

Vegkart for reiseliv

FJORDKYSTEN OG SUNNFJORD 2025 – 2030



Fjordkysten
& Sunnfjord



Go your
own way



Fjordkysten
& Sunnfjord

FORMÅL

Fjordkysten og Sunnfjord strekk seg frå breen i aust til fjorden og øysamfunna i vest, og omfattar dei seks kommunane Solund, Hyllestad, Askvoll, Fjaler, Kinn og Sunnfjord. Denne varierte regionen på vestkysten av Noreg byr på ein brei palett av naturskjønne opplevingar, kulturelle skattar og utandørsaktivitetar. Frå majestetiske fjell og fossefall til idylliske øysamfunn og historiske landemerke, inviterer Fjordkysten og Sunnfjord besøkande til å utforske og oppdage den unike karakteren og gjestfriheita til regionen. Regionen har med alle sine opplevingar, natur og kultur, eit stort unytta potensial og framleis god plass til å ta i mot mange fleire gjestar.

Reiselivsnæringa er ei framtidsnæring som bidreg til å sikre verdiskaping, arbeidsplassar og stadsutvikling, og er av Regjeringa definert som ei strategisk vekstnæring for Noreg og peika på som den 5. eksportnæringa det skal satsast på, med mål omg 67 % vekst i reiselivseksporten innan 2030, med utgangspunkt i 2019.

Det er ei ny tid for reiselivsnæringa i Noreg etter pandemien. Noreg og Vestlandet aukar i attraktivitet, både grunna eit klima som er meir attraktivt for fleire, god plass og storslegne naturopplevingar. Dette opnar for moglegheiter for vekst og større verdiskaping for næring og lokalsamfunn, samstundes som det aukar behovet for betre planlegging, tilrettelegging og samhandling for å sikre ein berekraftig vekststrategi for destinasjonen. Timinga er no rett for å styrke innsatsen. Både gjennom meir spissa satsingsområde og betre samhandling.

Eit felles Vegkart har som ambisjon å sikre ei heilskapleg og langsiktig reisemålsutvikling. For å lukkast må vi evne å tenke både breiare, større og meir ansvarleg. Vegkartet skal peike veg for ei større næring med fleire involverte og sikre god forankring i både næringsliv, reiselivsaktørar, kommunar og partnarar, og gje retning for Visit FjordKysten og Sunnfjord sin strategiplan. Vegkartet skal vere næringa og kommunane sitt fremste verktøy for å realisere moglegheiter og styrke næringa med fleire heilårs arbeidsplassar, basert på ein berekraftig vekststrategi som er med på å skape ein destinasjon som er til det beste for lokalsamfunna på sikt, og i balanse med natur og kultur.

Føremålet med Vegkartet er å løfte heile regionen i fellesskap, til gevinst for enkeltaktørar og samfunnsutvikling og til hjelp for utvikling av dei ulike reisemåla. Vegkartet skal også skildre korleis ein kan samhandle betre for å nå felles mål.

Arbeidet med Vegkartet er gjennomført og ført i pennen av Visit Fjordkysten og Sunnfjord, og er basert på tidlegare strategiarbeid i visit selskapet og i kommunane. I tillegg er Vegkartet sine strategiar inspirert av prioriteringar både i samarbeidsforumet Fjord Norge og Innovasjon Norge sine strategiar for internasjonal vekst.

Vegkartet skildrar 7 spor som retning for samhandling og utvikling i Fjordkysten og Sunnfjord.



INNHALD

Formål	3
Innhald	5
Innleiing	6
Situasjonen i dag	7
Fjordkysten og Sunnfjord som reisemål	7
Infrastruktur, transport og reisemønster	7
Næringa i Fjordkysten og Sunnfjord	7
Utvikling i gjestedøgn og sesongvariasjon	8
Vesentleg for Vegkartet	10
Omgrep	11
Reiselivet sitt økosystem	11
Reisemålsleiing	13
Besøksforvaltning	14
Merket for Berekraftig reisemål	15
Trender	16
Teknologiutviklinga	16
Berekraftomstillinga	16
Klimaendringar	17
Geopolitikk og uro	17
Frå volum til verdi – eit reiseliv i endring	18
Destinasjonsselskapa si rolle i endring	20
Målgrupper	21
Hovudutfordringar	22
Visjon	22
Overordna mål	23
Eit heilårleg reiseliv	23
Handlingsplan Vegkart 2025 – 2030	25 – 35
Organisering	36
Premissar for å lukkast	37
Rammevilkår	39

INNLEIING

Det er større endringar på gang av relevans for destinasjonsutviklinga. Både med omsyn til marknad, berekraft og næringa sine behov. Det er større vekstmoglegheiter i dag enn tidlegare og det anerkjennast at innsatsen i større grad skal rettast mot betalingsviljuge segment som både vil styrke lønnsemd, heilårleg næring og arbeidsplassar, og samstundes gjere næringa meir berekraftig (også ift klima og miljø). Dette vert anerkjent av stat og regjering og følgjast opp i delar av verkemiddelapparatet.

I «Næringsstrategi for Vestlandet» (PWC Rapport 2021) vert det peika på reiseliv, stadsutvikling og kultur som den første av 5 næringar som er spesielt viktige for samfunnsutvikling. Vidare at reiselivsnæringa i stor grad bidreg med omdømme-effektar for andre sektorar og næringar og at nøkkelen for å realisere auka verdiskaping avheng av samarbeid og samhandling.

Reiseliv er ikkje lenger “berre reiseliv”. Tilreisande, enten i jobb eller på fritidsreise, søker og deltar i større grad enn før i natur- og kulturopplevingar, og søker det autentiske og opprinnelege (Visit Norway sin målgruppeundersøkelse 2024), og forståing for levesett og folk som bur her. Reiseliv gjeld dermed både destinasjonsattraktivitet, identitet, bulyst, tilflyttar attraktivitet, næringsutvikling, tilgjengelegheit, infrastruktur og stadsutvikling. Reiseliv har blitt næringsliv og samfunnsliv.

Vegkartet peiker ut ei langsiktig retning for reiselivet i Fjordkysten og Sunnfjord, og peiker på hovudgrep som skal gjere destinasjonen betre rusta til å utnytte det potensiale som finst i marknaden. Ved ein forbetra utøving av marknads- og utviklingsrelaterte oppgåver, samt at ein betre kan bidra til å styrke utviklinga av næring og samfunn.

Reiseliv er Norges femte største eksportnæring. Det er økt etterspørsel etter bærekraftige reisemål og autentiske opplevelser, og Norge kan bli en verdensledende destinasjon for bærekraftig turisme.

(Næringsminister Jan Christian Vestre, okt 2023).

Selskapet Visit FjordKysten og Sunnfjord er ei samanslåing av dei to destinasjonsselskapa Visit FjordKysten og reiselivsdelen av Sunnfjord Utvikling (Visit Sunnfjord), og har vore operativ som ei eining sidan 01.04.22. I samband med etablering av det nye destinasjonsselskapet, vart det i 2023 laga ein strategiplan for det nye selskapet, for 2024 – 2026. Målsetjingar i denne strategiplanen er i hovudsak vidareført i framlegg til Vegkart.

SITUASJONEN I DAG

Fjordkysten og Sunnfjord som reisemål

Fjordkysten og Sunnfjord strekk seg frå breen i aust til fjorden og øysamfunna i vest, og omfattar dei seks kommunane Solund, Hyllestad, Askvoll, Fjaler, Kinn og Sunnfjord. Denne varierte regionen på vestkysten av Noreg byr på ein brei palett av naturskjønne opplevingar, kulturelle skattar og utandørsaktivitetar. Frå majestetiske fjell og fossefall til idylliske øysamfunn og historiske landemerke, inviterer Fjordkysten og Sunnfjord besøkande til å utforske og oppdage den unike karakteren og gjestfriheita til regionen.

Kyst- og fjordlandskapet med sine kontrastar i lys og vêr er ein spanande opplevingsarena for små og store eventyrlystne. Naturleg, forfriskande og ekte. Kontrastar i lys, vêr og landskap. God plass, fred og ro.

Heile regionen har eit godt utbygt nettverk av toppturar og mindre krevjande fotturar. I indre delar av destinasjonen er det gode forhold for ski og isbre-turar og aure- og laksefiske. Langs kysten er det gode forhold for sjøfiske, og idelle forhold for å oppleve det røffe vintervêret med stormwatching.

Destinasjonen har også naturgitte fortrinn for aktiv bruk av naturen som sykling, turgåing, kajakk mm. Området har ei rik historie, med djupe spor etter levd liv og fleire museum og besøkssenter som kan berike opplevingane til eit stadig større segment av kulturinteresserte turistar.

Tilgangen på serveringstilbod og matopplevingar varierer for stad til stad, og er eit viktig element for totalopplevinga og attraktiviteten på eit reisemål.

Infrastruktur, transport og reisemønster

Dei offentlege transporttilboda er viktige for reiselivet i regionen. Spesielt gjeld dette ekspressbåten mellom Bergen og Nordfjord, i tillegg til dei lokale båt- og ferjerutene og regionale bussruter. Flyplassane i Førde og Florø er ein ressurs for reiselivsnæringa i destinasjonen. Innlandsaksen, frå Sogn gjennom Skei til Nordfjord, har i dag stor turisttrafikk og er godt etablert, og det er eit potensiale for å få fleire reisande frå denne aksen vidare ut i vår destinasjon. Bergen er ein viktig innfallsport for turistar som kjem med fly og internasjonale båt- og ferjeruter, og samarbeid med turistinformasjonen i Bergen er sentral.

Som destinasjon er vi avhengige av at det er lett å komme hit og lett å reise mellom dei ulike reisemåla på destinasjonen. Samarbeid med lokale og sentrale myndigheiter, transportaktørar og reiselivsbransjen for å forbetre kommunikasjonen i form av infrastruktur og rutetilbod til og frå regionen er avgjerande for å skape ein attraktiv og tilgjengeleg destinasjon.

Næringa i Fjordkysten og Sunnfjord

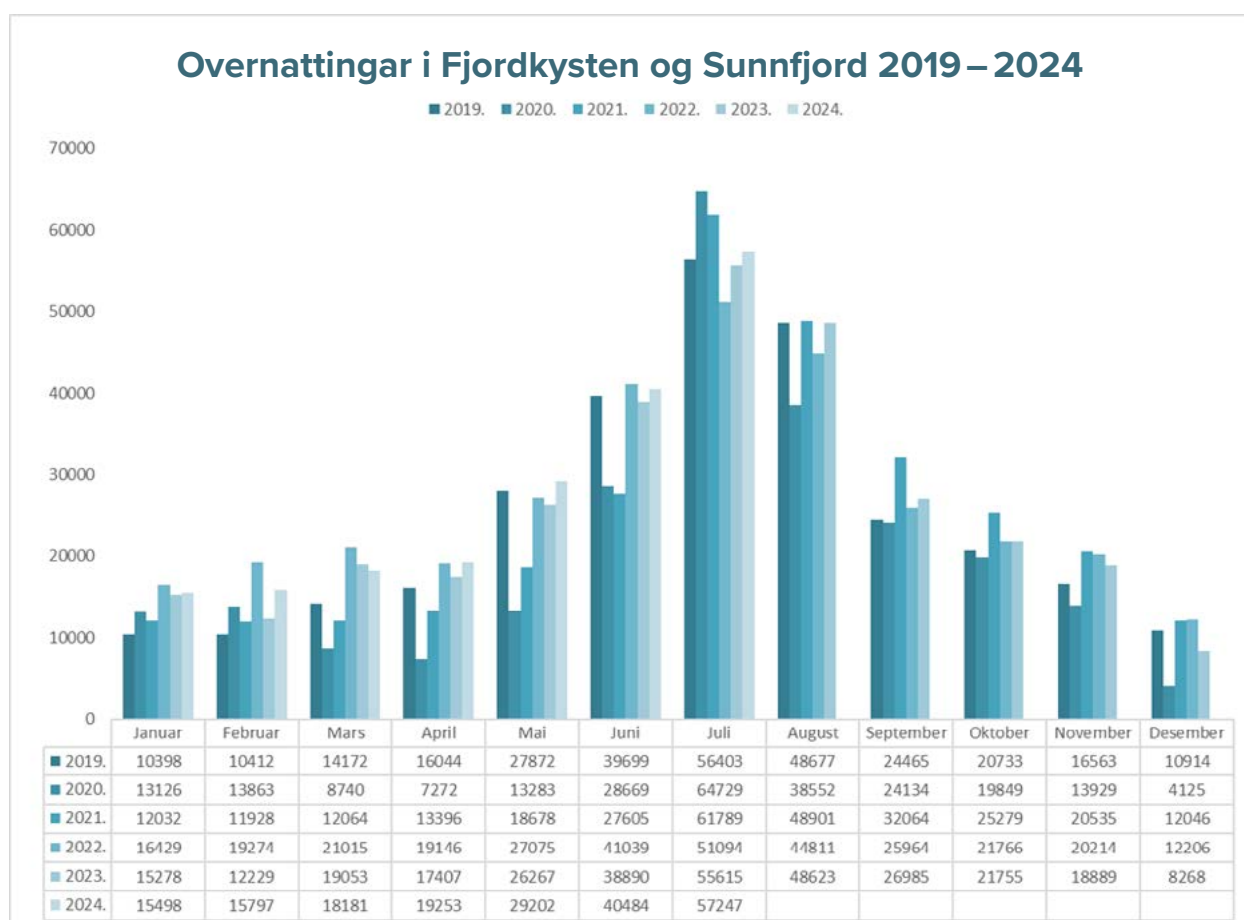
Næringa i Fjordkysten og Sunnfjord er prega av mange små og mellomstore aktørar. Hotella i byane har jamt over god trafikk det meste av året, der yrkesreisande sørger for driftsgrunnlaget. Også dei

mindre hotella i bygdene har ei hovudvekt av yrkesreisande. Variasjonar i aktiviteten i næringslivet lokalt gir utslag også for hotella. For alle hotella er det viktig med tilførsel av ferie- og fritidsreisande i sommarsesongen og helg, og for spesielt hotella i bygdene også i skuldresesongane og om vinteren. Lenger sesong kan bety mykje for utviklinga til desse hotella. I Måløy i Kinn kommune har det dei siste åra vore ei cruisesatsing. Totalt var det i 2023 109.243 cruisepassasjerankomstar.

Det er mange som driv med hytteutleige. Fleire har i mange år retta seg mot fiskeglade turistar, hovudsakleg frå Tyskland, og har godt belegg. Det er mykje gjenkjøp og sesongen strekk seg ofte frå mars – oktober. Det er fleire mindre kafèar og serveringsstadar kring i bygdene som er avhengige av turistar i sommarsesongen for å overleve. Dette gjeld også mange nærbutikkar. Det har vore ei auke i tal aktivitetsbedrifter, men det er framleis prega av få og små aktørar. Dei største arbeidsgjevarane i opplevingssegmentet er knytt til dei heil- eller deleigde offentlege verksemdene som museum, historiske bygd og liknande.

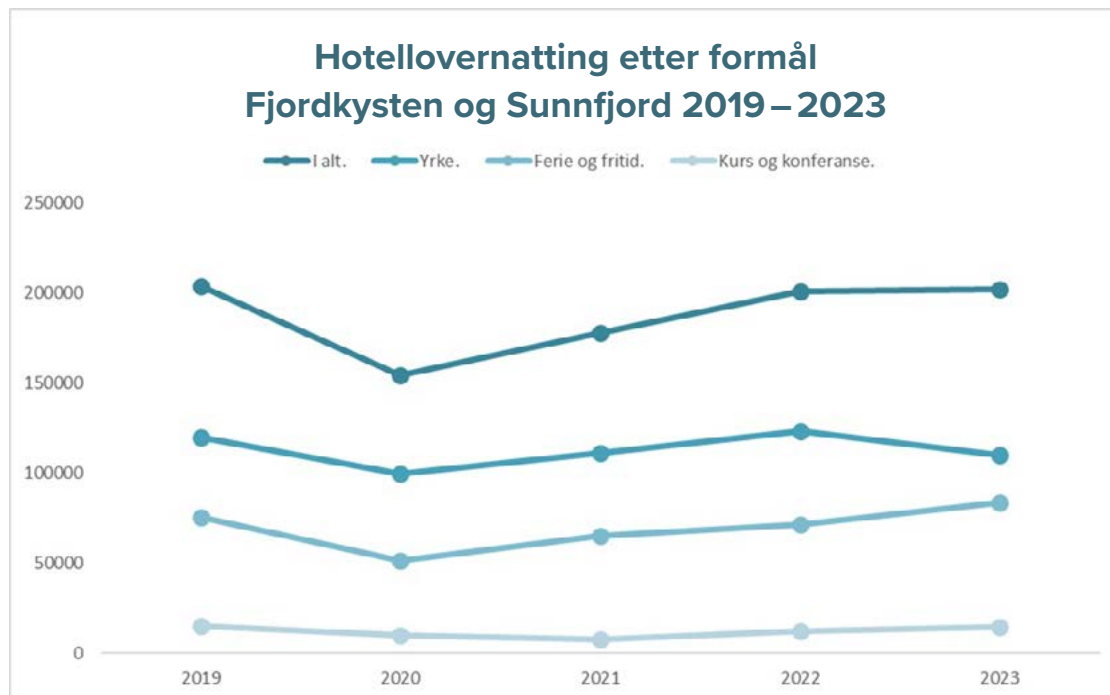
Utvikling i gjestedøgn og sesongvariasjon

For all statistikken er det viktig å vere merksam på at det er mange gjestedøgn som ikkje blir registrert hos SSB, dette gjeld både mindre utleigeeiningar av hytter/feriehus m.m., og t.d. gjestedøgn i gjestehamner og bubilcamping som skjer utanfor bedrifter som er registrert som reiselivsaktør. Statistikkane er likevel viktig faktagrunnlag for å sjå på trendar i utviklinga.



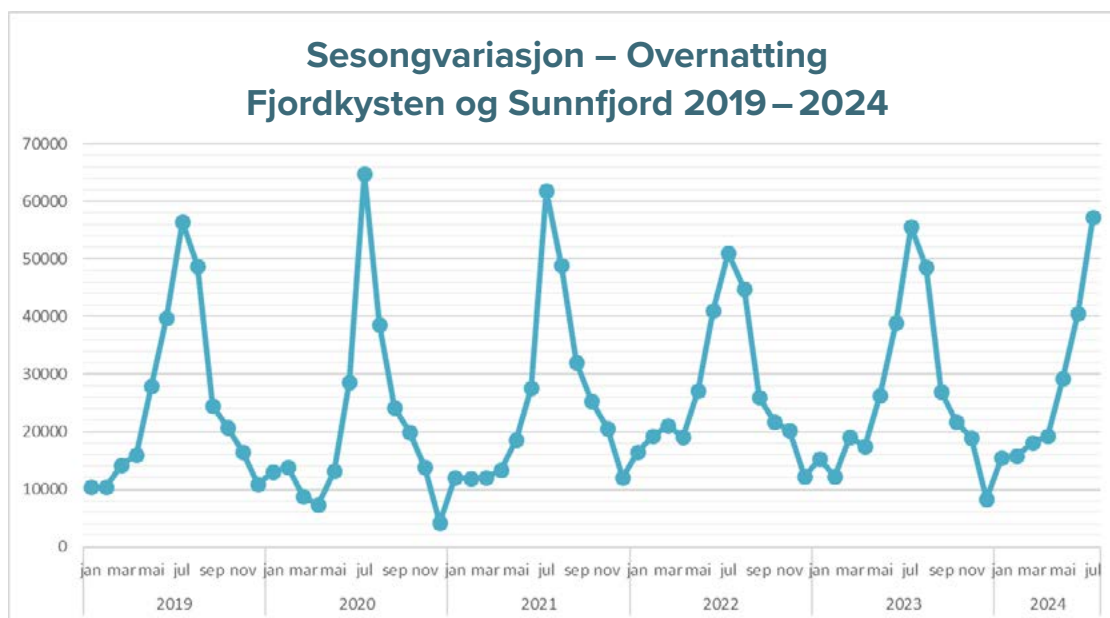
Kjelde: SSB 14172: Overnattingar, etter region, innkvarteringstype, bustadland, måned og statistikkvariabel, [14172: Overnattingar per reiselivsregion, etter innkvarteringstype og gjestene sitt bustadland 2016M01 - 2024M07](#). [Statistikkbanken \(ssb.no\)](#)

Utviklinga i tal gjestedøgn viser ein positiv trend for Fjordkysten og Sunnfjord, og tala viser at vi i løpet av 2024 har passert 2019-nivået.



Kjelde: SSB 14172: Overnattingar, etter region, innkvarteringstype, bustadland, måned og statistikkvariabel, 14172: Overnattingar per reiselivsregion, etter innkvarteringstype og gjestene sitt bustadland 2016M01 - 2024M07. [Statistikbanken \(ssb.no\)](https://statistikbanken.no)

Tabellen viser at tal overnattingar med formål ferie og fritid har auka på hotella.



Kjelde: SSB 14172: Overnattingar, etter region, innkvarteringstype, bustadland, måned og statistikkvariabel, 14172: Overnattingar per reiselivsregion, etter innkvarteringstype og gjestene sitt bustadland 2016M01 - 2024M07. [Statistikbanken \(ssb.no\)](https://statistikbanken.no)

Det er store sesongvariasjonar i Fjordkysten og Sunnfjord, med ein topp i juli kvart år, og hovudsesong frå juni - august. Potensialet for auka verdiskaping ved å fylle meir opp i skulder- og lavsesong er stort.

Vesentleg for Vegkartet

Sjølv om lønnsemda varierer, skaper reiselivsbedriftene store ringverknadar i lokalsamfunnet. Dei har dessutan ofte sterk lokal forankring og vilje til å ta samfunnsansvar. Mange bedrifter er små, ligg spreitt og har difor utfordringar knytt til infrastruktur, transport og tilgang på arbeidskraft. Mange av dei er også prega av store sesongsvingingar. Dette gjer at verksemdene ikkje alltid er i stand til å jobbe godt nok med utvikling og omstilling. **For at reiselivet skal kunne bidra til utvikling av attraktive lokalsamfunn må næringa generelt bli meir heilårig.**

Vi har plass til fleire turistar både i sommarsesongen og vår/haust/vinter. Det er viktig å fylla opp med meir besøkande på sommarsesongen, for å gjere reiselivsbedriftene i stand til å ta grep for sesongutvikling. For å få til dette må vi lukkast i å endre marknadsmiksen til fleire utanlandske besøkande, som bookar reisene god tid i forvegen. **Per no er ein i for stor grad avhengig av norske gjestar med kortare planleggingshorisont, og dermed sårbare i fht spesielt sommarvêret.**

Ei sterkare satsing på B2B for å auke tal utanlandske gjestar er eit viktig hovudgrep. Det at vi framleis har god plass, sjølv i sommarsesongen, og liten grad av dei negative følgjene av for store turiststraumar er også vår største moglegheit og attraksjonskraft - heilt i tråd med trendane. Det må vere eit hovudfokus å ta vare på denne attraksjonskrafta ved å satse på verdi framfor volum når det gjeld målgrupper og segment.

Veksten skjer i ferie og fritidsmarknaden og i premiumsegmentet. Dette talar for ei fokusert satsing på utvikling av kvalitetsprodukt, noko som også samsvarar med kapasitet og infrastruktur på destinasjonen per dags dato. Dette skal ikkje vere til hinder for utvikling av større attraksjonar der det er infrastruktur og kapasitet til å handtere det på ein god måte.

Det blir viktig å skape kjennskap og reiselyst til Fjordkysten og Sunnfjord. Langsiktig bygging av merkevare og posisjon, som den mest attraktive destinasjonen i Fjord Norge for dei som ønskjer å reise "off the beaten track".

Det ligg eit potensiale i å utvikle regenerative opplevingar, der gjesten kan bidra i meningsfylt aktivitet som bidreg med noko positivt for lokalsamfunn og miljø. T.d. strandrydding, vertskap og vedlikehald av kulturminne m.m. Make a difference - go your own way.

Det ligg også ei moglegheit i å få gjestane til å bli lenger, ved å fokusere på både produktutvikling og innhaldsproduksjon som viser ei breidde av aktivitetar og reiseforslag, og som er lett å finne og kjøpe digitalt.

OPPSUMMERT

- Reiselivet i Fjordkysten og Sunnfjord skapar verdier langt utover reiselivsnæringa.
- Store sesongsvingingar står i vegen for fleire heilårlege arbeidsplassar.
- Vi har mykje av det mange ønskjer seg meir av (god plass, reint landskap, trygt og mykje ekte natur og kultur).
- Utanlandske besøkande bookar lengre tid i forvegen og er føreseielege.
- Det er aukande betalingsvilje i marknaden for opplevingar og kvalitetar vi kan by på ("Off the beaten track").
- Vi må drive fram utvikling som treff dei målgruppene vi prioriterer.



OMGREP

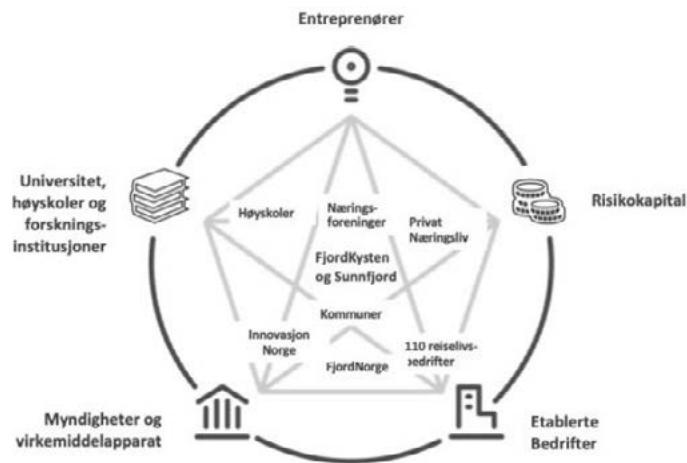
Reiselivet sitt økosystem

Dette Vegkartet legg ei brei forståing til grunn for definisjonen av reiseliv. Utover det som tradisjonelt vert definert som dei fem kjernenæringane i reiselivet (overnatting, servering, opplevingar, transport, formidling), fungerer reiselivet som eit økosystem.

Med det meinast det at reiselivet er avhengig av eit organisert samspel med samfunnet rundt seg. Det er fordi motivet for ei reise ikkje nødvendigvis er eit kommersielt produkt, men like gjerne ønsket om å drive med friluftsliv, besøke eit naturområde, eit kulturarrangement, eit museum, eit kulturminne eller ein attraktiv stad. Mange reiser også for å besøke familie og vener, men bruker likevel dei lokale tilboda. I sum utgjer dette reiselivet til eit økosystem og eit nettverk av bransjar med mange ulike koplingar mellom marknader, aktørar og leveransar.

Reiselivet er altså ikkje ei lineær verdikjede, snarare ein nettverksøkonomi der aktørane er avhengig av også andre ressursar enn sine egne for å kunne levere. I eit slikt system må alle aktørar ta ansvar for heilskapen. Forståinga av sosial berekraft synleggjer at innbyggjarane er aktive interessantar i reiselivet og reisemålsutviklinga. Samtidig hentar reiselivet i stor grad si attraksjonskraft frå fellesgode og ressursar på reisemålet. **Dette viser at heilskapleg forvaltning og leiing av reisemåla er nødvendig.**

Nokre av dei mest sentrale aktørane i reiselivet sitt økosystem er:



Næringsaktørane: Ansvar for eige sal og marknadsføring, produktutvikling i bedrifta, eigen kompetanseheving og aktiv deltaking i nettverkssamlingar.

Kommunane: Ansvar for å implementere reiseliv i planverk, tilrettelegging av areal for reiselivsverksemd, sikre rask sakshandsaming ved søknader, lokal infrastruktur som veg, parkering, skilting, toalett, tømrestasjonar, strandrydding/avfallshandtering, sikre at reiselivet sine behov er teke med ved innspel til offentlege ruter for buss/ferje/båt. Forplikte seg til langsiktig satsing for å bygge ein attraktiv destinasjon gjennom 3-årige avtaler med destinasjonsselskapet.

Lokale reiselivsforum: Representerer lokalt reiseliv og bidreg til tettare samarbeid mellom besøksnæringa lokalt, og mellom kommunen og besøksnæringa. Reiselivsforumet definerer og prioriterer lokale produktutviklingstiltak som fremjar det lokale reisemålet si utvikling og attraktivitet for besøkande.

Næringsforeiningar/Førsteinjeteneste: Samarbeidspartar i prosjekt og næringsutvikling. Disse er både breie næringsforeiningar og meir spesialiserte samarbeid relatert til reiseliv.

Visit Norway: Nasjonalt destinasjonsselskap med hovudoppgåve å posisjonere, merkevarebygge og marknadsføre Norge. Betydeleg innsats innan marknadsinnsikt og segmentering.

Innovasjon Norge: Nasjonalt og regionalt utvikling- og innovasjonsselskap som er ein del av det offentlege verkemiddelapparatet. Støttar kompetanseutvikling og satsingar bl.a. innan reiselivet.

Fjord Norge: Regionalt destinasjonsselskap for Vestland, Rogaland og Møre & Romsdal. Koordinerer utviklingsinitiativ i næringa samt internasjonal merkevarebygging og marknadsføring av Fjord Norway.

Vestland Fylkeskommune: Sentral støttespelar til reiselivet i FjordKysten & Sunnfjord ift planutvikling, innhaldsutvikling og finansiering av aktivitetar.

Visit Fjordkysten og Sunnfjord: Ansvar for sal og marknadsføring av destinasjonen, på vegne av medlemskommunar og medlemsbedrifter. Sikre god og profesjonell vertskapsfunksjon i regionen. Stimulere til kompetanseheving og produktutvikling, og arbeide for berekraftig og positiv utvikling til beste for reiselivsnæringa og lokalsamfunna. Dokumentasjon og måling av resultat og måloppnåing.



Reisemålsleiing

Reisemålsleiing vert brukt om funksjonen og samarbeidet mellom dei mange aktørane som, formelt eller uformelt, leiar utviklinga på eit reisemål. Ei god reisemålsleiing vert utøvd på lokalsamfunnsnivå i eit forpliktande samarbeid mellom næringsaktørar, innbyggjarar og det politiske abgjernsnivået.

Reisemålsleiing, slik omgrepet vert brukt i dette Vegkartet, har eit breidt perspektiv på kva slags aktørar som er inkludert i begrepet. Kommunane har ei sentral rolle som samfunnsutviklar og planmyndigheit, og må difor ta eit overordna ansvar. Visit FjordKysten og Sunnfjord representerer viktige deler av reiselivsnæringa gjennom sin medlemsmasse, og har verdifull bransjekunnskap om næringslivet og utviklinga på reisemålet, og er også ein viktig aktør for å samordne og sjå regionen under eitt og bidra til at det blir utvikla tilbod som går på tvers av dei lokale reisemåla. Destinasjonsselskapet er dermed ein av fleire sentrale aktørar i reisemålsleiinga i sitt område.

Uavhengig av den lokale organiseringa, er eit godt samarbeid mellom kommunen og reiselivsnæringa ein forutsetning for å lukkast med ei berekraftig reisemålsutvikling.

Besøksforvaltning

Besøksforvaltning er avgjerande for å sikre ei berekraftig utvikling av reiselivsnæringa og samtidig ivareta natur- og kulturverdiane i regionen. Ei heilskapleg tilnærming til besøksforvaltning legg vekt på å balansere behova til både besøkande og lokalsamfunnet. Dette inkluderer å ta vare på kulturarv, naturressursar, fremje lokalt næringsliv og sikre trivsel blant innbyggjarane. Prosessen med å implementere besøksforvaltning på reisemålet omfattar:

1. Samarbeid og nettverksbygging: Etablere og styrke samarbeidet med lokale interessentar, frivillige organisasjonar, næringsliv og offentlege myndigheiter for å sikre en heilskapleg og koordinert tilnærming.
2. Politisk arbeid og planlegging: Drive politisk arbeid for å implementere berekraftige reisemålsutviklingsstrategiar, forankre reiseliv som ei sentral eksportnæring og integrere besøksforvaltning i areal- og samfunnsplanlegginga.
3. Tilrettelegging av infrastruktur: Bygge eller oppgradere infrastruktur som stiar, parkeringsområde, toalett og skilt for å betre handtere og leie besøkande på ein berekraftig måte.
4. Medverknad og involvering: Engasjere lokalbefolkninga og besøkande i reisemålsutviklinga gjennom møte, workshops, nettsider og sosiale medier for å sikre at deira stemmer blir høyrde og at dei føler seg delaktige i beslutningar som blir tekne.
5. Vertskap, opplæring og kompetanse: Tilby opplæring og workshops for lokale guidar, vertar og andre tilsette i næringa for å auke kunnskapen om berekraftig praksis og korleis dette kan bidra til besøksforvaltninga.
6. Utvikling av opplevingsprodukt: Samarbeide for å utvikle attraktive og autentiske opplevingar og produkt som tek omsyn til natur- og kulturverdiane i området, og som bidreg til å spreie turismen gjennom heile året.
7. Marknadsføring og promotering: Marknadsføring som fokuserer på berekraftige reisemål og opplevingar, og som bidreg til å tiltrekke seg utvalde målgrupper gjennom heile året.
8. Ansvarleg marknadsføring: Utvikle og distribuere informasjon til besøkande som fremjar viktigheita av å respektere natur- og kulturverdiane i området, samt informerer om lokale reglar og retningslinjer.
9. Overvaking og evaluering: Implementere system for å kontinuerleg overvake og evaluere utviklinga for å identifisere eventuelle utfordringar eller område som kan betrast.



Merket for Berekraftig reisemål

Alle kommunane som utgjer reisemålet Fjordkysten og Sunnfjord har fatta positivt vedtak om å vere bidragsytar for å oppnå Merket for berekraftig reisemål. Dette viser ein sterk forplikting til å innføre og støtte berekraftige løysingar innan reiselivet.

Merket for Berekraftig reisemål er eit viktig verktøy for utviklinga av reiselivet. Innovasjon Norge har etablert merkeordninga som bygger på ein standard som hjelper reisemål med å implementere berekraftige praksisar.

Gjennom å oppfylle 84 indikatorar innanfor ulike tema knytta til dei 10 prinsippa for eit berekraftig reiseliv, kvalifiserer reisemålet seg til å få eit kvalitetsstempel. Denne merkeordninga fungerer ikkje berre som eit kvalitetsstempel, men også som et verktøy for å styre og måle utviklinga over tid og dokumentere samanhengar, effektar og resultat.

TRENDAR

Teknologiutviklinga

Digitalisering og utvikling av nye tekniske løysningar er allereie ei sterk kraft i utviklinga av reiselivet, og er forventa å bli enno viktigare i åra som kjem. Ny teknologi vil kunne endre fordeling av arbeidsoppgåver på eit reisemål og snu opp ned på kva som er lønsamt og ikkje. Den bidreg til automatisering og nye kompetansebehov, og den gir moglegheiter for ei smartare og meir lønsam drift. Samstundes påverkar digitaliseringa marknaden sine behov, ikkje minst der nye løysingar gjer reiser meir saumlause, tryggare og enklare å kjøpe og gjennomføre. **Digitalisering er difor eit viktig konkurranseområde i reiselivet.**

Digitaliseringa fører samtidig til to store endringar som gir utfordringar i eit lokalsamfunnsperspektiv. Det eine er framveksten av digitale delingsplattformer for overnatting, som Airbnb og Homeaway. Den andre er knytt til guiding, biletedeling med meir. Fordelen med dei digitale plattformene er at fleire i eit lokalsamfunn får del i gode menneskemøte og ein del av reiselivet si verdiskaping. Ulempa er at desse nye forretningsmodellane skaper ei næringsverksemd som kan vere vanskeleg å få med i felles utviklingsløp og fellesgodefinansiering. Dei kan dessutan gje utfordringar med å nå fram med informasjon, reguleringar, sikkerheit med meir.

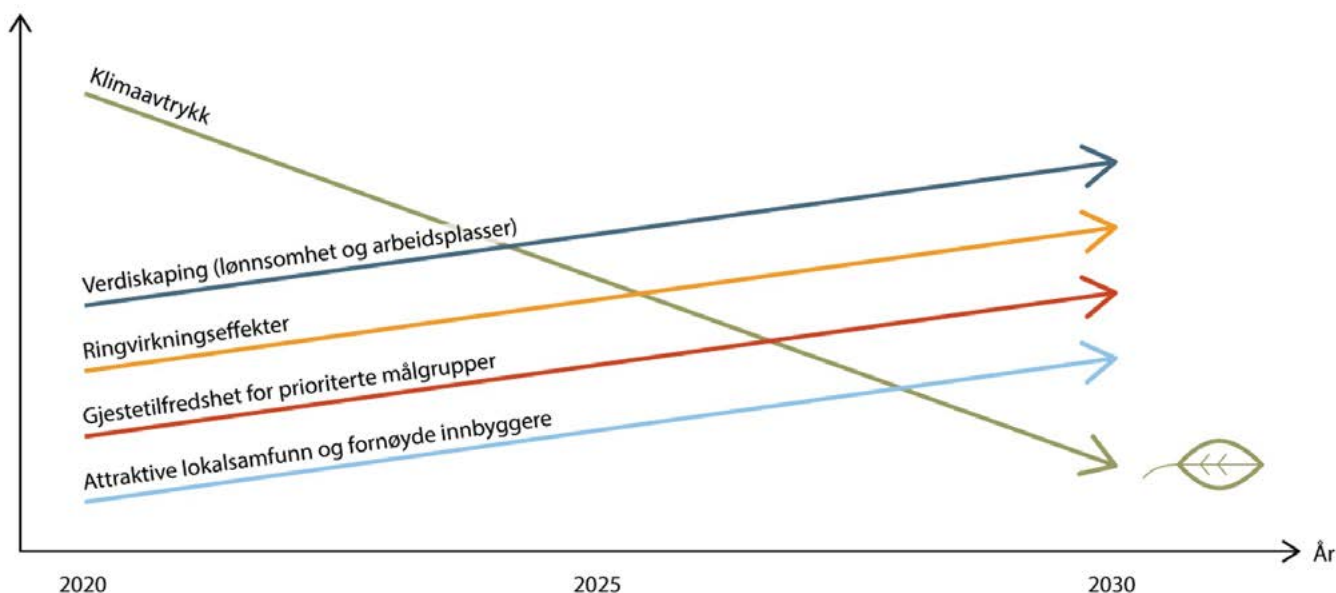
Lokal planlegging og besøksforvaltning blir stadig viktigare i reiselivet. Det bør difor integrerast i den offentlege planlegginga på lik linje med andre omsyn.

Berekraftomstillinga

Omstillinga til eit meir berekraftig reiseliv handlar både om natur, kultur, miljø, lokalsamfunn, men også om økonomi på bedrifts- og samfunnsnivå. Både berekraftomstillinga og det grønne skiftet får konsekvensar for korleis ein løyser nødvendige og ønska oppgåver. Samstundes påverkar det grønne skiftet marknaden sine ønskje og behov. Dei aktørane og reisemåla som ikkje klarer omstillinga raskt nok, vil tape i konkurransen.

Gjennom ei strategisk tilnærming som tek omsyn til desse trendane, kan vi sikre at Fjordkysten og Sunnfjord er ein ettertrakta turistdestinasjon som møter behova og forventningane til dagens reisande.

Den nasjonale reiselivsstrategien peikar ut mål og retning for ei heilskapleg og meir berekraftig reisemålsutvikling: Verdiskaping, ringverknadseffektar og gjestetilfredsheit skal auke. Utviklinga skal samstundes bidra til attraktive lokalsamfunn med fornøgde innbyggjarar og klimaavtrykket skal reduserast.



Figur. Pilene for norsk reiseliv mot 2030. Ei helheiskapleg og meir berekraftig utvikling. Kjelde: Innovasjon Norge, 2021

Klimaendringar

Vêr og klima har lenge vore ei utfordring for reiselivsbransjen. Nordmenn reiser etter vêret og avbestiller ofte ved dårleg vêr. Slik sett har spesielt YR dei seinare åra blitt ein maktfaktor i reiselivet. Europeiske turistar har i all hovudsak søkt varmt klima både på sommar og i kortferiar elles i året. Dette har endra seg. “Coolcation” har blitt eit omgrep i lys av hetebølgjer sør og midt i Europa dei seinare åra. Klimaendringane har gjort vårt kjølige og fuktige klima langt meir attraktivt på rekordtid. Friskt vêr er luksus for mange.

Dette gjenspeglar både i flyprisar, hotellprisar og restaurantprisar i dei store byane i Noreg samt på Vestlandet og i Nord-Noreg. Skjebnen er altså slik at der klimaendringane enkelte stadar har forferdelege konsekvensar med øydeleggingar og tragediar, så bærer dei med seg, i alle fall i ein periode, auka attraktivitet for reisemål i nord. Mange fleire vil oppleve det vi har i Noreg og på Vestlandet.

Geopolitikk og uro

Vi lever i ei uroleg tid med større geopolitisk uro enn på lenge. Splittelsar innanfor nasjonar, mellom nasjonar og kontinent, pregar både sivil tryggleik, ustabilitet innan handel og uføreseielege tider for framtidig utvikling.

Saman med effektar av klimaendringane så betyr dette at mange søker seg å feriere i trygge område, der demokrati råder. Og der det er god plass, reint og der dei samfunnsmessige infrastrukturane fungerer. Noreg er eit slikt land. Noreg opplevast som både trygt, reint, med styresmakter som er til å stole på og med avansert teknologisk utvikling. Noreg har til dømes ein nybil andel elektriske bilar på 94% (august 2024). Dette er i seg sjølv ikkje vesentleg for reiselivet, men gir utanlandske turistar hakeslepp. Andelen i Europa er i gjennomsnitt under 10%. Dette er med på å underbygge biletet av eit teknologisk avansert og moderne land, der berekraft og stødige struktur fungerer.

Frå volum til verdi – eit reiseliv i endring

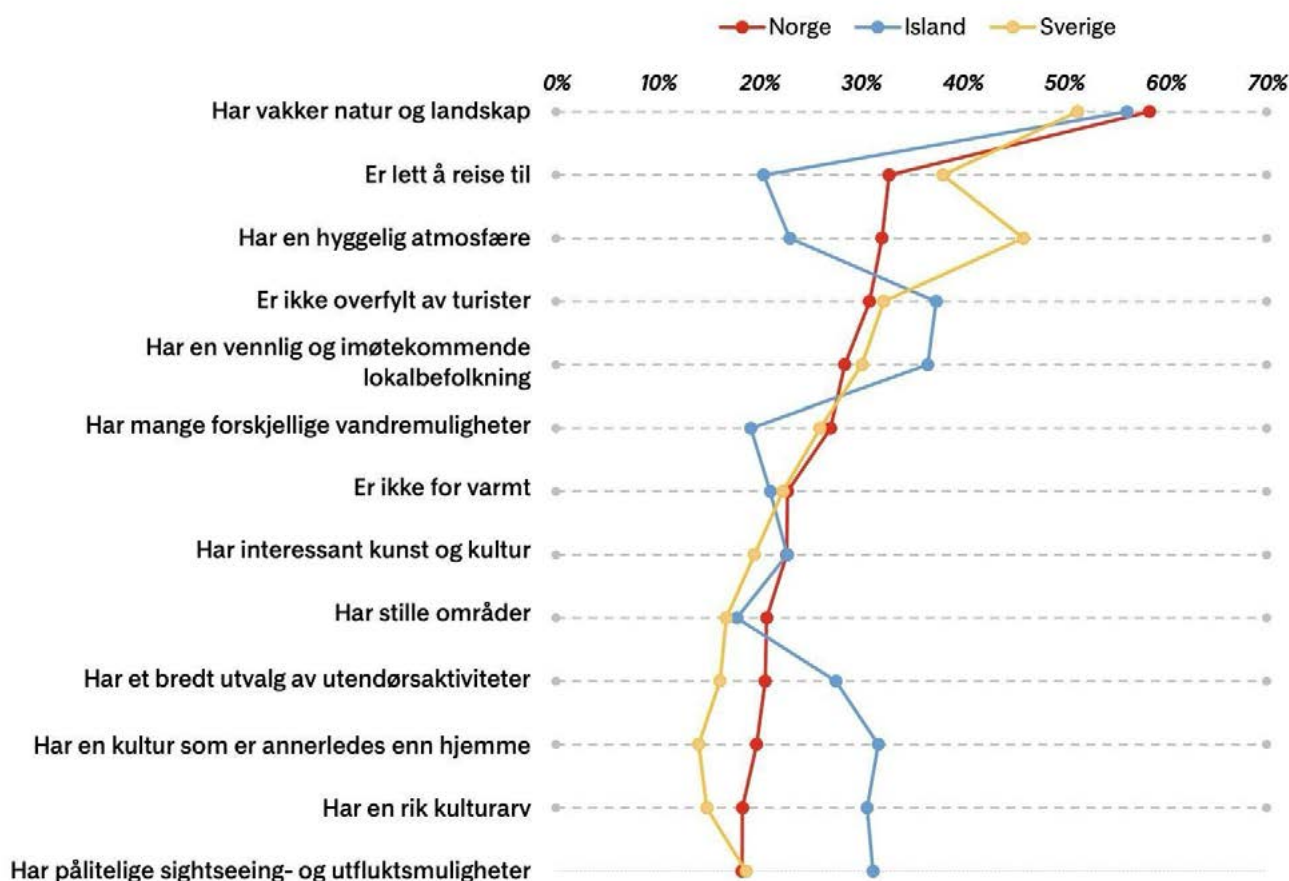
Reiselivsutvikling og reiselivet sin suksess har tradisjonelt blitt målt ut frå volum. Men vekst i volum samsvarar ikkje nødvendigvis med sunnare økonomi, lokal verdiskaping, gode gjesteopplevingar eller fornøgde innbyggjarar. Etter koronapandemien har omgrepet «build back better» blitt eit internasjonalt mantra og gir moglegheiter til å ta nye grep slik at reiselivsutviklinga i mykje større grad skjer på lokalbefolkninga sine premisser og er i tråd med måla for det grøne skiftet. Dei som er spesielt opptekne av dette er også målgrupper med god betalingsvilje.

Trendane avdekkjer marknaden sine ønskjer om ein meir berekraftig turisme der dei besøkande kjem tettare på innbyggjarar og lokalsamfunn.

Innovasjon Norge gjennomførte i 2024 ein stor internasjonal marknadsundersøking som bl.a. kartla sentrale drivarar (attraktivitetar) som målgrupper av spesiell relevans for Norge søker:

Hvilke kvaliteter og egenskaper skal ferieopplevelsen ideelt sett ha på denne ferie?

Andelen av feriereisende, som har angitt egenskapen







Destinasjonsselskapa si rolle i endring

Det er destinasjonsselskapet sine eigarar som gir mandat og rammer for verksemda, ut frå behov og finansielle forutsetningar. Oppgåvene er tradisjonelt knytt til marknadsføring, vertskapsoppgåver, samt utviklingsprosjekt for medlemmer og reisemålet.

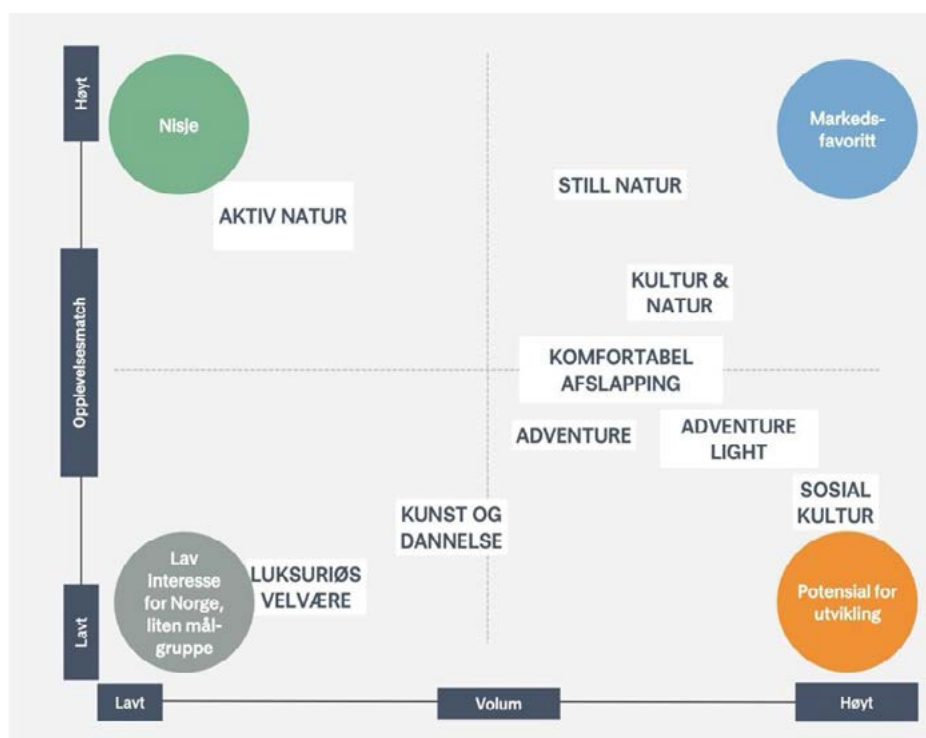
Gjennom Innovasjon Norge si ordning «Merket for berekraftig reisemål» har Visit FjordKysten og Sunnfjord teke ansvar for å koordinere prosessane for ei berekraftig reisemålsutvikling på destinasjonen. Dette fordrar eit tverrfagleg samarbeid mellom destinasjonsselskap, kommunane og næringa. Arbeidet med å oppnå «Merket for berekraftig reisemål» er organisert som eit toårig prosjekt (2022-2024) med eigen prosjektleiar, og er finansiert med 68 % av Innovasjon Norge.

Dei nye oppgåvene i samband med reisemålsutviklinga skapar utfordringar i forhold til dei tradisjonelle forretningsmodellane. For å nå ambisjonane i Vegkartet er det vesentleg at det i ei framtidsretta organisering vert sikra ressursar og kompetanse på berekraftig reisemålsutvikling og besøksforvaltning i destinasjonsselskapet. Slik kan Visit FjordKysten og Sunnfjord ta ei koordinerande rolle i forhold til arbeidet både i kommunane og for heile destinasjonen.

MÅLGRUPPER

Reisebarometeret for hausten 2023 gir oss viktig innsikt i reisetrendar og opnar opp for strategiske tilnærmingar som kan auke attraktiviteten til destinasjonen og tiltrekke seg fleire besøkande. Vidare har Innovasjon Norge nyleg (2024) gjennomført ein stor marknadsundersøking i 9 land av relevans for Norge og Vestlandet med over 13000 respondentar. Denne inneheld svært relevant innsikt for vegkartet. Innsikt herifrå blir verdifull for vårt marknads- og utviklingsarbeid dei kommande åra.

Det er verdt å merke seg at den nasjonale innsatsen i utlandet vil rette seg mot målgrupper som er spesielt opptekne av opplevingar i natur, kultur og i berekraftig ressursbruk. Innovasjon Norge har gitt namn og skildring til 9 segment. Av desse er “Stille natur”, “Aktiv natur”, “Kultur og natur” og “Adventure / Adventure light” spesielt relevante for Fjordkysten og Sunnfjord.



Nokre andre funn i Innovasjon Norge si marknadskartlegging som er av spesiell relevans for Fjordkysten og Sunnfjord:

- Naturferiar er like populært som byferiar for dei aktive reisande dei kommande tre åra.
- Målgrupper som er opptekne av community engagement (opptekne av lokal verdiskaping) veks.
- Berekraft er i ferd med å bli ein hygienefaktor for aktive reisande i alle marked.
- Uavhengig av målgruppe vel dei reisande å feriere på reisemål som er pålitelege.
- Hovudgrunnen for å reise til Noreg på ferie er vakker natur og landskap (kontrastar).
- Å reise til stadar som ikkje er overfylte av turistar er meir attraktivt enn nokon gang.

HOVUDUTFORDRINGAR

Sett i lys av målsettingane og ambisjonane i Vegkartet, kan situasjonen oppsummerast i følgjande hovudutfordringar for Fjordkysten og Sunnfjord:

1. Reiseliv må anerkjennast som samfunnsnyttig næring og må prioriterast deretter
2. Ei større satsing krev fleire involverte, betre forankring og større grad av samhandling mellom aktørane i reiselivet og kommunane
3. Nødvendig utvikling vert bremsa av svak økonomi for mange i næringa, grunna store sesongvariasjonar. Det er derfor vesentleg at vi organiserer oss for eit felles løft i retning heilårsnæring.
4. Det er naudsynt å auke verdiskapinga per besøkande, for å nå målet om vekst utan auka klimautslepp. Då må også opplevingsverdien opp, og besøkande må bli lenger.
5. Vi har ei utfordring knytt til føreseieleg turisme. Gjestemiksen vår med mange norske turistar, gjer at vêrforhold får umiddelbar effekt på kort sikt. Dette gjer arbeidsforhold og føreseielege inntekter vanskeleg.

VISJON

På sporet av det gode liv

Fjordkysten og Sunnfjord skal vere ein stad der både besøkande og lokalbefolkninga finn vegen til det gode liv – gjennom opplevingar, natur, kultur og fellesskap.

Ein destinasjon der berekraftig utvikling skapar harmoni mellom menneske og miljø, og der reiselivet bidreg til å gjere både livskvalitet og lokalsamfunn rikare.



Fjordkysten
& Sunnfjord

OVERORDNA MÅL

Eit heilårleg reiseliv

Skal reiselivsnæringa utviklast som ei lønsam og attraktiv næring, er evna til å skape verdifulle, heilårlege arbeidsplassar viktig. Heilårleg forutset framleis satsing på sommarsesongen, men også strategisk satsing på utvikling av skulder- og vintersesong. For at vår/haust og vinter skal bli ein ny vekstsesong må alle aktørar jobbe saman langsiktig med både marknads- og produktutvikling og tilgjengelegheit.

For å oppnå dette må vi lukkast med å tiltrekke nok gjestar til reisemålet heile året og ein større grad av førehandsbooking. Dette kan oppnåast gjennom å utvikle eit breitt spekter av aktivitetar og opplevingar som appellerer til ulike målgrupper og sesongar kombinert med aktivt salsarbeid mot turoperatørar.

Mål

Auke tal besøkande i skulder- og vintersesong, og auke tal besøkande og opphaldstid i sommar-sesongen. Tiltrekke seg gjestar med god betalingsevne og -vilje, som ønskjer eit opphald som harmonerer med lokalt verdigrunnlag og som bidreg til at lokalsamfunna utviklar seg til beste for innbyggjarane på ein måte som styrker vår identitet og integritet. Dette forutset produktutvikling med fokus på kvalitet og vertskapsrolla.

- Maksimum 10 % av besøkande skal oppleve destinasjonen som overfylt.
- Minst 80 % av innbyggjarane skal vere positive til reiselivet og aktivitetane.
- Minst 80 % av gjestene skal vere fornøgde med opphaldet.
- Auke gjestedøgn totalt frå 309.000 i 2023 til 495.000 i 2030 (60 % auke).
- Utjevne sesongsvingningar. Dobling av gjestedøgn i skulder- og vintersesong (september – april) frå 140.000 i 2023 til 280.000 i 2030.
- Auke gjennomsnittleg opphaldstid frå 1,7 døgn i 2023 til 2,7 døgn i 2030.
- Auka grad av samhandling mellom kommunane og aktørane i reiselivet sitt økosystem, for å sikre ei langsiktig og berekraftig utvikling.
- 40 % vekst i reiselivet si verdiskaping i 2030 samanlikna med 2019.
- Redusere klimaavtrykket frå reiselivet med 40 % frå 2019 til 2030.



Go your
own way



Fjordkysten
& Sunnfjord

HANDLINGSPLAN

VEGKART 2025–2030

Formål

For å lukkast med ei lønsam og berekraftig reiselivsutvikling i heile Fjordkysten og Sunnfjord, krevst det ein felles innsats frå både destinasjonsselskapet, næringsaktørar og offentlege myndigheiter.

Handlingsplanen peiker på prioriterte tiltak for å nå måla i Vegkartet, og kven som må bidra for at ein skal lukkast innan dei prioriterte utviklingsområda på vegen mot det overordna målet – eit meir heilårleg reiseliv.

Handlingsplanen vert evaluert og rapportert på årleg.

Hovudgrep – 7 satsingsområde

Dette er ei skildring av 7 viktige satsingsområde. Kvar av desse vil bli eit eige innsatsområde med dels ulike deltakarar / involvere ulike aktørar.

1 Berekraftig og miljøbevisst

Satsingsområdet «Berekraftig og miljøbevisst» har som mål å utvikle Fjordkysten og Sunnfjord som ein destinasjon for berekraftig turisme, der klima- og miljøaspekt er sentrale delar av utviklingsprosessen. Dette inneber å kombinere økonomisk vekst med ansvarleg forvaltning av både miljø og samfunn, slik at regionen sine unike natur- og kulturressursar blir bevart for framtidige generasjonar.

Gjennom berekraftig produktutvikling, miljøsertifisering og konkrete tiltak for å redusere klima-avtrykket, skal reiselivet bidra til ei positiv utvikling der både økonomi og miljø står i eit heilskapleg forhold. Satsinga skal sikre at regionen sin naturarv vert forvalta på ein måte som ikkje berre møter dagens behov, men som også legg til rette for framtidig berekraftig vekst i reiselivet.

Målbilete 2030

Målbilete for 2030 er at Fjordkysten og Sunnfjord skal vere anerkjent som eit berekraftig reisemål, der destinasjonsselskapet spelar ei koordinerande og leiande rolle i utviklinga. Med dei nødvendige ressursane og kompetansen vil det bli etablert eit tett samarbeid med kommunane og ulike aktørar i regionen for å fremje berekraftig utvikling.

Regenerative opplevingar, som set fokus på lokalsamfunn, levesett og natur, skal vere ein kjernekomponent i det totale opplevingstilbodet. Dette skal ikkje berre styrke den kulturelle og naturlege verdien, men også bidra til ei meir berekraftig reiselivsoppleving.

Langsiktig mål er å leggje til rette for lengre opphald, der unike opplevingar og aktivitetar blir prioritert i utviklinga av destinasjonen. Klima- og miljøaspekta vil vere integrerte i heile prosessen, og både kommunar og reiselivsbedrifter vil aktivt arbeide for å oppnå relevante miljøsertifiseringar som sikrar berekraftige og ansvarlege val.

I 2030 skal Fjordkysten og Sunnfjord vere reisemål prega av balanse, der overturisme er unngått.

- CO2- avtrykket frå reiselivet på destinasjonen er redusert med 40 % frå 2019.
- Høgst ein av ti besøkande skal oppleve destinasjonen som overfylt.
- Minst 4 av 5 innbyggjarar i regionen skal vere positive til reiselivet og dei aktivitetane som følgjer med.
- Minst åtte av ti av gjestane skal vere fornøgde med opphaldet på destinasjonen.
- Fjordkysten og Sunnfjord skal vere merka som berekraftig reisemål.
- Regenerative opplevingar skal vere ein viktig del av opplevingstilbodet.
- Hamner med cruiseanløp skal vere miljøsertifisert, og det er satt eit omforent tak for tal cruiseanløp og cruisegjestar.
- 50 % av reiselivsbedriftene og alle samarbeidskommunar er miljøsertifisert i 2030.
- Andel inngrepsfri natur på destinasjonen har ikkje blitt redusert i strategiperioden.

Kven bør involverast for at vi skal lukkast?

Det offentlege har eit særskilt ansvar for god besøksforvaltning, ikkje minst etablering av tilstrekkelege fellesgode som toalett, skilting, parkeringsplassar, avfallshandtering m.v. Men også destinasjonsselskapet, reiselivsaktørar og andre aktørar som marknadsfører destinasjonen må involverast. Det samme gjeld aktørar som har ansvar for infrastruktur for tilgjenge, slik som transportaktørar.

	Visit Fjordkysten og Sunnfjord	Reiselivsaktørar	Offentlege aktørar	Virkemiddelapparatet
Merket for berekraftig reisemål	Arbeide for å oppnå og bevare Merket for berekraftig reisemål	Støtte arbeidet for å ivareta Merket for berekraftig reisemål	Sørge for ressursar til destinasjonen sitt berekraftsarbeid	Styrke merkeordninga og gje økonomisk støtte til kommunar og destinasjonar
Miljøsertifisering	Auke tal miljøsertifiserte medlemmer	Miljøsertifisere bedrifta	Miljøsertifisere kommuneadministrasjonen	Yte støtte for klima, miljø og natur
Transport og utslepp	Redusere utslepp og fremje ikkje-motorisert transport	Bruke utsleppsfri transport og offentlig transport	Sørge for ladeinfrastruktur og landstraum	Sørge for utsleppsfri kollektivtransport
Marknadsføring og besøksforvaltning	Prioritere markedssegment med lavt klimaavtrykk og høg verdiskaping	Auke tilgang til tilgjengelege aktivitetar med forutsigbare åpnings-tider	Aktivt delta i fylkeskommunen sitt prosjekt for besøksforvaltning	Prioritere berekraftige verksemder i tilskot og regulering
Marknadsføring og besøksflyt	Sikre ansvarleg marknadsføring og god besøksflyt	Sikre informasjon som fremjer ansvarleg gjesteadferd	Utvikle besøksstrategi for kommunen	Kommunisere berekraftige aktivitetar i destinasjonen
Kultur, natur og folkehelse	Marknadsføre kulturminner og naturområder med berekraftig praksis	Sikre universell utforming av produkt og tilbod	Sørge for universell utforming, skilting, parkering toalettfasilitetar og avfallshandtering	Utarbeide bevaringsstrategiar for natur og kulturarv
Lokalmat og produkt	Informere om og oppfordre til bruk av lokale produkt og tjenester	Prioritere lokal mat og berekraftig samhandling	Oppfordre til bruk av lokale produkt	Støtte utvikling av lokale marknader og matprosjekt
Digitale verkøy og kompetanse	Tilrettelegge for digitale verkøy for kompetanseheving og berekraftig praksis	Delta i digitale løysningar for kompetanseheving og berekraft	Delta i digitale løysingar for kompetanseheving og berekraft	Utvikle digitale plattformer for berekraftig turisme
Tilfredsheit og vertskap	Kartlegge innbyggjar- og gjestetilfredsheit jamnleg	Tileigne seg kunnskap for å ivareta vertskapsrolla	Sørge for tilstrekkelege ressursar til vertskapsarbeidet	

2 Styrka samhandling

Effektiv samhandling er avgjerande både for auka effekt ved å sikre tilstrekkeleg felles retning for destinasjonsarbeidet, og for effektiv utnytting av avgrensa ressursar. For å sikre effektiv ressursbruk og unngå dobbeltarbeid, er det nødvendig med ein tydelegare samhandlingsmodell og oppgåvefordeling, som sikrer at alle som arbeider innanfor reiseliv og reiselivsutvikling trekk i same retning og driv kompletterande aktivitet.

For å oppnå dette må både destinasjonsselskap, reiselivsaktørar, kommune, øvrig næringsliv og representantar for lokalsamfunnet som t.d. grendalag og tilsvarende inviterast til å delta i lokale reiselivsforum. Det må etablerast Reisemålsleiing lokalt, som kan ivareta oppgåver som besøksforvaltning og sikre god samhandling i reiselivet sitt økosystem, dette kan om hensiktsmessig vere dei lokale Reiselivsforum.

Det er også nødvendig med auka samhandling med aktørar og instansar som dels bygger marknadssuksess på naturmiljø (som t.d. sjømat, energi etc.), forvaltning og næringssselskap som er viktige premissgiverar og har dels samanfallande mål som t.d. arbeidsplassar, verdiskaping, omdømme og attraktivitet, forvaltning m.m. og regionale parkar som t.d. Fjordkysten regional- og geopark.

Fakta og kunnskap må ligge til grunn for vidare utvikling av reiselivet på destinasjonen.

Målbilete 2030

Lokal reisemålsleiing er etablert og styrkar samarbeidet mellom kommunar, reiselivet og lokalbefolkninga. Gjennom innbyggjarundersøkingar, gjesteundersøkingar, besøksstrategiar og verktøy for besøksforvaltning har kommunane lagt grunnlaget for ei berekraftig utvikling.

Nye opplevingskonsept er utvikla i samarbeid mellom reiselivsaktørar, og kommunane har fått ei meir aktiv rolle i destinasjonsutviklinga. Samtidig har Visit Fjordkysten og Sunnfjord fått fleire medlemmer, som styrkar det felles arbeidet for ein berekraftig destinasjon.

Det er utvikla møteplassar for auka samhandling mellom destinasjonsselskap og lokale/regionale nærings- og utviklingsselskap.

- Reiselivsforum og Reisemålsleiing er etablert for kvart enkelt reisemål, og det er ein navngitt kontaktperson for reiseliv i kvar kommune.
- Eit felles Destinasjonsråd for heile destinasjonen er etablert, som eit rådgivande organ for koordinering av utviklinga for heile destinasjonen i tråd med strategiane og måla i Vegkartet.
- I samarbeid med Nordfjord Havn, Kinn kommune og andre aktørar er det i løpet av 2025 avklart oppgåvefordeling, finansiering av fellesgode og tolegrensar for cruisevolum i Måløy. Dette sikrar ei balansert cruiseutvikling som tek omsyn til både miljøet og lokalsamfunnet.
- Tal medlemer i destinasjonsselskapet har i 2030 auka til 150, ein auke på 50 % frå 2024.
- Medlemskommunane har 3-årige avtaler med destinasjonsselskapet.
- Destinasjonsselskapet og Fjordkysten regional- og geopark har samarbeidsavtaler som sikrer effektiv oppgåvefordeling og samhandling.
- Det er utvikla møteplassar for auka samhandling mellom destinasjonsselskap og lokale / regionale nærings- og utviklingsselskap.

Kven bør involverast for at vi skal lukkast?

Reiselivsforumma kan fungere som lokal reisemålsleiing, og dei strategiske utviklingsområda i Vegkartet er område reisemålsleiinga må arbeide systematisk med over tid for å oppnå effekt.

Eit felles Destinasjonsråd skal bidra til at kommunar og sentrale aktørar for reiselivet jobber koordinert og langsiktig med berekraftig reisemålsutvikling for Fjordkysten og Sunnfjord, og skal sikre at sentrale beslutningstakarar i reiselivsregionen har same informasjon om reiselivet og ei felles, koordinert forståing av korleis reiselivet bør utviklast. Destinasjonsrådet kan også vere eit talerøyr for reiselivet sine interesser overfor overordna myndigheiter.

Nærings- og utviklingsselskap er viktige samarbeidspartar for å oppnå ei meir effektiv utnytting av avgrensa ressursar lokalt og regionalt.

	Visit Fjordkysten og Sunnfjord	Reiselivsaktørar	Nærings- og utviklingsselskap	Offentlige aktørar
Reiselivsforum	Delta i lokale reiselivsforum	Delta i lokale reiselivsforum	Delta i lokale reiselivsforum	Sikre sekretariat-funksjon og delta i lokale reiselivsforum
Framtidsretta næringsutvikling	Utvikle ein framtidsretta selskapsplan	Samarbeide med lokalsamfunn og lokale aktørar for styrking av lokale tilbod og lokal verdiskaping	Delta på felles møteplassar for auka samhandling og meir effektiv ressursbruk	Samarbeide med destinasjonsselskap, reiselivsaktørar og lokalsamfunn for å styrke lokale tilbod og verdiskaping
Destinasjonsleiing	Etablere felles Destinasjonsråd med politisk og adm. leiing for kommunane, destinasjonsselskap og lokale representant for lokale reisemålsleiingar	Bli medlem i Visit Fjordkysten og Sunnfjord. Engasjere seg i fellesskapet og bidra i utvikling av fellesgoder		Bidra med val av politisk representant og representant for kommunedirektørar i Destinasjonsråd
Innsikt og fakta om reiselivet	Formidling av innsikt og fakta om reiselivets aktivitet og verdiskaping	Svare på og vidareformidle undersøkingar og andre henvendingar	Tileigne seg oppdatert innsikt om reiselivet si verdiskaping og økosystem	Fasilitere dashboard for reiselivsstatistikk (fylkeskommunen)
Digitalisering	Fasilitere fora for digitalisering	Delta i fora for digitalisering	Delta i fora for digitalisering	Sørge for tilgang til nødvendig digital infrastruktur
Cruiseutvikling i Måløy	Samarbeide med aktørar som Nordfjord Havn, Kinn kommune, og andre for cruiseutvikling i Måløy	Etterleve berekraftige prinsipp og bidra til tiltak som ivaretek lokalsamfunnet	Samarbeide for auka bustads- og besøksattraktivitet	Sikre rammebetingelsar og styringsmekanismer for berekraftig cruiseplanlegging
Møtearenaer for samarbeid	Delta på møtearenaer for samarbeid med kommunar, fylkeskommune, Fjord Norge m.fl.	Delta aktivt på arenaer for samarbeid om reiselivsutvikling	Delta aktivt på arenaer for auka samarbeid og samhandling	Bidra til samarbeid og koordinering på regionale og nasjonale nivå
Beredskapsmøter	Årlige møter med politi, redningstjeneste, helsemyndigheiter og beredskapsansvarlege	Delta i møter og bidra med innsikt om utfordringar knytt til reiseliv		Identifisere og adressere sikkerhetsbehov i samarbeid med aktørane

Go your own way



3 Bygge merkevare for Fjordkysten og Sunnfjord

Auka og smartare marknadsføring for å nå dei som vil til Noreg, men «off the beaten track».

Vi skal ta ein posisjon i marknaden som den kontrastfylte delen av Vestlandet; urørt og berekraftig «det neste spennande – der ikkje alle andre drar»- Vi vil ha stor nytte av å styrke eigen merkevare saman med Fjord Norge – a part of Fjord Norway. Kommunikasjonskonseptet «Go your own way» skal vere utgangspunkt for ein spissa kommunikasjon.

Målbilete 2030

- Vere den mest foretrukne destinasjonen i Fjord Norge for opplevingar «off the beaten track».
- Merkevare og kommunikasjonskonsept er implemenert hos reiselivsbedriftene.
- Reisemålsleiinga samarbeider om profilering og destinasjonsmarknadsføring.
- Det er utvikla gode og lett tilgjengelege verktøy for merkevareplattformen med historier, foto, film – til hjelp i marknadsføringa for både reiselivsbedrifter og reisemål på destinasjonen.

Kven bør involverast for at vi skal lukkast?

Å ta posisjon krev at så mange som mogleg fortel den same historia om destinasjonen. Dette gjeld både reiselivsaktørar og andre som driv marknadsføring og merkevarebygging av destinasjonen.

Kva slags aktivitetar bør igangsettast?

	Visit Fjordkysten og Sunnfjord	Reiselivsaktørar	Offentlege aktørar	Verkemiddel-apparatet
Kommunikasjonskonsept	Målretta bruk av kommunikasjonskonseptet Go your own way	Ta i bruk merkevare og kommunikasjonskonsept i eiga marknadsføring	Sikre at Visit Fjord-Kysten og Sunnfjord har tilstrekkeleg økonomi til langsiktig marknadsposisjonering av destinasjonen overfor prioriterte målgrupper	Innovasjon Norge Reiseliv og Fjord Norge må innrette sin aktivitet slik at dei støtter opp under den posisjonen Fjord-Kysten og Sunnfjord ønsker å ta
Verktøykasse	Lett tilgjengeleg innhaldsbank og verktøy for bruk av merkevaren	Utvikle og tilpasse produkt som svarer til forventningar og behov i dei målgrup-pene destinasjonen har forutsetningar for å tiltrekke seg	Nyttiggjere seg av innhald og kommunikasjonskonsept til marknadsføring av kommunen	Innovasjon Norge Reiseliv må jamnleg levere oppdatert innsikt om målgrupper og posisjonering
Spissing målgrupper	Utarbeiding av personar for prioriterte målgrupper	Sørge for at kvalitet og innhald er i henhold til prioriterte målgrupper sine forventningar og behov		
Kjernefortellingar	Finne innhaldsmessige «spissar» å nytte i marknadsføringa	Vere medlem i Visit FjordKysten og Sunnfjord og bidra til å lukkast i fellesskap		

4 Marknadsføring og sal / fasilitering mot B2B* og MICE*

Auka satsing på marknads- og salsarbeid mot turoperatørar, for å sikre ei større grad av forhåndsbookingar i ein utvida sesong.

Eiga satsing på bedriftsmarknaden mellom Bergen og Ålesund for møter og firmaturar, samt bidra til å auke verdiskapinga i arrangementsturismen i regionen. Møter og arrangement er også eit vesentleg område for å sikre arbeidsplassar og verdiskaping i reiselivet heile året, fordi disse ofte arrangerast utanfor hovudsesongane i ferie- og fritidsmarknaden.

* B2B er ei forkorting for business to business, og handler om marknadsføring og sal mot distribusjonsleddet (turoperatørar, reisebyrå, incoming operatørar m.v.). * MICE står for meetings, incentives, conferences and events. MICE handler om den delen av reiselivet som ikkje er ferie- og fritidsreiser, men yrkesreiser av ulik art.

Målbilete 2030

- Tal gjestedøgn i skuldersesong og vinter (september – april) har dobla seg, frå 140.000 i 2023 til 280.000.
- Tal avtaler med turoperatørar har auka vesentleg frå 2024.
- Fjordkysten og Sunnfjord er kjent som ein attraktiv destinasjon for belønningsreiser (incentive).

Kven bør involverast for at vi skal lukkast?

Destinasjonsselskapet saman med reiselivsaktørar som ønsker å satse på B2B og MICE. Ei eiga ressursgruppe for satsinga er etablert, og vil bidra med å prioritere tiltak og satsingar.

Kva slags aktivitetar bør igangsettast?

	Visit Fjordkysten og Sunnfjord	Reiselivsaktørar	Offentlege aktørar	Verkemiddel-apparatet
Interaktiv visningstur	Utvikling av interaktiv visningstur	Delta med eigen film i interaktiv visningstur	Støtte lokale samarbeidsprosjekt for auka samarbeid og profesjonalisering	Støtte samarbeidsprosjekt for auka samarbeid og profesjonalisering
Workshops B2B	Salsarbeid på workshops, fysisk og digitalt	Bidra med relevant og oppdatert innhald til produktmanualar m.v.		
Ressurs-utvikling	Eigen ressurs dedikert satsinga	Utvikle aktivitets- og opplevingstilbod tilpassa deltakarar på møter og konferansar	Bidra til langsiktig satsing gjennom 3-årige avtaler med Visit Fjordkysten og Sunnfjord	
Vertskap	Arrangere visningsturar	Bidra til gjennomføring av visningsturar	Bidra med vertskap der det er aktuelt	
Nettverk	Fasilitere ressursgruppe for B2B og MICE, vurdere bedriftsnettverk	Delta i ressursgruppe for B2B og MICE		Støtte satsing på bedriftsnettverk for satsing på MICE
Produkt-utvikling	Utvikle oversikt over aktivitetar og opplevingar for deltakarar på møter/konferansar	Utvikle kurs- og møtefasilitetar med høg standard	I størst mogleg grad nytte lokale tilbod for eigne møter/konferanse	
Arrangør-kompetanse	Sammen med næringsselskapa fasilitere forprosjekt for auka arrangørkompetanse	Samarbeide med andre bedrifter lokalt for utvikling av opplevingspakkar i ein utvida sesong	Bidra med støtte til utvikling av lokale arrangement	Støtte satsing på prosjekt for auka arrangørkompetanse

5 Innhaldsutvikling

Utvikling av heilheitleg innhald (foto, film, reiseruter og opplevingspakkar) for heile destinasjonen og for kvart reisemål, høgsesong/skuldersesong/vinter. Fokus på å synleggjere breidda av tilbod og aktivitetar for å bidra til lengre opphald i Fjordkysten og Sunnfjord.

Målbilete 2030

- Visit FjordKysten og Sunnfjord er den drivande aktøren for utvikling og produksjon av innhald som foto, film og reiseruter for destinasjonen.
- Visit FjordKysten og Sunnfjord er blant dei fremste destinasjonane i Noreg innan digitale visningsturar.
- Tal følgjarar og engasjement på SoMe har auka vesentleg, frå 22.000 følgjarar i 2024 til 50.000 følgjarar i 2030.

Kven bør involverast for at vi skal lukkast?

Destinasjonsselskap, reiselivsaktørar, kulturaktørar og transportørar må samarbeide om utvikling av heilheitlege produktpakkar for destinasjonen.

Kva slags aktivitetar bør igangsettast?

	Visit Fjordkysten og Sunnfjord	Reiselivsaktørar	Offentlege aktørar
Ressurs-utvikling	Eigen ressurs for innhaldsproduksjon	Bidra til produksjon av innhald som foto og film med tilrettelegging av motiv og statistar	Bidra til langsiktig satsing gjennom 3-årige avtaler med Visit FjordKysten og Sunnfjord
Sosiale media	Always on strategi på sosiale media	Framsnakke og dele innhald frå destinasjonsselskapet og andre aktørar på reisemålet	Framsnakke og dele innhald frå destinasjonsselskapet
Historie-fortelling	Produksjon av innhald med fokus på kommunikasjonskonseptet. Foto, film og historie-fortelling	Bidra til utvikling av historie-fortelling frå destinasjonen	Nyttiggjere seg av og støtte opp under kjernebodskapet i merkevaren
Interaktiv destinasjon	Videreutvikling av interaktiv visningstur	Delta med eigen film i interaktiv visningstur for eigne tilbod og produkt	Bruke interaktiv visningstur til marknadsføring av kommunen
Arrangement	Sikre god synlegheit for arrangement på destinasjonen på eigne nettsider	Bidra med registrering av arrangement på destinasjonen si nettside	Støtte utvikling av arrangement i ein utvida sesong



6 Destinasjons- og produktutvikling

Fasilitere og koordinere innsats for å utvikle ei større breidde av tilgjengelege og salbare produkt og opplevingar heile året, og stimulere til produktutvikling som treff driverar for våre prioriterte målgrupper.

Målbilete 2030

- 50 % auke i tal bookbare produkt og opplevingar på destinasjonen samanlikna med 2024.
- Det er utvikla eit breidt sett av nye opplevingar og tilbod i perioden frå oktober til april.
- Destinasjonen har eit attraktivt tilbod av produktpakkar med opplevingar frå hav til bre, og har utvikla bookbare tilbod av regenerative opplevingar.
- Det er utvikla fyrtårnsopplevingar på kvart reisemål.
- Ein har engasjert næringa i produktutvikling og fasilitert innhaldsutvikling retta mot premium målgrupper.
- Reisemålsleiinga arbeider for at flest mogleg opplevingstilbod settast i stand til å ha heilårsdrift.

Kven bør involverast for at vi skal lukkast?

Kommunar, fylkeskommune, reiselivsbedrifter, kulturinstitusjonar, transportselskap, næringsselskap og anna næringsliv i Fjordkysten og Sunnfjord må involverast i ei strategisk, planlagt og langsiktig destinasjonsutvikling. Også verkemiddelapparatet bør involverast.

Kva slags aktivitetar bør igangsettast?

	Visit Fjordkysten og Sunnfjord	Reiselivsaktørar	Offentlege aktørar	Verkemiddelapparatet
Nettverk	Fasilitere ressursgruppe for sesongutvikling	Delta i ressursgruppe for sesongutvikling	Alle kommunar i regionen må bidra til destinasjonsselskapet	Innovasjon Norge Reiseliv må utarbeide marknadsundersøkelser og oversikt over reiselivet si verdiskaping i kvar kommune
Innsikt	Bidra med innsikt for produktutvikling og produktpakketering	Utvikling av nye tilbod som svarar til dei prioriterte målgruppene sine forventningar. Samarbeide med andre bedrifter på destinasjonen	SSB må levere reiselivsstatistikk på kommunenivå	Innovasjon Norge Reiseliv og Fjord Norge må bidra med innsikt om reisetrendar m.m.
Konsept	Utvikling av heilheitlege produktpakkar frå hav til bre	Sørge for at destinasjonsselskapet har oppdatert informasjon om tilbod, opningstider og kontaktinformasjon		Innovasjon Norge Reiseliv og Fjord Norge må nytte seg av innhald frå heile destinasjonen i sine aktivitetar
Produktpakkar	Utvikling av heilheitlege produktpakkar og reiseruter for 3-7 dagar	Bidra i samarbeidsprosjekt for utvikling av heilheitlege produktpakkar og reiseruter		
Booking	Fasilitere booking-system for aktivitetar og opplevingar	Satse på betre tilgjengelegheit av eksisterande og nye produkt ved å ta i bruk online booking og evt. utvida opningstider/ sesong		
Planverk	Passe på at reiseliv blir teke hensyn til i samfunnsutviklinga slik at destinasjonen utvikler seg i tråd med målsettingane i Merket for berekraftig reisemål	Vere aktive med innspel til kommuneplanar	Reiselivet sine behov vert hensynteke i relevante kommunale planar og strategiar	
Fyrtårn	Finne fyrtårnsprodukt for kvart reisemål saman med Reisemålsleiinga	Finne fyrtårnsprodukt for kvart reisemål saman med Reisemålsleiinga	Finne fyrtårnsprodukt for kvart reisemål saman med Reisemålsleiinga	
Sesongutvikling	Ta initiativ til produktutvikling og testlab for utvikling av regenerative opplevingar, tematurar og opplevingar retta mot premium målgrupper i ein utvida sesong	Delta i fora og testlab for utvikling av regenerative opplevingar, tematurar og opplevingar retta mot premium målgrupper i ein utvida sesong		Støtte utviklingsprosjekt
Samarbeid	Tett samarbeid med Fjordkysten regional- og geopark om utvikling av opplevingar, UNESCO trail, informasjon og marknadsføring	Vere medlem av Fjordkysten regional- og geopark og delta på møteplassar i regi av parken	Alle kommunar i Fjordkysten regional- og geopark må bidra til parkarbeidet	Støtte parkarbeidet

7 Ein tilgjengeleg destinasjon

Gjere det enkelt å finne, kjøpe, reise til og på destinasjonen, og å oppleve Fjordkysten og Sunnfjord. Besøkande skal på ein enkel måte kunne tileigne seg relevant og riktig informasjon på eit språk dei forstår.

Målbilete 2030

- Heimesidene til Fjordkysten og Sunnfjord er enkle å finne fram på, og gir oversikteleg informasjon om produkt, opplevingar, reiseruter og gir verdifulle leads til reiselivsbedriftene.
- Vesentleg auke i tal bookbare produkt og opplevingar.
- Det er utvikla digitale besøks- og guidetjenester.
- Saumlause og oversiktlege kollektivruter som gjer det enkelt å reise til og på destinasjonen.
- Auka tilbod av grøn mobilitet på destinasjonen.

Kven bør involverast for at vi skal lukkast?

Kommunane og fylkeskommunen er sentrale for å sikre tilgjengelege og mest mogleg saumlause kollektivtilbod til og på destinasjonen.

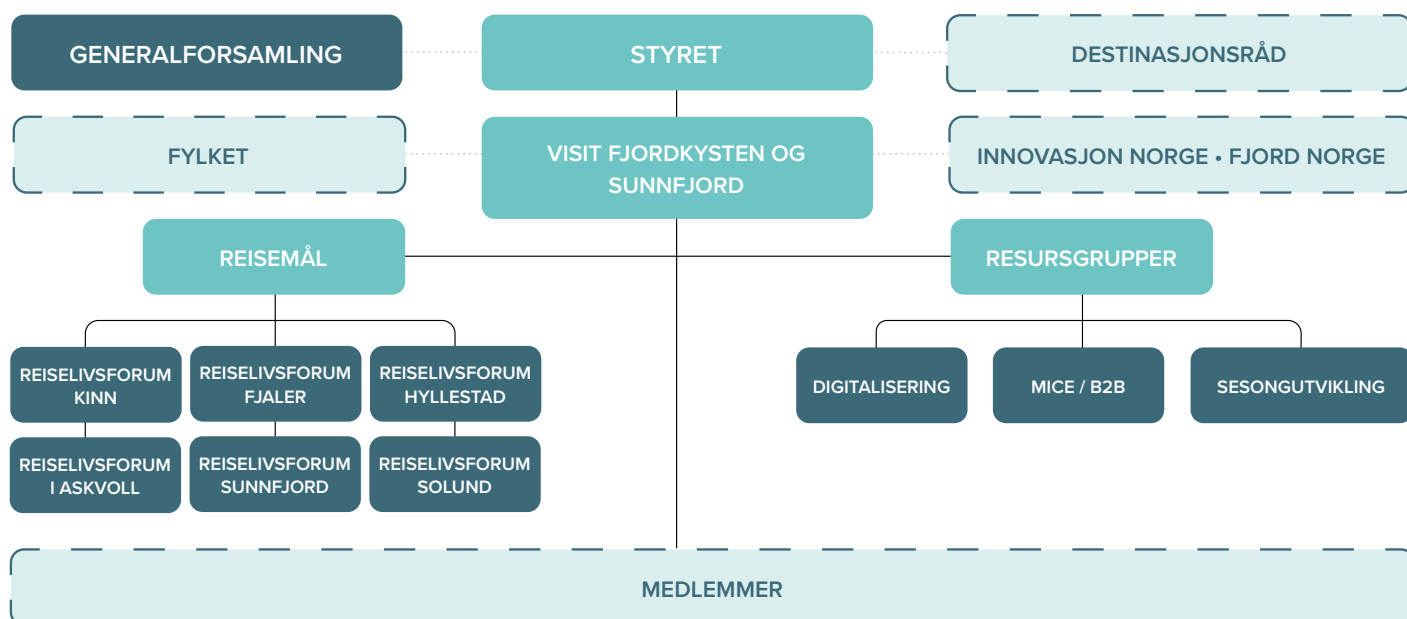
Kva slags aktivitetar bør igangsettast?

	Visit Fjordkysten og Sunnfjord	Reiselivsaktørar	Offentlege aktørar
Optimalisering	Ha nettsider som er enkle å finne fram på og gir oversiktleg informasjon om produkt, opplevingar og reiseruter på kvart enkelt reisemål og for heile destinasjonen	Ta i bruk online booking-system for eigne produkt og aktivitetar, og produktpakkar i samarbeid med andre aktørar	Arbeide for at det er saumlause kollektivruter til, frå og innad på destinasjonen heile året
Digitalisering	Delta i løysingar for digitale besøks- og guidetjenester	Dele informasjon på eigne digitale kanalar om aktivitetar og opplevingar på reisemålet og destinasjonen	
Vertskap	Produsere reiseguidar for destinasjonen og sørge for distribusjon til heile destinasjonen	Ha tilgjengeleg reiseguidar for destinasjonen for eigne gjestar	Fylkeskommunen må gjennom Skyss sikre at relevante tilbod og opplevingar er tilgjengeleg med utsleppsfri kollektivtransport heile året
Vertskap	Bidra med besøksretta informasjon digitalt og i print til butikkar i grendene som har ei vertskapsrolle	Ha elsyklar for utleige som gjer det enklare å oppleve aktivitetar og opplevingar på reisemålet	Sørge for informasjon om reisemålet og destinasjonen på eigne nettsider
Transportplan	Bidra med innspel saman med kommunane for å sikre frekvens og utvida sesong på kollektiv-ruter på destinasjonen		Sikre at det korrespondanse og frekvens på kollektivruter innad på destinasjonen frå viktige knutepunkt og til relevante tilbod og opplevingar heile året



ORGANISERING

Visit Fjordkysten og Sunnfjord opererer i eit økosystem der verdiskaping skjer i samhandling med fleire aktørar. Destinasjonsrådet skal vere eit rådgivande fóra.



PREMISSAR FOR Å LUKKAST

Vegkartet har som mål å legge grunnlaget for ei heilskapleg og langsiktig utvikling av destinasjonen. Gjennom ei koordinert tilnærming og samarbeid på tvers av ulike bransjar og interessentar, søker strategien å utnytte dei naturlege og kulturelle ressursane på ein berekraftig måte, samstundes som den styrkar lokalsamfunnet og leverer kvalitetsopplevingar for besøkande. Sentralt i Vegkartet står prinsippa for berekraftig utvikling, samarbeid gjennom reisemålsleiing og fokus på å skape attraktive lokalsamfunn. Gjennom solid forankring, langsiktig planlegging og målretta innsats vil Vegkartet legge til rette for ei reiselivsnæring som bidrar til økonomisk vekst, trivsel i lokalsamfunnet og ei rikare oppleving for besøkande.

Det er kommunane på destinasjonen, både på politisk og administrativt nivå, samt på tvers av fagområde, som har ansvar for å følgje opp satsingane i Vegkartet saman med Visit FjordKysten og Sunnfjord. Ei realisering av Vegkartet er likevel ikkje mogleg å få til utan eit tett samspel med aktørar på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå. Dette gjeld både offentleg-, privat- og friviljug sektor, kunnskapsmiljøa, samt innbyggjarane på destinasjonen. Etablering av Reiselivsforum og Reisemålsleiing for kvart enkelt reisemål, kontaktperson for reiseliv i kvar kommune, og etablering av eit felles overordna Destinasjonsråd for heile Fjordkysten og Sunnfjord som destinasjon er viktige verktøy for å få til samarbeid på lokalt og regionalt nivå.

1. Kommunen si overordna rolle som samfunnsutviklar

- a. Reiselivet er i tett samspel med lokalsamfunnet, og kommunen må spele ei sentral rolle i reiselivsutviklinga i Fjordkysten og Sunnfjord.
- b. Kommunen må utvikle ei meir forpliktande samhandling og styrke koordineringa både internt i kommunen og eksternt, med og mellom aktørane i reiselivet sitt økosystem.
- c. Ei robust og konkurransedyktig næring er ei forutsetning for å nå det overordna målet i Vegkartet. Kommunen må difor vere med å tilrettelegge for ei ønska utvikling på reisemåla og i næringa.

2. Etablering av Reisemålsleiing

- a. Etablering av ei Reisemålsleiing på kvart reisemål, som fungerer som ein koordinerande instans for reiselivsnæringa, kommunen og lokalbefolkninga / friviljuger på reisemålet.
- b. Etablering av eit overordna Destinasjonsråd for heile destinasjonen.

3. Fremje samarbeid i reiselivet

- a. Styrke samarbeidet mellom ulike bransjar innan reiselivet, som overnatting, servering, aktivitetar og opplevingar, transport og formidling.
- b. Opprette lokale Reiselivsforum for å fremje samarbeid.

4. Forvaltning av ressursar

- a. Identifisere og verne nøkkelressursar som natur- og kulturbaserte attraksjonar
- b. Utvikle strategiar for berekraftig forvaltning av desse ressursane.
- c. Integrere prinsipp for berekraftig utvikling i alle aspekt av reiselivsnæringa.

5. Styrking av lokalsamfunnet

- a. Reiselivstilbodet skal skape arbeidsplassar og auke lokal verdiskaping.
- b. Utvikle tilbod som bevarer lokal natur, kultur og identitet.
- c. Bidra til attraktive lokalsamfunn ved å sikre at reiselivet gir positive samfunnsbidrag, inkludert sosial verdiskaping og friviljug innsats.

6. Kundeverti og opplevingskvalitet

- a. Fokuserer på å levere høg kvalitet på opplevingar og tenester for besøkande, slik at dei opplever stor verdi og ønskjer å kome tilbake.
- b. Utvikle eit mangfaldig og attraktivt opplevingstilbod som kan oppmuntre gjestane til å forlengje opphaldet sitt og utforske fleire lokale aktivitetar og tenester.
- c. Integrere prinsipp om mangfald og universell utforming i opplevingstilbodet for å sikre tilgjenge og inkludering for alle besøkande, uavhengig av bakgrunn eller evner.
- d. Stimulere til innovasjon og tilpassing i reiselivsnæringa for å møte endra behov og preferansar hos besøkande.

7. Styrking av tilpassingsevne

- a. Utvikle tiltak for å tiltrekkje og behalde kompetanse og personale innan reiselivsnæringa, inkludert tiltak retta mot å auke mangfaldet og inkludering.
- b. Styrkje kompetansen innan reiselivsnæringa gjennom kurs, opplæring og erfaringsdeling for å møte nye utfordringar og moglegheiter.
- c. Oppmuntre til ein kultur for ansvar, fleksibilitet og innovasjon som gjer det mogleg å tilpasse seg endringar i marknaden og teknologiske framskritt.
- d. Leggje til rette for kontinuerleg læring og utvikling blant aktørane i næringa for å sikre ein dynamisk tilnærming til drift og tenesteleveranse.

RAMMEVILKÅR

Rammevilkåra for norsk reiselivsnæring er forma av ei rekkje strategiske dokument og initiativ frå regjeringa og andre aktørar:

1. Vegkart for Reiselivsnæringa: Næringsministeren presenterte i februar 2024 eit vegkart med tiltak som skal styrke reiselivsnæringa og gjere Noreg til verdas mest berekraftige reisemål.
2. Nasjonal Reiselivsstrategi: Innovasjon Norge har leia arbeidet med den nasjonale reiselivsstrategien, som fastset premisser for utvikling, verdigrunnlag, mål, strategiske grep, og anbefalte satsingsområde og tiltak.
3. NOU 2023: Leve og oppleve - Reisemål for en berekraftig framtid: Reisemålsutvalet sin rapport utforskar kommunen sitt handlingsrom knytt til styring av besøk, forvaltning av lokale fellesgode og finansiering av reiselivstenester.
4. Hele Norge eksporterer: Reiseliv vart den femte eksportsatsinga i regjeringas eksportreform. Denne satsinga skal bidra til auka eksport og ein meir konkurransedyktig, berekraftig og lønsam reiselivsnæring.
5. Reiseliv 2030: Hovudoppgåva for strategigruppa er å utarbeide en strategi med anbefalingar om korleis den samla virkemiddelbruken, forskingsinnsatsen og anna innovasjonsfremjande aktivitet, kan innrettast for å oppnå ei langsiktig og berekraftig verdiskaping i reiselivsnæringa.
6. Berekraftsnettverket: Nettverk for destinasjonsleiing og berekraftig reisemålsutvikling (NDBR) er eit nasjonalt samarbeidsnettverk med mål om etablering av berekraftige reisemål, kunnskapsdeling, tilgang til ressursar, auka verdiskaping og miljømessige gevinstar. Berekraftnettverket er knytt til Innovasjon Norge og arbeidet med Merket for Berekraftig Reisemål.
7. Temaplan Reiseliv i Vestland 2023-2025: Vestland fylkeskommune har utvikla ein temaplan for reiselivet som tek sikte på å styrke regionen som eit attraktivt og berekraftig reisemål.
8. Besøksforvaltning i Vestland: Vestland fylkeskommune jobbar med eit prosjekt for besøksforvaltning med mål om å utvikle eller ta i bruk modeller og verktøy for langsiktig satsing der reisemålsorganisasjonar, kommunane og fylke kan leggje til rette for ei strategisk satsing på besøksforvaltning.
9. Menon Prognose for 2030: Menons prognose for norsk reiselivsnæring tyder på betydeleg vekst mot 2030, driven av auka omsetning og eksportinntekter.
10. Norsk reiselivsbarometer: Norsk reiselivsbarometer gir innsikt i trendar og utviklinga i norsk reiselivsnæring. Det analyserer data frå ulike kjelder for å forstå marknaden betre, inkludert turiststraumar, økonomiske forhold og endringar i reisevanar.
11. Scenario Fjord Norge 2030

Desse dokumenta og initiativa set retninga for norsk reiselivsnæring og legg til rette for ei meir berekraftig, lønsam og konkurransedyktig framtid for næringa.



A til A • www.ahtaa.no



Fjordkysten
& Sunnfjord