

Sogn regionråd

Saksh.: Karina Nerland
Arkivsak: 13/3825

Arkiv: U64 &31

Saksnr.: Utval
14/14 Sogn regionråd

Møtedato
24.06.2014

Sak 14/14

Produkt- og marknadsanalyse for heilårs reiseliv - rapport

Tilråding:

Sogn regionråd tek rapporten for produkt- og marknadsanalyse for heilårs reiseliv til vitande og ber Visit Sognefjord bruka analysen for å utvikla Sogn som heilårs reisemål.

Vedlegg:

Heilårs reiseliv - produkt- og marknadsanalyse – rapport

Saksutgreiing:

Bakgrunn:

Sogn regionråd har næringsutvikling som eitt satsingsområde og eitt av delmåla er auka lønnsemd i reiselivet med fleire heilårsarbeidsplassar, fleire heilårsopne attraksjonar og aktivitetar og auka tal gjester heile året. I tiltaksplanen for 2013-2014 heiter det at vi skal bidra med midlar til ein produkt- og marknadsanalyse for heilårsturisme. Føremålet med analysen er å få eit kunnskapsgrunnlag som Visit Sognefjord AS og reiselivsaktørane kan bruka i produktutvikling og marknadskommunikasjon for heilårs reiseliv.

Vi har samarbeidd med Visit Sognefjord før og under analysearbeidet. Visit Sognefjord har bidrege med innspel til analysen. Høgskulestudentar på reiselivslinja har gjennomført datainnsamling med spørjeskjema og intervju som del av si bacheloroppgåve. Arbeidet starta på nyåret. Funna frå undersøkingane vart presentert for regionrådet i møtet 7. mai. Rapporten er utarbeidd av Segel AS og er lagt ved.

Analysen viser at bedriftene ønskjer at eksisterande marknader vert vidareutvikla. Det er to typar reisande; rundreiseturisten og baseturisten vinteraktivitet. Visit Sognefjord bør vidareutvikla marknadene både med profil- og produktmarknadsføring som stør opp under dei ulike konseptane.

Analysen viser at mange aktørar er opptekne av produktutvikling. Utifrå tilbakemeldingane finn ein ikkje konkrete behov for produktsupplering. Manglande transporttilbod mellom enkeltprodukta er ei barriere og det bør bli betre samhandling mellom dei som bestillar transport, transportleverandørane og dei andre reiselivsaktørane. Sterkare fokus på organisering og samhandling i Sognefjordregionen ser ut til å bli ein viktig faktor for ei vellukka skulder- og vintersatsing. Aktørane meiner at Visit Sognefjord er ei rett satsing, og ser fram til at det nye selskapet skal kome skikkeleg i gjenge. Kunnskap om kvarandre sine produkt, utarbeida gode

Sogn regionråd

forretningsmodellar og betre informasjonsspreiing mellom aktørane er tiltak som analysen peikar på.

Analysen viser at det er god vilje blant aktørane for å utvikla heilårsprodukt. Samstundes veit ikkje aktørane heilt korleis ein skal få dette til, og kva aktivitet ein skal starta opp med. Det trengs derfor ei sterk koordinatorrolle i dette arbeidet og ein langsiktig konkret plan for korleis dette skal gjerast; både med omsyn til marknadsutvikling og –bearbeiding, men ikkje minst i forhold til å gjera produkta tilgjengelege og føreseielege.