

# Turistisk samverkan längs Skellefteå älvdal

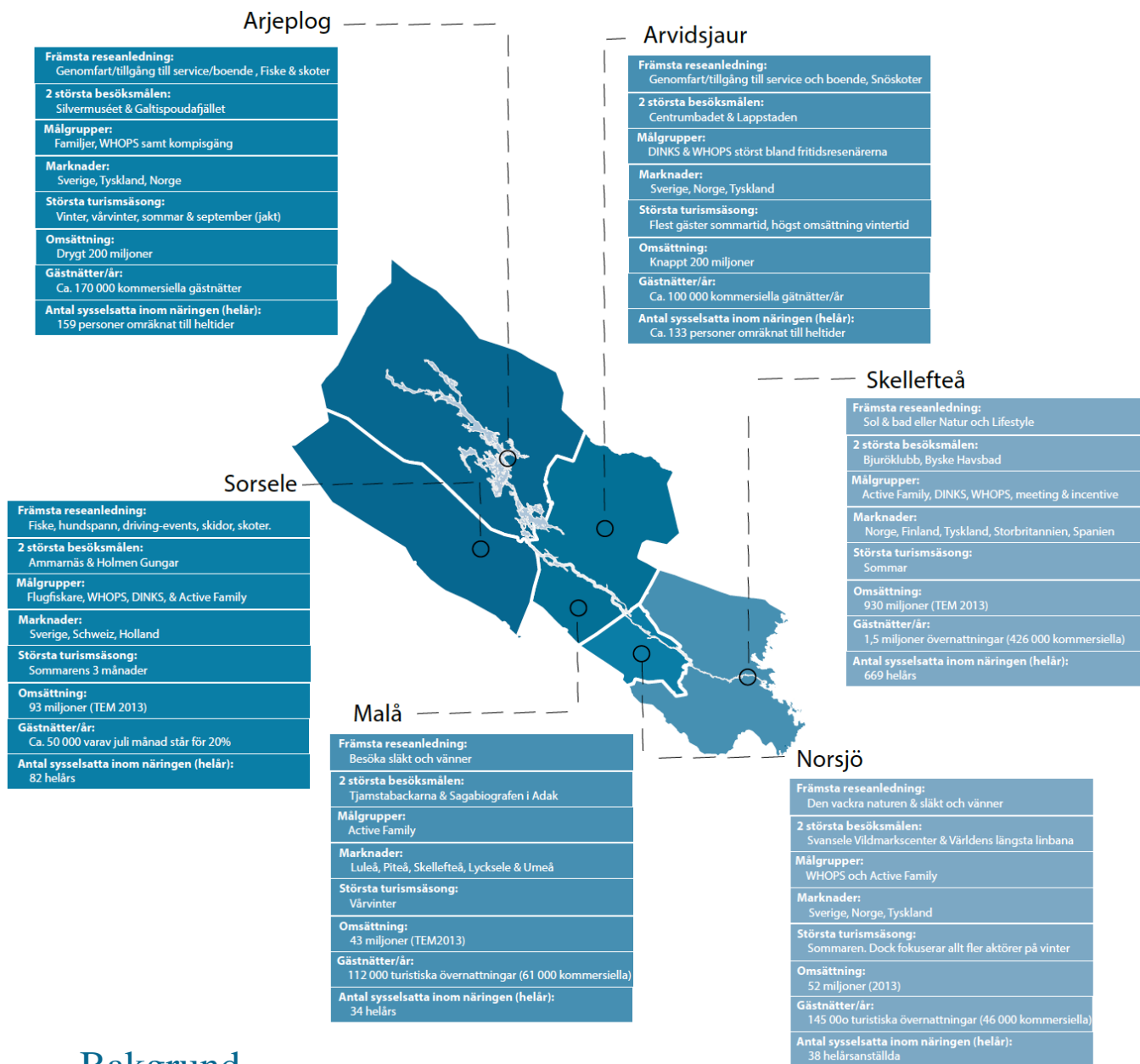
En tillgänglig & attraktiv besöksregion

Strategi för åren 2015-2020

Norsjö kommun - Malå kommun - Skellefteå kommun  
Arjeplog kommun - Sorsele kommun - Arvidsjaur kommun



FOTO: ARVIDSJAUR KOMMUN



## Bakgrund

*Turistisk samverkan längs Skellefteå älvadal* är en kommunövergripande turismutvecklingsstrategi för de kommunala organisationerna i Skellefteå, Norsjö, Malå, Sorsele, Arjeplog och Arvidsjaur. Bakgrunden till samarbetet är ett gemensamt initiativ för att utveckla turismnäringens förutsättningar i regionen.

Med utgångspunkt i nationella och regionala turismstrategier, turismnäringens utvecklingspotential och kommunernas unika förutsättningar syftar denna strategi till att klargöra områden inom turismen som utgör förutsättning för samverkan mellan kommunorganisationerna. Målet är att utveckla turismen i regionen och skapa förutsättning att bli en attraktiv och tillgänglig besöksregion.

Den gemensamma uppfattningen är att samverkan och samordning i form av kunskapsutbyte, strategiutveckling, implementering och genomförande är det mest effektiva tillvägagångssättet för att nå framgång. I strategin används "region" som samlingsbegrepp för de sex berörda kommunerna.

## Innehåll

Bakgrund.....	1
Sammanfattning.....	3
Inledning .....	4
Skellefterregionen.....	5
Samverkan på lika villkor .....	5
Vision .....	6
Övergripande målsättning för samverkan .....	6
Horisontella kriterier .....	7
Jämställdhet .....	7
Mångfald .....	7
Hållbarhet .....	7
Besöksnäringens utvecklingspotential.....	8
Globalt.....	8
I Sverige .....	8
För regionen.....	9
Nationella strategin för svensk besöksnäring .....	10
Turistisk samverkan i förhållande till de regionala turistiska samarbetena i nordligaste Sverige .....	10
Swedish Lapland Visitors Board .....	11
VästerbottensTurism .....	12
Lokala destinationer inom regionen .....	12
Övergripande samverkansområden .....	13
Tillgänglighet och infrastruktur .....	13
Logistik för besökaren.....	18
Service för besökare .....	20
Affärsutveckling .....	21
Tidsplan för genomförande .....	22

### **Bilaga 1:** Gemensam SWOT-analys för regionen

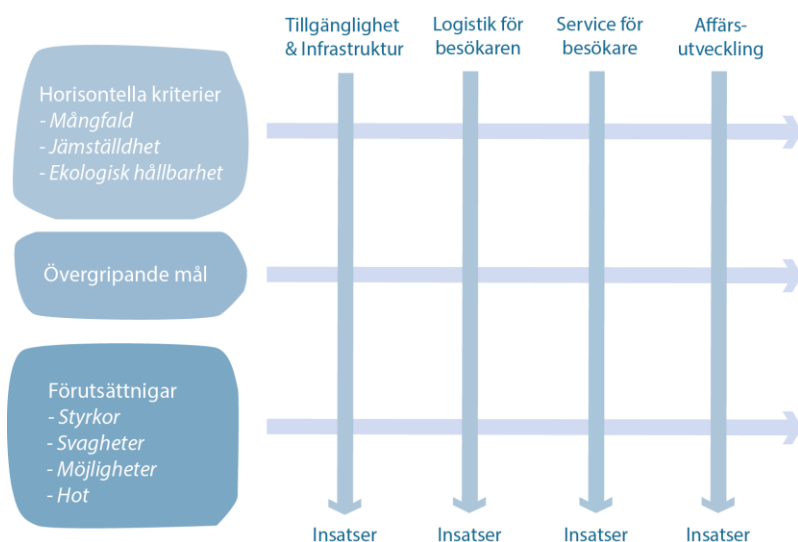
## Sammanfattning

Strategi för turistisk samverkan behandlar och inriktar sig på de delar inom turismen som direkt eller indirekt kan påverkas av den kommunala organisationens verksamhetsutövning och där potentiell samverkan mellan kommunerna anses lönsamt.

Strategin lyfter fram fyra övergripande samverkansområden för den kommunala samverkans utveckling av besöksnäringen i regionen;

- *Tillgänglighet & Infrastruktur*
- *Logistik för besökaren*
- *Service för besökare*
- *Affärsutveckling*

Samtliga områden omfattar ett antal åtgärder och genomsyras av horisontella kriterier, övergripande mål för samverkan samt regionens gemensamma förutsättningar.



Samarbetet har inte avsikt att överta destinationernas arbete, utan istället utgöra ett grundläggande stöd för bakomliggande funktioner inom besöksnäringen. Arbete riktat mot exempelvis marknadsföring, kommersialisering och produktutveckling är frågor som framför allt berör destinationerna.

## Inledning

Besöksnäringen blir en alltmer viktig näring gällande sysselsättning och tillväxt. Den står för en växande del av Sveriges ekonomi och sysselsättning och den totala turistiska konsumtionen har ökat kraftfullt under en följd av år. Vår uppfattning är att turister inte reser till ett administrativt område utan till ett geografiskt område där de förväntar sig olika upplevelser beroende på var de kommer ifrån och vad som är själva reseanledningen. Därav ett samverkansområde över kommun- och länsgräns där potentialen är stor.

Besöksnäringen är extra viktig att beakta i kommunernas strategi- och utvecklingsarbete då den är mer sammanlänkad med och beroende av offentliga strukturer än många andra näringar. Redan i definitionen av turism "*människors aktivitet när de reser till eller vistas på platser utanför sin vanliga omgivning.*"<sup>1</sup> är det offentliga inverkan tydlig. En samsyn och samverkan mellan kommuner och övriga regionala och lokala aktörer skapar möjlighet att på bästa sätt kunna möjliggöra turismens utveckling i området.

Regionens perifera läge i ett internationellt perspektiv kombinerat med långa inomregionala avstånd och gles befolkning förutsätter samverkan för att kunna utvecklas till en attraktiv, tillgänglig region. Den turistiska infrastrukturen behöver säkerhetsställas på alla lokala destinationer i regionen för att möta gästens behov, krav och förväntningar. Att förbättra handlar om att höja lägstanivån inom alla strategiska områden för att skapa förutsättningar för regionen att bli attraktiv och tillgänglig för såväl nationella som utländska resenärer.

Det övergripande syftet med samarbetet är att stärka turistföretagens, destinationernas och regionens konkurrens- och attraktionskraft genom ett gemensamt kommunalt engagemang och ansvarstagande för en optimerad utveckling av besöksnäringen. Strategin ämnar klargöra inom vilka områden potentiellt samarbete är möjligt.



FOTO: GRIT HORTHER  
ARJEPLOG KOMMUN

Not.1  
Tillväxtverket/UNWTO

## Skellefterregionen

Skellefterregionen avser den funktionella geografi som täcker de norra delarna av Västerbotten och södra Norrbotten längs Skellefteå älvdal. I det angivna området finns en rad geografiska och organisatoriska indelningar. Vi väljer i arbetet att se detta som en möjlighet och inta besökarens/ turistens perspektiv på vår region.

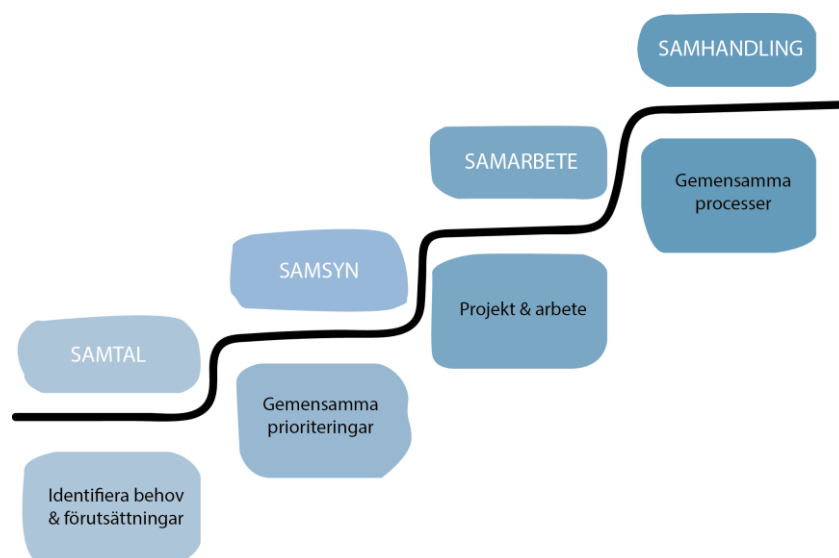
## Samverkan på lika villkor

Genom en strategisk kommunövergripande samverkan möjliggörs satsningar som sker över administrativa gränser vilket kan leda till långsiktiga effekter i form av arbetstillfällen, profilering samt inflöde av inhemskt och utländskt kapital. Med samverkan finns större möjlighet att de nationella initiativ som startas upp kan komma regionen till gagn.

För att uppnå god samverkan krävs att initiativ, process och genomförande sker på lika villkor utifrån de specifika strukturer, möjligheter och utmaningar som finns i platsens specifika karaktär. I processen för att ta fram strategi för turistisk samverkan har vi utgått från lokala förutsättningar genom SWOT-analyser för respektive kommun. En samordning av analyserna skapar därefter möjlighet för kommunerna att skapa en gemensam bild över regionens behov och utmaningar (se bilaga 1). Sammanställningen leder i sin tur till konkreta gemensamma prioriteringar baserat på samsyn och samverkan.

Strategin ligger till grund för ett fortsatt samarbete och samhandling inom de framtagna kommunövergripande insatsområdena.

Med samverkan finns större möjlighet att de nationella initiativ som startas upp kan komma regionen till gagn.



## Vision

Visionen är att genom läns- och kommunövergripande samverkan utveckla vår funktionella region med tonvikt på tillgänglighet och därmed uppnå goda förutsättningar för besöksnäringen att stärka konkurrenskraften över hela året.

Med en god tillgänglig infrastruktur, bättre kommunikationer, ökad service och en positiv affärsutveckling understöds besöksnäringens utvecklingsmöjligheter vilket i sin tur leder till ökad turism och en positiv regional utveckling.

## Övergripande målsättning för samverkan

- Samarbetet ska bibehålla och utveckla samverkan mellan kommunerna genom att agera tillsammans i gemensamma frågor som rör turismen.
- Samarbetet ska ge synergieffekter i arbetet med övriga regionala och lokala turismaktörer och uppväxling av turistnäringen i regionen.
- Kommunerna ska sträva efter att integrera turistperspektivet i de kommunala organisationerna och ansvara för att viktigt samråd sker tillsammans med andra offentligt finansierade verksamheter där aktivitet sammanfaller.
- Samarbetet ska skapa förutsättningar för gemensamma utvecklingsinsatser.
- Samarbetet ska ske på lika villkor.

## Horisontella kriterier

Samarbetet inom turistisk samverkan genomsyras av de horisontella kriterierna; *jämställdhet*, *mångfald* och *ekologisk hållbarhet*. Det innebär att särskild hänsyn bör tas till dessa när satsningar, initiativ eller projekt inom strategins ram planeras, genomförs och följs upp.

Det är av vikt att skapa ett gott klimat så att de som bor, verkar och besöker vår region känner sig välkomna och får en positiv upplevelse av platsen. Den nöjda besökarens nätverk är potentiella framtida besökare till regionen. Att integrera de horisontella kriterierna stimulerar besöksnäringens utveckling. Samarbetet ska bidra till en positiv utveckling avseende:

### Jämställdhet

Förutom att bidra till ökad tillväxt, attraktivitet, innovationsförmåga samt fördjupad demokrati bidrar jämställdhet till ekonomisk tillväxt genom att människors kompetens och skaparkraft tillvaratas och främjas.

Samarbetet ska genomsyras av ett normkritiskt förhållningssätt och ett tydligt jämställdhetsperspektiv som erbjuder män och kvinnor incitament, förutsättningar och möjligheter att tillvarata och främja kompetens och skaparkraft.

### Mångfald

Turistisk samverkan ska sträva efter att skapa en tillgänglig region för alla som bor, verkar och besöker vår region oavsett kön, etniskt ursprung, sexuell läggning eller funktionshinder. Vi ska se människors olikheter som en tillgång och tillvarata allas kompetenser och erfarenheter.

I praktiken innebär detta att säkerställa att de projekt och strategiska insatser som genomförs inkluderar människors olikheter och att inte bidra till diskriminering.

### Hållbarhet

Både resande till och inom vår region, som ligger geografiskt avsides från andra marknader samt breder ut sig över en geografiskt stor yta, medför konsekvenser för miljön och utmanar miljöarbetet inom regionen. Det arbete som bedrivs inom turistisk samverkan ska bedrivas med sikte på det hållbara samhället.

En viktig utgångspunkt är att utveckla det hållbara arbetet utifrån de unika förutsättningar som finns på platsen i kombination med övergripande principer, system och övriga miljöarbeten som sker i regionen.

Möjlighet för resenärer att utföra aktiviteter, bo, äta och transportera sig på ett så hållbart sätt som möjligt kommer vara en konkurrensfaktor för regionen.

#### Förslag Jämställdhet:

- ▽ Vi ska stäva efter en förhöjd kunskap rörande jämställd besöksnäring inom regionen.
- ▽ Vi ska eftersträva att både män och kvinnor ges samma förutsättningar att bedriva verksamhet inom turistnäringen.

#### Förslag Mångfald:

- ▽ Vi ska sträva efter att information och upplysning kopplat till turismen görs tillgänglig för alla grupper.
- ▽ Vi ska stimulera och inspirera till en besöksregion som kan tilltala och nyttjas av alla människor.
- ▽ Vi ska sträva efter att alla människor ska erhålla samma möjlighet att arbeta, starta och driva företag samt ta del av det turistiska utbudet i regionen

#### Förslag Hållbarhet:

- ▽ Vi ska eftersträva en djupare förståelse för hur arbetet med hållbarhet kan leda till nya affärer och utveckling av regionen.
- ▽ Vi ska sträva efter att stödja besöksnäringen på vägen mot en hållbar utveckling.
- ▽ Vi ska sträva efter att underlätta för besökaren att göra ett hållbart besök i regionen.



## Besöksnäringens utvecklingspotential

När allt fler i världen söker nya sätt att semestra på skapas stor potential för Sverige och för regionen att utveckla sin besöksnäring. Rik vildmark, naturrikedomar, unik och attraktiv kultur och subarktiskt klimat med norrsken och midnattssol är sådant som regionen naturligt erbjuder. De nya turisterna vill ha något nytt, de vill ha kvalitet och de vill ha det nu.

### Globalt

Turismen är världens största och snabbast växande näring. Under de senaste 20 åren har den internationella turismen ökat med 110 procent och enligt UNWTO – United Nation World Travel Organisation pekar prognosen på fortsatt tillväxt med tre procent årligen fram till år 2030. År 2014 slog den internationella turismen nytt rekord med över 1,1 miljarder internationella turistresor under ett år.



Under de senaste 20 åren har den internationella turismen ökat med 110 procent

Även på lång sikt kommer besöksnäringen ha en fortsatt stark roll gällande ekonomi och sysselsättning där tillväxtmarknader, inte minst Asien förväntas skapa ökat tryck inom internationellt resande och turism. Den nationella strategin visar på möjligheterna med att fler människor i världen når upp till en standard då de kan börja resa. Något som förväntas skapa en ökad efterfrågan på resor och leda till nya resmönster, nya innovationer och nya destinationer för resande.

### I Sverige

Omvärldens intresse för Sverige växer och det finns en stor potential för nya affärer och ökad lönsamhet för alla inom besöksnäringen. 2013 omsatte svensk turism 284,4 miljarder, hade ett exportvärde på 105,6 miljarder kronor och sysselsatte 172 000 människor på årsbasis<sup>2</sup>. Den totala turistiska konsumtionen i Sverige har ökat kraftfullt under en följd av år, och turistexporten, det vill säga utländska besökares konsumtion i Sverige, har haft en ännu snabbare ökningstakt. Den överstiger bland annat den svenska järn- och stålexporten. Näringens betydelse i relation till andra näringar ökar varje år och besöksnäringen kan allt mer betraktas som en av Sveriges nya basnäringar.



2013 omsatte svensk turism 284,4 miljarder kronor

2010 presenterades en nationell strategi för svensk besöksnäring med visionen att fördubbla omsättningen i besöksnäringen till 2020 och en ökning av exportmogna destinationer från 15 till 35 under samma tid.

Not.2

Fakta om turism 2013. Tillväxtverket

## För regionen

Besöksnäringen är viktig för vår region ur flera aspekter. Den adresserar många av regionens utmaningar som instegsjobb för utrikes födda, utbud av aktiviteter och upplevelser, ungdomsarbetslöshet, minskad befolkningsmängd etcetera.

Näringsen består av ett flertal engagerade mikroföretag, små och medelstora företag som existerar just tack vare platsens unika förutsättningar. Turistföretagen inom regionen är varandras komplementärer snarare än konkurrenter eftersom ökat utbud leder till ökat antal besökare till regionen. Turismnäringen är även en av få näringar som inte kan delokaliseras.

### **Ger viktiga jobb**

Besöksnäringen är arbetskraftsintensiv vilket betyder att ökad omsättning snabbt leder till nya jobb. Dessa jobb går i hög grad till ungdomar och människor i arbetsmarknadens generellt svagare grupper, och många får sitt första arbete inom besöksnäringen.

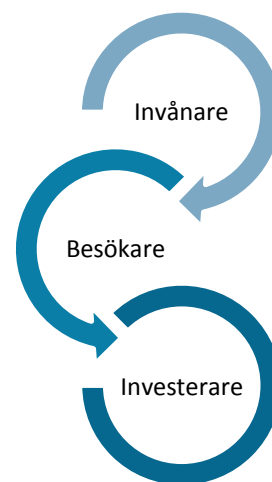
I Norrbotten och Västerbotten ökade antalet nya turistföretag med hela 18 procent under 2012 jämfört med året innan, vilket är det klart bästa resultatet i hela landet<sup>3</sup>. Turistföretagarna i länen är även optimistiska på framtiden då 63 procent av övre Norrlands turistföretagare anger att de ser positivt på den ekonomiska utvecklingen för det egna företaget, några procent högre än tidigare år.

### **Viktig för övrigt näringsliv**

Näringsen har en viktig infrastrukturell roll även för övriga näringslivet. Turismen bidrar inte bara till ökad omsättning för turismnäringen, utan genererar även omsättning till övriga näringslivet. Växer övrigt näringsliv växer besöksnäringen, och omvänt kan ökad tillgång på exempelvis hotell och möjlighet att arrangera konferenser, kongresser och mässor stimulera tillväxten i övrigt näringsliv.

### **Potentiella invånare/investerare**

Oftast är det allra första intrycket av en plats väldigt avgörande oavsett om det handlar om återbesök, investering eller bosättning. En besökares första – och kanske sista – intryck av en plats stannar som ett minne hos någon som kan vara en potentiell etablerare och invånare. Dessa intryck kan plötsligt återaktiveras i en strategisk tidpunkt vid ett mycket senare tillfälle som leder till flytt och uppstart av verksamhet på platsen. Turismen är därför av särskilt vikt för vår region och varför vi medvetet måste ta hand om de besökare och företagare som besöker oss.



Not.3  
Rese- och turismnäringen i Sverige.  
Turismnäringens företagindex 2013

## Nationella strategin för svensk besöksnäring

Den Nationella Strategin för Svensk Besöksnäring tar sikte på en tydlig vision, nämligen en fördubbling av turismen till 2020. För att nå dit, krävs att satsningar och investeringar utgår från de formulerade målen och fokusområdena. Som ett av de viktigaste områdena betonas behovet att utveckla fler exportmogna destinationer för att stärka konkurrenskraften.

För att en destination ska uppnå exportmognad måste utvecklingen utgå från marknadens och målgruppens krav – dessa krav kan se olika ut på olika marknader. Visit Sweden har tagit fram ett antal rekommendationer som destinationer, oavsett vägval och utvecklingsprocess bör uppfylla innan de tar steget och satsar på export. Några av kriterierna berör sådant som de kommunala organisationerna har förutsättning att påverka vilket därför ligger till grund för de insatsområden som specificeras i denna strategi.

## Turistisk samverkan i förhållande till de regionala turistiska samarbetena i nordligaste Sverige

Turistisk samverkan är ett kommun- och länsöverskridande samarbete vars verksamhetsområde berörs till stor del av övriga regionala och lokala turistiska samarbeten. Vi ska sträva efter en kontinuerlig dialog med regionala myndigheter, organisationer och övriga turistaktörer för att skapa effektiva synergier och samordna resurser mot gemensamma mål.

I det övergripande arbetet för turismens utveckling bör samarbete ske med både VästerbottensTurism, Swedish Lapland och lokala destinationsbolag och organisationer med mål att skapa goda förutsättningar för såväl destinationsbolag som näringsliv att utveckla turismen. De insatsområden som ligger till grund för arbetet med turistisk samverkan ska inte på något sätt ta över befintliga åtaganden från övriga aktörer utan ska fungera som en komplementär på vissa strategiskt valda områden där de kommunala organisationerna uppenbart kan påverka.

Samverkan kräver att vi identifierar gemensamma behov, det ställer krav på lyhördhet mot destinationsbolag och övriga turistiska aktörer samt kräver en fungerande dialog mellan olika nivåer. De regionala turistorganisationernas mål och visioner har tagits i beaktning vid framskridandet av denna strategi.

**Visit Sweden har specificerat ett antal kriterier som en destination bör uppfylla innan exportsatsning:**

- Destinationen kan erbjuda 2–5 dagars helhetsupplevelse (bo, äta, göra, resa).
- Destinationens erbjudande är samlat, paketerat och köpbart.
- Språkanpassad kommunikation.
- Destinationens tillgänglighet är god.
- Det finns en lokal organisation med tydligt mandat att representera destinationen.
- Gemensam prioritering av marknader och målgrupper.
- Det finns en plan och långsiktig finansiering av marknadsaktiviteter samt en gemensam varumärkesplattform.
- Den lokala organisationen ansvarar för utveckling och implementering av destinationens gemensamma affärsplan utifrån kunskap om marknad, målgrupp, produktutbud, resurser.
- Destinationen har en affärsmodell för hur samverkande företag på destinationen kan utvecklas lönsamt.

*Dessutom...*

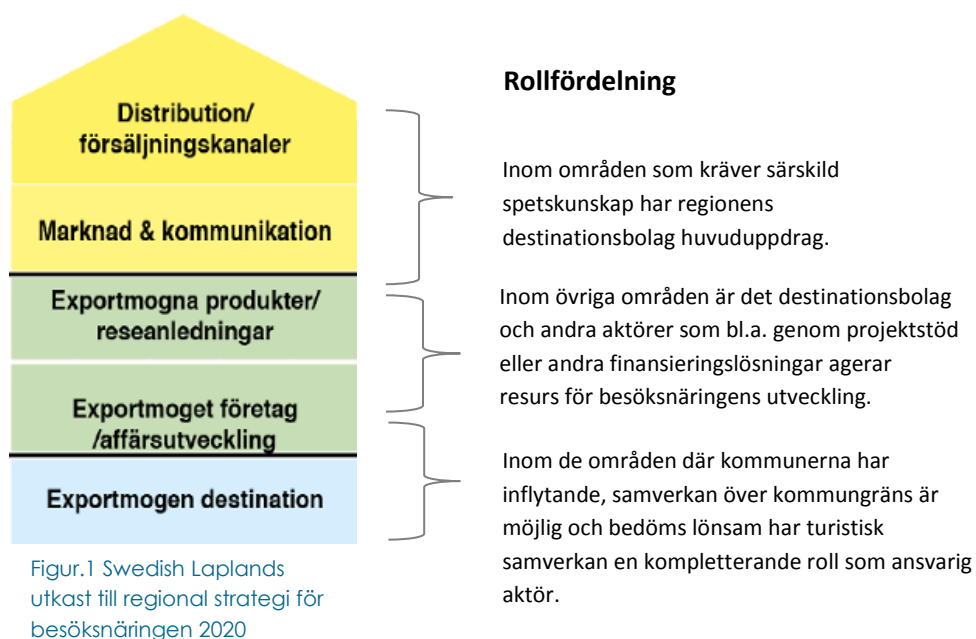
- Bör det finnas en hållbarhetsstrategi för destinationen.
- Bör destinationen aktivt arbeta för att kvalitetssäkra sina produkter.
- Bör destinationen säkerställa delaktighet av lokalbefolkningen för ett gott värdskap.

## Swedish Lapland Visitors Board

Swedish Lapland Visitors Board (SLVB) är en näringslivsstyrd samverkansplattform byggd på medlemmar från besöksnäringen i Norrbotten samt Skellefteå och Sorsele kommuner. Dess övergripande mål är att öka regionens attraktions- och konkurrenskraft och stärka företagens kapacitet och möjlighet till hållbar utveckling. Näringsen samverkar genom destinationsvarumärket Swedish Lapland som gemensam kommunikationsplattform och avsändare för platsen tillsammans med entreprenörernas varumärken, varumärket Sverige samt lokala platsvarumärken.

Utifrån den nationella strategin, näringsens behov samt regionens förutsättningar har SLVB tillsammans med alla destinationer/kommuner i nätverket tagit fram en turismstrategi med ett antal strategiska insatsområden för hållbar tillväxt hos företagen i besöksnäringen. SLVB ansöker tillsammans med alla samverkansparter som ett strukturfondsprojekt med fokus på att stärka företagens möjlighet till tillväxt utifrån den framtagna strategin.

Med anledning av Swedish Laplands starka varumärke, professionella ämneskunskap, omfattning och påverkan i regionen går förslag till utvecklings- och insatsområden för turistisk samverkan i linje med delar av det som specificerats i Swedish Laplands strategi inom områdena *Exportmoget företag* och *Exportmogen destination*. På detta sätt kan förutsättning skapas för att synkronisera det gemensamma arbetet och skapa framgångsrika synergier.



## **VästerbottensTurism**

VästerbottensTurism är Västerbottens regionala turistorganisation och en del av regionförbundet *Region Västerbotten* som ägs av 15 kommuner och Västerbottens läns landsting. Dess övergripande mål är att verka för en hållbart växande besöksnäring i Västerbotten, i linje med den nationella strategin för besöksnäringen i Sverige.

Tillsammans med länets destinationer utvecklar VästerbottensTurism hållbara destinationer och reseanledningar i riktning med dess vision att tillsammans vara ledande på äkta natur- och kulturupplevelser från kust till fjäll med personliga möten i både stad och vildmark. De driver export mot valda målmarknader, bygger kompetens och analyserar omvärld och trender. Den operativa verksamheten bedrivs inom tre fokusområden: hållbar tillväxt, tillgänglighet och strategiska samarbeten. Inom de tre fokusområdena ryms bland annat; utveckling av reseanledningar, lobbying och långsiktig påverkan, analys och marknadsföring.

Turistisk samverkan ska kunna gå hand i hand med övrig utveckling i regionen vilket innebär att en god dialog med VästerbottensTurism är en grundförutsättning för att arbetet ska bli tjänligt och framgångsrikt. I områden som överensstämmer med projekt inom VästerbottensTurism ska dialog och samarbete eftersträvas för att lyfta regionens behov och prioriteringar inom sakfrågan.

## **Lokala destinationer inom regionen**

Turism- och besöksnäringen består av många olika typer av aktörer: privata, ideella och offentliga. För att öka antalet besökare på en destination är dessa beroende av varandra och en god dialog och samverkan mellan nivåerna är en förutsättning.

Arbete riktat mot bland annat marknadsföring, målgrupper/marknader, kommersialisering och produktutveckling är frågor som framför allt ägs av destinationerna själva. Förutom de länsövergripande organisationerna finns i regionen tre lokala aktörer; Gold of Lapland, Visit Skelleftea och Destination Ammarnäs samt två som är på väg att fasas ut; Destination Artic Circle AB och Destination Vindelfjällen. För de kommuner som saknar lokala destinationsbolag/organisationer fyller kommunerna dessa funktioner i samverkan med bland annat SLVB.

Arbetets vision är att skapa förutsättningar för besöksnäringen att stärka konkurrenskraften och öka turismen till regionen. En god dialog och samverkan med regionens lokala destinationsbolag och organisationer är därför en grundförutsättning för att lyckas. Turistisk samverkan bör i möjligaste mån komplettera och där ämne sammanfaller styrka de arbeten, samarbeten och projekt som genomförs inom destinationerna. Regionens lokala destinationsbolag och organisationer ska fungera som samtals- och samarbetspartner i det fortsatta arbetet med turismnäringens utveckling och mot länsorganisationerna.

## Övergripande samverkansområden

Utifrån de nationella och regionala turismstrategierna samt kommunernas motiv till samverkan har gemensamma kommunöverskridande behov och förutsättningar påträffats. Arbetet har resulterat i fyra övergripande potentiella samverkansområden där den kommunala organisationen kan påverka och där samverkan över kommungränserna är möjlig. De potentiella övergripande samverkansområdena för turistisk samverkan är:

- Tillgänglighet och infrastruktur
- Logistik för besökaren
- Service för besökare
- Affärsutveckling

### **Tillgänglighet och infrastruktur**

Oavsett för destination, kommun eller lokal turistföretagare är en god grundinfrastruktur en förutsättning för att turismen ska kunna utvecklas. En tillgänglig turismnäring innebär att du som besöker regionen lätt och förståeligt ska kunna ta dig runt och få ta del av de besöksmål som regionen erbjuder. Det innefattar allt från körbara och vackra vägar, god skyltning, internetuppkoppling till en attraktiv omgivning.

En tillgänglig region förutsätter att infrastruktur och livsmiljö även planeras utifrån besökarens perspektiv. Arbetet med tillgänglighetsfrågor måste ha en hög prioritet och löpa som en röd tråd genom samarbetet. Eftersom infrastruktur ofta är långsiktiga frågor krävs att frågorna ständigt hålls levande och relevanta i kommunernas planerings- och samverkansarbete och övriga myndigheters verksamhetsutövning.



FOTO: VINDELÄLVENS TURISTBYRÅ - SORSELE

## ***Insatsområde 1 – Vägnät och leder***

Regionen har ett flertal viktiga genomgående vägar där majoriteten av regionens turister tar sig in och runt mellan kommunerna. Tack vare en stor variation i vår naturmiljö kan du under en och samma dag hinna uppleva både kust och fjäll. En utmaning för regionen är dock att dessa vägar blir turistiskt attraktiva i form av rastplatser, upprustning och se till att även de vägar som angränsar och leder till turistisk viktiga besöksmål upprätthåller en tillräckligt god standard.

Även de leder som går igenom regionen är av stor vikt för besöksnäringen. Regionens unika förutsättningar för rörligt friluftsliv i form av t.ex. skoter, vandring, fiske och jakt medför att god och tillgänglig led-infrastruktur påverkar den turistiska attraktiviteten.

Förutom att öka turismens inverkan i de kommunala infrastrukturprojekten ska arbetet med turistisk förbättring av led- och vägnät ske i samråd med övriga regionala aktiviteter och insatser samt genom påverkansarbete mot myndigheter.

**Vårt mål är** en god och tillgänglig väg- och ledinfrastruktur som får människor att besöka och stanna av i regionen.

### ***Förslag till övergripande insatser för turistisk samverkan***

- Genom samråd med de regionala turismorganisationerna utöva påverkan mot Trafikverket gällande upprustning av vägar samt upprätthållande av standard på vägar som leder till turistisk viktiga platser.
- Förorda en förhöjd status på strategiskt viktiga vägar.
- Verka för etablering och upprustning av rastplatser på strategiskt viktiga platser, förbättring av information/skyltning, upprätthållande av god standard etc.
- Identifiera och skapa attraktiva vägar och stråk för potentiella turistvägar längs vandringsleder, skoterleder, vägar etc.
- Genom samverkan verka för att synas i turistiska kartor.
- Verka för införande av gröna vägar avsedda för en hållbar transport, exempelvis elstolpar, biogasstationer etc.
- Samverka för att upprätthålla och utveckla ledssystem av god kvalitet och tillgänglighet.



## ***Insatsområde 2 – Skyltning***

Besökaren som inte känner till området är beroende av en god skyltning för att ta sig runt i regionen. En bristfällig skyltning leder ofta till frustration och följaktligen ett dåligt intryck av besöket och platsen, exempelvis bristfällig skyltning till besöksmål, vid vägbyggen etcetera.

Delar av regionen har genomförda, pågående eller planerade insatser gällande skyltning till och inom kommunerna. Något som skapar förutsättning att dela dessa kunskaper, erfarenheter, processer och arbeten som framkommit mellan varandra.

Inom detta insatsområde sker insatserna främst i form av erfarenhetsutbyte och påverkansarbete där samverkan skapar förutsättning att få gehör för regionens behov.

**Vårt mål är** att de som besöker regionen tydligt och säkert tar sig runt tack vare god skyltning som slutligen lämnar ett positivt intryck av platsen hos den enskilde resenären.

### ***Förslag till övergripande insatser för turistisk samverkan***

- Utveckla erfarenhetsutbyte och samarbete mellan kommunerna gällande skyltning och skyltprogram.
- Utöva påverkan mot Trafikverket gällande omledning/skyltning i god tid innan vägbyggen etcetera.
- Verka för en förbättrad tillgänglighet till trafikinformation för både nationella och utländska resenärer.
- Verka för uppförande av hänvisningsskyltar till små anläggningar.
- Utöva påverkan på Trafikverket att uppföra brunvit skyltning.





FOTO: SKELLEFTEÅ KOMMUN - BJURÖKLUBB

### ***Insatsområde 3 – Bredband och telekommunikationer***

Att vara tillgänglig digitalt blir avgörande för att bli intressanta ur ett internationellt perspektiv – att bli exportmogna. För turistisk samverkan längs Skellefteå älvadal innebär detta främst digital närvaro på platsen. Behov av information, möjlighet till uppkoppling, mobiltäckning osv. på våra turistiska besöksmål är en förutsättning för företagens betalsystem, service och tillgänglighet för gästen, kontakt med kunderna etcetera.

Bredbandsnätet är relativt väl utbyggt i regionen och utbyggnation av bredband är en prioriterad fråga i kommunerna. Dock påverkas turismnäringen negativt då internetkapacitet, mobiltäckning eller tillgången till internet begränsas på våra turistiska viktiga områden/besöksmål. En god framförhållning, god kommunikation och prioriterad utbyggnad är avgörande för turismnäringens utveckling.

Arbetet ska ske främst genom påverkansarbete via etablerade samverkansaktörer som IT-Norrbottnen, AC-net och Region 8 samt förankring i de kommunala organisationerna.

**Vårt mål är** en tillfredställande digital och telekommunikativ tillgänglighet för såväl företagare som besökare i regionen.

#### ***Förslag till övergripande insatser för turistisk samverkan***

- I samverkan med övriga regionala aktörer verka för en förbättrad robust digital infrastruktur för nyttjande av IT, mobil telefoni och digitala betalsystem.
- Bevaka att det turistiska perspektivet omfattas av de verksamheter som jobbar med IT-infrastruktur och telefoni.
- Utredda förutsättning för fritt WIFI på turistiskt viktiga platser.
- Stärka kontakt och samordning inom regionen samt med andra infrastrukturbyggare för att möjliggöra gemensamt markarbete.



FOTO: MALIN HEDMAN TJAMSTANBACKARNA

### ***Insatsområde 4 – Destinationsdesign***

Vi har alla ett gemensamt ansvar för att hålla stad och land vackert. Det är viktigt att vi behandlar det gemensamma utrymmet med största respekt och att de aktiviteter som ska samsas bidrar till trivsel och skönhet. Som turist besöker du en unik subarktisk natur, en spännande kultur, en plats som ingjuter vissa förväntningar. Även vår planering, utformning och skötsel av vår omgivning måste därför ses från besökarens perspektiv.

Arbetet inom detta insatsområde avser främst påverkan inom de egna kommunerna i form av införliva ett turistiskt perspektiv i planering och underhåll.

**Vårt mål är** att platsens unika karaktär motsvarar besökarens förväntningar och näringens behov.

### ***Förslag till övergripande insatser för turistisk samverkan***

- Utveckla kompetensutbyte och samarbete för att skapa en attraktiv miljö (helt och rent i våra kommuner som motsvarar besökarens förväntningar).
- Verka för ett turistiskt perspektiv i den fysiska planeringen som motsvarar besökarens förväntningar och näringens behov. Exempelvis genom att inkludera destinationsdesignen på allmänna platser, ta fram fördjupade översiktsplaner med fokus på besöksnäringen etc.
- Insatser för att upprusta samt tillgängliggöra information kring kommunala anläggningar.



## Logistik för besökaren

Avgörande för turismens utveckling och regionens tillväxt är en god tillgänglighet till och inom regionen. Lika viktigt som att besökarna tar sig till regionen så måste vi säkerhetsställa att kommunikationerna mellan de turistiska målpunkterna uppfyller gästens krav och förväntning.

Transportsystemet måste formas utefter perspektiv på hela resan där informationssystem, reseutbud, tillgänglighet och ombytespunkter mellan transportslag är utformade med fokus på hög servicenivå för gästen. För besökaren är det avgörande att alla delar av resan fungerar.

Det finns flera ansvariga parter som påverkar om resan fungerar eller inte; kommun, länstrafik, Trafikverket med flera. I samverkan med övriga aktörer ska turistisk samverkan jobba för att hela resan ska fungera. Projekt som genomförs inom övriga regionala turistorganisationer ska i möjligaste mån samordnas genom tät dialog och nära samarbete.



FOTO: LOTTA SVENSSON ARJEPLOG

### ***Insatsområde 1 – Kommunikationer***

Regionen är utrustad med; två flygplatser - Skellefteå Airport och Arvidsjaur flygplats AB samt två närliggande flygplatser i Umeå samt Lycksele, Inlandsbanan via Sorsele och Arvidsjaur, nattåg till Bastuträsk och Jörn samt ett flertal viktiga stora vägar som löper genom kommunerna. Utmaningen för regionen är istället främst den inomregionala kommunikationen.

Bristande tillgänglighet till kollektivtrafik, hyrbil, information, transitlösningar etcetera försvårar för besökaren att ta sig runt i regionen och ta del av det turistiska utbudet.

**Vårt mål är** tillgängliga kommunikationsmöjligheter och tydlig information som gör det lätt för besökaren att ta sig till och runt i regionen och ta del av det turistiska utbudet.

### ***Förslag till övergripande insatser för turistisk samverkan***

- Utveckla dialog mellan tåg/flyg och anslutningstrafik vid exempelvis förseningar.
- Verka för fungerande transitlösningar till flygplatserna (även för besökare utanför den egna kommunen).
- Verka för bättre samordning mellan olika trafikslag.
- Verka för utveckling av tågtrafiken till regionen.
- Verka för ökad tillgänglighet, prisnivå, framförhållning och priskonstruktion för biljettbokning vid flyg (påverkan vid statliga upphandlingar).
- Verka för tidigare publicering av preliminära busstidtabeller.
- Utredda förutsättningarna för hyrbilslösning där hyrbilsföretag saknas. Exempelvis tågstation, centralorter etc.



## Service för besökare

För att turismnäringen ska växlas upp till att bli attraktiv för både nationella och internationella turister är ett välkomnande värdskap och god servicenivå genom hela resan en given förutsättning. Boende, mat och service är viktiga hygienfaktorer för gästen som kan leda till återköp och rekommendationer och kan till och med vara en reseanledning för vissa målgrupper. Regionen ska hålla en servicenivå i fråga om information och utbud som motsvarar besökarens förväntningar och krav.

### *Insatsområde 1 – Service*

Tillgång till service är lika viktigt för boende som för besökare. Majoriteten av våra turister är bilburna och på grund av vår geografiskt stora yta krävs ett nät av tillräcklig service och information för att du på egen hand lätt ska kunna turista i regionen, både innan och under själva resan.

De lärdomar och slutsatser som framkommit inom projektet *Pilotkommun för serviceutveckling* gällande turism och lokal service ligger av särskild vikt vid implementering av denna strategi.

**Vårt mål är** en service och information som underlättar ett besök av vem som helst var som helst i regionen.

### *Förslag till övergripande insatser för turistisk samverkan*

- Verka för att servicepunkter i orter med landsbygdsbutiker/drivmedelstationer också förmedlar turisttjänster.
- Insatser för att öka information på andra språk.
- Samordna "Good to know"-information om platsens förutsättningar på våra hemsidor.
- Samordna information för företagare angående tillgänglighet och funktionshinderanpassning.
- Samordna värdsutbildning och värdsarbete för frontpersonal inom servicesektorn i våra destinationer samt öka dess kunskap om det turistiska utbudet i regionen.
-

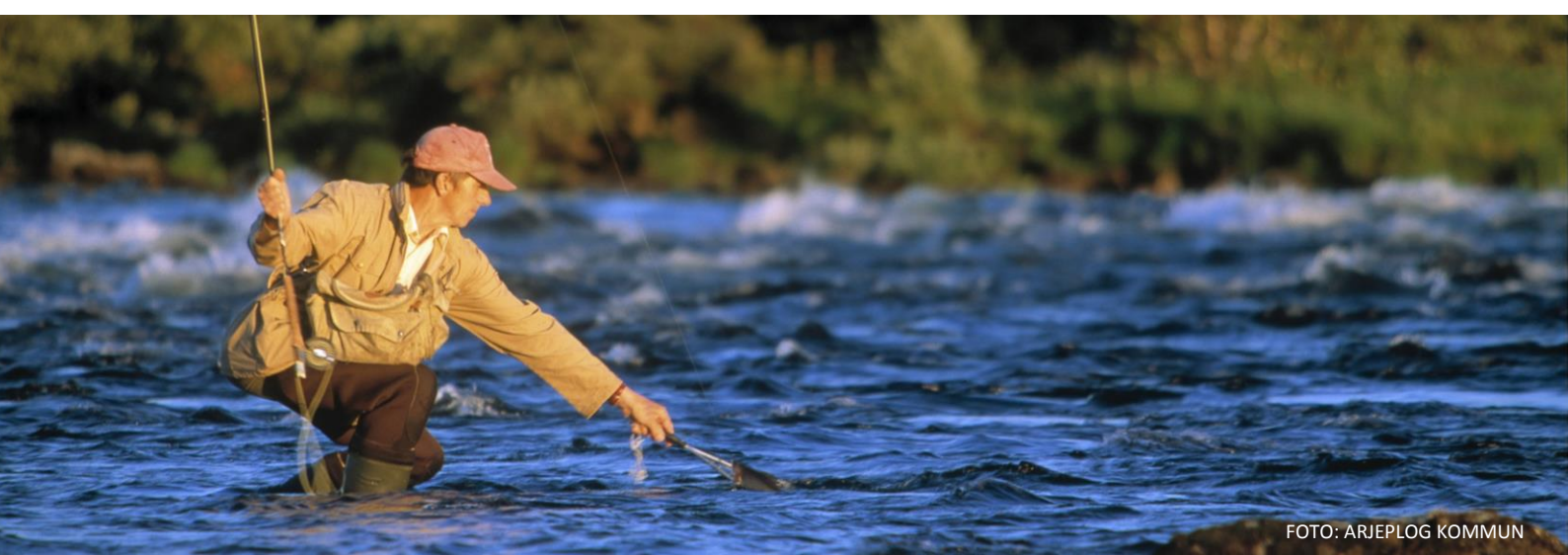


FOTO: ARJEPLOG KOMMUN

## Affärsutveckling

För att turismen ska kunna utvecklas i vår funktionella region krävs att nya företag etablerar sig och tillväxt sker hos redan verksamma företag. Fokus ska läggas på att skapa former för och kanaler till stödjande funktioner i uppstartsprocessen.

Samarbete och dialog med destinationsbolag, nyföretagarorganisationer och investeringsfrämjande organisationer ska initieras för att tidigt komma i kontakt med entreprenörer som vill starta eller etablera turistföretag i regionen.

### ***Insatsområde 1 – Investerings- och etableringsfrämjande arbete***

I regionen finns stor potential för etablering av nya turistföretag tack vare befintliga nätverk, ökat antal utländska aktörer samt en outvecklad turismnäring. Svagheter är kopplade främst till otydlig information till potentiella etableringar, intern kompetens samt en låg exportmognad hos de företag som förekommer i regionen.

**Vårt mål är** ett professionellt, proaktivt och utvecklande arbete jämt mot potentiella och befintliga turistföretagare och investerare.

### ***Förslag till övergripande insatser för turistisk samverkan***

- Utveckla "One-stop-shop"-information för utländska företagare kring praktisk information vid etablering.
- Samordna utbildning för näringslivshandläggare angående etablering av turistföretag.
- Arbeta med intern kännedom vem som är kontaktperson gällande frågor och etablering av turistföretag.
- Utveckla samverkan i handledning/information kring investeringsstöd för utveckling av turistföretag.
- Stärka dialogen med investeringsfrämjande organisationer och arbeta proaktivt för potentiella etableringar.
- Värna för regionala investeringsfrämjande organisationer och att turisminvesteringar ingår i dess prioriterade arbetsområden.
- Etablera turistforum för aktörer inom besöksnäringen för utbyte av erfarenheter, pågående arbete och projekt, goda exempel etc.

## Tidsplan för genomförande

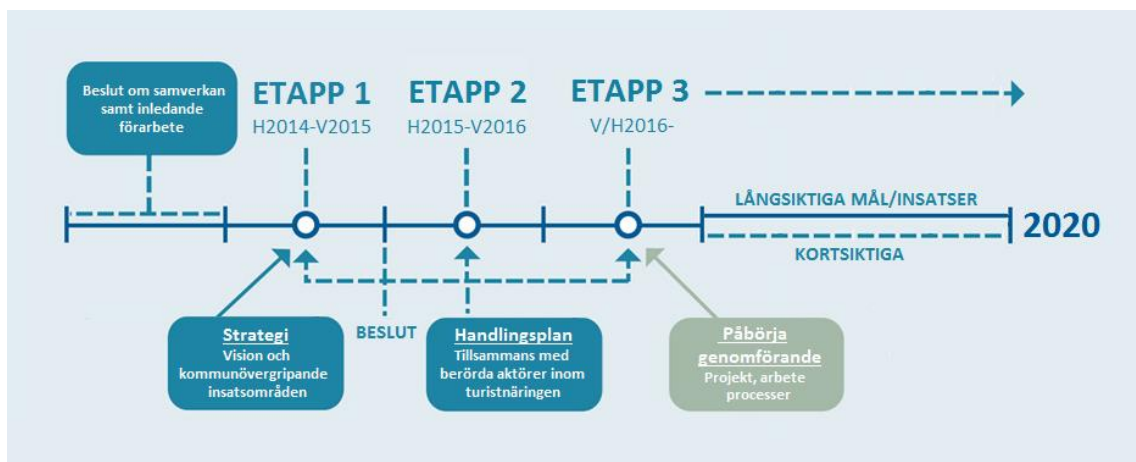
Strategi för turistisk samverkan avser stå färdig under våren 2015 och därmed möjlig att ta tas i beslut av de kommunala organisationerna i Norsjö, Malå, Skellefteå, Sorsele, Arjeplog och Arvidsjaur.

Det fortsatta arbetet inleds under hösten 2015 med framtagande av handlingsplan. I handlingsplanen identifieras rätt aktörer genom att fastställa aktivitet, utförare, prioritet samt tidsplan för de framtagna insatserna.

Arbetets vision och målsättningar operationaliseras genom framtagande av etappmål som i sin tur ligger till grund för de åtgärder som ska sträva efter att målen nås. Mål, planer och aktiviteter preciseras i samband med upprättandet av handlingsplan och implementering av strategin.

Löpande avstämning med destinationerna, regionala turismorganisationerna, företagen samt mindre byar inom regionen ska fungera som inbyggd kvalitetssäkring. Syftet är att tillsammans föra fram vad som blir lyckat/mindre lyckat och hur vi bör gå vidare i samarbetet.

Strategi för turistisk samverkan gäller fem år från hösten 2015 till 2020. Strategin ska följas upp och om behov föreligger revideras efter att halva tidsperioden genomförts.





**SKELLEFTE  
REGIONEN**

