

DEL 2 Strategiske innsatsområde

Heile Sogn - Heilt ekte - Heile året.

Tre hovudområde

Del 2 *Strategiske innsatsområde* er delt inn i tre hovudområde med underområde:

1. Utvikle *fellesressursane*

- *Natur, Kultur og Infrastruktur*

2. Utvikle *næringa*

- *Aktivitetar, attraksjonar og overnatting, Lokal mat og drikke*

3. Utvikle *verktøya*

- *Miljø, Teknologi og digitalisering, Kompetanse, Samarbeid og organisering, Profilering, marknadsføring og sal*

Kvart av underområda er omtala med kvalitative *overordna mål, effektmål, utfordringar og moglegheiter*, i tillegg til tabellering av *hovudaktivitetar* (HA) med eigne kvalitative *mål, strategiar, tiltaksområde* og *ansvar* der "*ansvar*" syner til hovudansvarleg for oppfølging og "*deltaking*" syner til hovuddeltakarane.

Prioritering av hovudaktivitetane (HA) i tabellane er merka slik:

Prioritet 1: 2021 - 2023	Prioritet 2: 2022 - 2025	Prioritet 3: 2025 - 2030
--------------------------	--------------------------	--------------------------

Forkortingar nytta under kolonna "*ansvar*": VS = Visit Sognefjord, Komm. = kommunane, Forvaltn. = verneområda og verdsarvparken, IN = Innovasjon Norge, FN = Fjord Norge, VN = Visit Norway.

Ansvar for oppfølging

Realisering av planen er avhengig av oppfølging frå kommunane, næringa, verneområda, verdsarvparken og Visit Sognefjord. Visit Sognefjord (VS) vil alltid vere pådrivar for tiltak i masterplanen, også der andre enn VS er ansvarleg for initiering og gjennomføring. Det skal lagast partnerskapsavtalar mellom VS og alle involverte partnerar i offentlig sektor og næringa der det vert konkretisert kva aktørane har ansvar for å følge opp, med utgangspunkt i planen.

Mål, strategiar og tiltak må tilpassast dei ein skilde stadene i Sogn, og det bør lagast lokale strategiske tiltaksplanar for reiselivet per stad med bakgrunn i masterplanen og lokale utfordringar og moglegheiter. Her bør ein sjå til dei andre stadene i- og utanfor Sogn og korleis ein kan spele på kvarandre sine kvalitetar for å oppnå berekraftig regional samhandling og utvikling.

Tiltaksplanar

Del 2 *Strategiske innsatsområde* er bakgrunn for utarbeiding av konkrete tiltak i del 3 *Tiltaksplanar* i "*frå ord til handling*" fasen med nærare presisering av *kvantitative delmål, delstrategiar, ansvar, budsjett, tidfesting og resultatmåling*.

Kapittel 1: Utvikle fellesressursane

1.1 Natur

Overordna mål

Sognefjordregionen skal drive beste praksis innan god besøksforvaltning med ein berekraftig balanse mellom bruk og vern, god tilrettelegging, styring av trafikk og gjennomarbeidd informasjon og formidling av høg kvalitet.

Effekt mål

1. Verdiskapinga basert på naturressursane har auka
2. Trafikken er spreidd ut over regionen
3. Den samla belastninga på naturen er redusert på grunn av betre tilrettelegging
4. Brukarane si oppleving er betre på grunn av betre informasjon
5. Konfliktpotensialet mellom besøkande og lokale er redusert

Utfordringar

1. Manglande tilrettelegging for ferdsel skapar unødig slitasje på naturen
2. Mangel på trafikkstyring skapar logistikkutfordringar på enkeltpunkt, og for låg trafikk på andre
3. Fråvær av infrastruktur og kommersielle aktørar gjev lite midlar til å drive vidareutvikling og tilrettelegging

Mogelegheiter

1. Utvikle standardar for tilrettelegging og merking av naturområder og interessepunkt for Sogn
2. Etablere trafikkstyringsystem for bruk av naturressursane
3. Etablere god infrastruktur og informasjonsløysingarknytt til naturressursane

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Besøks- forvaltning	Sogn har ei samanhengande god besøksforvaltning med reiselivstilpassa bruk og vern av naturområda	Lage besøksforvaltningsplanar og kople reiseliv inn i planane Etablere regionalt friluftsråd Verdisette urørt natur	Etablere faste møteplassar VS og forvaltninga Vurdere felles overordna regional plan for besøksforvaltning Eablering av tålegrenser og målesystem Utfordre kommunane på etablering av regionalt friluftsråd i Sogn Utfordre FN/fylka til vidareføring av modell for verdisetting av urørt natur (ref. grunnlag i VF/NCET)	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Forvaltn. VS

1.2 Kultur

Overordna mål

Sognefjordregionen skal drive beste praksis innan god besøksforvaltning med ein berekraftig balanse mellom bruk og vern av kultur og kulturarven med god tilrettelegging, besøksstyring, formidling av høg kvalitet og bruk av kulturarven som ressurs i unike reiseopplevingar og identitetsbygginga for Sogn.

Effekt mål

1. Auka merksemd rundt den lokale materielle og immaterielle kulturarven
2. Regionen sin status som kulturreisemål er styrka
3. Verne- og restaureringsarbeidet vert styrka gjennom auka tilrettelegging, bruk og inntekter

Utfordringar

1. Kulturminna manglar midlar til å bli sett i stand, tekne vare på og formidla til publikum
2. Det er i for liten grad skapt gode koplingar mellom reiseliv og kultur
3. Den immaterielle kulturarven er liten grad tilgjengeleggjort og heldt i hevd

Moglegheiter

1. Kartlegge og formidle den lokale kulturen i reiselivet
2. Nytte materiell og immateriell kultur og kulturminne som base for å skape nye reiselivsprodukt
3. Dyrke fram og bruke "Sognaidentiteten" i produkt- og marknadsutvikling

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Kartlegging	Avdekke status og moglegheiter	Utarbeide oversikt	Etablere prosjekt for kartlegging	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Forvaltn./org./foreningar
HA 2: Vern og bruk	Vern gjennom bruk	Nytte og etablere besøksforvaltnings-planar	Samle og nytte eksisterande planar og vurdere behovet for nye planar Nytte verktøya i fellesgodeprosjektet	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Forvaltn./org./foreningar

HA3: Samspel kultur og næring	Auka samspel kultur - næring innan reiseliv	Kompetanse- heving Mobilisere til Kommersialisering	Utvikle møteplassar, kurs, og seminar Etablere faste felles møtefora for kultur- og næringsaktørar Etablere struktur for oppfølging av idear og utviklingsmoglegheiter	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Næringa Kulturakt. VS
--	--	--	---	--

1.3 Infrastruktur

Overordna mål

Sognefjordregionen skal ha gode heilårlege transport- og rutetilbod, og vere det best tilrettelagde reisemål i landet med omsyn til naudsynt infrastruktur, informasjon, berekraftige transportløyningar og servicetilbod i lokalsamfunna, vernemråda og resten av Sogn for tilreisande og fastbuande.

Effektmål

1. Betre informasjon, offentleg servicetilbod og transport til gode for tilreisande og fastbuande
2. Eliminert konfliktpotensialet mellom fastbuande og besøkande
3. Godt tilrettelagde lokalsamfunn, verneområda og stader for trivsel i heile Sogn

Utfordringar

1. Rutenettet for offentleg transport i regionen er trua av reduksjon i tilbodet
2. Endra reisevaner skapar press på den offentlege infrastrukturen for parkering, skilting, toalett, renovasjon, vegstrukturar og ikkje-kommersiell overnatting
3. Tilrettelegginga for besøkande vert gjort utan omsyn til lokale behov, og omvendt

Moglegheiter

1. Bli førande på tilrettelegging av servicetilboda, infrastruktur og transportløyningane med utgangspunkt i dei definerte verdsarv- og verneområda
2. Ta posisjon på nye løysingar for fellesgodeforvaltning og -finansiering
3. Nytte ny teknologi og endra reiseåtfærd i arbeidet med å utvikle reiselivet i Sogn

Innstsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Rutetilbod og mobilitet	Betre offentleg og kommersielt rutetilbod, rutekoplingar og miljøvennlege mobilitetsløysingar i heile Sogn	<p>Påverke til tettare samarbeid mellom fylke, kommunane og reiselivs-næringa</p> <p>Etablere incentiv og krav for miljøvennlege løysingar og universell design</p>	<p>Identifisere og prioritere utvikling av ruteutfordringar og rutekoplingar (bl.a. kopling sør/nord i Sognefjorden, og tilgjengeleggjere fjordane og bygdene)</p> <p>Etablere tettare samarbeid mellom fylkeskommunen, transportaktørar og næringa</p> <p>Sikre større vekt på reiseliv i RTP og anbodskriterie, inklusiv restriksjonar ut frå tålegrenser og behovsprøving i utsette område</p> <p>Løfte fram sentrale ruter i produkt- og marknadsarbeidet</p> <p>Legge til rette for- og bidra til å utvikle gode og miljøvennlege mobilitetsløysingar med universell design ("Green mobility" – pilotregion)</p>	<p><u>Ansvar:</u> VS</p> <p><u>Deltaking:</u> Komm. Vestland fylke</p>
HA 2: Informasjon og booking	Felles forenkla informasjon og booking	Påverke til sam- arbeid for å sikre deling av opne data og samordning	<p>Etablere dialog med fylkeskommunen, FN og næringa om strategi for forenkla booking felles billettering</p> <p>Påverke til forbetring av digitale informasjons- og bookingløysingar via t.d. en-tur.no, Google maps m.fl.</p>	<p><u>Ansvar:</u> VS</p> <p><u>Deltaking:</u> Vestland fylke</p>
HA 3: Vegnett	Betre vegnett heile året	Samarbeid med vegvesenet og kommunane	Kartlegge og prioritere tiltak knytt til vedlikehald, brøyting, rasteplassar, rydding/utsiktspunkt, gang/sykkelveg og informasjon og skilting	<p><u>Ansvar:</u> Komm.</p> <p><u>Deltaking:</u> Vegves.</p>
HA 4: Hamnene	Betre og meir berekraftige hamner	Etablere og forbetre løysingar for landstraum og avfallshandtering.	Sikre prosessar for etablering av landstraum, avfallshandtering og tenesteleveranse i hamnene knytt til cruise, rutetraffikk og private farty	<p><u>Ansvar:</u> Hamnevesna</p> <p><u>Deltaking:</u> Komm.</p>

<p>HA 5: Lokal- samfunns- utvikling</p>	<p>Betre lokal- samfunn for tilreisande og lokalbefolkning</p> <p>Betre areal- og samfunns- planlegging</p> <p>Etablere eit sterkare kunnskaps- grunnlag om lokalsamfunna</p>	<p>Reiselivsomsyn inn i planverket og forvaltninga</p> <p>Legge til rette for- og utvikle infrastruktur i natur- og kulturområde</p> <p>Gjennomføre lokale undersøkingar</p>	<p>Etablere rutinar for undersøking av verdiskaping og verknadene frå reiselivet</p> <p>Etablere modellar for ABC-planlegging for næringsutvikling i dei kommunale arealplanane og stadsutvikling</p> <p>Etablere standardar for estetisk miljø og visuelt inntrykk ("Sense of place") i samfunnsplanane</p> <p>Kartlegge, prioritere og utvikle felles- godene som informasjon, skilting, parkering, toalett, søppelhandtering/ - sortering, reinhald, tømmeastasjonar, ladestasjonar, gjestehamner mm.</p> <p>Tilrettelegging av natur- og kultur- område for besøk og aktivitet som vandring, sykling og kommersielle aktivitetar med vekt på berekraft og universell design</p> <p>Sette av areal til næringsutvikling</p> <p>Etablere samarbeid mellom kommunane og næringa for å sikre bustader for sesongtilsette</p> <p>Etablere ambassadørprogram med lokalbefolkninga</p>	<p><u>Ansvar:</u> Komm.</p> <p><u>Deltaking:</u> Forvaltn. Hamnev. Næringa VS</p>
<p>HA 6: Service- tilbod</p>	<p>Betre offentlege servicetilbod og beredskap i heile Sogn</p>	<p>Samarbeid mellom kommunane og næringa om utvikling og finansiering</p>	<p>Kartlegging og plan for utvikling</p> <p>Utfordre Stortinget på auka midlar til beredskap i turistkommunar</p> <p>Kopling til prosjektet for felles- godefinansiering</p>	<p><u>Ansvar:</u> Komm.</p> <p><u>Deltaking:</u> Forvaltn. VS NHO rei. Virke rei.</p>
<p>HA 7: Fellesgode- finansiering</p>	<p>Etablere system for fellesgode- finansiering av utsette natur- og kultur- ressursar</p>	<p>Fellesgode- prosjektet</p>	<p>Pilot og uttesting</p>	<p><u>Ansvar:</u> Verdsarv- rådet og Komm.</p> <p><u>Deltaking:</u> Forvaltn. Næringa VS</p>

Kapittel 2: Utvikle næringa

2.1 Aktivitetar, attraksjonar og overnatting

Overordna mål

Sognefjordregionen skal bli best i landet på utvikling av heilårleg, berekraftig, mjuk aktivitetsturisme, natur- og kulturbaserte attraksjonar og berekraftige overnattingsbedrifter med høg kundeopplevd kvalitet i verdensklasse.

Effekt mål

1. Fleire startar-, driv- og er sysselsette i reiselivsnæringa i Sogn
2. Dei besøkande og fastbuande opplever regionen som meir attraktiv
3. Fleire besøkande gjennom heile året i heile Sogn, og folketalet i regionen aukar

Utfordringar

1. Reiselivsnæringa er konsentrert om en relativt kort sommarsesong og tilgjengelegheita skapar avgrensingar for tilbydarane
2. Utviklingsarbeid er kostbart og tidkrevjande, og det økonomiske handlingsrommet i bransjen er avgrensa
3. Sogn treng å utvikle fleire tilbod mot nye segment

Moglegheiter

1. Gjestane vurderer aktivitetar som den viktigaste grunnen til å velje eit reisemål framfor eit anna
2. Meir samarbeid innan produktutvikling, sal og marknadsføring kan løfte opp mange nye aktørar
3. Heilårsverksemd vil auke behovet for faste stillingar og tilsette som bur og lev i regionen

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Samarbeid om aktivitets- og attraksjons- utvikling	Sogn er den sterkaste samarbeidsklynga for reiseliv i Norge	Partnaravtalar om HUB-samarbeid, produktutvikling pakking og felles digital infrastruktur for sal Alle bedriftene er kvarandre sine salspunkt Jobbe for eit breitt forankra nettverks- og/eller ARENA-prosjekt Bygge fyrtårn/konsept der ein tek berekraft "heilt ut" (som t.d. Werfenweng i Østerrike)	Sognefjord Active 365-prosjektet Nettverk, studieturar, og samlingar Initiere større prosjekt for tema og relevante aktørar Utvikling av verktøy for historieforteljning Utvikling av vandring og sykling	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Næringa

HA 2: Fyrtårns- etablering	Auka heilårleg omsetnad i heile Sogn	Utvikle minst ein drivar per stad i Sogn per sesong	Identifisere og utvikle drivarar (til dømes 1000-meteren, Hodlekve, Nærøy- fjorden, Sylvringen, Kongevegen m.fl.)	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Komm. Næringa
HA 3: Akvisisjon	Få inn nye tilbydarar mot nye segment	Proaktivt arbeid mot nye tilbydarar	Kartlegging og oppsøkande verksemd Kopling mellom aktørar Etablere gode rammehøve for etablering	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> VS IN m.fl.

2.2 Lokal mat og drikke

Overordna mål

Utvikle Sogn til den fremste lokalmat- og drikke-regionen i Noreg med nasjonalt- og internasjonalt anerkjende produsentar, serveringsstader og besøkspunkt med høg kvalitet.

Effektmål

1. Landbruket i regionen aukar, og har ein større del av produksjonen knytt til lokale verdikjeder
2. Innbyggjarane sin stoltheit knytt til lokal mat og drikke har vokse
3. Auka etterspurnad gjev nye mogelegheiter innan distribusjon og sal

Utfordringar

1. Lite lønsemd i lokal mat og drikke per i dag
2. Umoden verdikjede med lite tradisjon for samarbeid, distribusjon og bruk i næringa
3. Tungvint og vanskeleg å nå kommersielt forsvarleg nivå for nye aktørar

Mogelegheiter

1. God råvaretilgang og naturgjevne føresetnadar for berekraftig produksjon og foredling av lokalmat og -drikke
2. Aukande medvit hjå kundane om kvalitet, reinheit og opphav og etterspurnad etter lokal mat og drikke og historieforteljing
3. Stor tal besøkande og auka interesse for lokal historieforteljing gjev mogelegheit for kommersielle besøkspunkt for produsentane

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Lokalmat på menyen	Nasjonalt- og internasjonalt anerkjende serveringsstader som serverer lokal mat og drikke med høg kvalitet	Etablere nettverk mellom produsentar og reiselivsnæringa	Lokalmatprosjektet	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Produs. Næringa VS
HA 2: Utvikle verdikjeda	Produsentar og leverandørar med høg kvalitet	Mobilisere til nye lokale verdikjeder Etablere distribusjons- løysingar for lokalmat	Temasamlingar Studieturar Samarbeidsfora	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Produs. Næringa
HA 3: Utvikle besøkpunkt	Kommersielle besøkpunkt med høg kvalitet heime hjå produsentane	Aktørutvikling og kopling mellom produsent og reiseliv	Kartlegging Bistand til å utvikle forretningsmodellar Etablere lokalmatprofil for Sogn	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Produs. Næringa VS

Kapittel 3: Utvikle verktøya og rammene

3.1 Miljø

Overordna mål

Sognefjordregionen skal bli best i landet på å utvikle eit berekraftig reiseliv med høg grad av sertifiserte aktørar, reduksjon av lokale og regionale utslepp, flest mogleg kortreiste tilreisande med lange opphald og høgt lokalt forbruk, etablerte besøksforvaltningsplanar, definerte tålegrenser og bruk av miljøvennlege opplevingar, overnatting og transport i utviklings- og marknadsarbeidet.

Effektmål

1. Aktørane i Sogn er i leiinga på bruk av ny miljøvenleg teknologi
2. Bevisstheita rundt berekraft er høg i heile samfunnet i regionen
3. Sogn er nasjonalt anerkjent som eit av dei fremste berekraftige reisemåla

Utfordringar

1. Det finst få definisjonar og standardar som gjev tydelege svar på retning og innhald i arbeidet med å bli berekraftig
2. Det er til dels sterke motsetnader mellom ulike syn på berekraft og kva som er viktig og riktig knytt til tålegrenser
3. Det er krevjande å nå ut med informasjon om berekraftsarbeide til omverda

Moglegheiter

1. Godt berekraftsarbeid gjev høg status som reisemål
2. Sogn har gode føresetnader for å vere berekraftig gjennom å satse på rein energi, levande lokalsamfunn og attraktivitet som reisemål
3. Auka lokal bevisstheit rundt berekraftsarbeidet kan skape attraksjonar i seg sjølv

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Miljøsertifisering og miljøpolicy	Alle kommunane, medlemsbedriftene i Visit Sognefjord og arrangementa i Sogn er miljøsertifiserte og/eller utviklar miljøpolicy Sogn vert brukt som døme på eit berekraftig reisemål nasjonalt og internasjonalt	Jobbe aktivt med eiga sertifisering og etablering av miljøpolicy Bygge opp lokal kompetanse Legge til rette for delingsforum og informasjon	Mobiliseringsmøter Fellesopplegg og kurs Utvikle rettleiarar Informasjonstruktur	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Komm. Næringa

HA 2: Sertifiserte turoperatører	Næringa har dei strengaste krava til berekrafts-sertifisering av turoperatører i bransjen	Utvikle kravsspesifikasjonar Jobbe med å retteleie og utvikle turoperatørane	Etablere utviklingsprosjekt for turoperatørane	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Næringa IN
HA 3: Kommunisere berekraft og samfunns- ansvar	Sogn er kjent som ein av dei mest berekraftige reisemåla i Noreg	Opplæring, motivasjon og informasjon internt i næringa og eksternt	Motivere til felles innsats i næringa Etablere PR og informasjonsarbeid	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Komm. Næringa
HA 4: Kortreiste besøkande	Reisande frå Europa skal utgjere minst 80% av dei tilreisande om sommaren og minst 50% om vinteren	Vektlegging av produktutvikling og marknadssatsing retta mot Europa og Norge	Marknadsføring i VN, FN, VS og reiselivsnæringa Formidle kunnskap om kundebehova i utvalde Europeiske marknadsegment	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Næringa FN, VN
HA 5: Auka opphaldstid	Minst 50% av dei tilreisande skal bu i Sogn i minst 5 døgn	Produktutvikling, marknadsføring og informasjonsløyningar som vektlegg lenger opphald i Sogn	Marknadsstrategi VS Turistinformasjons- løyningar og digital infrastruktur SA365 Vertskapsopplæring	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Næringa
HA 6: Involvere lokal- befolkninga	Involvere lokalbefolkninga og gjestene og styrke omdømme i lokalsamfunna	Etablere rutinar for undersøkingar, møteplassar og formidling	Etablere rutinar for undersøkingar av gjestetilfredsheit og innbyggerane sine haldningar. Etablere fysiske og digitale møteplassar for dialog og informasjon Etablere ambassa- dørprogram for lokalbefolkninga	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> VS Næringa
HA 7: Redusere globale klima- utslepp	Bidra til reduserte klima utslepp	Aktiv påverknad for regionale, nasjonale og internasjonale reguleringar, regelverk og utsleppskrav	Dialog via NH og Virke, og direkte mot dep. og politisk Påverke krav og incentive for miljø i anbudsreglar	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Komm. Fylkesk.

				NHO rei. Virke rei.
--	--	--	--	------------------------

3.2 Teknologi og digitalisering

Overordna mål

Sogn er det fremste reisemålet i landet på bruk av ny teknologi og digitale verktøy i reiselivet, og vert brukt som referanseområde av relevante eksterne miljø.

Effektmål

1. Betre datakvalitet gjev nye mogelegheiter i nærings- og samfunnsutviklingsarbeidet
2. Regionen vert meir effektiv og enklare å drive og utvikle
3. Innovasjonsgraden i alle delar av næringa og forvaltninga har betre føresetnadar

Utfordringar

1. Innovasjonsarbeid krev vilje, evne og mogelegheiter for å lukkast
2. Mange løysingar er komplekse, og krev samhandling på tvers av aktørar som ikkje normalt samhandlar
3. Teknologikutviklinga krev ei anna tilnærming enn dei vande forretningsmodellane, og reiselivet er ei tradisjonsbunden næring

Mogelegheiter

1. Sogn har sterke teknologimiljø i offentleg- og privat sektor, i tillegg til forskning og utdanning, som kan vere med å drive fram utviklinga
2. Neste generasjon kundar er her alt, men det er framleis mogleg å vere tidleg ute
3. Utnytte potensialet for effektivisering og forsterking av produkt og tenester i alle delar av reisemålet

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Digitale opplevingar	Fremst i bruk av digital opplevingsutvikling	Etablere satsing på digital opplevingsutvikling Utvikle sterke fagmiljø i skjeringspunktet mellom teknologi og reiseliv	Kartlegging Kopling mellom teknologimiljø og reiselivsaktørane Kurs og opplæring	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> VS Næringa IN m.fl.
HA 2: Digital infrastruktur	Fremje styringsystem og datakvalitet for reisemålsutvikling og besøksforvaltning	Etablere felles, regional digital infrastruktur for innhenting av kundedata, monitorering og styring med tydeleg	Kartlegging og analyse av behov og mogelegheiter Etablere samanhengande, digitale løysingar for brukarbetaling og administrasjon av fellesgode og trafikkstyring	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u>

		eigarskap og delingsstruktur	Vurdere utvikling av eventuell appløysing og bruk av 5G sensorer for trafikkmåling i sanntid (evt. pilot med t.d. Telenor?)	VS Næringa IN m.fl.
--	--	------------------------------	---	------------------------

3.3 Kompetanse

Overordna mål

Sogn er den leiande regionen i landet på reiselivsrelatert kunnskap- og kompetanseutvikling, og ein har referansebedrifter i alle relevante bransjar.

Effekt mål

1. Sogn har eit av dei fremste reiselivsfaglege miljøa i landet
2. Aktørane i Sogn er med å set dagsorden for kompetanseutviklinga innanfor fagfeltet
3. Arbeidet med kompetanseheving og –utvikling smittar over på andre sektorar

Utfordringar

1. Kompetanseutviklingsarbeidet er ikkje sett i system i næringa eller i regionen samla
2. Det er stor mental avstand mellom kompetansemiljøa, utdanningsinstitusjonane og bedriftene
3. Mangel på standardar og krav gjer det krevjande å måle status og utvikling

Mogelegheiter

1. Betre kompetanse gjev betre føresetnadar for å lukkast med vidare utviklings- og marknadsføringsarbeid
2. Kompetanseutvikling kan heve status for reiselivsyrika, som vil gjere arbeidsgjevarane meir attraktive for dei flinkaste arbeidstakarane
3. Sogn har sterke fagmiljø, gode utdanningsinstitusjonar, ei omfattande reiselivsatsing og utviklingsorienterte verksemdar som kan koplast for å skape ny utvikling og posisjonering

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Opplæring	Sogn har dei fremste kunnskapssystema i landet innan reiselivs- og reisemålsutvikling, og formidling	Utvikle eigne- og bruke eksisterande opplæringssystem	Eigne kurs i Motimate (VS og næringa), bruk av eksisterande kurs (t.d. via IN) innan t.d.: Produkt- og tenesteutvikling, Forretningsmodellutvikling, Digitalt sal og marknadsarbeid, Miljøsertifisering og berekraft, Samfunnsansvar, Produkt- og opplevingsutvikling, Samspel kultur- og næring, og Vertskapsrolla	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Komm. IN m.fl.

HA 2: Standardar	Sogn har dei fremste systema og standardane i Norge for utvikling og kvalitetssikring av reiselivsnæringa	Etablere krav til kvalitet, miljøomsyn, lokalsamfunns-kopling, kompetanse-heving og formidling for deltaking i utviklings- og marknadsarbeid.	Etablere krav og system i SA365-prosjektet. Utarbeide eigne standardar og retningslinjer for t.d. produkt-utvikling, berekraft, marknads-førings-/ salsarbeid og vert-skapsrolla (t.d. akkreditering av "natur- og kultur"- vertar, ref. "Park- Rangers") Rutinar for kvalitetssikring via Varde og/eller eigne/andre ordningar	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Næringa Forvaltn.
HA 3: Rekrutt-ering	Auka rekruttering til næringa Reiseliv vert opplevd som ein meir attraktiv karriereveg for unge fastbuande og tilflyttarar	Samarbeid med skulane, vidaregåande utdanning og næringa	Etablere program for samarbeid og rekruttering Bidra til internasjonalt mang-fald og integrering av nye innbyggjarar og arbeidstakarar	<u>Ansvar:</u> Komm. <u>Deltaking:</u> Skulane Næringa VS
HA 4: Kunnskaps-utvikling	Etablere fakta-grunnlag for kunnskapsbasert utvikling av reiselivet	Måle og formidle samla verdiskaping og berekraft frå alle deler av reiselivet FoU satsingar	Verdiskapings- og berekrafts-undersøkingar kvart 3. - 4. år., inklusiv gjesteundersøkingar, bransjeundersøkingar og lokal-befolkningsundersøkingar Kontinuerleg vurdere og etablere relevante FoU-prosjekt	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Komm. Næringa FoU-akt.

3.4 Samarbeid og organisering

Overordna mål

Sogn har kopla VS og næringsapparata i kommunane saman i ein regional organisering for nærings- og reiselivsutvikling, VS har tett samarbeid med Vestland fylke om næringsutvikling og samferdsle, VS samarbeider med andre reisemål, og VS og FN har avklart tydeleg ansvars-, oppgave og rolledeling.

Effektmål

1. Utviklingsaktørane får betre og meir omfattande utvikling for investerte verkemiddel
2. Sogn vert sett på som ein referanseregion på korleis ein kan jobbe utviklingsretta med reiselivet
3. Kommunane i regionen vert trena på samarbeid som kan overførast til andre område

Utfordringar

1. Overordna reformer og endringar krev nye måtar å samhandla og organisere arbeidet på lokalt og regionalt
2. Teknologi og digitalisering endrar dei kjende arbeidsformene for reisemålsarbeidet
3. Større regionale einingar gjev hardare konkurranse i påverknadsarbeidet og samhandling vertikalt

Moglegheiter

1. Tydelege ambisjonar og vilje til samhandling lokalt vil gje fortrinn framfor å vente på eksterne styringssignal
2. God og avklart rolledeling mellom aktørane i regionen vil gje større samla kraft i utviklingsarbeidet
3. God og tydeleg dialog med andre aktørar vertikalt vil kunne gje strategisk god posisjon i dei nye organiseringane

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Samarbeid i Sogn	<p>Sterkare reiselivs-utvikling i Sogn og auka nærings- og produktutvikling</p> <p>Sogn har det beste støtteapparatet for å bidra til vidare-utvikling og innovasjon i reiselivet</p>	<p>Samarbeid med næringsnettverket og kommunane</p> <p>Auke ressurs-tilgongen til reiselivssatsinga og nærings-utviklinga</p> <p>Etablere faste møteplassar og nettverk</p>	<p>Forankre reiselivet i planar og forvaltning</p> <p>Konkretisere og finansiere felles prosjektsatsingar</p> <p>Vidareføre møtefora med kommuneplanleggarene</p> <p>Fast møteplass i næringsnettverket</p> <p>Gjennomføre faste, årlege møte med kommunestyra og regionrådet</p>	<p><u>Ansvar:</u> Komm.</p> <p><u>Deltaking:</u> VS Næringa</p>

			<p>Legge til rette for fleire møteplassar, og stimulere til meir kopling og samarbeid mellom aktørar i Sogn (t.d. "hjelpesenter" og "tenke-tankar")</p> <p>Utvikle nye servicetilbod retta mot reiselivet, og etablere gode støttesystem for næringa med spisskompetanse på innvoasjon i reiselivet</p>	
HA 2: Regionalt samarbeid	Sterkare regional utvikling mellom reisemåla	Samarbeid med andre reisemål, kommunar og regionråd	Konkretisere og finansiere felles tiltak, prosjeksatsinger og samarbeidsavtalar, t.d. konkrete produkt, reiseruter og "Best of the Fjords"-samarbeidet	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Komm. Næringa
HA 3: Reiselivs-organisering	Sterkare reiselivs-utvikling nasjonalt	Samarbeidsavtalar mellom VS, FN og VN	Faste møter med FN og IN Deltaking i VN sitt strategisk råd	<u>Ansvar:</u> VS

3.5 Profilering, marknadsføring og sal

Overordna mål

Sognefjorden skal framstå som det mest attraktive Fjordbaserte reisemålet i Norge basert på unik natur, naturbaserte aktivitetar, kultur og attraksjonar i Fjordandskapet for prioriterte marknader og målgrupper om gir størst mogleg verdiskaping og berekraft for regionen, og som respekterer og bidreg til å ta vare på natur- og kulturverdiane våre.

Effektmål

1. Sognefjorden er eit høgt verdsett reisemål med tydeleg avtrykk i digitale kanalar og sosiale media
2. Formidlinga av reisemålet bidreg til å auke bu- og arbeidsattraktiviteten til regionen
3. Visit Sognefjord er fremst og best i bruken av kommunikasjonsformer i marknadsarbeidet, og vert brukt som referanse på vellukka reisemålsarbeid i ei ny tid

Utfordringar

1. Dei tradisjonelle kanalane er i sterk endring og krev nye strategiar og ny kunnskap
2. Alle aktørane vil i større grad måtte handtere rask endring enn kva som har vore vanleg tidlegare
3. Marknadsføring i digitale flater krev nye system, meir samhandling og nye arbeidsformer

Mogelegheiter

1. Digitale kanalar opnar for ein anna kommunikasjon med kundane som er betre tilpassa små reisemål og lokalsamfunn enn dei tradisjonelle
2. Markandsføringa av reisemålet er i større grad enn før med på å skape meirverdi for lokalsamfunnet og anna næringsliv
3. Visit Sognefjord har ein sterk posisjon som bør forsterkast og vidareutviklast

Innsatsområde

HA	Mål	Strategi	Tiltak	Ansvar
HA 1: Profil	Sognefjorden har ein tydeleg og godt kjent profil i marknaden	Utvikling av profil og merkevarestrategi som reisemål og region	Merkevareprosjektet initiert av kommunane Utvikle verdiar, strategiar, innhald og "Tone of voice" for marknadsføring og historieforteljing for Sogn som reisemål	<u>Ansvar:</u> Komm. og VS <u>Deltaking:</u> Næringa
HA 2: Digital marknadsstrategi	Optimal utnytting av digitale løysingar i utviklings- og marknads arbeidet Utvikle den mest komplette digitale	Lage digital marknadsstrategi for VS og Sogn Utvikle konkurransefortrinn ved sentralisert inn-samling og deling av kundedata	SA365-prosjektet Utnytte alle aktuelle kanalar for digital marknadsføring og innhaldsdistribusjon via eigne og andre sine kanalar (bl.a. Må få AirBnb, Google, Trip Advisor m.fl.. til å bli gode på Sognefjord og våre produkt.	<u>Ansvar:</u> VS <u>Deltaking:</u> Næringa Komm.

	distribusjonen i Norge	Kundetilpasse fysisk og digital turistinformasjon	<p>Utvikle strategi for å handtere bloggers, instagrammers og influencers o.l.)</p> <p>Etablere felles sals- og bookingløsning med strategi for OTA-styring</p> <p>Etablere system for digital turistinformasjon med HUB-ar, bedriftspakker, ubemanna TI, "Sognapunkt" og digital TI</p> <p>Felles innhaldsdatabase for heile Sogn (bilde, film, tekst mm.)</p> <p>Etablere rutinar og system for innhenting av kundedata (CRM/HubSpot)</p>	
HA 3: Bransje-marknaden (B2B)	Sognefjorden er det føretrukne reisemålet i Fjord Norge for natur, kultur og berekraftsorienterte agentar og turoperatørar	<p>Digital marknadsstrategi</p> <p>Kopling med næringsutviklingsarbeidet</p> <p>Frå opne marknader til målretta nisjer</p>	<p>HubSpot/Inbound MF og automatisering</p> <p>B2B booking og salsløsning</p> <p>Salsreiser/WS</p> <p>Fam trips (fysisk og digitalt)</p> <p>Bransjekartlegging og etablering av partnerskap</p>	<p><u>Ansvar:</u> VS</p> <p><u>Deltaking:</u> Næringa</p>
HA 4: Forbruker-marknaden (B2C)	Sognefjorden er det føretrukne reisemålet i Fjord Norge for natur, kultur og berekraftsorienterte tilreisande	<p>Digital marknadsstrategi</p> <p>Utvikle innhalds- og kampanje- strategiar</p> <p>Frå opne marknader til målretta nisjer</p>	<p>SoMe</p> <p>Web (VS, FN, VN, andre)</p> <p>FN/VN kampanjar</p> <p>Partnerskap næringa/reisemål</p>	<p><u>Ansvar:</u> VS</p> <p><u>Deltaking:</u> Næringa</p>
HA 5: Cruise-marknaden	Fremst i Norge på berekraftig cruiseturisme	<p>Cruise med låge utslepp, høg lokal verdiskaping, lang liggetid, heile året.</p> <p>Mottaksstyring</p>	<p>Innsal mot agentar og rederi</p> <p>Vidareutvikle incentiv og retningslinjer for dei mest berekraftige cruiseskipa (cruise, eksursjonscruise og superyachts)</p>	<p><u>Ansvar:</u> Hamnev. Flåm CH</p> <p><u>Deltaking:</u> Forvaltn.K omm. VS</p>
HA 6: Forretnings-marknaden (MICE)	Sognefjorden er den føretrukne distriktsregionen for MICE-kunder i Norge	<p>Nettverk, utvikling og sal for å auka verdiskaping i næringa med vekt på sept. - mai</p>	<p>Vidareføring av MICE365- prosjektet med felles nettverksbygging, marknadsførings-/salsarbeid og DMC-samarbeid</p>	<p><u>Ansvar:</u> VS</p> <p><u>Deltaking:</u> Næringa</p>

