



Handlingsplan "Härjedalsprojektet"

Projektperiod: 080201 - 100930

1. Bakgrund

Marknadsgruppen (bestående av representanter från Turistbyråerna samt turismnäring) avser att fortsätta på den fruktsamma väg som inleddes genom EU-projektet MPH (Marknadsplan Härliga Härjedalen). Gruppen vill driva vidare samarbetet inom profilering och marknadsföring på utländsk marknad som inhemsk.

MPH (Marknadsplan Härliga Härjedalen) genomfördes som ett EU-projekt under perioden 2001-2003 och har under den perioden bidragit till ett ökat samarbete inom profilering och externmarknadsföring på såväl den utländska marknaden som den inhemska.

Efter EU-projektets slut har referensgruppen (kallad Marknadsgruppen) fortsatt att träffats med minst 4 möten/år. Med hjälp av de bygdemedel som beviljades för 2004 till 2006 har man genomfört liknande aktiviteter som under perioden 2001-2003 om än i mindre skala, anpassat till bidragets minskade storlek.

Marknadsgruppen består av företrädare för Turistbyråer och turistnäring. De anser att vad som påbörjades under MPH är en viktig process som inte bör stanna av.

Förutom de marknadsföringsaktiviteter som genomförts under lång tid ser Marknadsgruppen två viktiga områden. Det är främst aktiviteter för att förbättra kommunikationerna och internmarknadsföring för att förbättra mottagandet och värdskapet gentemot gästerna.

Härjedalsprojektets aktiviteter ska genomsyras av långsiktig hållbarhet. Turismen i Härjedalen är beroende av en hållbar utveckling, eftersom vi fungerar i en snabbt växande turistnäring med andra expansiva områden kring oss. För att uppnå en hållbar utveckling krävs att de tre dimensionerna ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet beaktas.

2. Syfte

Fortsatt samarbete har till syfte att, inom redan bearbetade marknader, genom riktade offensiva insatser, stärka positionen och med enad kraft utveckla och marknadsföra Härjedalens turistiska produkter.

Syftet är även att aktivt bearbeta attityden till värdskap, för höjning av medvetandenivån på lokal-, regional- samt riksnivå från befolkning till gäster.

3. Mål

Målet är att attrahera nya och befintliga besökare till Härjedalen med tyngdpunkt på svenska, danska, holländska, polska och tyska gäster.

Vi ska öka antalet gäster genom;

- förbättrad kommunikation (enklare att ta sig till och från området)
- att upplevelsen i området stärks
- erbjuda ett värdskap utöver det vanliga
- helårsöppna destinationer genom säsongsförlängning

För destinationerna ska detta arbete leda till en samhörighetskänsla och ett ökat erfarenhetsutbyte.

Vi förväntar att antalet gästnätter ökar med 3 % och omsättningen med 5 %. Antalet årsarbeten i kommunen förväntas öka med 3 %/år.

4. Aktiviteter

Med målen för öga vill projektet satsa på följande områden:

- 1) kommunikationer
- 2) värdskap
- 3) produktutveckling
- 4) destinationsutveckling
- 5) hållbarhet

*För ytterligare information kontakta projektledare Tatjana Summermatter på
tfn: 070-680 41 82 eller e-post: tatjana.summERMatter@herjedalen.se*