



Kommunkansliet

Handläggare

Ola Granholm, projektledare Utmaningen

Ola.granholm@vansbro.se

0281 750 80

**Turismstrategi
2014-12-15**

Ärende

Turismstrategi för Vansbro kommun 2015

1 Bakgrund

Projektet Utmaningen har fått uppdraget att ta fram en turismstrategi för Vansbro kommun. Den senaste turismstrategin fastställdes 1997 och är inaktuell. Att strategin tas fram inom ramen för projektet Utmaningen beror på att Utmaningen är särskilt inriktat på dialogprocesser, med samverkan mellan offentliga- kommersiella- och ideella aktörer. Strategin ger en ögonblicksbild av hur turismen ser ut vid ett visst tillfälle, vilka utvecklingsmöjligheter som finns utifrån nuläget och vilka aktörer som är verksamma just då. Strategin är ett beslutsunderlag i närtid, men måste revideras regelbundet för att kunna vara ett stöd för prioriteringar och beslut, då lokala, regionala, nationella och globala förutsättningar förändras snabbt.

Strategin är uppdelad i två dokument; detta som handlar om strategi och aktiviteter samt en bilaga som beskriver bakgrund och fakta kring Vansbros turism.

2 Sammanfattning av fakta om turismen i Vansbro kommun

Kommunens besöksnäring präglas av genomfartstrafik till fjällen och de stora evenemangen, med Vansbrosimningen i spetsen. Hela 50% av årets gästnätter registreras under simmarveckan. Utöver det som handlar om genomfartstrafik och Vansbrosimningen är turismen liten och ett fåtal turismföretag har helårsanställda, men tack vare genomfartstrafiken och det ”skyltfönster” som Vansbrosimningen utgör så har Vansbro kommun ändå en turistisk utvecklingspotential. Detta gäller främst inom service till genomfartstrafikanter och ”outdoor-aktiviteter”. Det finns behov av att utveckla samverkan mellan turismaktörerna i kommunen och att, i högre grad än förut, dra nytta av de insatser som görs kring utveckling av Dalarna som turistdestination.

Vansbro kommun gick 2014 in i Visit Södra Dalarna. Nu pågår ett arbete för att skapa *ett* destinationsbolag för hela Dalarna. Detta ger möjligheter men ställer också höga krav på att kommunerna och de lokala aktörerna kan göra sig synliga i ett ännu större ”skyltfönster”.

På kort sikt finns det behov av ett antal aktiviteter för ökad kontakt med företagen, ökad samverkan mellan aktörer, nya produkter, kompetensutveckling, mer information om besöksmål och att förbereda insatser som kan göras på lite längre sikt. På längre sikt handlar det om att utifrån gemensamma mål hitta finansiering för utvecklingsbehov, öka synligheten på Internet och längs vägarna, rusta upp besöksmål, leder och andra ”outdoor-objekt” samt utnyttja ”skyltfönstret Vansbrosimningen” på ett sätt som gynnar såväl simningen som den lokala besöksnäringen. Vem som har ansvaret för olika utvecklingsaktiviteter och när de ska genomföras blir en uppgift för Visit Södra Dalarna, Vansbro kommun, Näringslivssamverkan och övriga aktörer att enas om.

Det är viktigt att vara medveten om att det är de aktörer som är aktiva i kommunen som kan utveckla Vansbros besöksnäring. Om det finns aktörer, som utvecklar produkter, samverkar och

drar nytta av varandra, så kan destinationsbolaget (Visit Södra Dalarna och/eller Visit Dalarna) hjälpa dem att bli synliga för en större marknad.

Turismstrategin uppdateras och revideras varje mandatperiod, närmast 2019.

3 Syfte med strategin och kritiska framgångsfaktorer

Syftet med strategin är att lägga en grund för hur turismen i kommunen kan utvecklas på ett sätt som ger utdelning i form av fler gäster/kunder, större omsättning och arbetstillfällen. Ett annat syfte är att offentliga- kommersiella- och ideella- aktörer får en gemensam bild av nuläge och potential som kan ligga till grund för framtida prioriteringar och investeringar. Ett tredje syfte är att dialogen om strategin mellan aktörerna i sig skapar en grund för ökat inbördes förtroende och långsiktigt samarbete. För Vansbro kommun kan strategin vara viktig då den ger ledning i hur man kan bidra till den turistiska utvecklingen i alla de beslut och handlingar som man gör i vardagen i den kommunala verksamheten.

I internationell forskning kring destinationsutveckling så har man identifierat ett antal kritiska framgångsfaktorer som är gemensamma för orter som har haft en framgångsrik destinationsutveckling:

- Vision o målbild (stark, byggd på lokala förutsättningar, tydlig och med stark delaktighet)
- Enighet om hur processen ska hanteras
- Att hålla ett ”externt fokus” (fokus på kund/gäst och försäljning)
- Sammansättning- och bemanning- av eventuella projektorganisationer
- Tid (avsätta tillräckligt med tid för samverkan)
- Tydlig kommunikation (med företag, ägare o medarbetare)
- Att man ger förutsättningar för en konstruktiv och förtroendefull lokal dialog
- Planering (noggrann, men ändå med inbyggd flexibilitet)

4. Mål och Aktiviteter

Det finns i dagsläget inga aktuella mål för utveckling av turism i Vansbro kommun. Det är inte heller meningsfullt att sätta upp några detaljerade sådana mål i en kommunal turismstrategi, då de bör sättas i samverkan mellan turismaktörerna. Målet i strategin är därför så enkelt som att Näringslivssamverkan, i samråd med Vansbro kommun och Visit Södra Dalarna gemensamt prioriterar nedanstående förslag till aktiviteter. Av sammanställningen ska det framgå vad man ska göra, vem som har ansvaret för respektive punkt och när den ska vara genomförd. Prioriteringen ska vara genomförd senast 30 april 2015. Diskussioner ska vid behov föras med externa aktörer, t ex Vansbrosimningen och Kommunbyggerådet.

Aktiviteter för att utveckla Vansbros besöksnäring

Nätverksaktiviteter

- Företagsbesök med rådgivning till- och sammankoppling av- turismaktörer
- Besluta hur man ska organisera sig. (Om man till exempel ska ha fortsatta möten i en turismgrupp och vilka som ska delta. Om man ska ha ”stormöten” med särskilda teman, ”idé- och produktutvecklingsmöten” etc.)
- Inspiration- och information- om hur man blir synlig på Internet, marknadsföring, mm
- Nätverksmöten om utveckling av Snöå-området
- Nätverksmöten om utveckling av ”Vansbroveckan” (simmarveckan)
- Undersöka hur man i besöksnäringen kan samverka med lokala företag inom andra branscher som har ett starkt varumärke och kontaktnät (t ex Lyko och Pyramidbageriet)

Utveckling besöksmål

- Utveckla informationen på nätet om de besöksmål som bedöms vara mest populära/spektakulära samt undersöka hur man kan göra dem mer attraktiva

Marknadsföring

- Formulera två kompletterande frågor som läggs in i Vansbrosimningens gästenkät
- Undersöka vilka åtgärder man kan genomföra för att göra det ännu mer attraktivt för genomfartsturister att rasta- och göra depåstopp- i tätorterna längs E16/rv 26

Struktur och finansiering

- Strukturera samverkan och myndighetsutövning kring Vansbrosimningen, för att underlätta evenemangets fortsatta utveckling (I Mora har man t ex en sådan modell för samverkan mellan Vasaloppsorganisationen och Mora kommun)
- Se över myndighetsutövningen för entreprenörer som vill starta nya evenemang o verksamheter
- Undersöka om det finns en potential för fortsatt utveckling av cykel- och vandringsleder i Vansbro kommun och hur det i så fall kan finansieras.
- Undersöka om det finns förutsättningar för ett ”profil- och skyltningsprojekt” och hur det kan finansieras
- Ansöka om utvecklingsmedel för finansiering av de utvecklingsåtgärder som aktörerna kommer överens om att de vill driva
- Utarbeta gemensamma mål för Vansbro kommuns turismutveckling (gästnätter, omsättning, etc)

5 Samordningsgrupp

En samordningsgrupp bestående av Vansbro kommun, Visit Södra Dalarna och Näringslivssamverkan med Näringslivssamverkan som sammankallande ansvarar löpande för samordning, utveckling och utvärdering av turismstrategin.

6 Slutord

Turismutveckling är ett lagarbete. En enskild organisation eller aktör kan inte förväntas utveckla helheten på egen hand. Helheten kan utvecklas bara om det finns engagerade entreprenörer som utvecklar sina egna verksamheter. Om dessutom ett antal aktörer har en samsyn och jobbar tillsammans så ger det ofta resultat i form av nya gästnätter, nöjda gäster, ökad sysselsättning, högre kompetens och skatteintäkter.

Entreprenörernas och arrangörernas roll är att utveckla sina egna verksamheter och samverka när det är möjligt. *Näringslivssamverkans* roll är att koppla ihop olika entreprenörer och bistå när de vill utveckla sina verksamheter samt att jobba för att få fram en finansiering till angelägna utvecklingsbehov. *Vansbro kommuns* roll är att underhålla och utveckla infrastrukturen, att göra det så enkelt som möjligt för entreprenörerna att driva och utveckla sina verksamheter samt att bistå vid utvecklingsprojekt och kontakter med andra offentliga aktörer. *Visit Södra Dalarnas* roll är att koppla ihop Vansbros turismaktörer med varandra och med turismaktörer i andra delar av Dalarna, att förmedla kunskap om turismutveckling (omvärldsanalys), att driva på utvecklingen av besöksnäringen i kommunen och inom destinationen samt att marknadsföra-/sälja helheten och stå för ett gemensamt värdskap (destinationsutveckling). *Värdskapet* är allas ansvar. Gästens upplevelse av sitt besök i Vansbro kommun består av många små olika delar, allt ifrån hur det fungerar med sophämtning till det ”mänskliga värdskapet”.

Det har tidigare varit samverkan endast i liten omfattning mellan turismaktörerna i Vansbro kommun. Den samverkan kan öka framöver. Man ska dock vara medveten om att det i tidiga samverkansskeden kan ta tid att hitta roller, att bygga upp en gemensam kunskap och ett förtroende. Man ska därför inte ha förhoppningar på för snabba resultat. Det är också viktigt att man stämmer av gemensamt och regelbundet vad man har gjort, om man gör rätt saker och att man justerar listan med aktiviteter efterhand som förutsättningarna förändras. Detta blir speciellt viktigt i den här processen då det finns aktiviteter det närmaste året som kan förändra situationen. Två sådana aktiviteter är processen kring ett enat Visit Dalarna samt VM i Falun och de koncept som har utvecklats i samband med det (t ex ”Taste of Dalarna”).

MEN, oavsett vad som händer i resten av Dalarna så kan Vansbros besöksattraktivitet bara utvecklas genom att man jobbar lokalt med produkt- och destinationsutveckling! Såväl individuellt som i samverkan.

Ola Granholm, 27 november 2014