt nye tilflyttarar.

4 Hovudsatsingsområde

Sunnfjord Utvikling vil prioritere desse sju hovudsatsingsområda i sitt strategiske arbeid med å utvikle reiselivet i Sunnfjord.

- 1. Forbrukarmarknadsføring i digitale kanalar**
Utvikle, profesjonalisere og systematisere det digitale sals- marknads- og informasjonsarbeidet retta mot forbrukarar.
- 2. Sal og marknadsføring mot reiselivsbransjen**
Målretta arbeid med marknadsføring mot turoperatørar og distribusjonsledd for å auke salet av reiselivsprodukt frå Sunnfjord.
- 3. Innhaldsproduksjon**
Skape gode kjensler for Sunnfjord gjennom å fortelje dei gode historiene frå området, og formidle dei vidare i eigne og eksterne digitale kanalar.
- 4. Produktutvikling**
Produktutvikling med mål om å utvide sesongane og auke omsetninga i eksisterande gode sesongar.
- 5. Internt samarbeid og kommunikasjon**
Forbetre internkommunikasjonen og styrke samarbeidet mellom reiselivsaktørane i Sunnfjord for å heve kvaliteten i heile reiselivsnæringa og produkta som blir tilbydd i marknaden.

6. Ekstern nettverksbygging og samarbeid

Aktiv tilnærming til omgivnadane både regionalt, nasjonalt og internasjonalt. Tettare samarbeid med det regionale destinasjonsselskapet FjordNorge og VisitNorway.

7. Kurs og kompetanseutvikling

Tilby eit breitt spekter av relevante kurs for å bidra til kompetanseheving og utvikling i næringa, i samarbeid med andre aktørar.

Arbeidet knytt til reiselivet i Sunnfjord i regi av Sunnfjord Utvikling skal knytast opp mot eller ha sitt utspring i eitt eller fleire av punkta over.

5 Hovudkonsept

Sunnfjord – Den gode opplevinga!

Hovudkonseptet skal være den samlande raude tråden gjennom kommunikasjon, marknadsføring og produktutvikling.

Konseptet skal:

- gjere det enkelt å kommunisere kvalitetane som finnes i Sunnfjord.
- vere med på å bygge opp om attraktiviteten til Sunnfjord
- gjere oss stolte – både i næringa og i lokalbefolkninga.
- vere samlande for næringa internt og noko å strekke seg etter i det daglege arbeidet.

Vi skal kommunisere kvalitetane og dei gode opplevingane som finnes i Sunnfjord ved hjelp av dei fire områda:

- *Natur*
- *Kunst og kultur*
- *Aktivitetar*
- *Matopplevingar*

I lyriske ordelag kan Sunnfjord beskrivast på denne måten:

«Som ei kongekappe ligg den blå breen over fjella. Blå is, kvite fossefall, grøne fjordar og blanke fjellvatn. Sunnfjord er forma av vatn. Elva renn som ei livsåre gjennom landskapet. Fylgjer du vatnet finn du vegen heim, til oss.

Når du padlar langs stranda speglar fjella seg i vassflata framom deg. Brått brotnar spegelen. Auren blenkjer i sollyset. Syklar du vegen tilbake, ser du stiar og spor i skogkanten. Slår du fylgje over høgdene ventar dalar og fjell med sunnfjordingen sitt Soria Moria inst under solefallet. Sel og støylar ligg som gull mellom gråsteinane. Sunnfjord er vårt kongerike og du er vår gjest.

Jonsokbålet ved Jølstravatnet brann seg fast i draumane. Guten kunne ikkje gjere anna enn å fylgje flammen. Kunstnarkallet var ukeleg i den unge prestesonen. Nikolai Astrup var utovervend og reiseglاد, heimen på Sandalsstrand var open og gjestfri. Men det var Jølster han måla.

Dei vakre landskapa logar og brenn i oss, som kjelde til livsglede og skaparkraft. Både i kunst, musikk, handverk og byggeskikk finst noko felles: Kulturuttrykka herifrå er vakre, særmerkte og originale.

Kunstnararven er vår skatt. Kunstnarheimen på Sandalsstrand er vår rettesnor. Like gjestfri skal Sunnfjord vere, like velkomen skal du kjenne deg.

Folk herifrå haustar råvarer slik årstidene let dei vekse og modnast. Frå sjøen og vatnet, frå fjellet og skogen. Frå mor til dotter, frå bestefar til barnebarn vert denne kunnskapen tatt vare på. Mat-tradisjonane i Sunnfjord er sunne og næringsrike, prega av varm omsorg og god tid. Tid til å ta vare på kvarandre, dyra og garden.

Tid til å ta vare deg som vår gjest i vårt kongerike»

6 Sal, marknadsføring og informasjon

Målretta, langsiktig og systemisert arbeid innanfor sal og marknadsføring retta både mot forbrukarar og distribusjonsleddet er eit prioritert område for Sunnfjord Utvikling i reiselivsarbeidet i åra framover.

Endringane innan sal og marknadsføring retta mot forbrukarar er store og omgripande. Digitalisering har endra og vil fortsette å endre også reiselivsnæringa. Sunnfjord som destinasjon og reiselivsnæringa i Sunnfjord må løftast opp på eit høgare nivå både når det gjeld forståing for digitalt sal og marknadsføringsarbeid, teknologiske løysingar og praktisk utøving.

Det er også behov for ei omfattande endring og utvikling av arbeidet med sal mot distribusjonsleddet (B2B). Å selje mot distribusjonsleddet krev langsiktig relasjonsbygging og kontinuerlig målretta arbeid.

6.1 Sal og marknadsføring retta mot forbrukarar (B2C)

Det er behov for å samle reiselivsnæringa og destinasjonen Sunnfjord om eit felles konsept og tilnærming til sal og marknadsføringsarbeidet retta mot forbrukarar. Dette gjeld både historiene ein fortel om Sunnfjord. Teknologiske løysingar og plattformer. Og den faktiske gjennomføringa og implementeringa av arbeidet.

Det eksisterer i dag for mange konsept og initiativ innanfor sal og marknadsføring som manglar kunnskap og ressursar til å nå fram til forbrukarane. Det er derfor behov for å samle og profesjonalisere denne delen av sals og marknadsarbeidet.

Den enkelte bedrifta eller aktøren har sjølv ansvaret for sal, marknadsføring og informasjon gjennom eigne kanalar.

Visit Sunnfjord / Sunnfjord Utvikling si rolle skal være å leie og samordne historieforteljinga om Sunnfjord og sal av produkt. Dette gjeld både i eigne kanalar og i eksterne kanalar, som Visit Norway og FjordNorge, og tredjepartskanalar.

6.2 Sal og Marknadsføring retta mot reiselivsbransjen (B2B)

Distribusjon av produkta og tilboda som finst i Sunnfjord gjennom både nasjonale og internasjonale aktørar, er eit prioritert satsingsområde. Dette arbeidet er viktig fordi desse selskapa sit på dei store kundemassane.

Sal mot slike selskap krev langsiktig relasjonsbygging. I strategiperioden skal vi som destinasjon oppsøke og delta på messer og arrangement for å knytte kontaktar og drive aktivt sal av Sunnfjord og tilboda som finst her.

Visningsturar der ein inviterer reiselivsbransjen til å sjå og teste dei opplevingane Sunnfjord har å by på, blir også ein viktig del av arbeidet.

7 Innhaldsproduksjon og historieforteljning

Å fortelje dei gode historiene frå Sunnfjord for å inspirere til reiselyst og kjøp av produkt er eit prioritert arbeidsområde.

Historiefortelling og innhaldsproduksjon får ein stadig viktigare plass i arbeidet med å promotere og selje ein destinasjon. Den digitale utviklinga pregar måten både forbrukarar og reiselivsbransjen navigerer i tilboda som eksisterer.

Vi vil sjå etter flinke formidlarar som høyrer til i Sunnfjord og i reiselivsnæringa: Folk som kan fortelje dei gode historiene om oss, og om Sunnfjord. Målet er å skape eit truverdig bilde av Sunnfjord som ein stad for gode opplevingar.

8 Produkt og produktutvikling

Tilfanget av salgbare produkt i Sunnfjord er per i dag avgrensa. For å være ein attraktiv og konkurransedyktig destinasjon er ein avhengig av at det blir utvikle fleire produkt retta mot ulike motivasjonsfaktorar.

VisitNorway og FjordNorge har fokus på både aktivitetsbasert reiseliv og på kunst og kultur. Det er naturleg for Sunnfjord Utvikling og Visit Sunnfjord å legge seg på same linja. Føresetnadane for produkt og produktutvikling innanfor desse områda er også gode i Sunnfjord.

Tilgangen til fleire produkt vil være eit viktig tiltak også for å utvide sesongane. Eit større produktspekter opnar for lengre og fleire sesongar.

Ansvar for å utvikle og skape salgbare produkt ligge hos den enkelte aktør i reiselivsnæringa.

Sunnfjord Utvikling / Visit Sunnfjord kan ta ei rolle i større overordna produktutviklingsprosjekt og på denne måten bidra til produktutvikling innanfor reiselivsnæringa i Sunnfjord.

8.1 Aktivitetsbasert reiseliv

8.1.1 Vandring

Dei naturgjevne føresetnadane gjer vandring til eit naturleg produkt å jobbe vidare med i Sunnfjord. Det eksisterer aktivitetstilbydarar som tilbyr ulike typar vandringar i sine turprodukt.

Det er behov for både enklare og meir krevjande ruter og turalternativ. For utanlandske gjestar har lettare turar størst potensiale.

Det vil også være behov for lengre ruter som går over fleire dagar med overnatting. Her vil det vere naturleg å samarbeide med aktørar også utanfor Sunnfjord.

For å få opp den kommersielle interessa må det jobbast med å tilrettelegge ruter og synleggjere desse både overfor forbrukarar men også turoperatørar som etterspør vandreprodukt.

8.1.2 Fiske

Med gode lakseelvar som Nausta, Gaula og Jølstra og ferskvassfiske av høg kvalitet rundt om i vatna i Sunnfjord er dei naturgitte føresetnadane for verdiskaping knytt til fisk gode.

Noko av potensialet for verdiskaping er allereie tatt ut, men det er framleis mange mulegheiter som ikkje er utnytta og som kan vere med å utvikle destinasjonen Sunnfjord.

Laks og aure som råvare vil også være ein ressurs inn mot matopplevingar i Sunnfjord. Å kople fisk og matopplevingar vil gje høve til å utvide verdikjeda, heve inntektpotensialet og forbetre og forsterke opplevingane knytt til fiske som aktivitet.

8.1.3 Jakt

Hjortebestanden er i vekst og hjort vil være ein klimavinnar i åra framover. Sunnfjord har ein stor hjortestamme og potensialet for å nytte hjort og hjortejakt i reiselivssamanheng er større enn det som i dag vert tatt ut.

Med jakttid frå september til desember vil ei satsing på hjortejakt som reiselivsprodukt vere ein viktig bidragsytar til sesongutviding.

Hjortevilt som råvare vil, som laks og aure, være ein ressurs inn mot matopplevingar i Sunnfjord. Ei utviding og forsterking av ledda i verdikjeda vil være med å heve inntektpotensialet og forbetre og forsterke opplevingane.

8.1.4 Ski og Vinterturisme

Arbeidet med ski- og vinterturisme starta opp som eit eige prosjekt vinteren 2017/2018. Prosjektet er avslutta, men arbeidet med å synleggjere mulegheitene som finnes i Sunnfjord knytt til denne typen turisme vil fortsette. Dette vil vere eit viktig tiltak med tanke på sesongutviding.

Reiselivsaktørane i Sunnfjord har eit ansvar for å utvikle produkt som er salgbare knytt til ski- og vinterturisme.

Sunnfjord Utvikling vil fortsette med sitt arbeid opp mot nasjonal og internasjonal presse for å skape merksemd rundt Sunnfjordfjella og mulegheitene som finst her.

8.1.5 Sykkel

Sykling som aktivitet er attraktivt både for dei som er på jakt etter lågterskeltilbod og dei som er ute etter meir avanserte opplevingar som stiller større krav til utstyr, erfaring og ferdigheiter. Forholda ligg godt til rette for at det kan utviklast gode tilbod innanfor både tursykling, landevegssykling og stisykling/terrengsykling i Sunnfjord. I ein tidleg fase vil det bli arbeidd med lågterskeltilbod innanfor tursykling. Å synleggjere mulegheitene som finst for tursykling vil være steg 1 i ei langsiktig utvikling. I tillegg vil ein i ein tidleg fase også arbeide opp mot turoperatørar/distribusjonsleddet for å innarbeide Sunnfjord som ein naturleg destinasjon for sykling.

Etablering og tilrettelegging av anlegg, stiar og løyper for stisykling og terrengsykling vil være ein føresetnad for å kunne utvikle produkt innanfor dette området.

8.1.6 Kajakk

Føresetnadane for kajakkpadling i Sunnfjord er gode både fordi vi har attraktive område å padle i og fordi det i dag finst aktivitetsbedrifter som tilbyr padling som produkt.

Padling vil også vere ein aktivitet som kan kombinerast med andre tilbod innan aktivitetsbasert turisme. På den måten vil padling kunne støtte opp om andre aktivitetar.

8.1.7 Bre

Bre har ei naturleg tiltrekkingskraft på turistar. Brearmane frå Jostedalsbreen strekkjer seg inn i Sunnfjord og er synlege mange stadar

Produktutviklinga bør gå i ei retning av lågterskel tilbod som er tilpassa ei større kundegruppe.

8.2 Kunst og Kultur

8.2.1 Kunst

Kunstnarar som Astrup, Eikås og Slettemark høyrer heime i Sunnfjord og vert assosierte med bygdene her. Difor er dei historiske banda til kunst lange og sterke. Naturen og landskapet i Sunnfjord har prega og inspirert kunstnarane og kunsten deira. Kunsten og kunstnarane passsar såleis godt inn i historia om Sunnfjord som den gode opplevinga. I arbeidet med å utvikle heilskapleg tilbod til turistar i Sunnfjord er denne delen av kulturarven vår ein stor ressurs.

Besøkstala ved institusjonane som formidlar kunst i Sunnfjord har dei siste åra hatt ei utvikling som peikar i motsett retning av det ein ønskjer. Det er behov for å ta grep når det gjeld marknadsføring og sal av kunst- og kunstopplevingar som ein naturleg del av eit besøk til Sunnfjord.

Nasjonalt skjer det ei vridning mot kunst og kultur som eit satsingsområde for reiselivet. Kunstnarane og kunstinstitusjonane i Sunnfjord fell såleis naturleg inn i eit felt der det blir satsa nasjonalt, og der det blir brukt ressursar på å synleggjere Noreg som eit reisemål for kunst- og kulturinteresse.

8.2.2 Kultur

Førdefestivalen har i 30 år brakt verda til Sunnfjord og Sunnfjord ut i verda. Samarbeidet med Førdefestivalen må utviklast med målsetting om at ein i fellesskap skal styrke festivalen i reiselivssamanheng og Sunnfjord som destinasjon. Festivalen og festivalorganisasjonen sit også på viktig kunnskap, nettverk og arrangørkompetanse som det er naturleg for både enkeltaktørar og Sunnfjord som destinasjon å nytte seg av. Førdefestivalen som reiselivsprodukt har også eit ansvar for å bidra til sesongutviding gjennom å vidareutvikle konseptet sitt til å i større grad ha program og arrangement spreidd utover heile året.

Sunnfjord har både fasilitetar og aktørar, både offentlege og private, som verkar innanfor kulturfeltet. Som destinasjonen vil det vere viktig at ein både klarer å vidareutvikle dei tilboda som finst og auke samarbeidet opp mot og mellom dei offentleg og private aktørane som arbeider innanfor kulturfeltet. I reiselivssamanheng vil det vere eit mål å kunne knytte kulturtilbodet opp mot overnatting, mat og serveringstilbod, aktivitetar og andre reiselivstilbod slik at ein kan bevege seg frå å levere enkeltprodukt til å levere og selje opplevingar med høgare status, sterkare betalingsvilje og betre inntening for heile reiselivsnæringa. Samarbeid på ulike nivå er ein nøkkelfaktor for å lykkast med dette.

8.3 Beøkturisme

8.3.1 Museum

Musea i Sunnfjord, med dei offentlege museumsinstitusjonane som Sunnfjord Museum, Sogn og Fjordane Kunstmuseum, Eikåsgalleriet og Astruptunet i spissen, har ei viktig rolle å spele for å skape eit heilskapleg tilbod som appellerer til tilreisande med ulike interesser. Musea har verdifull erfaring og kompetanse i å formidle historia om Sunnfjord til dei tilreisande.

I strategiperioden skal ein arbeide med å integrere musea betre med andre delar av reiselivsnæringa. Gjennom samarbeid om produktutvikling, sal og marknadsføring kan ein forbetre det samla tilbodet og bevege seg frå å selje enkeltprodukt til å selje samla opplevingar.

8.3.2 Attraksjonar

Synleggjering av attraksjonar i Sunnfjord kan med enkle grep forbetrast. Fossefall, elveløp, vatn, vakkert og aktivt kulturlandskap og historiske bygningar har appell hos gjestane våre. Informasjon om

desse stadane og korleis ein kan nå og oppleve dei må ut til gjestane. Vi vil i hovudsak bruke digitale løysingar og verktøy for å nå ut med informasjon, spreie budskapen og skape gode opplevingar knytt til attraksjonar.

8.3.3 Nasjonal turistveg Gaularfjellet

Investeringane som har blitt gjort i regi av Nasjonal Turistvegar i strekninga Nasjonal Turistveg Gaularfjellet er store. Det er viktig at Sunnfjord Utvikling og Sunnfjord Kommune også framover bidreg til at ein klarer å realisere fleire anlegg på strekninga. I tillegg må produktutvikling og tilbod både innanfor overnatting, mat og opplevingar vidareutviklast.

For perioden 2019 – 2020 har Sunnfjord Utvikling eit eige prosjekt der målet er å auke trafikken på Nasjonal Turistveg Gaularfjellet. Dette vil være eit viktig tiltak i strategiperioden. Vidare tiltak vil bli vurderte etter at dette prosjektet er avslutta.

9 Mat og matopplevingar

I løpet av dei siste åra har ein sett ei positiv utvikling innanfor mat og matopplevingar i Sunnfjord. Fleire aktørar både innanfor reiselivsnæringa og landbruket har satsa på, og utvida sitt tilbod knytt til mat og matopplevingar. Å kunne tilby gode matopplevingar spelar ei viktig rolle når turistar skal velje reisemål. Eit godt mattilbod og opplevingar knytt til mat vil være med å heve den samla kvaliteten på tilbodet i regionen og bidra til at ein flyttar seg frå å tilby enkeltprodukt til å tilby opplevingar. Ei slik utvikling vil være med på å auke verdiskapinga og innteninga i næringa.

Nye Sunnfjord Kommune blir også ein betydeleg landbrukskommune med produksjon av gode råvarer. Saman med vilt og fisk som hjort og laks og aure har Sunnfjord eit godt utgangspunkt for å utvikle tilbodet innanfor mat og matopplevingar.

I strategiperioden vil ein jobbe vidare med mat og matopplevingar, for å utvikle dette til å bli ein faktor som aukar attraktiviteten til Sunnfjord som destinasjon. Det er naturleg å starte dette arbeidet som eit forprosjekt.

10 Arrangement

Sunnfjord har lang erfaring og tradisjon for å være vertskap for arrangement. Erfaringa og tradisjonane skal vidareutviklast gjennom ein eigen arrangementsstrategi for Sunnfjord.

Siktemålet er å nytte arrangement som eit verdiskapande tiltak i reiselivsnæringa og då særleg i periodar av året med ledig kapasitet i månadane frå september til april.

Vi vil jobbe saman og opp mot både offentleg sektor, privat næringsliv og frivillige lag og organisasjonar, i tillegg til reiselivsnæringa, for å tilrettelegge for at fleire møter, seminar, idrettsarrangement og kulturarrangement vel Sunnfjord som destinasjon.

Arbeidet med arrangement vil bli behandla i eit eige strategidokument. Satsinga på arrangement vil være eit eige prosjekt som går parallellt med det tradisjonelle reiselivsarbeidet.

11 Infrastruktur, transport og reisemønster

Som destinasjon er vi avhengige av å samarbeide med destinasjonsselskapa omkring oss, lokale og sentrale myndigheiter, transportaktørar og reiselivsbransjen for å forbetre kommunikasjonen i form av infrastruktur og rutetilbod til og frå regionen.

Innlandsaksen, frå Sogn gjennom Skei til Nordfjord, har i dag stor turisttrafikk og er godt etablert. Det same gjeld til ein viss grad kystaksen mellom Bergen og Ålesund. Nasjonal Turistveg over Gaularfjellet er også ein godt innarbeidd akse for turisttrafikk rute for turisttrafikk på sommaren.

Knutepunkt i og utanfor destinasjonane Sunnfjord, som Skei, Balestrand, Askvoll og Florø spelar ei viktige rolle for reiselivet i Sunnfjord

Framover blir det viktig å skape tilbod reisemønster som gjer det lett og naturleg for turistar å bevege seg til og frå desse knutepunkta og nytte seg av tilbod i Sunnfjord undervegs. Arbeidet med dette vil bestå både av ruteutvikling og infrastruktur knytt til rutene, men også marknadsføring av mulegheitene som finst langs desse aksane.

12 Sesongutviding

Utfordringane for reiselivsnæringa i Sunnfjord er tilsvarande som for resten av Vestlandet og landet elles. Høgsesongen har tilfredsstillande belegg og utnytting, mens resten av året har dårlegare belegg.

Sunnfjord Utvikling gjennomførte vinteren 2017 – 2018 eit prosjekt knytt til vinterturisme i Sunnfjord. Dette har gitt resultat gjennom auka merksemd kring potensialet for vinterturisme i kommunen. Arbeidet med vinterturisme vil fortsette i denne strategiperioden.

Satsinga på arrangement blir også eit viktig tiltak for å utvide grunnlaget for reiselivsnæringa i Sunnfjord gjennom fleire overnattingsdøgn og auka omsetting spreidd utover året.

Produktutvikling innanfor jakt kan spele ei rolle for å utvide turistsesongen. Med ein stor og aukande hjortebestand og ein jakt sesong som strekker seg frå september til desember eksisterer det eit potensiale for forlenging av sesongen for reiselivsbedriftene i tillegg til auka verdiskaping for både reiselivsnæringa og tilknytte næringar.

13 Marknader

Sunnfjord som destinasjon skal i strategiperioden jobbe mot den norske og europeiske marknaden. Dei nære marknadane med land som Storbritannia, Sverige, Danmark, Tyskland, Nederland, Belgia, Frankrike og Spania har prioritet i marknads- og salsarbeidet.

Vi ønskjer å tiltrekke oss turistar som ønskjer å opphalde seg lenge i Sunnfjord og nytte seg av lokale mat-tilbod og lokale aktivitetstilbod. Ein må på eit overordna nivå ha fokus på inntening og lokal verdiskaping når ein ser på kva typar turistar ein ønskjer å tiltrekke seg.

14 Berekraft

14.1 Berekraft gjennom lokal verdiskaping

Å få gjestene til å bli lengre i Sunnfjord skal vere det overordna tiltaket for å auke berekrafta i reiselivsnæringa lokalt. Ressursane som vert investerte i marknadsføring og sal skal nyttast på tiltak som gir størst muleg lokal verdiskaping per gjest. Vi skal skape attraktive tilbod som gjer at vi kan strekkje oss etter og marknadsføre oss mot turistar som ønskjer å være lenge i Sunnfjord. Slike gjester er på jakt etter lokale mattilbod og aktivitetar. Denne typen turisme bidreg til høg verdiskaping lokalt og ei berekraftig reiselivsnæring .

Marknadsføring og sal skal rettast mot Europeiske marknadar med kort reiseveg til Noreg og Sunnfjord. Som destinasjon skal vi synleggjere og utvikle reisemåtar for å komme seg til og frå Sunnfjord med låge miljømessige konsekvensar. Destinasjonsarbeidet skal også innrettast mot tilbod lokalt som har høg grad av berekraft.

Internt i næringa i Sunnfjord er målsettinga å stimulere reiselivsbedriftene og bransjen i Sunnfjord til å nytte lokale råvarer og tilrettelegge for høgare produksjon og tilkomst av lokale råvarer brukt i reiselivsnæringa.

14.2 Sertifisering som berekraftig reisemål.

Berekraftsertifisering blir i større grad etterspurt både av forbrukarane og av turoperatørar som tek med gjestar til Noreg. Berekraftsertifisering er etter kvart ein faktor som må på plass for å bli rekna med. Sunnfjord skal berekraftsertifiserast i løpet av strategiperioden.

14.3 Cruiseturisme og berekraft

Det er debatt om dei miljømessige konsekvensane og økonomiske gevinstane ved cruiseturisme. I Sunnfjord har omfanget av cruiseanløp fram til no vore lite. Cruise er ei volumbasert næring og det krevst ein del i form av logistikk og infrastruktur for å ta imot cruiseskip og deira gjestar. Det er uvisst om ein for Sunnfjord sin del kan nå opp i dei voluma som trengs for at cruiseturisme vil være lønnsamt. I tillegg vil ei cruiseturisme kunne ha ei negativ innverknad på omdømme og attraktiviteten til Sunnfjord som reisemål for andre grupper.

Det har blitt gjennomført arbeid for å sjå på moglegeheitene for såkalla Explorercruise med anløp i Sunnfjord. Arbeidet er ikkje konkludert og ein vil i løpet av strategiperioden ta stilling til om dette er noko ein skal arbeide vidare med.

15 Samarbeid og samarbeidspartnarar

Sunnfjord som destinasjon, reiselivsnæringa i Sunnfjord og Sunnfjord Utvikling som destinasjonsselskap har behov for å bli meir opne for omgjevnadane og utovervende i sin tankegang og tilnærming.

15.1 Internt samarbeid

Sunnfjord Utvikling som destinasjonsselskap skal legge til rette for møteplassar og arena for nettverk internt i reiselivsnæringa i Sunnfjord. Gjennom aukande grad av samarbeid reiselivsbedriftene i mellom skal ein bidra til produktutvikling og ein bevegelse frå å levere enkeltprodukt til å selje opplevingar i Sunnfjord. Samarbeid internt i reiselivsnæringa som resulterer i opplevingar framfor enkeltprodukt vil gi betre inntening og lønnsemd for bedriftene.

15.2 Eksternt samarbeid

Eit godt samarbeid med destinasjonsselskapa omkring Sunnfjord, det regionale destinasjonsselskapet FjordNorge og VisitNorway vil være essensielt for å realisere målsettingane i strategien.

Med dei ressursane som er tilgjengelege til å drive destinasjonsarbeid og den kunnskapen, kompetansen og nettverket som krevst for å lukkast, særleg med bransjearbeidet og digitalt marknadsarbeid, er ein avhengig av eit godt samarbeid med andre selskap og organisasjonar i reiselivsnæringa.

Sunnfjord Utvikling ønskjer også eit tettare samarbeid med destinasjonsselskapa omkring oss både innanfor produktutvikling, marknadsføring, sal, kurs og kompetanseheving.

