

Hallingdal 2020

Regional posisjonering



REGIONRÅDET FOR
HALLINGDAL

Overordnet mål

Styrke Hallingdal som en attraktiv og bærekraftig bo- og arbeidsmarkedsregion

Forankret i regionrådet:

Hallingdal har mye å vinne på å utvikle en felles slagkraftig merkevareprofil og identitet som tydelig skiller Hallingdal fra andre regioner. Ved aktivt å jobbe med vårt omdømme og profil vil vi kunne utnytte alt det regionen har å by og synergieffektene av dette vil resultere i at Hallingdal står frem som en autentisk og attraktiv bo- og arbeidsregion.





Jakten på det unike- hva har vi som ingen andre har?

Posisjonering

- tydeliggjøring av identitet

En tydelig posisjon synliggjør merkevaren (Hallingdal), samtidig som den skal få frem det unike ved merkevaren sammenlignet med konkurrenter.

Regional posisjonering handler om å bygge et bilde av en region som skal bidra til regionens fremgang.

«Differentiate or Die»

- Jack Trout 2000



REGIONRÅDET FOR
HALLINGDAL



Hva kjennetegner Hallingdal - jakten på det unike

- Kremmer
- Profesjonelt vertskap
- Vilje til å lykkes
- Klarer oss sjøl....
- Stabilt klima
- Fornuftig forvaltning av naturressursene har gitt utvikling og levedyktige kommuner
- Gode oppvekstvillkår for barn og unge
- Omstillingsevne
- Gripe sjansen
- Stor dugnadsånd
- Svært bredt og gode fritidstilbud
- Mangesysleri



Vi tar en regional posisjon basert på:

Historie:

- Hovedferdselsåre mellom **øst og vest**.
- En region som tar opp i seg nye impulser, formidler og inspirerer.
- En region med sterk gründerånd og «mangesysleri».
- Utviklet **vertskapsrollen** gjennom århundrer basert på handel og reiseliv mellom øst og vest.

Stedskvaliteter:

- Gode oppvekstvillkår for **barn og unge**
- svært mange gode møteplasser (hoteller, næring, hytter)
- Fjellet
- Stabilt klima og godt **klima** – godt for helsa

Samfunnstrender

- **Frihet** til å velge
- **Friluftsliv**
- Sunn og **frisk**



«Møteplassen mellom øst og vest»

Hallingdal skal ta en tydelig posisjon som en attraktivt møteplass mellom øst og vest.

Ved å skape gode arenaer og merverdi for aktører i øst og vest vil Hallingdal danne grunnlag for egen utvikling og rekruttering.



NORWAY

Hallingdal



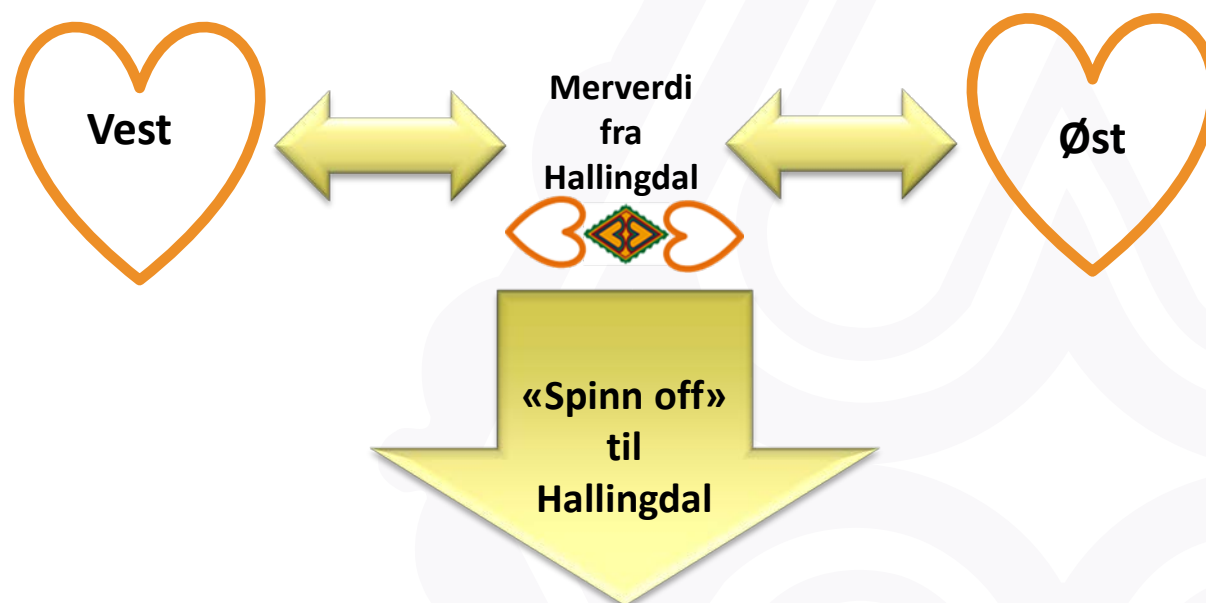
SWEDEN

DENMARK

uy@hallingnett.no - 25.10.12

Strategi for å ta posisjonen

Utnytte potensialet i koblinger mellom øst og vest for å skape «spinn off» i Hallingdal:



Målgrupper:
Hvem ønsker vi at «spinn off» skal treffe?



Målgrupper og verdier



Ung Halling 15-25 år



Hyttfolk



Kvinne 28 år



Fri og
frisk



Kjennetegn ved tiltakene

Tiltakene vi setter i verk for å ta posisjonen skal kjennetegnes ved følgende verdier:

- Fri**het, *til å velge det gode liv*
- Fri**luftsliv, *naturen rett hjem*
- Frisk**, *best for barna*



***Styrke Hallingdal som en attraktiv og bærekraftig
bo- og arbeidsmarkedsregion !***



**Møteplassen
mellom
Øst og Vest**



Ved å skape gode
arenaer og merverdi for
aktører i øst og vest vil
Hallingdal danne
grunnlag for egen
utvikling og rekruttering.

Den regionale posisjonen
skal gjennomsyre alle
tiltak...

Fri og Frisk

Kjerneverdiene gir
retning for hvorfor vi
velger øst-vest og skal
være en rettesnor for
hva tiltakene skal
inneholde.

Målgruppene:
«Hallingdal er et
godt sted å
bosette seg»

