

Saksbehandlar: Joakim Systaddal
Sak nr.: 20/10497-2

Masterplan for reisemålet Sogn 2021-2030 - høyringsinnspel

Rådmannen rår komité for samfunnsutvikling til å gje slik tilråding:

Komité for samfunnsutvikling rår formannskapet til å gje slik tilråding:

Formannskapet rår kommunestyret til å gjere slikt vedtak:

1. Sogndal kommune stiller seg bak måla, strategiane og innsatsområda som er løfta opp i planen, og støttar formuleringane av intensjon, visjon, misjon, verdiar og posisjon slik dei ligg føre i planutkastet. Verdien av å bli ei heilårsnæring vert særleg understreka.
2. Sogndal kommune oppmodar Sogn Regionråd om å drøfte grunnlaget for eit styrka samarbeid rundt oppfølginga av alle delane av planen, ikkje berre marknadsføringa og det som ligg til Visit Sognefjord i dag, i samband med ny regionalplan.
3. Sogndal kommune oppmodar styret i Visit Sognefjord om å sette på dagsorden kva som skal vere omfanget av Visit Sognefjord si rolle i framtida, samt korleis kommunane, næringa, fylkeskommunen og andre aktørar kan styrke samhandlinga seg i mellom og med Visit Sognefjord for å lukkast med målsetjingane i planen.

Vedlegg:

Masterplan for reisemålet Sognefjord

SAKSFRAMSTILLING

1. Bakgrunn for saka

Masterplan er det sterkaste verktøyet for å utvikle eit reisemål. For Sogn og Visit Sognefjord er det første gang det vert utarbeidd ein masterplan for heile reisemålet. Planen er ikkje avgrensa til Visit Sognefjord sitt virkeområde, og skal sette retning og forplikte dei aktørane som tilsluttar seg den – næringa, kommunane og andre aktørar som spelar ei rolle i utviklinga av eit reisemål.

Masterplanarbeidet er omfattande, og føl Innovasjon Norge si oppskrift for innhald og prosess. Plandokumentet som er sendt på høyring byggjer på eit omfattande føre- og grunnarbeid, med analyser av no-situasjonen gjennomført av Menon, lokale kartleggingar, framskrivingar for vekst og utvikling frå fleire kjelder i tillegg til innspel frå lokale og regionale aktørar. Til arbeidet med å forme strategiane har i tillegg Infuture, som spesialiserer seg på trendanalyse, bidrege. Kunnskapsgrunnlaget kan såleis seiast å vere solid, omfattande og grundig.

Masterplanen skal fungere som regionen Sogn si rettesnor for alle delar av utviklinga som til saman skapar eit reisemål. For kommunane betyr delar av planen ei vesentleg endring i måten å jobbe på og omfanget av arbeidet samanlikna med tidlegare. Innhaldet i planen er tufta på ei grunnleggande forståing av at besøkannde og lokalsamfunn delar mange ressursar og fasilitetar, og at det i framtida må leggest endå betre

til rette for å sjå desse to perspektiva i samanheng. I tillegg er berekraft eit berande element, som for reiselivet er knytt til klåre krav og sertifiseringar for å kunne få status og truverd som berekraftig reisemål.

2. Vurderingar og konsekvensar

Masterplan for reisemålet Sogn vil gje regionen eit samla styringsverktøy som går på tvers av sektorar og aktørgrupper. Det vil krevje ei langt større samhandling for å nå måla enn det som har vore praksis tidlegare. Planen er ambisiøs, og søker å posisjonere Sogn som eit berekraftig og velutvikla reisemål i landstoppen. Utgangspunktet til Sogn er godt, med lange tradisjonar for å ta imot besøkande. Samstundes ser ein at utviklingsarbeidet i andre regionar dei siste åra har vore omfattande, eit arbeid som ikkje i same grad har vore sett i system i vår region. Masterplanen peikar på konkrete løysingar og mål for å styrke dette arbeidet.

I strategidelen vert intensjonen med planen oppsummert slik: «Intensjonen er å forvalte og styrke reisemålet Sognefjorden til det beste for lokalsamfunnet, miljøet og dei besøkande ved å utvikle eit berekraftig reisemål som skapar livsgrunnlag for framtidige generasjonar i Sogn etter Innovasjon Norge og NHO reiseliv sin tilpassing av UNWTO sine prinsipp for berekraftig reiseliv». Visjonen for reisemålet er «Heile Sogn. Heilt ekte. Heile året.», som byggjer opp under intensjonen. Målsetjingane for reisemålet er:

1. Reiselivet skal vere ei av dei *fem viktigaste næringane* i alle fjordbygdene i Sogn målt i sysselsetting og omsetnad (verdiskaping)
2. Det skal vere *definerte tålegrenser for besøk* i heile Sogn, og Sogn skal vere fremst i verda på besøksforvaltning og trafikkstyring
3. Reisemålet Sogn skal ha dei *beste klima- og miljøløysingane* i verda
4. Reisemålet Sogn er den *fremste digitale destinasjonen* i verda
5. *Kvalitetsprogram* for opplevingar, overnatting, transport, smak og naturformidling er utvikla med tilgjengelege kvalitetsprodukt knytt til natur, kultur og smak i alle bygdene i Sogn
6. Den *svakaste månaden skal vere minst 50%* av den sterkaste månaden målt i tal besøkande og omsetnad
7. *Sysselsettinga og verdiskapingaⁱ i reiselivet aukar med minst 5% i året* i perioden

Hovudmåla ligg til grunn for tre strategiar med til saman ti innsatsområde. Dette er:

1) Utvikle fellesressursane

1. Natur
2. Kultur
3. Infrastruktur

2) Utvikle næringa

1. Aktivitetar, attraksjonar og overnatting
2. Lokal mat og drikke

3) Utvikle verktøya og rammene

ⁱ NHO sin definisjon av verdiskaping: lønnskostnader + overskot

4. Miljø
5. Teknologi og digitalisering
6. Kompetanse
7. Samarbeid og organisering
8. Profilering, marknadsføring og sal

I del to av dokumentet er dei ulike satsingsområda beskrivne nærare, og konkretiserte med hovudaktivitetar og beskriving av vidare oppfølging.

Både mål, strategiar og innsatsområde samsvarar godt med Sogndal kommune sine overordna styringsdokument. Prinsippet med å sjå reisemålsutviklinga i samheng med samfunnsutviklinga elles, er eit berande element også i Sogndal kommune sine strategiar. Dette gjev i seg sjølv eit godt grunnlag for eit endå meir omfattande samarbeid mellom reisemålsselskap, kommune og næringssselskap, som har komplimentere roller i dette arbeidet. I Sogndal kommune vil dette bety ei vidareføring av den praksisen som er etablert gjennom 2020, og som har fungert godt så langt.

Strategiane og innsatsområda samsvarar godt med Sogndal kommune sin strategisk plan for nærings- og samfunnsutvikling, og vil skape grunnlag for eit endå tydelegare oppfølgingsarbeid. Samstundes er ambisjonane i planen store, og kvar strategi vil krevje ei styrking av innsatsen samanlikna med dagens situasjon. Dette vil i sin tur krevje god samhandling mellom destinasjonsselskap, næringssselskap og kommune, og det kan vere grunnlag for å sjå på korleis ein på best mogeleg måte får til ei ressurseffektiv og målretta samhandling mellom desse.

Masterplanen stiller òg tydelege krav til samhandlinga i regionen. Skal reisemålet Sogn utviklast slik som planen legg opp til, må meir av arbeidet vere på tvers av kommunegrensene og den praktiske samhandlinga styrkast. Masterplanen og utkastet til ny regionalplan samsvarar godt med kvarandre, men synleggjer også eit betydeleg ressursunderskot dersom innhaldet i planane skal realiserast. Fleire andre samanliknbare regionar i inn- og utland har vesentleg større utviklingskapasitet enn kva Sogn har i dag, og det er ingen grunn til å tru at Sogn kan oppretthalde ein sterk posisjon utan å adressere denne utfordringa.

4. Konklusjon

For Sogndal kommune vil masterplanen vere eit nyttig verktøy for å styrke posisjonen som reiselivskommune ytterlegare. Planen samsvarar godt med Sogndal kommune sine eigne styringsdokument og planar, og tydeleggjer ei ambisiøs satsing som har potensiale for å bety ei betydeleg auke i sysselsetting i heile kommunen, og i heile regionen. I tillegg vil infrastrukturen og servicetilboda i lokalsamfunna bli styrka av ei endå sterkare heilårs reiselivssatsing. Reiselivsnæringa er meir enn noko anna bransje ei distriktsnæring. Den store overrislingseffekten og ringverknadane er grunnen til at denne bransjen vert løfta fram som særleg viktig å lukkast med. For Sogn er det særleg viktig å lukkast med å gjere reiselivet til ei heilårsnæring. Først då vil ein kunne veksle inn sesongarbeidsplassane i heilårsarbeidsplassar og folketalsvekst. Dette kjem tydeleg fram i planforslaget, og må gjevast stor merksemd i det vidare arbeidet.

Skal ein lukkast med å realisere innhaldet i planen bør kommunane, som eigarar og aktørar med ei rolle i reisemålsutviklinga, løfte opp diskusjonen om korleis ein på best måte skal jobbe saman for å løyse felles mål. Masterplanen vil i praksis også bety at eigarane av Visit Sognefjord må ta stilling til ei endring av rolla til selskapet. I dag er Visit Sognefjord eit marknadsføringsselskap (DMO). Stadig fleire reisemålsselskap tek større ansvar også for å administrere reisemålet, og dermed bli eit marknadsførings- og administreringsselskap (DMMO). Det vil vere klokt at kommunane i Sogn også løftar opp denne diskusjonen som ein konsekvens av at masterplanen no er på plass. Reiseliv er også ei satsing i regionalplanutkastet, og det er såleis naturleg at regionrådet drøftar dette i samband med oppfølging av regionalplanen. God

samanheng mellom dei regionale planane, og ikkje minst god samhandling i oppfølingsarbeidet vil vere kritiske suksessfaktorar dersom måla i masterplanen skal bli nådd.