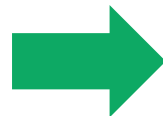


Art Halland

Hur skulle det kunna se ut?

VISION

Tillsammans, oavsett storlek och organisation, är vi Art Halland, en destination som attraherar besökare från Halland, Sverige och utvalda närmarknader och sätter Halland på kartan.



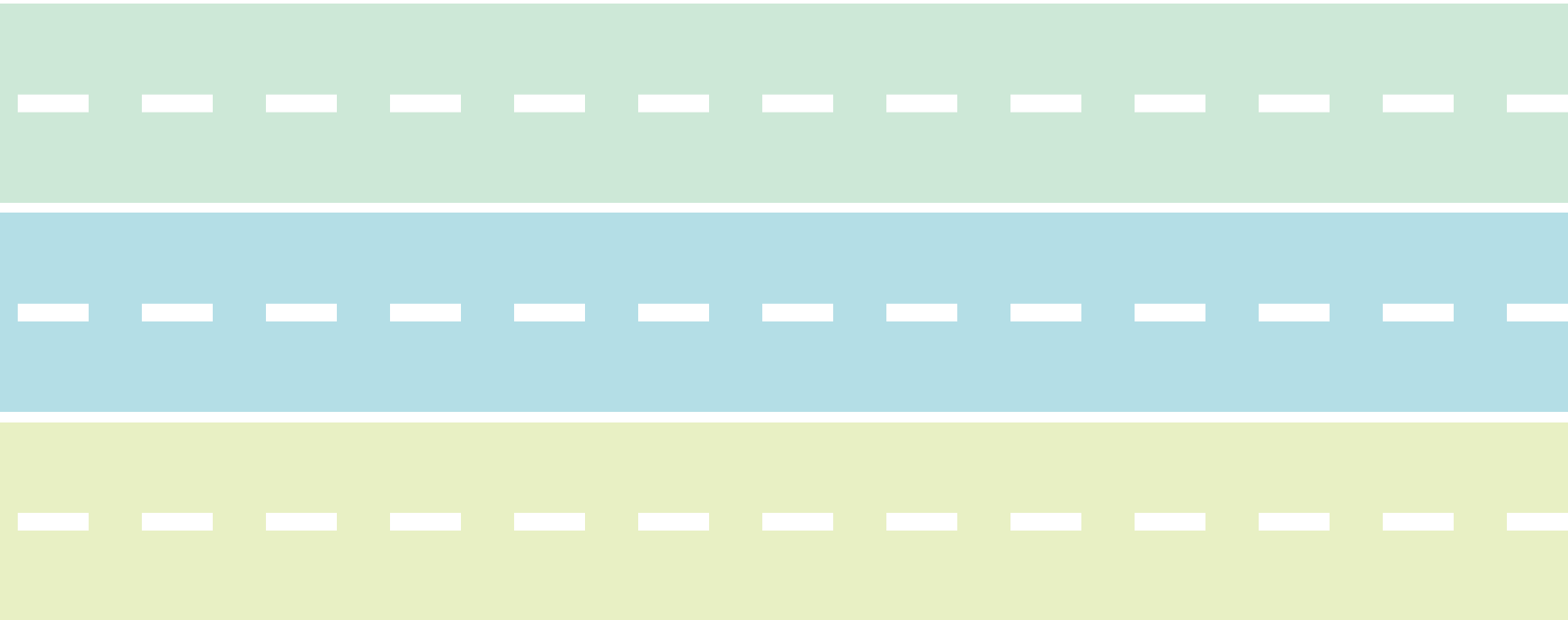
Effekterna påverkar strategier:

- Kulturstrategi och plan
 - utveckla konstdestinationen
- Tillväxtstrategi
 - positionera Halland och KKB
- Halland, norra Europas bästa kustdestination
 - kultur är utpekat

Målgrupp

- Målgrupp där effekterna ska ske: de som säger "kanske det" och "det låter roligt"
 - Nationella
 - Stolta hallänningar
 - Internationella
- Målgrupp för att vara med i Art Halland: de som vill vara en del av något större, där en vilja att kontinuerligt utvecklas finns, där vinsten är fler besökare och högre svansföring.

Tre vägar som tar oss framåt



*Art Halland
community*

*Art Halland
academy*

*Art Halland
communication*

Tre vägar som tar oss framåt

Art Halland
community

- Nätverket mellan utställare, kommun, företagare och region
- Den kontinuerliga drivkraften framåt
- Målsättning – mejsla ut ägandeskapet för Art Halland som kan fungera som en projektarena/motor
- Målsättning – en enad destination

Tre vägar som tar oss framåt

*Art Halland
academy*

- Målsättning: kontinuerligt höja kunskapen om att vara en tillgänglig destination, fysiskt och mentalt
- Värdskap
- Internationalisering
- Bearbetning eller passiv mottagning
- Platsutveckling
- Digital närvaro
- Affärsutveckling
- Erbjudandet, fika, shop etc



Tre vägar som tar oss framåt

Art Halland
communication

- Målsättning: öka kännedomen om Art Halland bland utvalda målgrupper
- Kommunikation med flera aktörer inblandade
- Paketering
- Planering
- Svenska och utländska målgrupper
- SoMe
- PR-resor
- Spoons koncept
- Kommunikationskoncept behöver finnas i olika nivåer beroende på mottagare
- Hemsida
- Tema Vatten





Region Halland