



Reisemålsanalyse for Sunndal – status per 11.04.2024

Sunndal kommune - formannskapet 11. april 2024

9. april 2024

Metode for strategiutvikling



Eksempler på sentrale problemstillinger:

- Hva er ønsket fremtid for Sunndal som reisemål og sted?
- Hva vil vi oppnå innen 2035?
- Hva er våre markedsstrategiske, samfunnsmessige, interne og økonomiske ambisjoner mot 2035?

- Hvor skal Sunndal konkurrere, og hvor skal vi ikke satse?
- Hvilke markeds- og kundesegmenter, geografiske markeder, produkt - og produktkonsept skal Sunndal satse på? (valg og mulighetsrom på et overordnet nivå)
- Hvilke kundegrupper og interessenter er de viktigste for Sunndal som reisemål?

- Hvordan skal Sunndal konkurrere for å etablere og opprettholde konkurransefortrinn – hvordan skal en posisjonere seg? Hva skal være reisemålet sine styrker?
- Hvordan skal vi tilnærme oss markedet – anvende våre eksisterende merkevarer?

- Hva må bedriftene og kommunene være dyktige til for å lykkes med å realisere ambisjonene og de markedsstrategiske valgene?
- Hvilke kjernekompetanser og ferdigheter må vi forsterke og etablere for å bygge opp under strategien?

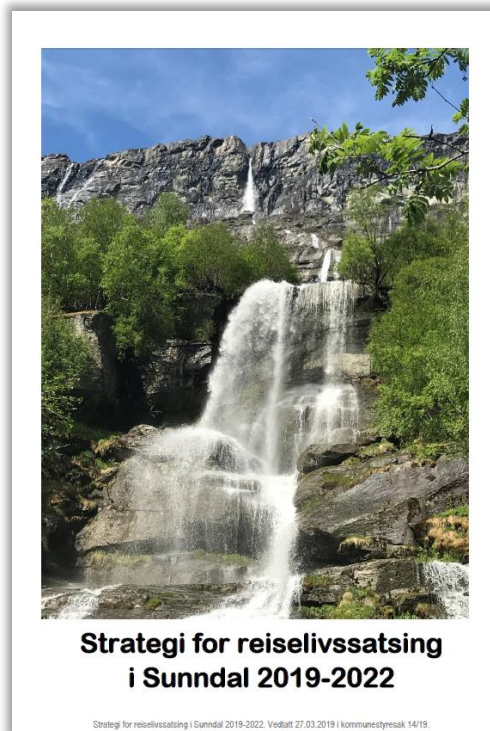
- Hvilke interne strukturer, prosesser og styringssystemer må på plass innenfor Sunndal som reisemål?



Bærekraft og strategisk underlag

Prinsippene for bærekraftig reiselivs- og reisemålsutvikling i Innovasjon Norge sin standard for bærekraftig reisemålsutvikling og FN's bærekraftsmål ligger til grunn for analysen og anbefalingene.

I tillegg vil analysen kobles mot mål, strategier og anbefalinger i Nasjonal reiselivsstrategi mot 2030, NOU 2023:10 *Leve og oppleve - Reisemål for en bærekraftig fremtid* og andre relevante lokale, regionale og nasjonale strategier og planer – blant annet gjeldende Strategi for reiselivssatsing i Sunndal 2019-2022.



Steds- og reisemålsutvikling

Vårt grunnleggende syn på reiseliv og reiselivsutvikling:

1. Satsing på reiseliv vil medføre økt:

- *Besøksattraktivitet*
- *Bostedsattraktivitet*
- *Arbeidsplassattraktivitet*



A. Stedsutvikling og reisemålsutvikling smelter sammen

Kommunen(e) må ta et større ansvar for reiselivsutviklingen, mens reiselivsaktørene må ta et større ansvar for lokalsamfunnsutviklingen



B. Flere parter blir nødt til å ta ansvar

Flere aktører må samhandle og delta aktivt i forpliktende partnerskap for å få til en god destinasjonsledelse. Innbyggerne må høres (dialog) og inviteres med inn i planer og forvaltning



2. Det betyr at både reiselivsaktører og kommuner bør jobbe etter disse tre perspektivene:

C. Nytenkning og involvering av gjester og innbyggere

Gjestene og innbyggere blir en del av destinasjonsarbeidet gjennom sameksistens og fellesskap

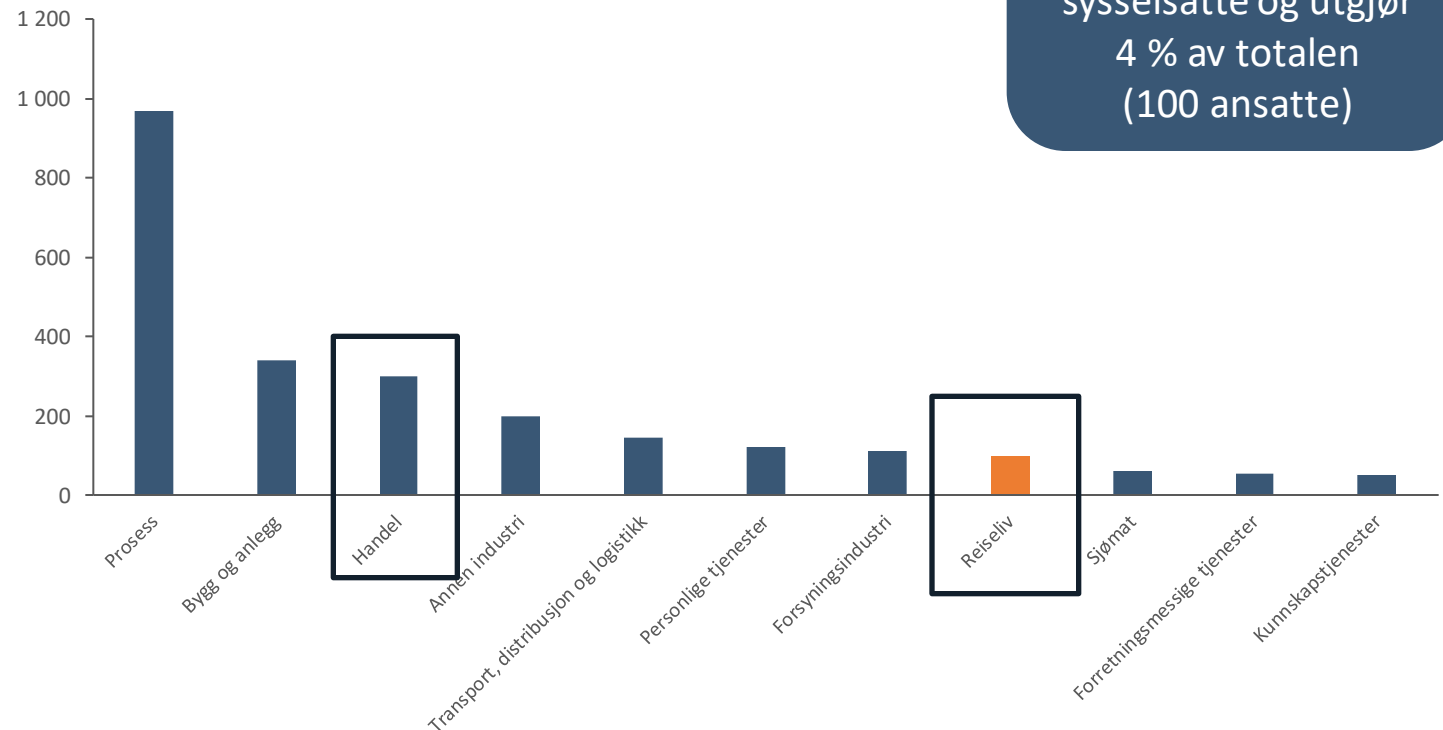
An aerial photograph of a valley in Sunndal, Norway. A wide, light-colored river winds through the center of the valley, flanked by lush green fields and dense forests. In the background, a small town is visible, surrounded by steep, rocky mountains with patches of snow. The sky is bright blue with scattered white clouds.

VERDISKAPINGSANALYSE AV REISELIVET I SUNNDAL

Reiselivet er den 8. største næringen i Sunndal i sysselsetting

- Reiselivet er den 8. største næringen i form av antall sysselsatte og utgjør 4 prosent av totalen.
- Reiselivet er derimot betydelig mindre hvis vi ser på verdiskaping. Da kommer reiselivet på en 15. plass og utgjør 0,3 prosent.
- Reiselivets relative størrelse i sysselsetting over verdiskaping skyldes at næringen er arbeidsintensiv.
- Næringslivet i Sunndal er dominert av industri, og særlig prosessindustri. Industri samlet står for 87 prosent av all verdiskaping og 50 prosent av all sysselsetting.

Antall sysselsatte per næring i Sunndal i 2022.
Kilde: Menon Economics

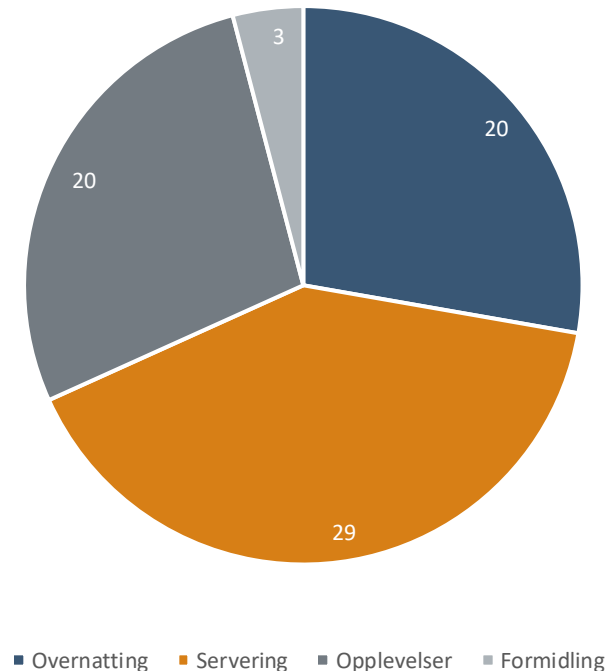


Reiselivet er den 8. største næringen i form av antall sysselsatte og utgjør 4 % av totalen (100 ansatte)

Servering er den største bransjen i reiselivet

- Reiselivsnæringen i Sunndal omsatte for 72 millioner kroner i 2022.
- Innholdsbransjene opplevelser, overnatting og servering dominerer reiselivet. Det er ingen bedrifter innen transportbransjen i kommunen.
- Den største reiselivsbransjen er servering som utgjør 40 prosent av all omsetningen. De største aktørene innen servering er Johansen Bakeri og Timian & Persille Catering med henholdsvis 3,4 og 3,3 millioner kroner i omsetning. Serveringsbedriftene er relativt små, men det er til gjengjeld mange av dem – de utgjør 40 prosent av antall reiselivsbedrifter i kommunen.
- Overnattingsbransjen har 20 millioner kroner i omsetning i 2022. De største bedriftene er Skogholt Hotell drift (Sunndalsøra Hotell) og Trædal Hotell og Turistsenter, som også er de største bedriftene i hele reiselivet.
- Opplevelsesbransjen har også 20 millioner kroner i omsetning, og den største aktøren er Sunndal IL som arrangerer Hydrocup.

Omsetning per reiselivsbransje i 2022, i millioner kroner.
Kilde: Menon Economics

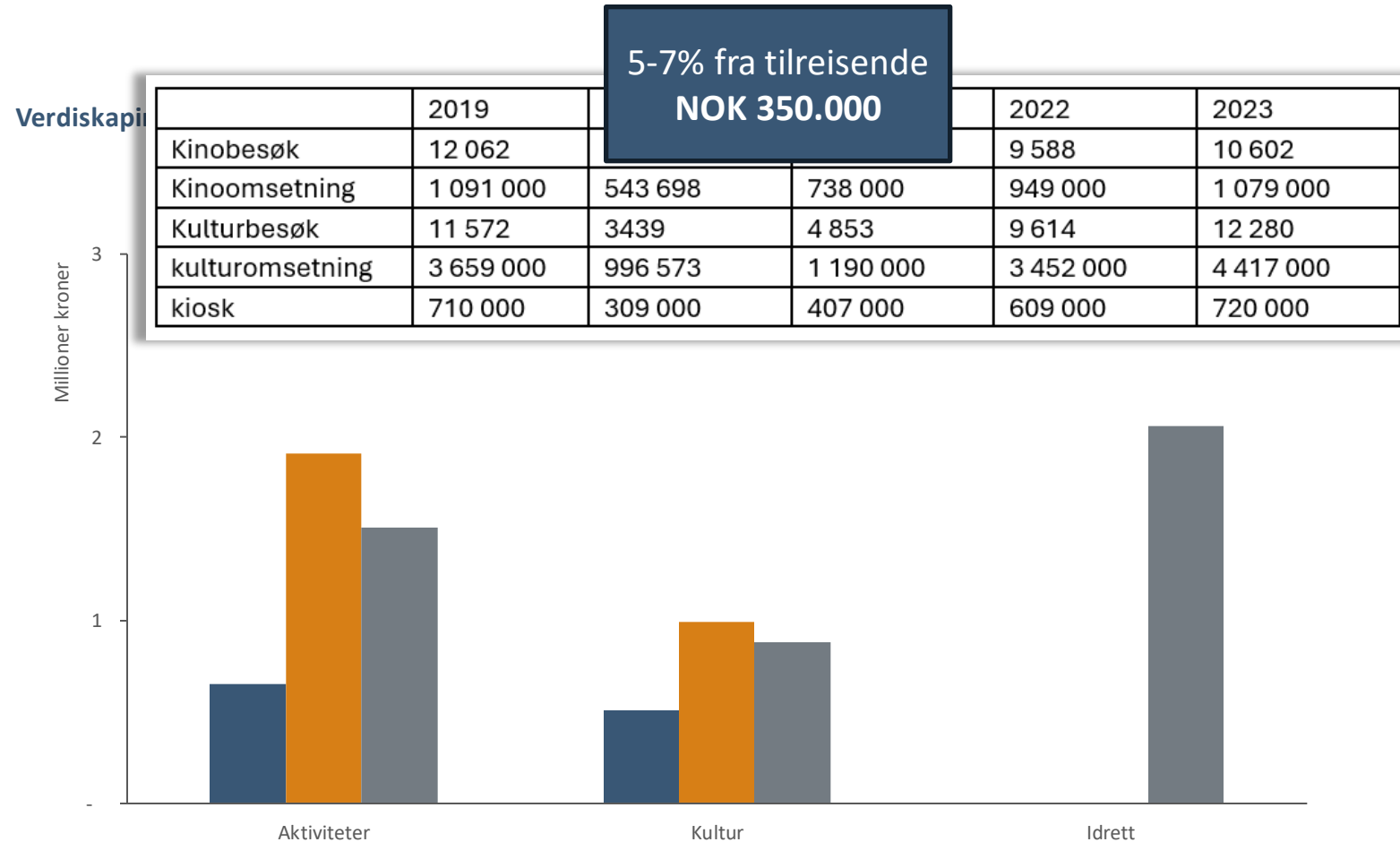


Reiselivsnæringen i Sunndal omsatte for 72 millioner kroner i 2022.

Teknobingo Sunndalsøra er registrert i Sunndal kommune og som tilbyr bingohall and andre spill. Bedriften hadde en omsetning på 22 millioner kroner i 2022. Vi vurderer at Teknobingo i hovedsak betjener det lokale markedet, og den er derfor ikke inkludert i denne analysen. Det er likevel et tilbud som er tilgjengelig for tilreisende.

Idrett utgjør halvparten av verdiskapingen i opplevelsesbransjen i 2022

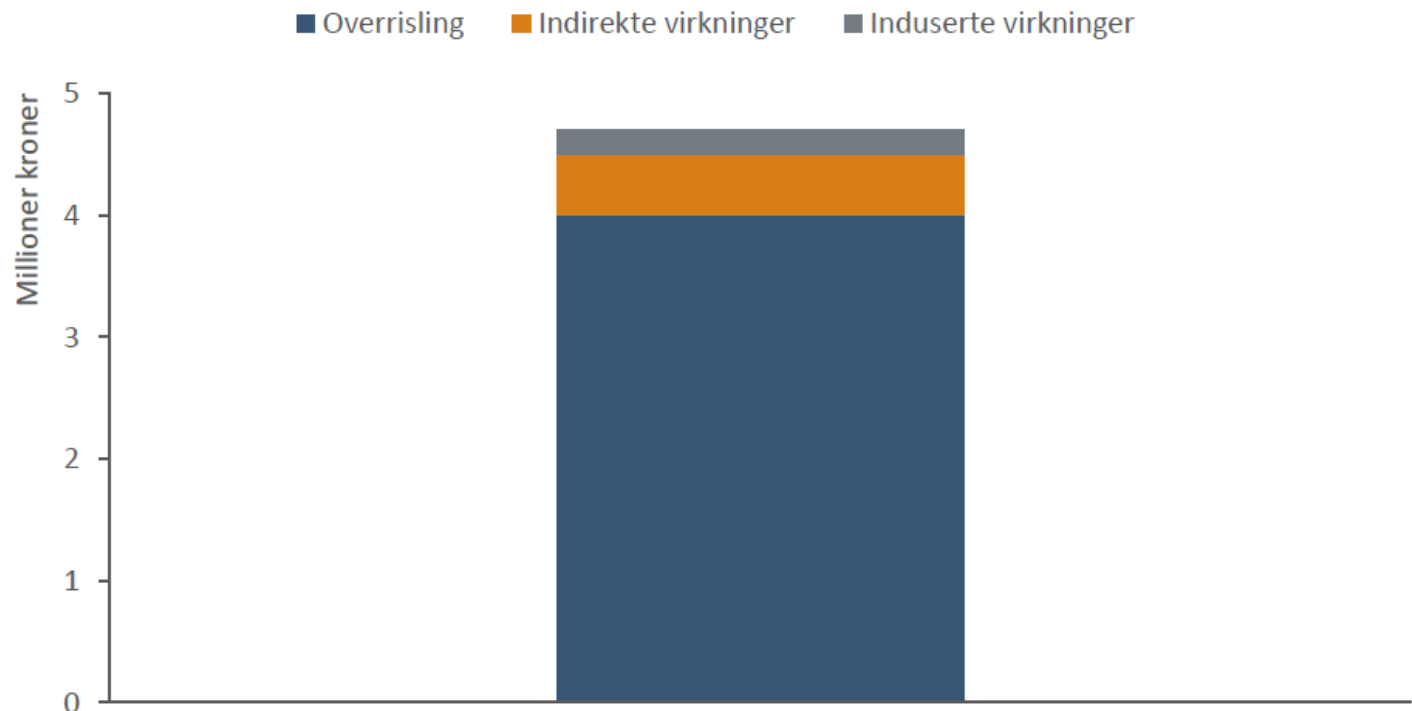
- Den norske opplevelsesbransjen er en relativt bred bransje og rommer aktører med ulik virksomhet. For å få en bedre forståelse av opplevelsesbransjen i Sunndal har vi kategorisert bedriftene inn i tre undergrupper; aktiviteter, kultur og idrett.
- I 2022 stod idrett for nesten halvparten av verdiskaping innen opplevelsesbransjen. Verdiskapingen fra kultur utgjorde 20 prosent.
- Som figuren til høyre viser har alle tre undergruppene vokst mellom 2016 og 2022.
- Aktiviteter hadde en verdiskaping på ca. 1,5 millioner kroner i 2022. Siden 2016 har verdiskapingen mer enn doblet seg. Den største aktøren innen aktiviteter er Sunndal Fjellstyre som tilrettelegger for sportsfiskere, jegere og friluftsfolk.
- Kultur hadde i 2022 en verdiskaping på nesten 1 million kroner. Det er var kun to aktører innen kultur i 2022; Stiftelsen Kristiansund Museum og Jazzåteatret Produksjon (som Tredal produserer Lady Arbuthnott)
- Innen idrett er det kun en bedrift, Sunndal IL, som arrangerer Hydrocup. 2021 er det første året bedriften har registrert verdiskaping. I 2022 utgjør denne verdiskapingen nesten halvparten av verdiskapingen i opplevelsesbransjen.



Gjennomføringen av Lady Arbuthnott gir en omsetning på 4,7 millioner kroner

- I analysen har vi kun dekket de direkte effektene av reiselivsbedriftene i Sunndal, og fanger dermed ikke opp alt forbruket som finner sted i andre deler av næringslivet.
- Samfunnsøkonomisk analyse lagde en rapport i 2019 som kartla de økonomiske ringvirkningene av Lady Arbuthnott. Figuren til høyre viser de ulike økonomiske effektene.
- Den største effekten er såkalt overrisling pålydende 4 millioner kroner. Det er definert som økt omsetning som skyldes at publikum kommer tilreisende til området. Den økte omsetningen kommer da framfor alt i varehandel og reiselivsrelaterte virksomheter. Omsetningen i varehandelen fanges ikke opp i analysen, mens omsetningen i reiselivsrelaterte virksomheter gjør det. Dermed vil ikke all denne omsetningen komme i tillegg til det vi har kartlagt i analysen.
- Lady Arbuthnott førte til 0,5 millioner kroner i indirekte effekter som viser til omsetning nedover i verdikjeden.
- 0,2 millioner kroner kom fra induuerte virkninger, det vil si konsumeffekt fra lønn og overskudd/utbytte.

Andre økonomiske effekter av Lady Arbuthnott. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse

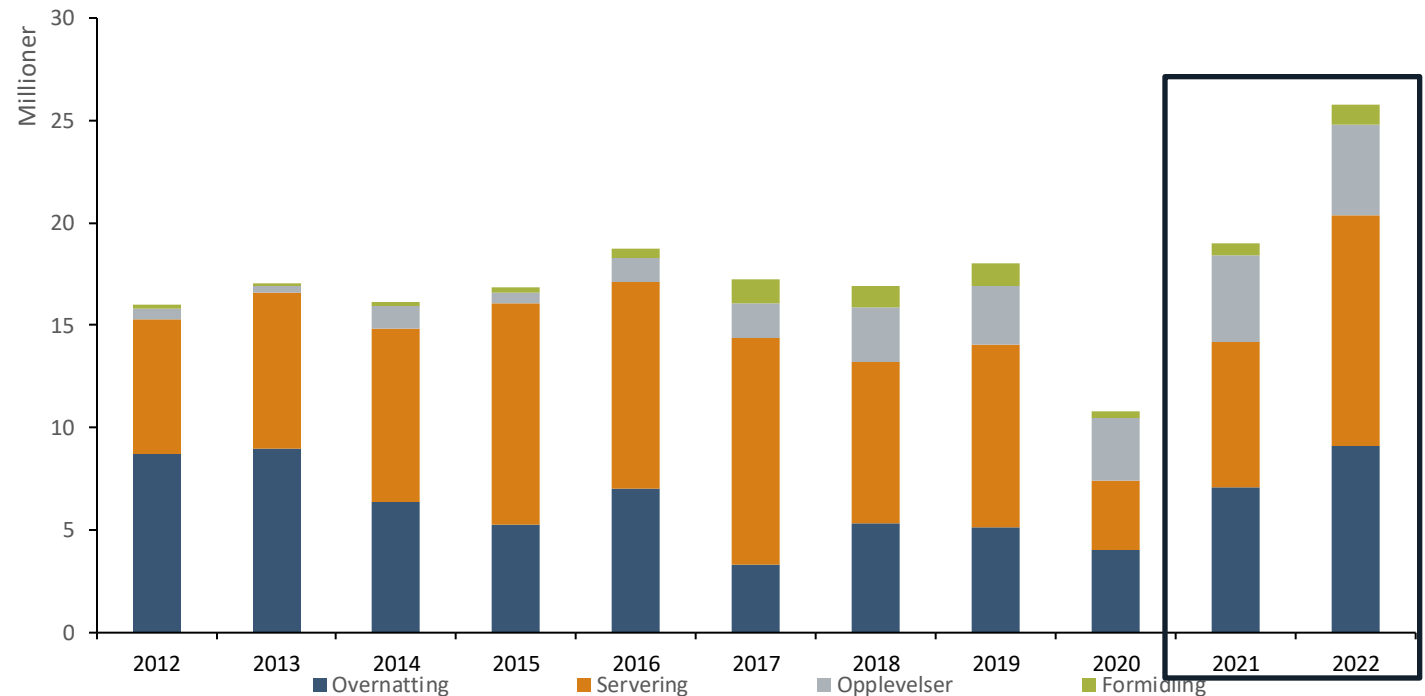


Reiselivet har hatt en solid vekst i etterkant av pandemien

- Frem til pandemien i 2020 hadde reiselivet i Sunndal en beskeden vekst på 2 prosent årlig. Det innebar en økning i verdiskaping fra 16 millioner i 2012 til 18 millioner kroner i 2019.
- Reiselivet ble naturlig nok rammet av pandemien, men har både i 2021 og 2022 hatt en solid vekst. I 2022 stod reiselivet for en verdiskaping på 26 millioner kroner, som tilsvarer en vekst på 43 prosent fra 2019.
- Veksten mellom 2019 og 2022 forklares i hovedsak av vekst i etablerte bedrifter. Særlig har det vært sterk vekst i Skogholt Hotelldrift (som driver Sunndalsøra Hotell) som vokste med 4 millioner kroner i verdiskaping i perioden. Andre bedrifter som har hatt en god vekst er Johansen Bakeri og Sunndal IL.
- Det har også vært noen nyetableringer siden korona, blant annet Pizzabakeren (Pro Sunndal) og East and West kafé som begge er serveringsbedrifter.
- Det er overnattingsbransjen som har hatt størst absolutt vekst på 4,0 millioner kroner siden 2019, etterfulgt av serveringsbransjen med en økning på 2,3 millioner.

Verdiskapingen i en bedrift er definert som summen av lønnskostnader og bedriftens driftsresultat, korrigert for kapitalslit og nedskrivninger. Dette er også kjent som bruttoprodukt/BNP og er en av de mest sentrale samfunnsøkonomiske størrelsene, fordi det er den som legger grunnlag for velferd gjennom forbruk og skatter.

Utvikling i verdiskaping per reiselivsbransje mellom 2012 og 2022. Kilde: Menon Economics

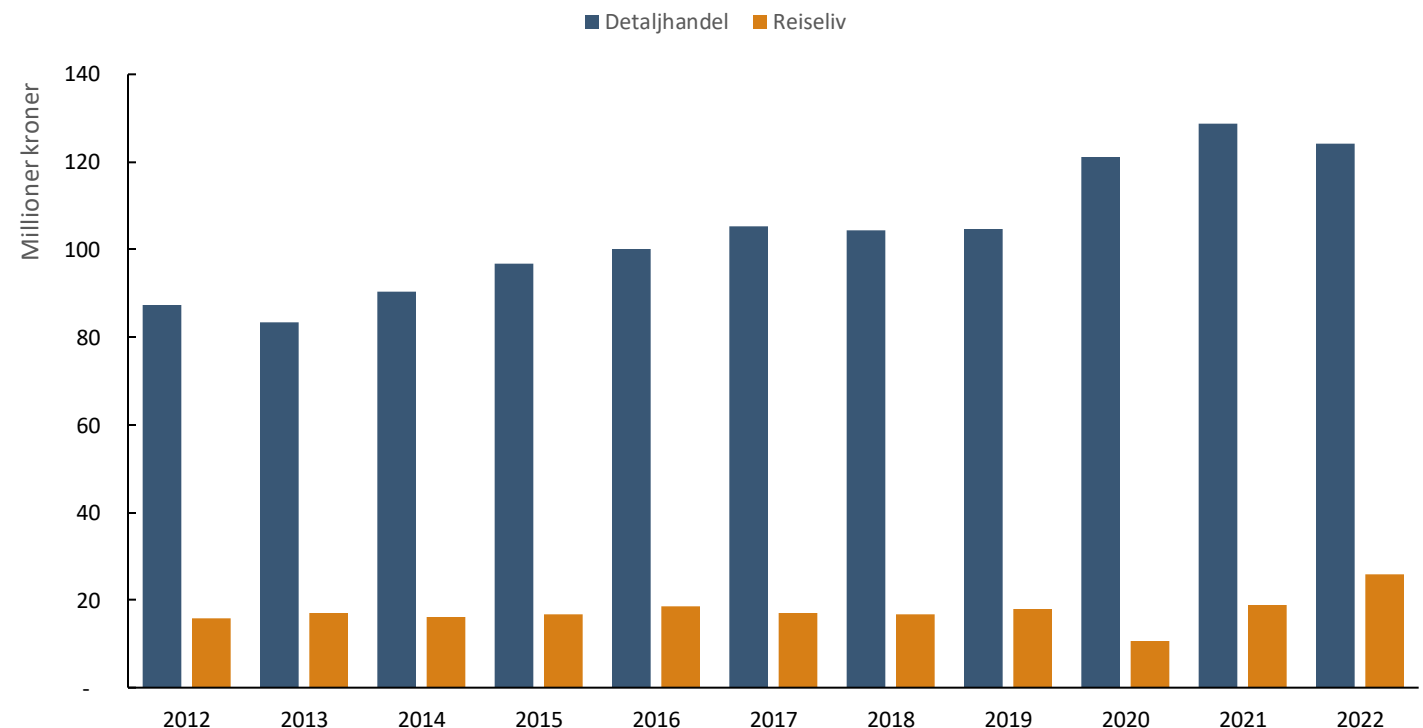


Handelsnæringen har vokst med 37 millioner kroner mellom 2012 og 2022

- Selv om fokuset i verdiskapingsanalysen er på reiselivet i Sunndal, har tilreisende til Sunndal et større forbruk enn på reiselivsprodukter. Særlig vil de legge igjen penger i handelsnæringen, for eksempel ved å kjøpe klær og sko i butikker og butikker i Sunndal. I 2022 stod handelsnæringen for en verdiskaping på NOK 124 millioner.
- Detaljhandelsnæringen har hatt en vekst på 4 prosent mellom 2012 og 2022, mens reiselivsnæringen har hatt en vekst på 5 prosent. Dette betyr at detaljhandelsnæringen har en verdiskaping på til sammen 124 millioner kroner.
- Handelsnæringen er nesten 5 ganger så stor som reiselivsnæringen. Selv om de to næringene har hatt samme trendvekst, ha denne veksten innebåret en betydelig større absolutt økning for handelsbransjen. Mellom 2012 og 2022 økte verdiskapingen i handelsnæringen med 37 millioner kroner.
- Til forskjell fra reiselivet hadde handelsbransjen en særlig sterk vekst under koronaårene. Fra 2019 til 2020 økte verdiskapingen i næringen med 16 prosent.

I 2022 stod handelsnæringen for en verdiskaping på NOK 124 millioner

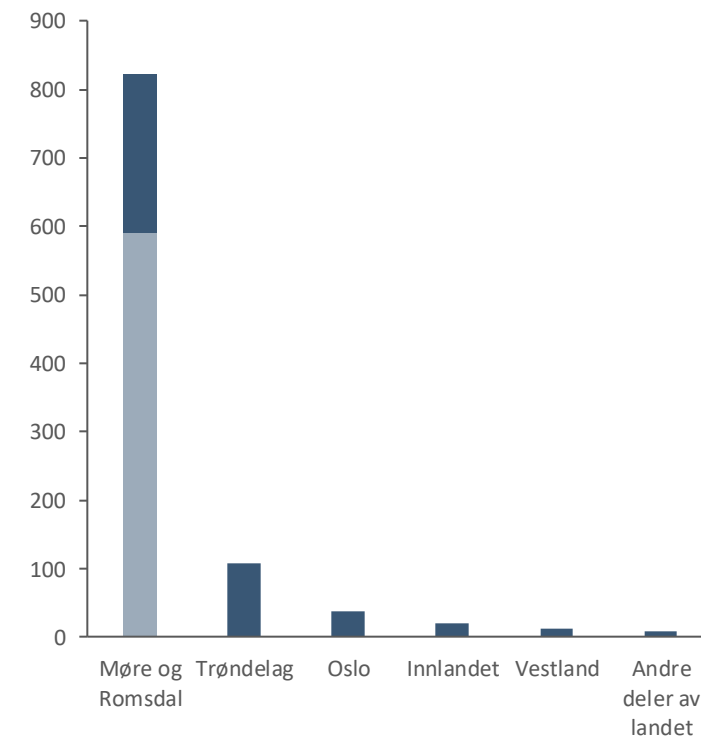
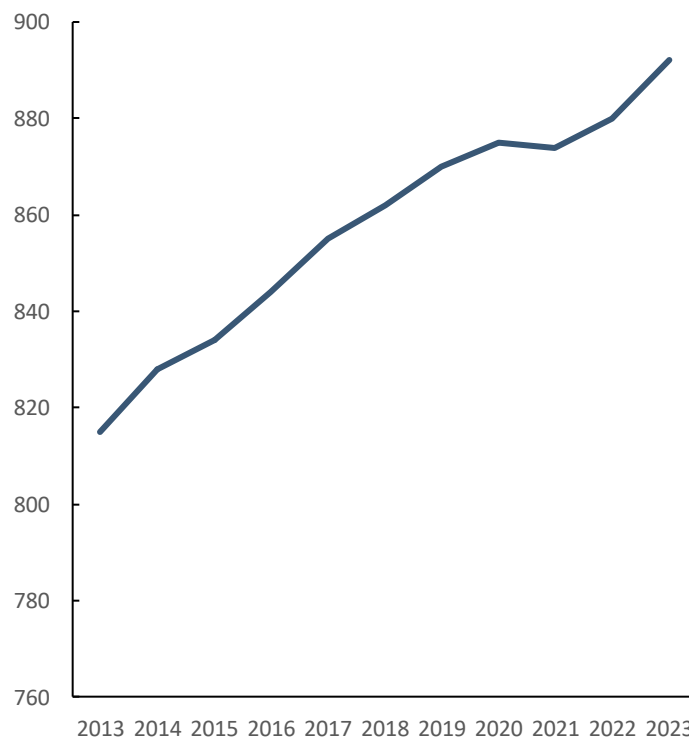
Utviklingen i verdiskaping for reiseliv og detaljhandel mellom 2012 og 2022. Kilde: Menon Economics



Halvparten av fritidsboligeierne bor i Sunndal kommune

- De siste ti årene har det vært jevn vekst i antall fritidsboliger i Sunndal kommune. Det har blitt bygget 77 nye fritidsboliger siden 2013, noe som tilsvarer en vekst på litt over 9 prosent. I 2023 var det 890 fritidsboliger i kommunen.
- 820 av fritidsboligene har eiere fra Møre og Romsdal, tilsvarende 78 prosent. Majoriteten av disse eierne (eiere av 590 fritidsboliger) kommer fra Sunndal kommune.
- Videre kommer 10 prosent av fritidsboligeierne fra Trøndelag og 3 prosent fra Oslo.

Til venstre: Utvikling i antall fritidsboliger i Sunndal kommune mellom 2013 og 2023. Til høyre: Fordelingen av fritidsboligeiere i Sunndal kommune etter hvilket fylke de er bosatt i. Eiere fra Sunndal kommune vises i lyseblått. Kilde: SSB og Menon Economics



SSB sin statistikk teller antall frittstående bygninger, enten det er enkeltstående fritidsboliger eller leilighetskomplekser som inneholder flere enheter. Bygg med flere leiligheter telles dermed som en enhet, noe som underestimerer det faktiske antallet fritidsboligenheter.

Laksefisketurismen bidrar til 7,1 millioner kroner i årlig verdiskaping

- Denne analysen er avgrenset til å være en verdiskapingsanalyse av reiselivet i Sunndal. Vi beregner derfor ikke det økonomiske bidraget fra de tilreisende i form av ringvirkninger.
- NINA utarbeidet i 2019 en rapport som beregnet økonomiske effekter av laksefisketurisme i blant annet Driva som renner gjennom Sunndal.
- Rapporten finner at forbruket fra fisketuristene var på totalt 17,4 millioner i året (2017-kroner) som igjen la grunnlaget for 5,8 millioner kroner i direkte verdiskaping i kommunen. I 2023-kroner tilsvarer det 21,4 millioner kroner i forbruk og 7,1 millioner kroner i direkte verdiskaping.
- Estimater inkluderer forbruk både fra tilreisende og lokale.

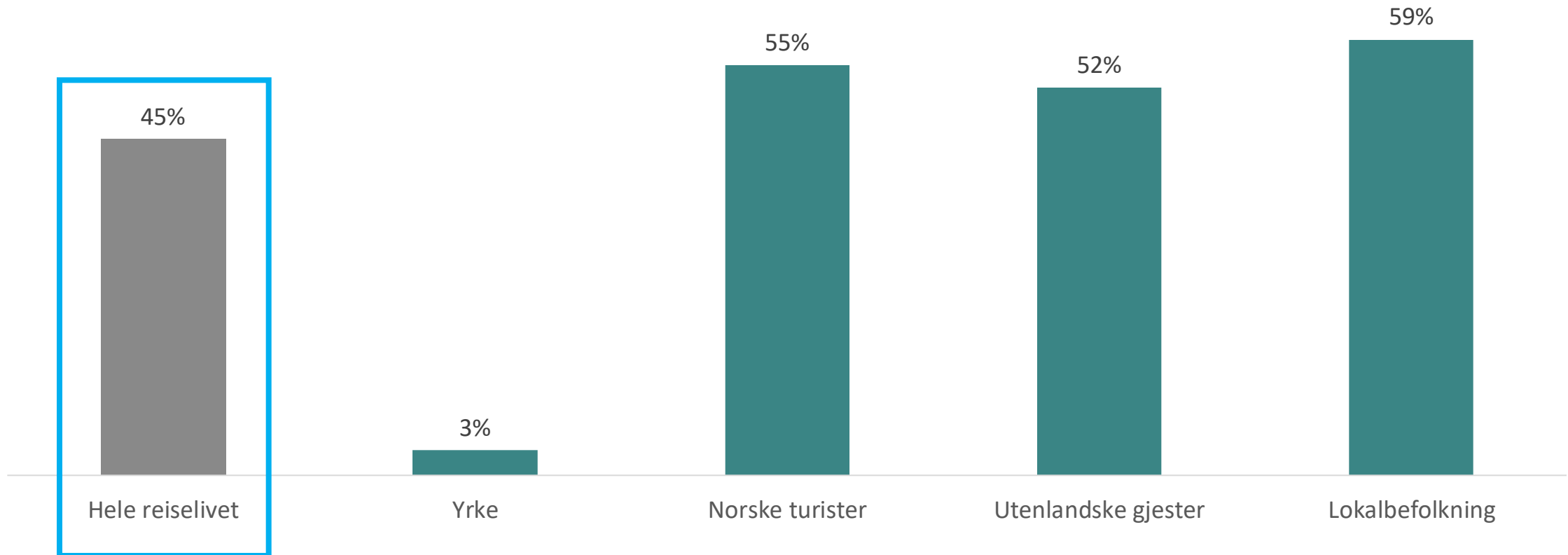
Foto: Eivind Fossheim / Fiskeguiden.no



Statistikk og markedsutvikling

Prognoser for reiselivsnæringen mot 2030

Prognose for vekst i omsetning i reiselivets fire segmenter 2019-2030:



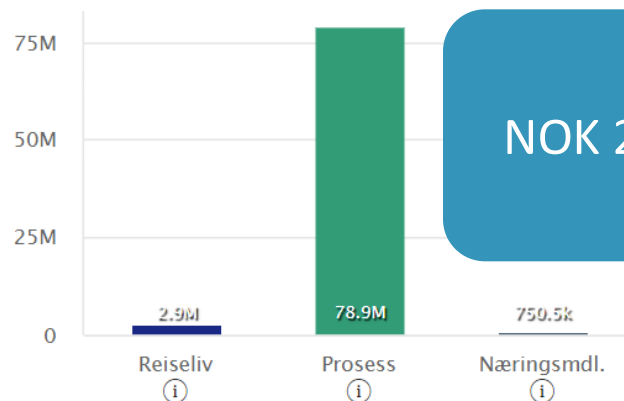
Kilde: Menon Economics, 2024

Kommunale skatteinntekter i Sunndal for 2019 og 2022

SUNNDAL

Antall sysselsatte i reiseliv: 117

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



Viktig om tallene

Sunndal kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. Som en følge av utpendlingen er skatteinntektene til Sunndal kommune 13,9%.

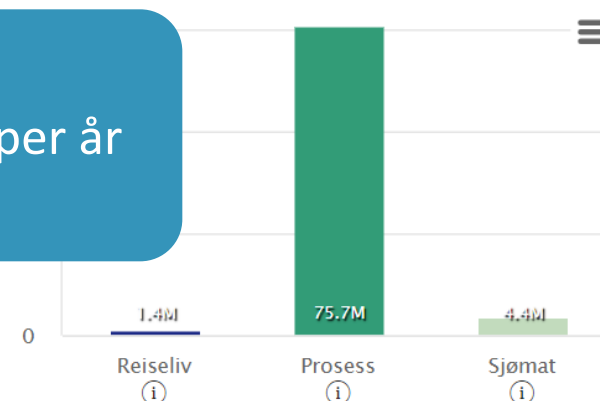
Totalt 3,3 millioner kroner.

Kilde: Menon Economics

SUNNDAL

Antall sysselsatte i reiseliv: 77

Kommunale inntekter fra personskatt fra sysselsatte innen:



Viktig om tallene

Sunndal kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. Som en følge av utpendlingen er skatteinntektene til Sunndal kommune 13,9%.

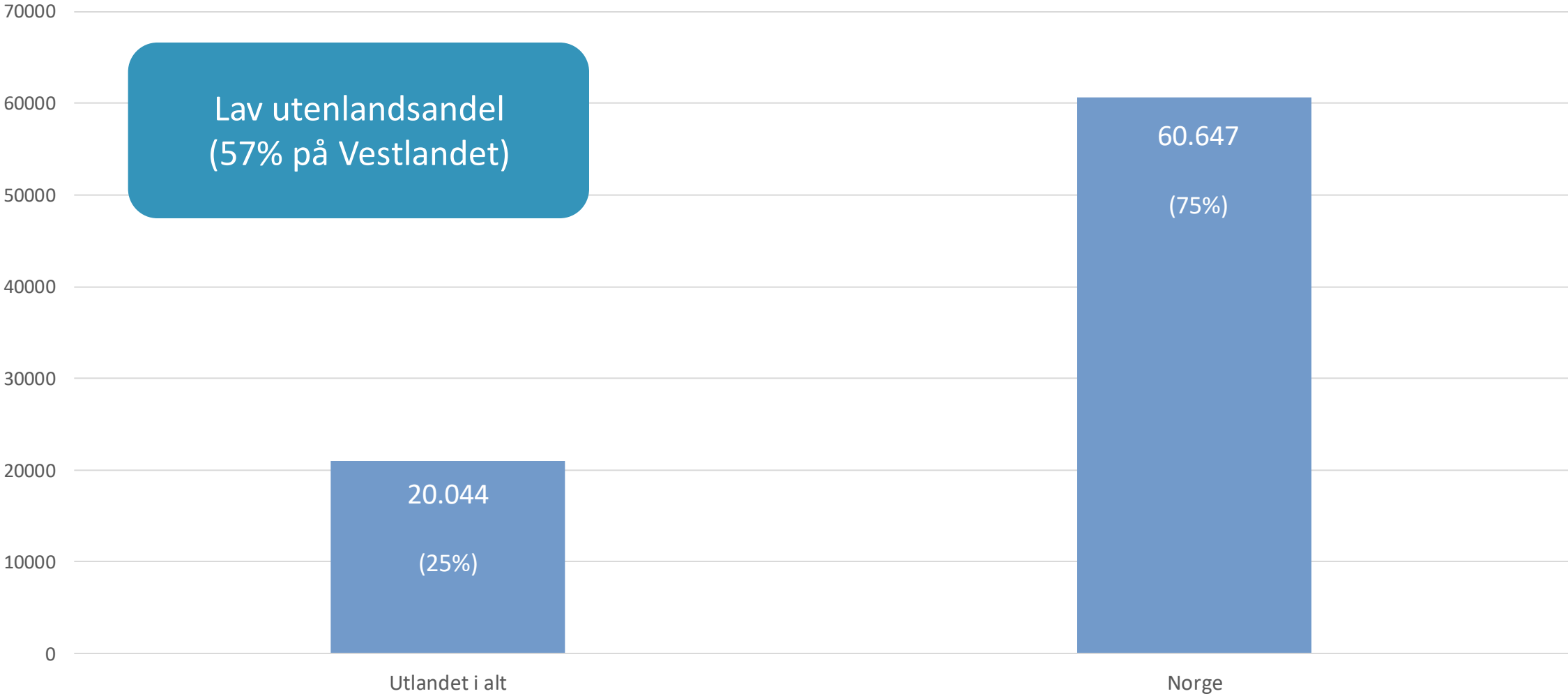
Totalt 1,6 millioner kroner.

Kilde: Menon Economics

NOK 2,5 – 3,5 mill. per år

Gjestedøgn Norge og utlandet i 2023

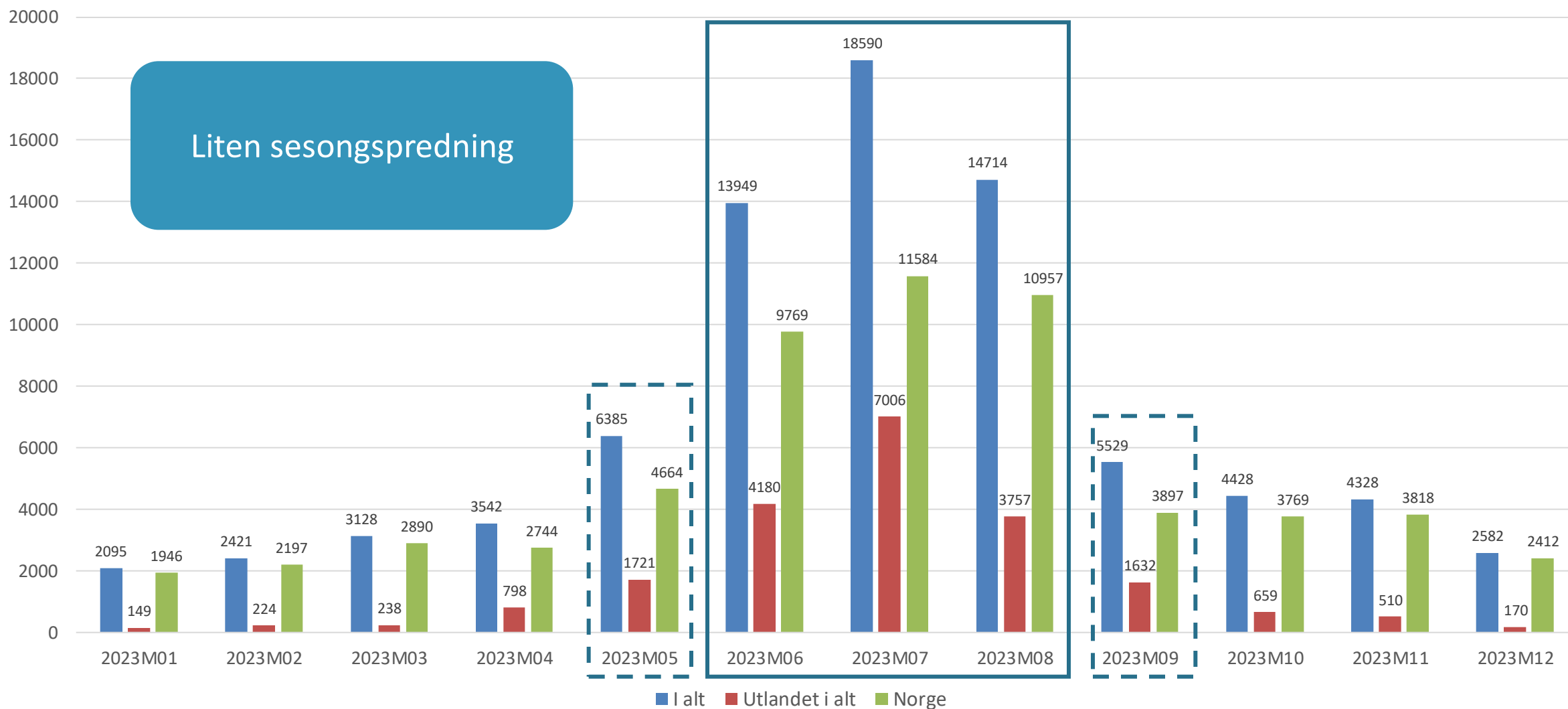
Sunnadal, Surnadal og Tingvoll



Merk: SSB-statistikken omfatter Sunndal, Surnadal og Tingvoll

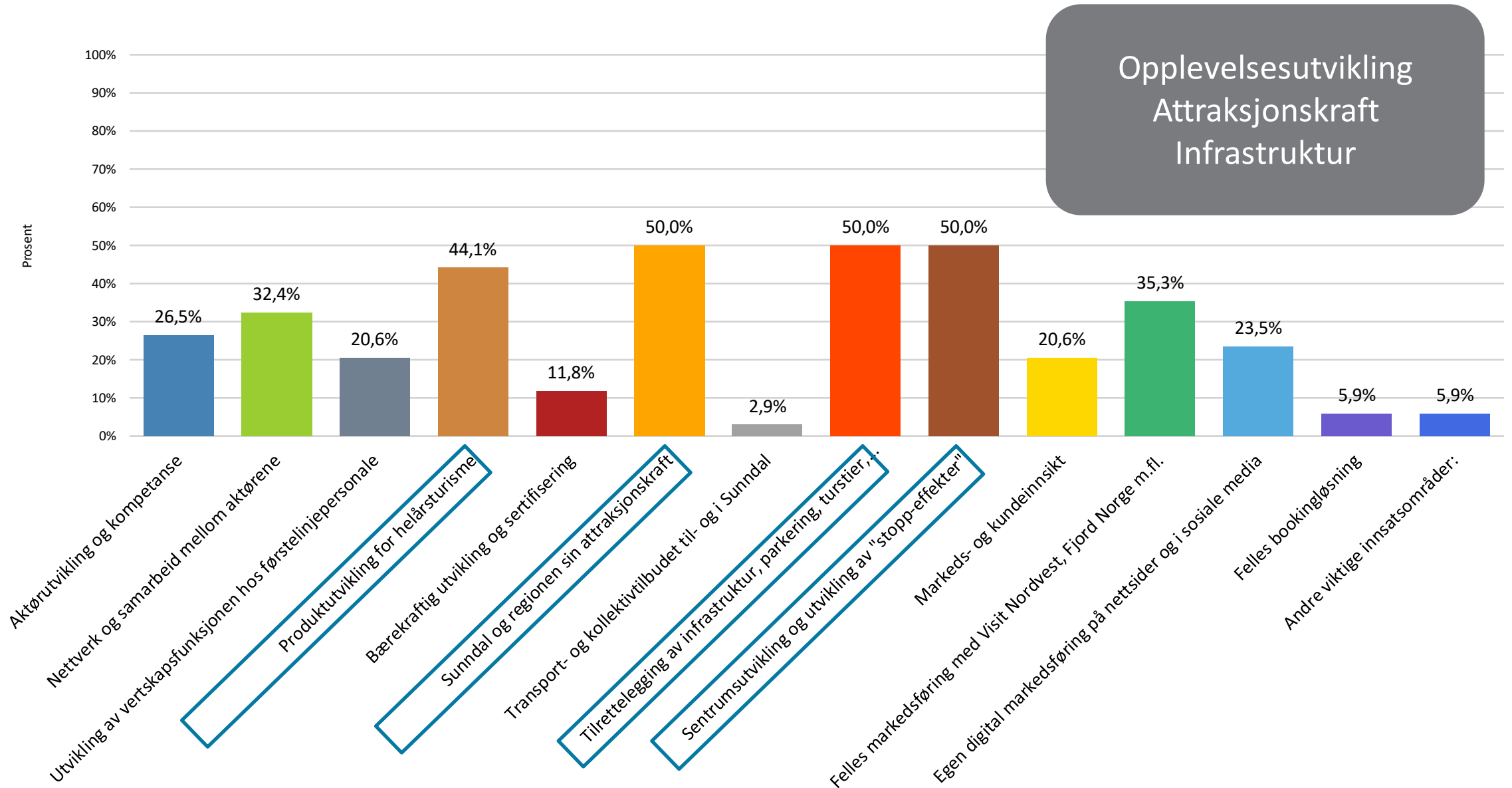
Gjestedøgn Norge, utlandet og totalt per måned 2023

Sundal, Surnadal og Tingvoll

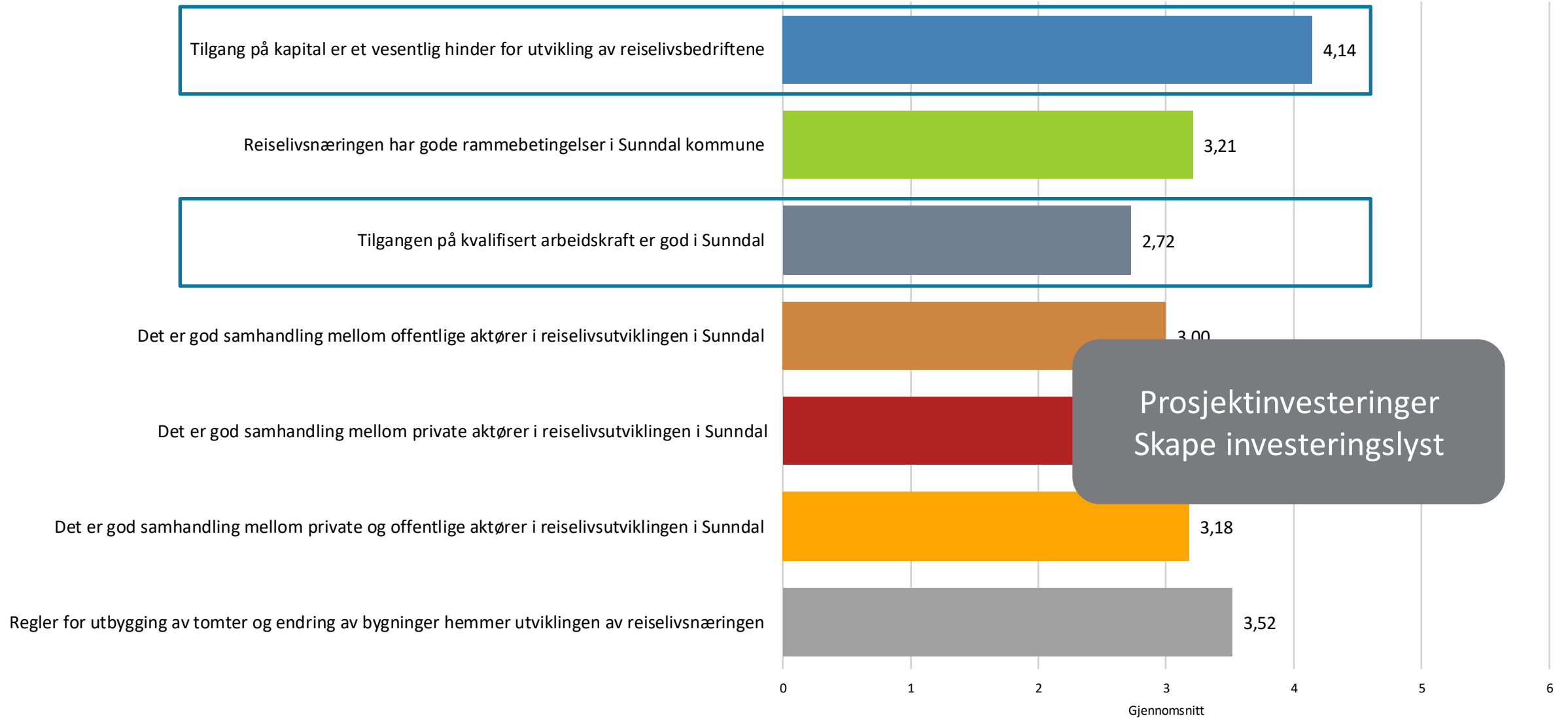


Merk: SSB-statistikken omfatter Sundal, Surnadal og Tingvoll

2. I videre utvikling av Sunndal som reisemål, hvilke innsatsområder mener du er viktigst?



9. Hvor enig er du i følgende utsagn?





Åka Skidor

STYRELSELEDARER
OM ÅKA SKIDOR

TEMA: TUR

JORDKLOTETS 9 BÄSTA TOPPTURER



SUNNDALSØRA

MEÐ VILLIGA LÄR OCH ÖPPET SINNE KAN DU SOM SKIDAKÄRE FÖRLÄNGA SNÖSÄSONGEN ORDENTLIGT. NÄR SNÖN BÖRJADE TA SLUT I JÄMTLAND DROG ÅKA SKIDOR TILL NORSKA SUNNDALSØRA, BELÄGET NÅGRA TIMMAR SYDVÄST OM TRONDHEIM FÖR SOLFYLLD SLÄSKNJUTNING I EN AV VÄRLDENS VACKRASTE MILJÖER FÖR UTFÖRSÄKNING.

TEXT & FOTO JOHAN STAHLBERG

SUNNDALSØRA - SOM EN BRA FISKEKRÖNA

Toppturer, samlinger og
arrangementer

32 | ÅKA SKIDOR

Guiden Märtha Myrnes leder
tröskarna Anders och Kristofer
Lundström lägen ned karene
sore leder upp till Grevolubba
Tingvollfjorden och Norges
magiska landskap i minnet
om varför att vistas i bergen är
bland det bästa som finns.

ÅKA SKIDOR | 33



Innerdalen



Ekkertind



Aursjøvegen



Åmotan



Vinnutrappa



Noen foreløpige overordnede vurderinger av Sunndal som reisemål

God beliggenhet (nærhet til mye)

Naturen (vandring, sykling, fiske, toppturer) – Stillhet/unikt/nytt

Forberede Driva-ferdigstillingen

Overnatting, servering, opplevelser, samarbeid og markedsføring

Kulturhistorien

Engelsktida og industri/vannkraft – opplevelser og profilering

Lokal mat og drikke

(med bruk av regionen)

Sunndalsøra

med handel, idrett og basseng og sentrumsprosjektet

Utvikling av opplevelser/aktiviteter - tilbud, pakking og booking

(vandring, sykling, guiding, fjorden, lokalmat, historie mm.)

Ferdigstille og «bruke» Vinnutrappa

(Insta-/TikTok moment)

Oppruste overnatting og servering

(nytt + «bruke» det gamle) og servering (inkl. bruk av- og historiefortelling om lokalmat)

«Selge» rundturer og regionen

Dovrefjell, Trollheimen, Atlanterhavsveien, Trollstigen mm.

Toppturer, camper og arrangementer om vinteren

økt satsing sammen med aktørene – del av «Sunnmørsalpene»: forsterke samarbeidet om dette med Uteguiden, Visit Nord Vest, Visit Ålesund

STYRKER

- Naturen og landskapet
- Vinnutrappa og Driva
- Kulturhistorien, Lady A og historiske bygninger/steder
- Arrangementene
- Nærheten til attraksjoner, steder, fjord og fjell
- “Nytt” reisemål – stillhet og urørt
- SUNS og samarbeidet med Visit Nord Vest
- Ressurssterk kommune og sterk industrisatsing som krever “bolyst”

SVAKHETER

- Få opplevelser og aktivitetsaktører
- Ingen tilrettelagte eller etablerte primærattraksjoner
- Manglende infrastruktur og tilrettelegging på prioriterte utfartsområder
- Standarden på overnatting og servering
- Svak markedsposisjon og avgrenset markeds- og salgsinnsats
- Få og små reiselivsaktører
- Behov for kompetanseutvikling og miljøsertifisering
- Lite turisme – sesongpreget med få internasjonale besøkende
- Avgrenset prioritering og lave investeringer i Reiselivsutvikling
- Stilling for koordinering av steds- og reisemålsutvikling

SWOT analyse

MULIGHETER

- Utvikling av “opplevelsessenter” og naturbaserte aktiviteter på fjellet, fjorden, elvene og fiskevannene med og uten guide sommer og vinter
- Videreutvikling av vinterturismen med toppturer, samlinger og arrangementer
- Videreutvikling, konseptualisering, pakking og formidling av kulturhistorien med koblinger til naturopplevelser og lokalmat
- Etablering av Vinnutrappa og naturattraksjonene som primærattraksjoner
- Ta “eierskap” til attraksjoner og steder rundt Sunndal for dagsturer og reiseruter
- Forberede gjenåpning av Driva – grunnlag for nye investeringer og satsinger
- Forsterke markeds-, salgs- og koordineringsarbeidet via SUNS, VNV og i bedriftene
- Kompetanseutvikling og miljøsertifisering av aktørene – merking som BK reisemål
- Tilslutning fra kommune, industrien, Reiseliv, handel og kulturaktørene til strategi for prioriterte tiltak og investeringer i steds- og reisemålsutvikling

TRUSLER

- Manglende vilje og evne til **investeringer i steds- og reiselivsutviklingen** fra kommunen, industrien og aktørene
- Manglende ferdigstilling og tilrettelegging av **Vinnutrappa** som primærattraksjon med nødvendig infrastruktur
- Manglende **tilrettelegging av infrastruktur** og formidling på prioriterte utfartsområder
- Manglende bred strategisk forankring og “stamina” i en **langsiktig steds- og reiselivsutvikling**
- Manglende **ressurser til koordinering** og tiltak og prosjekter for felles steds- og reiselivsutvikling

Ambisjoner, mål og satsingsområder



Sunndal kommune



Strategiplan for reiseliv (2023):

Visjon

Sunndal skal være et *helårs reisemål* under paraplyen Fossenes rike.

Mål

- Sunndal skal være kjent for gode opplevelser og aktiviteter i vill og vakker natur, forankret i lokal kultur, tradisjon og næring.
- Det er et mål å **double omsetningen og antal arbeidsplasser** i planperioden.

Ambisjoner og mål 2035 – MERK: foreløpig forslag

Det er utformet foreløpig forslag til ambisjon for reiselivsutviklingen i Sunndal mot 2035:

«I 2035 er Sunndal et av de mest attraktive reisemålene for **vandring, sykling og naturbaserte opplevelser** på Nord-Vestlandet med godt tilrettelagte opplevelser og infrastruktur for bruk av fjellområdene, dalene, elvene, fjorden og fiskevannene i sommersesongen og topturer, samlinger og arrangementer i vintersesongen.

Kulturhistorien fra engelsk tiden og industriutviklingen står sterkt i profilen til Sunndal, og det er gjennomgående godt tilrettelagte opplevelser og formidling av historien for tilreisende. **Driva er tilbake** som en av de store lakseelvene i Norge, og tiltrekker seg godt betalende gjester i sesongen som blir lenge i Sunndal.

Samhandlingen mellom SUNS, bedriftene og kommunen er sterk og har gitt seg utslag i etableringen av flere aktører og aktivitetstilbud innenfor naturbaserte aktiviteter, kulturformidling og lokale mat- og drikketilbud som grunnlag for en bærekraftig steds- og reisemålsutvikling. Sunndal har en etablert og tydelig **reisemålsledelse og dedikert ressurs** til å drive steds- og reisemålsutvikling.

Både det offentlige og næringslivet er med på utvikling av infrastruktur og tilrettelegging av attraktive opplevelser for tilflytter, lokalbefolkningen og tilreisende med bakgrunn i filosofien om at **«et godt sted å bo og besøke er et attraktivt sted å jobbe»**.

Prioriterte «utviklingspunkt» for parkering, toaletter, informasjon og søppelhåndtering er tilrettelagt i samarbeid mellom kommunen, SUNS, grunneier og Vegvesenet.

Lokalbefolkningen og lokale bedrifter er hyppige brukere av opplevelsene i regionen, de er gode ambassadører og et godt vertskap for tilreisende».

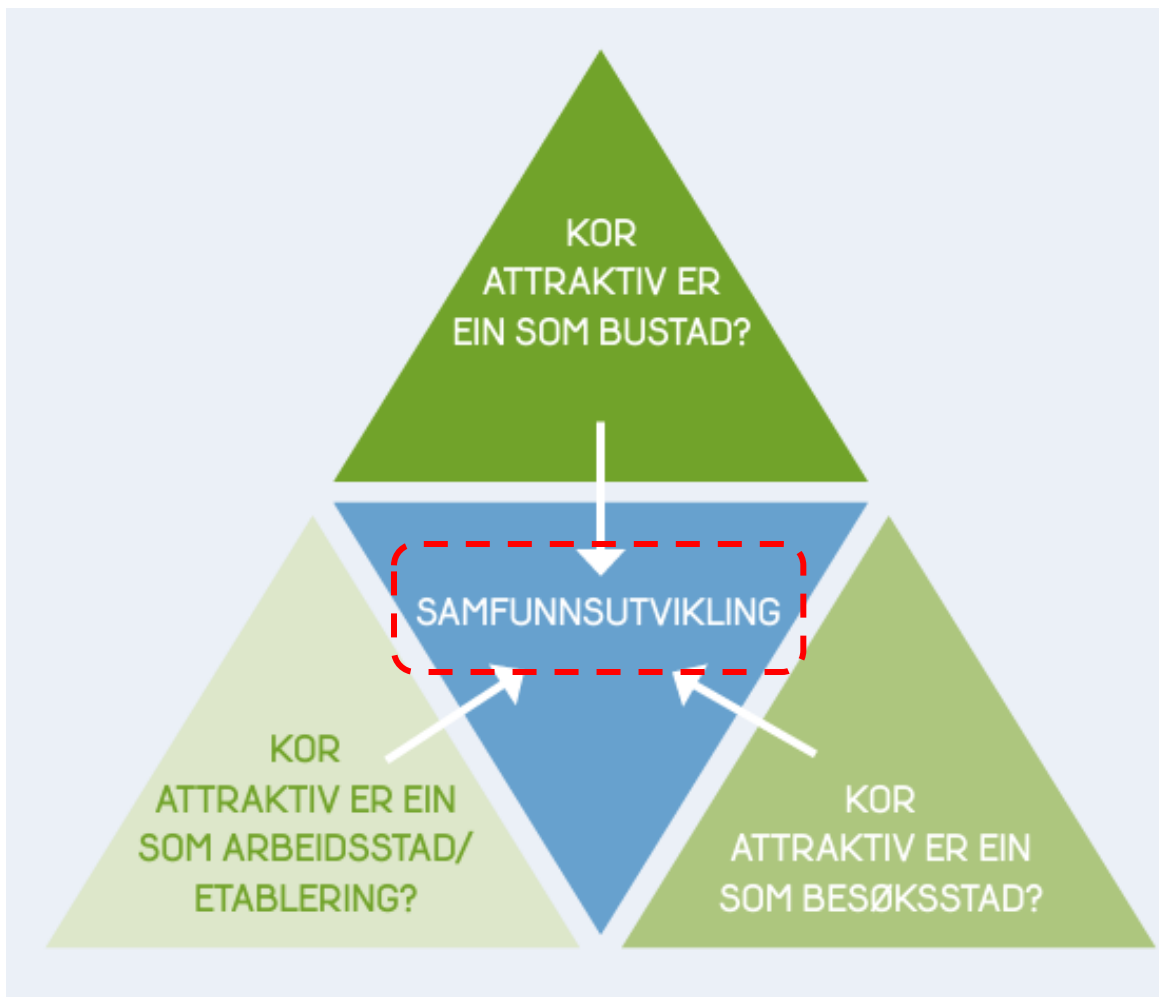
Forslag til prioritering av aktuelle satsingsområder i perioden 2025 - 2033

Strategiske tiltaksområder	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Opplevelsesutvikling	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy
Attraksjonsutvikling	Høy	Høy	Høy	Middels	Middels	Middels	Lav	Lav	Lav
Laksefiske i Driva	Middels	Middels	Høy	Høy	Høy	Høy	Middels	Middels	Middels
Kulturhistorien	Høy	Høy	Høy	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels
Infrastruktur og informasjon	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Lav	Lav	Lav
Aktørutvikling	Middels	Middels	Middels	Lav	Lav	Lav	Lav	Lav	Lav
Transport og «grønn mobilitet»	Lav	Lav	Middels	Middels	Middels	Middels	Høy	Høy	Høy
Profilering, markedsføring og salg	Høy	Høy	Høy	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels
Strategi for- og organisering av steds- og reisemålsutvikling	Høy	Høy	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels
Miljøsertifisering - bedriftene	Lav	Lav	Lav	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels
Merking som bærekraftig reisemål	Lav	Lav	Lav	Høy	Høy	Lav	Lav	Lav	Lav
Mat og drikke	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels	Middels
Overnatting og servering	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy	Høy

Figur: Strategisk prioritering av aktuelle satsingsområder for reiselivsutviklingen i Sunndal 2025 - 2033

■ Lav prioritet
 ■ Middels prioritet
 ■ Høy prioritet

Steds- og reisemålsutvikling



Videre reiselivsutvikling i Sunndal

NÆRINGSUTVIKLING

BO-, ARBEIDS- OG BESØKSATTRAKTIVITET

SAMFUNNSUTVIKLING

Phillips



Opplevelsesaktør(er) - «organisk vekst»



SUNNDAL

Nye investorer – «Prospekt Sunndal»



Sunndal kommune

Anbefaling om videreføring i fase 2 og 3

Med bakgrunn i analyse om potensialet for videre utvikling av reiselivsnæringen i Sunndal og vilje og evne til å iverksette et mer omfattende utviklingsarbeid for å utløse potensialet, konkluderer 2469 Reiselivsutvikling som ekstern faglig rådgiver følgende anbefaling:

På et faglig grunnlag oppfatter 2469 Reiselivsutvikling at det både er potensial i Sunndal, og vilje samt evne til å forløse dette potensialet. På dette grunnlaget anbefales oppdragsgiver å gå videre i utvikling av en Masterplan (reiselivsstrategi) med tiltaksplaner for reiselivsutviklingen i Sunndal i fase 2 og 3.

Forstudien inneholder i tillegg forslag til hovedmål og delmål, forslag til strategiske valg og forslag til hovedaktivitetsområder som det bør jobbes videre med i fase 2 og 3.

