

Strategisk Plan 2021 - 2025

Visit Valdres AS



Foto: Valdresbilder.no



Foto: Valdresbilder.no



Foto: Scanout/Yngve Ask



Foto: Scanout/Yngve Ask

Bakgrunn:

Strategisk Plan 2021 – 2025 erstatter tidligere strategiplan og må sees i sammenheng med selskapets årlige Aktivitetsplan, rullerende Virksomhetsplan samt regionens felles Reisemålsstrategi «Valdres 2025». Strategiplanen definerer selskapets utviklingsmål, prioriteringer og innsatsområder samt mål for resultatoppnåelse.

Strategiplanen er utviklet i en periode der Covid-19 fremdeles påvirker spesielt reiselivsnæringen i stor grad grunnet lokale og nasjonale smitteverntiltak og fraråding av unødvendige fritidsreiser. Dette fører til begrensninger i drift for flere av våre medlemmer og vi har fremdeles en uforutsigbar tid i møte, i alle fall frem til sommeren/høsten 2021. I tillegg må vi ta høyde for gjenoppbygging og normalisering i etterkant av pandemien vil ta tid.

Om Visit Valdres:

Visit Valdres er regionens destinasjonsselskap og er en felles medlemsorganisasjon for næringslivet i Valdres og omegn. Visit Valdres er i tillegg ett av 7 destinasjonsselskaper i Innlandet Fylkeskommune. Selskapet ivaretar oppgaver av interesse for alle bransjer, med formål om å styrke regionens verdiskapning ved å tiltrekke flere besøkende til Valdres gjennom alle de fire årstidene. I samarbeid med Valdres Natur- og Kulturpark skal vi arbeide for å utvikle Valdres som en sterk merkevare samt være en sentral aktør innen utviklingen av Valdres som et bærekraftig reisemål.

Visjon

Selskapets visjon er den viktigste retningsgiveren for selskapets prioriteringer og er i samsvar med regionens reisemålsstrategi der ett av hovedstrategiene er å utvikle en helårlig attraksjonskraft:

«Valdres – Norges mest attraktive besøks- og opplevelsesregion gjennom fire årstider».

Visit Valdres skal i tillegg bidra til å bygge opp under visjonen til Valdres Natur- og Kulturpark og vi skal sørge for at reiselivet blir en av hovedaktørene i realiseringen av denne:

«Valdres skal i 2027 vera den fjellregion i Norge som har teke best tak i eiga utvikling»

Formål

1. Visit Valdres har som formål å styrke regionens verdiskapning ved av å tiltrekke flere besøkende til Valdres.

2. Visit Valdres skal være en sentral aktør og pådriver i forhold til utviklingen av Valdresregionen som et bærekraftig reisemål, innenfor områdene:
 - bevaring av natur, kultur og miljø
 - styrking av sosiale verdier
 - økonomisk levedyktighet
3. Visit Valdres skal arbeide mot en felles forståelse for, og utvikle Valdres som en sterk regional merkevare.
4. Visit Valdres skal påvirke næringspolitisk for å skape gode rammebetingelser for sine medlemmer
5. Visit Valdres skal ha fokus på kompetanseheving- og nettverksbygging
6. Visit Valdres skal legge til rette for utviklingen av regionale opplevelsesprodukter, konsepter og løsninger.

Strategiområder og mål:

1. **Bærekraft skal være retningsgivende i den videre utviklingen av Valdres. Visit Valdres skal:**
 - a. Lede prosessen for å få Valdresregionen merket som Bærekraftig Reisemål
 - b. Implementere verktøyene for bærekraftig reisemål og kontinuerlig følge opp kravene i merkeordningen i det videre utviklingsarbeidet
 - c. Være en pådriver for gjennomføring av tiltak i styringsdokumentet: *Regional handlingsplan for bærekraftig utvikling*
 - d. Sette bærekraft på dagsorden gjennom å
 - i. Inspirere våre medlemmer til bærekraftig omstilling og miljøsertifisering
 - ii. Sørge for god informasjonsformidling til- og tilrettelegging for våre besøkende
 - iii. Følge opp bærekraftarbeidet i Valdres i samarbeid med kommunene, Valdres Natur- og Kulturpark og Valdres Næringshage
2. **Visit Valdres skal ivareta regionens vertskapsrolle samt fremstå som profesjonelle og aktuelle i vår markedskommunikasjon gjennom å:**
 - a. Ha en naturlig vertskapsrolle gjennom turistinformasjons-ansvaret og skal være den fremste aktøren i markedsføringen og formidlingen av Valdresregionen til turister og deltidsinnbyggere
 - b. Ha fokus på målrettet og relevant informasjon til ulike brukergrupper for å inspirere til valg av vår region, opplevelser og tilbud.
 - c. Sørge for at markedskommunikasjonen er autentisk, realistisk og respektfull overfor både gjester og lokalsamfunn.
 - d. Være best på digital kommunikasjon gjennom web og sosiale medier for å trigge interesse og skape engasjement for Valdres blant våre brukere.

- e. I samarbeid med VNK, sørge for videre utvikling og vekst på vår felles portal www.valdres.no gjennom blant annet økt formidling av bærekraftverdier, Valdres som en natur- og kulturpark, fire årstider og regionens signaturprodukter.
- f. Påse at våre digitale kanaler til enhver tid er relevante for våre medlemsbedrifter.
- g. Arbeide for å implementere bruk av storytelling som kommunikasjonsmetode samt jobbe med innholdsproduksjon i samarbeid med medlemsbedriftene.
- h. Jobbe kontinuerlig med kompetanseheving innen digital kommunikasjon samt fasiliterer kurs/møteplasser for medlemmene.
- i. Være en aktiv pådriver i den videre oppbyggingen av Mountains of Norway SA som vår viktigste samarbeidspartner i arbeidet med å tiltrekke flere internasjonale besøkende til Valdres og fjellregionen.
- j. Engasjere seg i utviklingsprosjekter som løfter vår kompetanse innen digitalisering og bruk av ny teknologi i samarbeid med både lokale, regionale og fylkeskommunale samarbeidspartnere.

3. Visit Valdres skal bygge opp under verdigrunnlaget i merkevaren Valdres og skal:

- a. Være en viktig aktør i å oppnå målet til Valdres Natur- og Kulturpark (VNK) om at «Valdres skal vera Norges sterkaste regionale merkevare innen 2027.
- b. Sørge for å følge opp innholdet i partnerskapsavtalen med VNK.

4. Visit Valdres skal være et samlende organ for sine medlemmer og eiere ved å:

- a. Tilrettelegge for gode faglige og sosiale arenaer
- b. Være en pådriver i utvikling av lokale fagmiljøer og nettverk
- c. Være medlemmenes kompetanseorganisasjon og utviklingsaktør innen reiseliv og næringsliv
- d. Være oppdatert på trender og utviklingstrekk samt fronte gode løsninger for medlemsbedriftene
- e. Synliggjøre næringslivet sine muligheter for innflytelse ovenfor offentlige myndigheter
- f. Være medlemmenes talerør og representant i relevante saker for å bedre næringslivets rammebetingelser
- g. Være profesjonell og proaktiv overfor media og skape positive holdninger og relasjoner til næringslivet
- h. Sørge for god oppfølging av selskapets forpliktelser overfor medlemmene og som er regulert i medlemskontrakten
- i. Til enhver tid opptre profesjonelt samt sørge for god forretningskikk

5. **Visit Valdres skal jobbe med produkt- og konseptutvikling med mål om å skape helårlig attraksjonskraft ved å:**
- a. Ta initiativ til og/eller delta i relevante utviklingsprosjekter på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå
 - b. Prioritere prosjekter som bidrar til utvikling og økt verdiskaping på tvers av ulike næringsaktører, områder og sesonger.
 - c. Prioritere prosjekter som har fokus på bærekraftig utvikling
 - d. Inspirere til nettverkssamarbeid og samarbeide med bedrifter som vil iverksette tiltak for å løfte skuldresesongene
 - e. Være en aktiv bidragsyter med utvikling og vedlikehold av stier, langrennsløyper og sykkelnett på tvers av kommunene, i samarbeid med Valdres Friluftsråd.

Måloppnåelse 2025

1. Valdres skal merkes som «Bærekraftig Reisemål» i 2021 og re-merkes i 2024.
2. Visit Valdres skal dokumentere en positiv effekt av bærekraftarbeidet og sørge for forbedringer av merkeordningens kriterier.
3. Antallet bedrifter som er miljøsertifiserte skal øke med min. 10 hvert år.
4. Det skal kunne dokumenteres en positiv utvikling i antallet gjestedøgn (turister og deltidsinnbyggere), spesielt i lavsesong.
5. Den samlede verdiskapingen i Valdres skal vise en positiv utvikling.
6. Trafikken til valdres.no skal øke med min. 10 % hvert år.
7. Mjølkevegen skal posisjonere seg som en av landets topp 3 sykkelruter.
8. Vi skal bli en av de beste regionene i Norge på målrettet digital kommunikasjon til deltidsinnbyggerne.
9. Vi skal ta i bruk AR og VR teknologi i vår kommunikasjon av produkter og opplevelser i Valdres.
10. Visit Valdres skal ha en tydelig posisjon i regionens destinasjonsledelse.