

STRATEGI 2030

**HUR BESÖKSNÄRINGEN
I DALARNA SKA BLI**

**NORRA EUROPAS LEDANDE OCH MEST
ATTRAKTIVA DESTINATION SOM
ERBJUDER VÄLKOMNANDE OCH ÄKTA
UPPLEVELSER ÅRET RUNT.**







Strategi 2030 är framtaget av branschens företrädare, Dalarnas kommuner och organisationer tillsammans med hundratals representanter från besöksnäringen.







INNEHÅLL

06

BESÖKSNÄRINGEN

08

MÅL 2030

10

STRATEGIER FÖR EN STARKARE BESÖKSNÄRING

12

VÅRA TEMAN

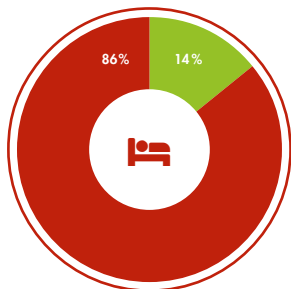
16

TRÄFFSÄKRA ERBJUDANDEN

Andelen
svenska
gästnätter

Andelen
utländska
gästnätter

86%* **14%***



Övernattande och besökande gäster i Dalarna spenderade tillsammans cirka

7,42*

MILJARDER KR



vilket sysselsatte **6350*** personer på helårsbasis 2017. Det visar tydligt på den inneboende kraften i besöksnäringen.

Besöksnäringen – en av Sveriges viktigaste basnäringar



Dalarnas besöksnäring har en stark position och regionen är idag

**DEN STÖRSTA
BESÖKSDESTINATIONEN**

I LANDET

utanför de tre storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö.



Nu ska vi locka ännu fler till Dalarna

Det här dokumentet är en summering av vår gemensamma strategi och handlingsplan för besöksnäringen i Dalarna till och med år 2030.

Mål 2030

ÅR 2030 upplever besökare och intressenter Dalarna som: Norra Europas ledande och mest attraktiva destination som erbjuder välkomnande och äkta upplevelser året runt.

Vad står då de olika begreppen i målet för?

LEDANDE. Beskriver vilken position vi ska ha i besöksnäringen, hos våra intressenter och relativt våra konkurrenter nationellt och internationellt. Inom våra strategiska utvecklingsområden ska vi vara den ledande regionen i termer av arbetssätt och strategisk kompetens. Vi ska vara en förebild i branschen.

ATTRAKTIVA. Beskriver vår position på marknaden. Vi ska vara den mest attraktiva destinationen inom våra utvalda teman och produktområden för våra utpekade målgrupper, ”top of mind”.

VÄLKOMNANDE. Värdskapet och bemötandet som våra gäster får är en avgörande del av helhetsupplevelsen. Det ska vara lätt att vara gäst i Dalarna!

ÄKTA UPPLEVELSER.

Upplevelser som upplevs som äkta, genuina och lokala är det som skapar minnen. Äkta behöver inte betyda historiska – även den moderna designen och Dalarnas musikscen är ”äkta” – det är Dalarna.

ÅRET RUNT. Att skapa reseanledningar året runt kommer att vara en viktig uppgift fram till 2030.



Våra utmaningar – tre övergripande fokusområden

De övergripande fokusområdena visar de tre viktigaste utmaningarna som vi i Dalarna måste hantera för att vara konkurrenskraftiga i en global konkurrens 2030.

FOKUSOMRÅDEN

HÅLLBARHET

INTERNATIONALISERING

DIGITALISERING

Analyser och kunskapsför

Produktutveckling

Marknadskommunikation

Kompetensförsörjning

Infrastruktur och tillgäng

Finansiering och invester

Strategier för en starkare besöksnäring

För att Dalarnas besöksnäring ska nå målet 2030 behöver vi utvecklas inom flera olika områden. Dessa strategiska utvecklingsområden beskriver VAD vi behöver fokusera på för att uppnå våra uppsatta mål. Vi behöver ha aktuell och relevant information om marknadens behov för att kunna

utveckla attraktiva produkter samt kommunicera och berätta om våra erbjudanden så att de upplevs intressanta och relevanta av besökaren. Vi behöver också säkerställa att grundläggande förutsättningar såsom kompetensförsörjning, finansiering, infrastruktur finns på plats.

STRATEGISKA UTVECKLINGSOMRÅDEN

Medling

n och försäljning

lighet

ingar

Våra teman

Visar de områden där Dalarna har ett starkt erbjudande i form av tydliga reseanledningar och därmed goda förutsättningar att konkurrera.

OUTDOOR VÅR, SOMMAR OCH HÖST

Aktiviteter i det fria under den snöfria delen av året. En stark utveckling har bland annat skett inom produktområdet cykel, men fler områden har potential att växa.



OUTDOOR VINTER

Den alpina skidåkningen är ryggraden i Dalarnas besöksnäring. Vid sidan av den alpina skidåkningen har andra aktiviteter på snö och is ökat, och en fortsatt potential finns.

KULTUR OCH LIVSSTIL

Inom kultur och livsstil skapar vi reseanledningar som visar upp vilka vi och Dalarna är, från midsommarfirande till industrihistoria, från modern konst och design till samisk kultur.



EVENEMANG

Evenemangen är en viktig reseanledning i sig, men också ett skyltfönster och en chans att skapa relationer med nya besökare som kan bli återkommade gäster.

LUGN OCH RO

Som komplement till det aktiva Dalarna ska vi skapa möjligheter att koppla ner, koppla av, ladda batterierna och hämta kraft i naturen.



MÖTEN OCH AFFÄRSRESANDE

Möten och konferenser är en viktig del av besöksnäringen, där omsättningen per besökare är avsevärt mycket högre än för fritidsgäster.

Träffsäkra erbjudanden skapar en längtan att besöka Dalarna

Dalarnas teman är lite för vida för att kommuniceras mot en potentiell gäst, därför behövs produktområden som bryter ned temana och riktar dem mot en tydlig målgrupp. Produktområdena ska också vara kommunicerbara, särskiljande och visa de tydliga reseanledningar vi erbjuder inom respektive tema. Genom att arbeta med teman och produktområden istället för att marknadsföra platser och geografi får vi en bättre träffbild hos målgrupperna. Exempel på produktområden kan vara Biking Dalarna, Skating Dalarna, Taste of Dalarna.









VISIT DALARNA



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

