

Destination Halland 2020

Bakgrund:

Under åren 2007-2010 bedrevs ett EU-finansierat samverkansprojekt i Region Halland, kallat halland.se. Efter det projektet identifierades en del utmaningar där det bl.a. framgick att man upplevde att rollerna i det offentliga var otydliga. Av den anledningen genomförde Region Halland 2013 en process där man intervjuade, förde dialog, genomförde analyser och workshops med personer med koppling till besöksnäringen. Deltagare i denna process var företagare, politiker, tjänstemän, föreningsliv och processen leddes av Kairos Future under namnet Klara Färdiga Gå.

Resultatet av processen blev ett samverkansavtal mellan de 6 halländska kommunerna och Region Halland. Det avtalet skulle tydliggöra ambitionerna att

- arbeta för en stärkt halländsk besöksnäring
- klargöra de olika rollerna gentemot varandra och i förhållande till besöksnäringföretagen

I samband med detta sökte man också medel ur Europeiska Regionalfonden, och tillsammans med medfinansiering omslöt budgeten 25 miljoner kr över 3 år. Projektet beviljades i december 2015 och startade i januari 2016. Utöver de 6 kommunerna och Region Halland finns också Etour forskningsgrupp vid Mittuniversitetet i Östersund med som samverkanspart i projektet under 2 års tid.

Syftet:

Syftet med projektet är att

- Öka de halländska företagens lönsamhet och konkurrenskraft
- Öka attraktiviteten för Halland

Detta gör vi genom att skapa långsiktiga hållbara modeller och verktyg för samverkan inom besöksnäringen.

Hur gör vi det då?

Utifrån våra identifierade roller har vi skapat en modell som alla parter skall känna sig hemma i. För företagen innebär det att man har sitt lokala kommunala destinationsbolag/förvaltning som stöd. Destinationerna stödjer företagen och Regionen stödjer destinationerna inom tre områden som man gemensamt definierat som Kunskap, Affärsutveckling och Kommunikation.



Inom **Kunskap** skaffar vi oss kunskap om den halländska besökaren på många olika vis. Det kan vara genom gästundersökningar, omvärldsbevakning, digitala spår och statistik av olika sort. Våra företag skall veta mer om vem som besöker oss och vad de vill ha.

Inom **Affärsutveckling** arbetar vi fram metoder och modeller inom tematiska områden och testar dessa tillsammans med en eller flera av kommunerna. Några exempel är Falkenbergs Matdagar, Kattegattledens affärsutvecklingsprocess och Outdoor.

Vi arbetar också med att etablera en gemensam värdegrund för vår halländska besöksnäring. Genom ökad värdegrund levererar företagen högre kvalitet till gästerna.

Inom **Kommunikation** vill vi kommunicera med gästen på gästens villkor. Det kan ske traditionellt eller på nya sätt med en inspirerande web, genom en "på- plats- app" eller andra kanaler. Vi har ett internationellt perspektiv och arbetar med Visit Swedens målgrupper och marknader i Norge och Danmark.

Till projektet har vi både företag och destinationer kopplade som referensgrupper inom alla områdena, för att säkra att vi gör det företagen i slutändan har nytta och glädje av.

I styrgruppen deltar alla destinationerna och huvudprocessledaren har till stöd en rådgivande grupp om 6 företag av olika inriktning, storlek och lokal spridning.

I allt vi gör skall vi arbeta med de horisontella kriterierna som innebär att vi arbetar inkluderande oberoende av kön, läggning, tro, funktionella begränsningar.

Målet:

Vårt mål är att vi skall bli fler som arbetar med besöksnäringen i Halland. Företagen skall ha ökat sin innovationskraft, konkurrenskraft på en internationell marknad, ha ökat sin lönsamhet och samverkan.

