STAD 2020

Stad kommune
Knutepunkt

Geografi og fakta

- Geografisk knutepunkt i Nordfjord og på kysten av vestlandet
- Største kommunen i Nordfjord
- Region rundt på 50.000
- Kommune og næringsliv i vekst

10.000 innbyggjarar

Folketalet i den nye kommunen vert nær 10.000 og er aukande.

Geografisk knutepunkt

50.000 innbyggjarar

Kommunesenteret Nordfjordeid ligg i ein bu- og arbeidsregion med 50.000 innan 40 min. Viktig senter for kultur og handel.

4 milliardar kroner

Bedriftene i nye Stad kommune omset for over 4 milliardar kroner, og forventar omsetningsvekst på nær 1 milliard kroner og ein tilvekst på over 150 nye arbeidsplassar berre dei neste tre åra.

35 levande bygdesamfunn

Langstrakt kommune med levande bygder og tettstadar.

NORD FJORD Alt i ein fjord

STAD 2020 Eid og Selje i ny kommune

Posisjon som reisemål

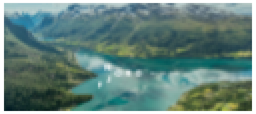
Utviklingstrekk i næringa

- Norske og utanlandske turistar er opptekne av aktiv ferie og opplevingar, fjordar og fjellandskap. Vinterturisme veks kun i nord.
- Kulturturisme vert stadig viktigare, og desse turistane har høg betalingsvilje.
- Forbrukaren er "alltid på", og vil ha skreddarsydd innhald.
- Berekraftig reisemål vert viktigare, både for turoperatøren og turisten.
- Auka fokus på kvalitet i produkt og heilårs turisme.
- Fleire dømer på struktur- og eigarskapsendringar i næringa.
- Samarbeid i verdikjeda for å styrke totaloppleving/produkt.
- Regulatoriske endringar for norske hamner og sjøtransport. Krav til meir miljøvennlege transportløysingar både på land og til sjøs.
- Regionreform og nye Vestland kan påverke destinasjonsstrukturen. Destinasjonselskap flyttar fokus frå marketing til "management".
- Regjering og Innovasjon Norge endrar prioritering og arbeidsform, noko som m.a. inneber usikker utvikling av offentlege tilskotsordningar.

Kjelde: Innovasjon Norge, Fjord Norge, Visit Nordfjord

Posisjon som reisemål

Merke-vare/profil

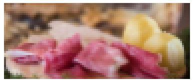


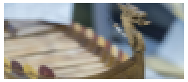
NORD SPOR · NORD SMAK · NORD SAGA

Reint, autentisk, miljøvennleg

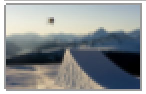
Kven er kunden?

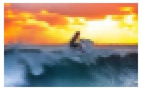
Kulturturist



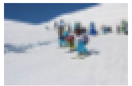


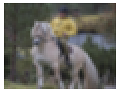
Aktiv turist



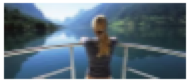


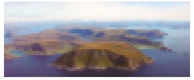
Barnefamilie





Cruise/fjord





Kva er produkta?

Frå Viking til Pilegrim
- Kulturopplevingar med utspring i viking-, kongs og pilegrimshistorie
- Opera
- Festivalar
- Lokalmat med historie

Frå fjellvandring til surfing
- Surfing
- Ski
- Vandring
- Sykkel
- Fjordaktivitet
- Riding
- Lokal og sunn mat

Frå aktiv ferie til kafèkos
- Mangfald av aktivitetar
- Historiefortelling og humor
- Lokal og sunn mat

Fjordopplevingar og lokal kultur
- Fjordcruise (større og mindre skip)
- Kompakte aktivitets- og kulturtilbod

Strategiar for utviklinga av reiselivet

STAD 2020
Eid og Selje i ny kommune

1 *" Etablere ei reiselivsklynge med samarbeid i verdikjeda som hovudmål*

2 *" Ta ein posisjon som ein nasjonal og internasjonal kulturdestinasjon*

3 *"Ta ein posisjon som ein aktiv familiedestinasjon*

4 *" Utvikle infrastruktur for reiselivet (sjø og land)*

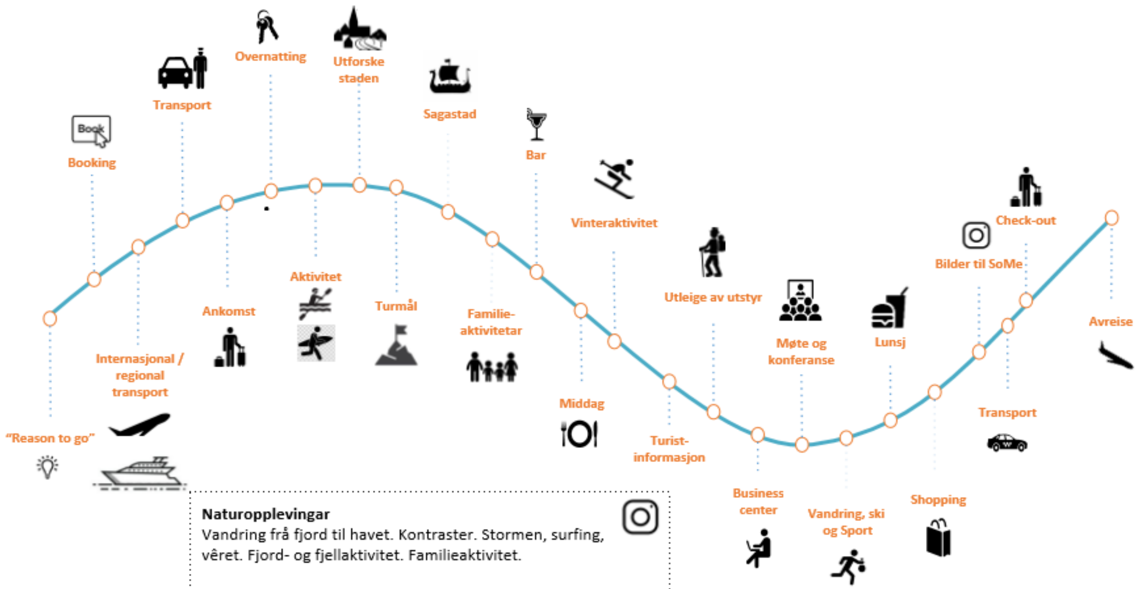
5 *" Digital og fysisk informasjon om reisemålet (kart, skilting, merking)*

6 *" Profesjonell marknadsføring av reisemålet*

7 *"Marknadstilpassing inn mot cruiseturisme*

STAD 2020
Eid og Selje i ny kommune

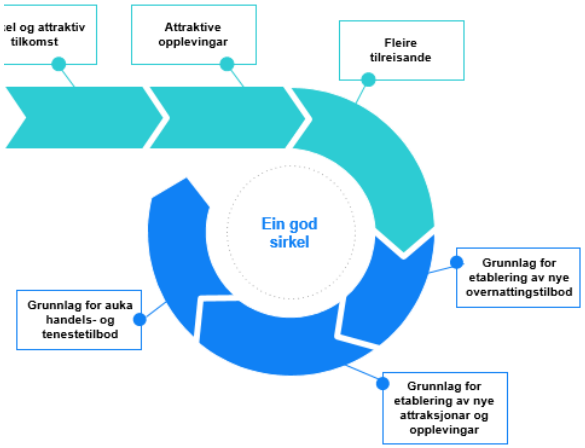
1 “ *Etablere ei reiselivsklynge med samarbeid i verdikjeda som hovudmål*



Naturopplevingar
Vandring frå fjord til havet. Kontraster. Stormen, surfing, vêret. Fjord- og fjellaktivitet. Familieaktivitet.

Kulturopplevingar
Viking, konge, pilegrim, opera og kulturell underhaldning

Matopplevingar
Fisk servert med historia frå havet, og beitedyr servert med historia frå kulturlandskapet. Urbant kafèliv.



1 *Vere ein aktiv tilretteleggar for næringsutvikling*

2 *Arbeide for ein sterk og samla region*

Illustras

3 *Skape vekst gjennom samarbeid*

4 *Vere ein pådrivar for berekraftig næringsutvikling*

" Ta ein posisjon som ein nasjonal og internasjonal kulturdestinasjon

STAD 20 20
Eid og Selje i ny kommune

"Ta ein posisjon som ein aktiv familiedestinasjon

STAD 2020
Eid og Selje i ny kommune

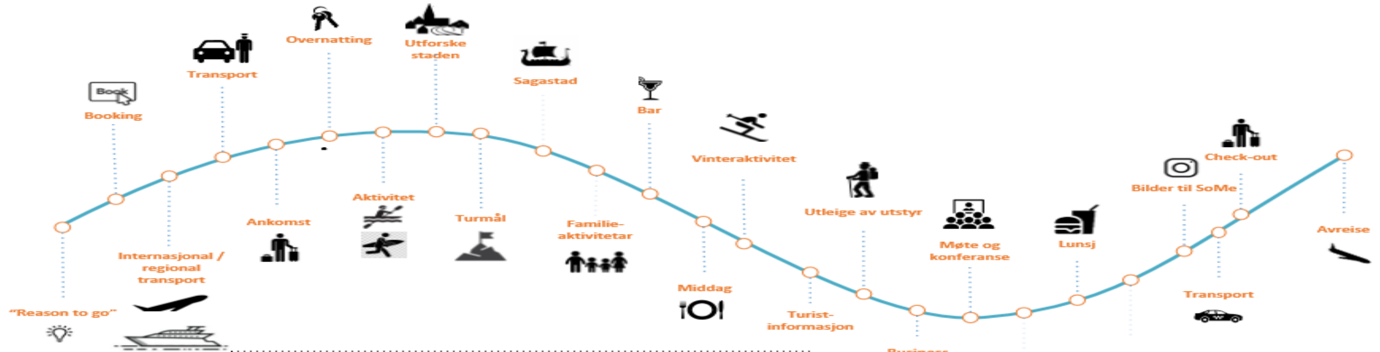
Delstrategiar:

- Marknadsføre og vidareutvikle turtilbodet i regionen, spesielt med fokus på barnefamilien.
- Stimulere til utvikling av nye tilbod innan:
  - Surfing
  - Vandring
  - Sykling
  - Ridning
  - Ski
  - Fjordaktivitet
  - Fiske
  - Hjortefarm
- Leggje til rette for familieaktivitet i tettstadar/sentrum
  - bading, leiking, klatring, skate, sykkel etc.
- Leggje til rette for familieaktivitet i sti-/løypenett
  - Gapahukar, bål/grilling etc.
- Følgje opp tilretteleggar- og næringsutviklarrolla overfor kommersielle prosjekt i utviklingsfase som støttar denne strategiske retninga
- Langsiktig fokus på Nordfjord Spor i samarbeid med Visit Nordfjord.

“ Utvikle infrastruktur for reiselivet (sjø og land)

STAD 20 20
Eid og Selje i ny kommune

TRAVEL
LIKE THE LOCALS



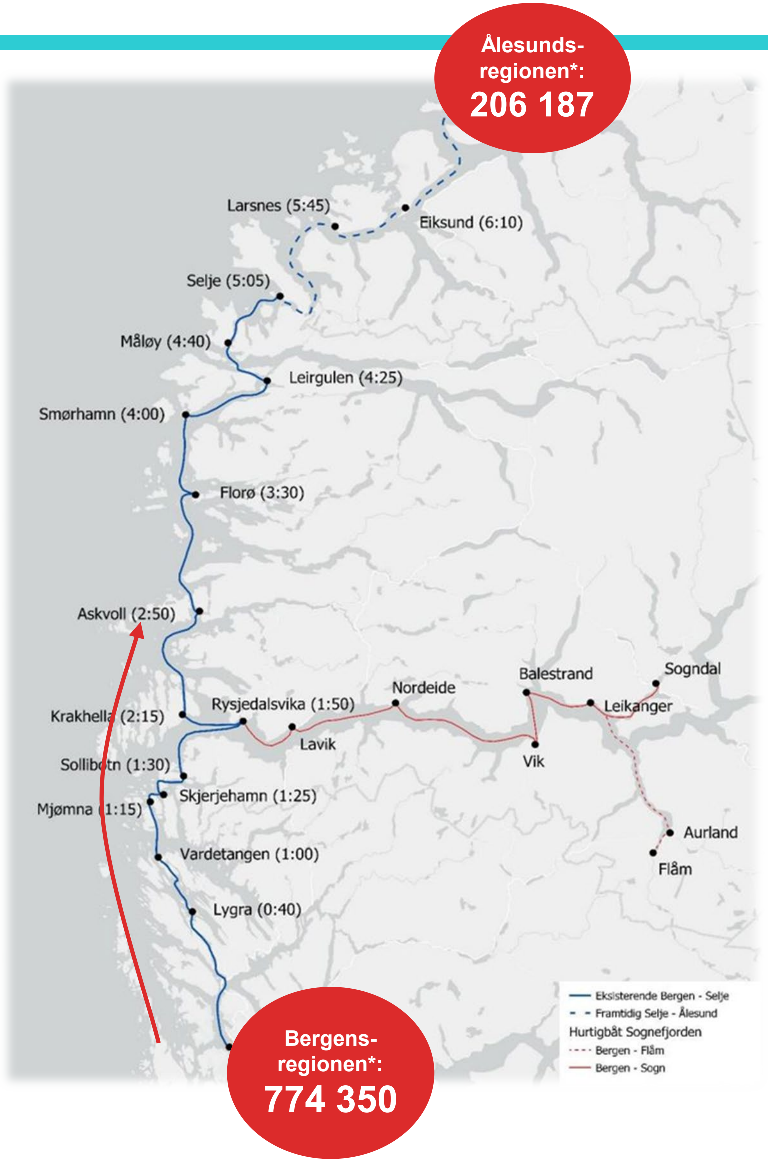
Naturopplevingar
Vandring frå fjord til havet. Kontraster. Stormen, surfing, vêret. Fjord- og fjellaktivitet. Familieaktivitet.

Kulturopplevingar
Viking, konge, pilegrim, opera og kulturell underhaldning

Matopplevingar
Fisk servert med historia frå havet, og beitedyr servert med historia frå kulturlandskapet. Urbant kafèliv.

“ Utvikle infrastruktur for reiselivet (sjø og land)

STAD 2020 Eid og Selje i ny kommune



Skipsfart og meir gods frå land til sjø

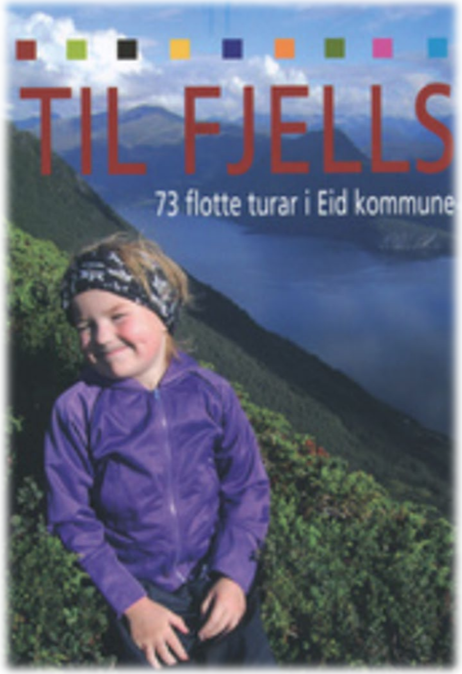
- Fiskeflåten tapar verdiar på ventetid
- Oppdrettsnæringa tapar på venting
- Industrien kan ofte ikkje velje å transportere sjøvegen når det ville vore mest effektivt
- Effektiv og miljøvenleg transport – framtida!

For kysten og regionen

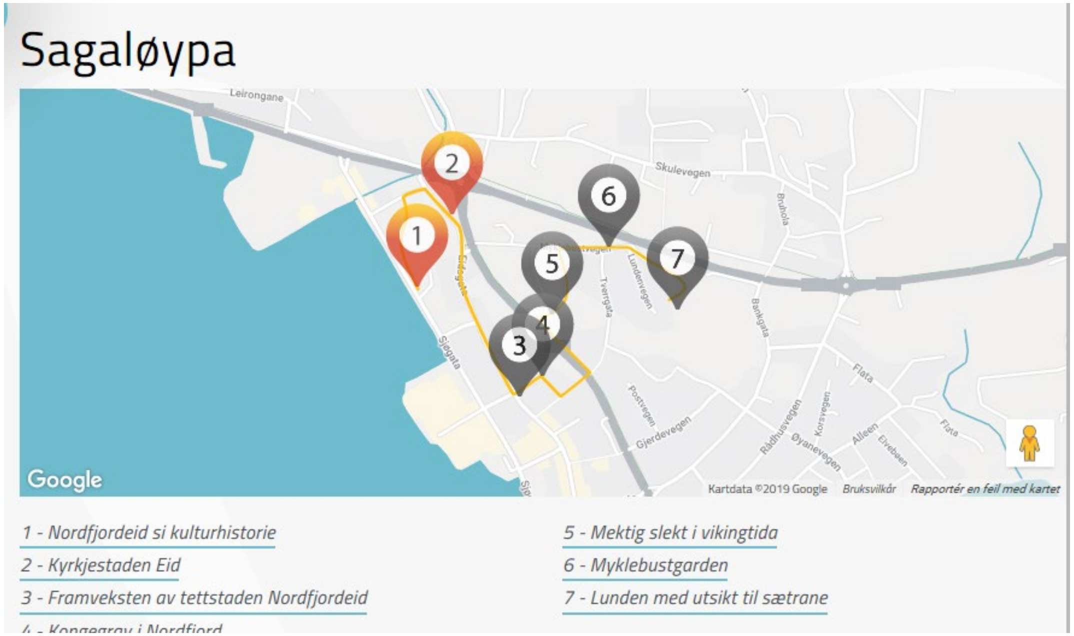
- Gir kysten mellom Bergen og Ålesund ekstra tiltrekkingskraft på turistar frå store, nærliggande reiselivsdestinasjonar
- T.d. vil 15-20 000 fleire døgnbesøk i året gi verdiskaping på rundt 35-45 mill. kr. årleg til lokalt næringsliv - I tillegg kjem betydeleg verdiskaping frå dagsbesøkande og gjennomreisande
- Aukar moglegheita for pendling mellom Måløy/Selje og Sunnmøre
- Raskare til Ålesund lufthavn, og andre tenester og tilbod

5 “Digital og fysisk informasjon om reisemålet (kart, skilting, merking)

STAD 2020
Eid og Selje i ny kommune



- Digital turistinformasjon
- Digital informasjonstavle på møteplassar
- Jobbe for gode løysingar for fellesgodefinansieirng
- Heve standard på løyper, kart, skilting og merking
- Kontinuerlege turstiprosjekt i samarbeid med frivillige
- Utvikle og oppdatere turkart for sommar og vinter digitalt og fysisk



“ Profesjonell marknadsføring av reisemålet

NORD FJORD Alt i ein fjord

Reiseplanlegger 0 NO

Søk på siden

SJÅ OG GJERE | KVA SKJER? | OVERNATTING | MAT OG DRIKKE | BLI INSPIRERT | UTFORSK | PRAKTISK INFORMASJON

Illustrasjon: Stad skipstunnel

Selja som reisemål og fyrtårn innan turisme i Nordfjord 2030

prosjekt i regi av Sogn og Fjordane fylkeskommune

STAD 2020
Eid og Selje i ny kommune

Eit godt samarbeid mellom fylkeskommune, kommune, OVF og Riksantikvaren vart etablert i 2019 med formål om å avklare roller og gjere rammevilkår for utvikling av anlegget tydelege.

Langsiktige avtaler vart etablert.

Kjerneverksemd er sal av turar på fjorden med Selja Kloster som hovudattraksjon.

Tilleggsprodukt er guida tenester, opplevingar, suvenirer, servering og annan aktivitet for ulike målgrupper.

Kulturlandskapet på øya elles er teke i bruk til ny og berekraftig aktivitet.

Det er utvikla grunnleggjande infrastruktur på øya som gjer at nye serveringslokale og servicebygg har straum og vatn.

Det er mogeleg å drive servering i høgsesong, og anlegget er betre rusta for å handtere større folkemengder og arrangement.

Kommersielle aktørar, aleine eller i samarbeid, eig verdikjeda til Selja Kloster, og har utvikla ei kundereise.

Aktøren har eit langsiktig og godt samarbeid med det offentlege og utviklar anlegget basert på berekraftsprinsipp.

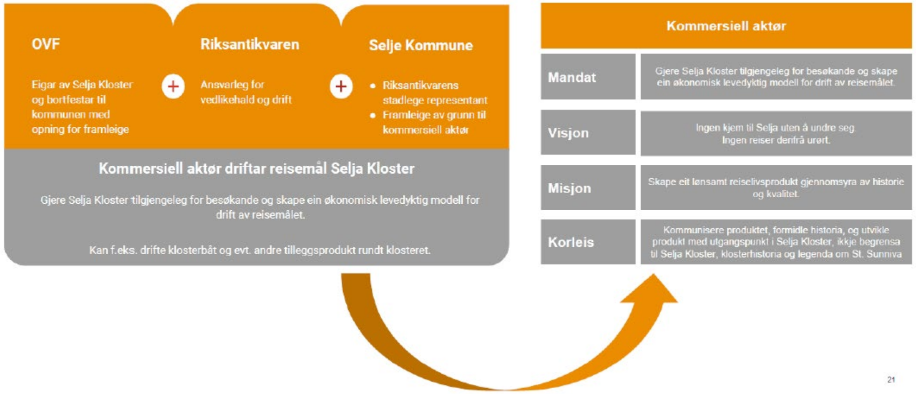
Aktøren har inngått strategiske samarbeid med andre i reiselivsnæringa, og har utvikla attraktive produktpakkar for den aktive kulturturisten, pilegrimen, barnefamilien og båt-turisten.

Sesongen starter tidlig med hovudfokus på skuleklasser, pensjonistar og grupper på rundreise som besøkjer Selja Kloster. Frå starten av juni til slutten av august er etterspurnaden etter billetter med klosterbåten tidvis større enn tilbodet. Eit spennande vinterprodukt er på plass.

Produktet har med dette fått stor attraksjonskraft, og ein kan ta seg betre betalt per gjest og fokusere på kvalitet framfor kvantitet.

Eit nytt nasjonalt pilegrimssenter er oppført i Selje.
Selje Hotell er gjenoppbygd etter brannen i 2016.
Vestkapp er utvikla som turistmål.
Stad Skipstunnell er opna.

Klosterproduktet er godt integrert i desse aktørane sine forretningskonsept.



Kva handlar dette om – eigentleg?

STAD 2020
Eid og Selje i ny kommune