

FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närljus

Sidnr
1

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närljus

Datum

2009-06-19

Version

(1.0)

Förstudierapport

Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun

FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närljus

Sidnr
2

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närljus

Datum

2009-06-19

Version

(1.0)

1	INLEDNING	4
1.1	BAKGRUND	4
1.2	DELTAGARE I FÖRSTUDIEN	4
1.3	AKTIVITETER I FÖRSTUDIEN	4
2	NULÄGESBESKRIVNING	5
2.1	STRATEGI FÖR BESÖKSNÄRINGEN I LJUSDALS KOMMUN	5
2.1.1	<i>Uppföljning strategiarbetet för besöksnäringen i Ljusdals kommun.</i>	6
2.1.2	<i>Destination Järvsö</i>	6
2.1.3	<i>Ljusdal i Centrum</i>	7
2.1.4	<i>Färilabygden/Skogens rike/16-milaskogen</i>	7
2.1.5	<i>Turismens ekonomiska påverkan för Ljusdals kommun</i>	8
2.1.6	<i>Målbild Närljus</i>	10
2.2	NULÄGESANALYS	10
3	FOKUS DESTINATION JÄRVSÖ	11
3.1	EXTERNA PROCESSLEDARE	11
3.1.1	<i>Strategi för utvecklingsarbetet</i>	11
3.1.2	<i>Inre förutsättningar</i>	12
3.1.3	<i>5 prioriterade utvecklingsområden</i>	12
3.1.4	<i>Satsningsobjekt utifrån kapacitetsutredning</i>	13
3.1.5	<i>Ytterligare möjligheter</i>	15
3.2	UTMANINGAR/FÖRBÄTTRINGSPOTENTIAL	15
4	NÄRLJUS PRIORITERADE FOKUSOMRÅDEN	15
5	UPPFÖLJNING AV FÖRSTUDIEPROJEKT	17
5.1	UPPDRAGSSPECIFIKATION OCH NEDLAGD TID	17
5.2	UPPFÖLJNING AV PROJEKTUTFÖRANDET	18
5.2.1	<i>Erfarenheter och iakttagelser</i>	18

Sammanfattning

Enligt den Turist Ekonomiska Modellen TEM omsatte Ljusdals kommun 298 miljoner kronor och gav arbete åt ungefär 223 personer (årssysselsatta) under 2008. Den totala turismomsättningen för Ljusdals kommun har ökat med 9,4 miljoner eller 3,2% 2008 jämfört med 2006.

I samband med uppföljningen av strategiarbetet i denna förstudie visar det att den destination som kommit längst i sitt arbete att organisera sig och samverka inom Ljusdals kommun är Destination Järvsö. Järvsö är också den destination som sysselsätter mest årsanställda, har högst omsättning och genererar mest skatteintäkter till Ljusdals kommun inom besöksnäringen.

Slutsatsen blir att gå ihop till större och vassare destinationer. De tidigare identifierade mindre destinationerna inom Ljusdals kommun består mest av små företagare med begränsade resurser utan konkreta mål och visioner. Gemensamt är att man vill utveckla turismen och marknadsföra sig gemensamt och paketera ihop sig. Den underliggande strategin för besöksnäringen bör revideras och harmonieras med strategiarbetet som drivs av Region Gävleborg.

Det krävs ett medvetet och fokuserat utvecklingsarbete i samverkan mellan kommun, näringsliv och invånare och föreningar/intresseorganisationer. Huvudstrategin för utvecklingsarbetet i Järvsö är att inrikta det kring fem strategiska utvecklingsområden som är avgörande för framgångsrik utveckling. Utvecklingsarbetet bör utgå från Järvsös förutsättningar samt behoven och efterfrågan hos befintliga liksom potentiella invånare, företag och besökare.

Samhällsbyggnadsenheten i Ljusdals kommun har gjort en kapacitetsutredning med anledning av planerade satsningar/nybyggnationer på minst 300 miljoner kronor. Närljus målsättning att skapa 100 nya arbetstillfällen inom Upplevelseindustrin fram till 2012 **kräver fokus på att locka stora investerare med personalintensiva verksamheter**. Om varje årsanställd inom besöksnäringen motsvarar en genomsnittlig årsomsättning på 1,3 miljon enligt fakta från TEM betyder det att för att skapa **100 nya arbetstillfällen krävs motsvarande minst 130 nya miljoner i årsomsättning**. Skatteintäkterna skulle då öka till ca 34 miljoner

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Syftet med uppdraget var att följa upp strategiarbetet för besöksnäringen i Ljusdals kommun sedan 2007 och redovisa respektive destination/områdes nuläge och förutsättningar för möjlig utveckling. Utifrån tillgänglig statistik från besöksnäringen göra en grov bedömning av kommunens skatteintäkter från respektive destination/område och identifiera exploateringsmöjligheter och satsningsobjekt med fokus på Järvsö. Tydliggöra Närljus prioriterade aktiviteter för att nå uppsatta mål.

Förstudieprojektet om turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun har bedrivits hos Närljus under två månader mellan 2009.04.20 – 2009.06.19.

1.2 Deltagare i förstudien

Genomförare: Therese Lindberg, Projektanställd, Närljus

Uppdragsgivare: Lars Forslöf, VD, Närljus

1.3 Aktiviteter i förstudien

Dessa aktiviteter har legat till grund för det resultat som presenteras i denna rapport.

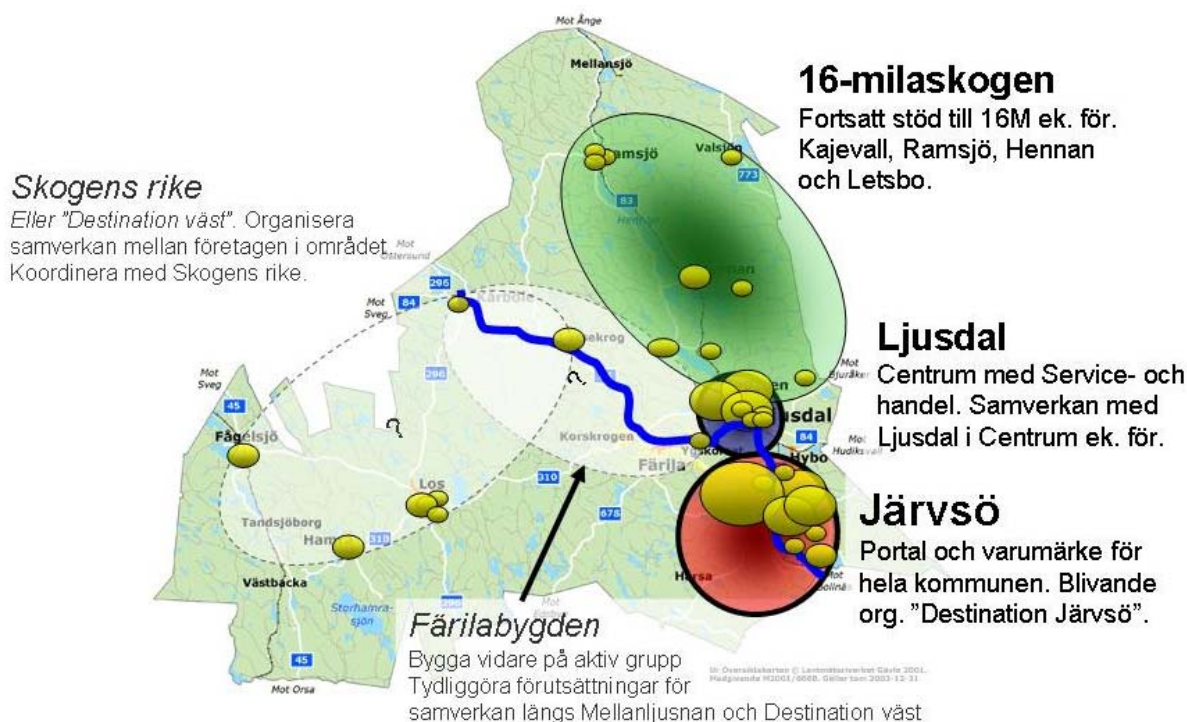
Aktivitet

- Faktainsamling från respektive destination med tyngdpunkt på Järvsö för nulägesbeskrivning & nulägesanalys (planer, protokoll, hemsidor etc).
- Grov översikt över markägareförhållanden kring Järvsöbacken för möjlig expansion hos kommunens Samhällsbyggnadsenhet och Lantmäteriet i Gävle.
- Deltagande i seminarium för turismbranschen arrangerat av Region Gävleborg i Söderhamn, samt av Närljus initierade seminarier för entreprenörer och företagare.
- Träffat tidigare konsulter och leverantörer anlitade av Närljus inom området för besöksnäringen (Graffman, Silén etc).
- Intervjuer och studiebesök hos representanter för turistföretag, byaråd, föreningar, bolag, kommunen.
- o Sammanställning av satsningsobjekt.
- o Färdigställande av rapport och överlämnande

2 NULÄGESBESKRIVNING

2.1 Strategi för besöksnäringen i Ljusdals kommun

Sedan hösten 2005 har Närljus arbetat med en strategi för besöksnäringen i Ljusdals kommun. Strategin var på remiss från Närljus till företagen våren 2006 och från Ljusdals kommun till företag och föreningar hösten 2006. I början av 2007 bereddes ärendet politiskt och formulerades som ett underlag till strategi. I maj tog både kommunstyrelsen och kommunfullmäktige beslut om geografiska indelningar för utvecklingen av besöksnäringen i fem destinationer: Järvsö, Ljusdal, 16-milaskogen, Skogens rike och Färilabygden (se Närljus underlag till strategi för besöksnäringen – Geografisk indelning). För dessa geografiska områden skulle det utvecklas individuella och långsiktiga riktlinjer med mål för framtida satsningar.



Strategiarbetet avstannade efter att Närljus gjort utskick till företag inom besöksnäringen med uppmaning att göra beskrivningar och sätta mål för respektive område. Sedan hösten 2007 har ingen dedikerad person drivit det övergripande strategiarbetet hos Närljus eller följt upp utvecklingen inom respektive geografiska område på grund av resursbrist. En av aktiviteterna i denna förstudie var att redovisa ett underlag som visade respektive destination/områdes förutsättningar och nuläge samt planer visioner för möjlig utveckling.

2.1.1 Uppföljning strategiarbetet för besöksnäringen i Ljusdals kommun.

Via personliga möten och telefonintervjuer har representanter och aktörer inom respektive geografiska område fått besvara ett antal frågor under förstudien för att beskriva nuläget:

- Stämmer den geografiska indelningen per område?
- Hur är man organiserad per geografiskt område?
- Hur samverkar man inom och mellan de geografiska områdena?
- Finns tillgång till dokumenterat material, ex protokoll?
- Hur ser processflödet ut? D.v.s. Hur ser arbetsgången ut?
- Vad kännetecknar dagens arbetsuppgifter och arbetssätt?
- Vilka ansvarsområden finns?
- Hur marknadsför man området?
- Finns vision, strategi, plan, mål etc för att utvecklas inom området?
- Vilka exploateringsmöjligheter ser man?
- Vad finns det för ev hinder och behov av stöd för att komma vidare?

2.1.2 Destination Järvsö

En utgångspunkt i strategin för besöksnäringen i Ljusdals kommun är att exploatera Järvsö som nationellt varumärke, dvs Järvsös varumärke är en portal för turismen i kommunen.

I Järvsö har det pågått ett destinationsutvecklingsarbete sedan 2006. Med stor delaktighet från alla de större anläggningarna i Järvsö samt Bygderådet och handeln har en strategisk plan tagits fram för utvecklingen av destinationen. Utvecklingsprocessen har stöttats av externa processledare. Utvecklingsarbetet har resulterat i en strategi som konkretiserats i en marknadsplan och en utvecklingsplan. Destination Järvsö bildades formellt som aktiebolag i januari 2008 och alla de större aktörerna är aktieägare. En styrelse är utsedd och aktiva arbetsgrupper ansvarar för ex infrastruktur, marknadsföring, finansiering etc, som har kontinuerliga protokollförda möten. Den årliga bolagsstämman hölls senast i maj 2009.

Målet med utvecklingsarbetet i Järvsö är att nå den gemensamma visionen *”Järvsö ska vara en sammanhållen året runt destination som är attraktiv att bo och verka på samt besöka. En av landets bästa destinationer med en mångfald av natur. & kulturnära familjeaktiviteter! JÄRVSÖ, ALLTID VACKERT NÄRA”*. Målen för utvecklingsarbetet är :

1. Att stärka attraktionskraften för Järvsö som destination
2. Att besöksnäringen bidrar till att stärka områdets attraktionskraft även för etableringar, investeringar och nyinflyttning.
3. Att öka lönsamheten inom befintligt näringsliv.
4. Att få fler övernattande gäster som konsumerar mer, återvänder och blir goda ambassadörer för Järvsö.
5. Att öka tillväxten och sysselsättningen och därigenom ökade skatteintäkter.
6. Att invånarna i Järvsö har god kunskap om destinationen och dess utbud och blir goda värdar och ambassadörer för destinationen.
7. Att vi utvecklar, tydliggör och tillgängliggör vårt utbud.
8. Att inom ramen för hållbar utveckling lyfter fram våra natur- och kulturvärden.
9. Att skapa vi-anda och framtidstro byggd på engagemang, delaktighet, samverkan och tillit.

Tillsammans med de externa processledarna har Destination Järvsö genomfört ett gediget arbete och identifierat och analyserat fram viktigaste målgrupperna och prioriterade strategiska utvecklingsområden, se avsnittet ”Fokus Destination Järvsö”. De befintliga profilbärarna man enats om och ger Järvsö extra attraktionskraft och utgör sk USP:ar är:

Järvsö är unikt – ALLT på ett ställe;

- Järvsöbacken – snösäker, med skidåkning i alla väderstreck
- Harsa, centra för längdskidåkning
- Stenegård med sin ortagård, hantverkare, evenemang, teater mm
- Järvzoo och Rovdjurscentret De 5 stora, unika anläggningar
- Evenemang, byggda i och kring våra naturliga förutsättningar
- Hälsingegårdar och vår hälsingekultur

2.1.3 Ljusdal i Centrum

En annan av de fem destinationerna i Ljusdals kommun är Ljusdal i Centrum som enligt den underliggande strategin för besöksnäringen utgör centrum för resande, handel, service och nöjen. Samordning sker av Ljusdal i Centrum ekonomiska förening. Projektet Ljusdal i Centrum påbörjades i januari 2007. En huvudansvarig centrumledare initierar regelbundna möten med aktiva grupper såsom miljögrupp, skyltning etc som protokollförs. Ljusdal i Centrum ekonomiska förening har arbetat fram en gedigen marknadsplan för 2007-2009 som grundar sig på tidigare centrumprojekt, förstudie och undersökningar. Affärsidén är att *”Ljusdals centrum ska förbli en småstad, tilltala människor som vill uppleva det naturliga köpcentrumet där det ges tid att umgås tillsammans med varandra. Ljusdal centrum ska göra det genom att leverera kvalitet, ett leende och mysigt annorlunda till människor som uppskattar kvalitet, ett leende och mysigt annorlunda”*.

Visionen och framtidsbilden 2015 är:

- Nya Östernäs som evenemangs, handels och rekreationsområde
- Fler kedjor inom sällanköpshandeln i Ljusdals centrumkärna
- Erbjuder en ljuvlig centrummiljö med ett levande torg.
- Ljusdal arbetar som en destination där områden som Gamla Stan, Ljusdals centrum, Kläppa, Älvsåsen med Folkparken och nya Östernäs upplevs som en helhet.
- Ljusdal har positionerat sig som en mysig handelsort med småstadens charm med ett upptagningsområde från hela mellan Sverige.
- I Ljusdal får man ett vänligt bemötande utöver det vanliga.

Marknadsplanen identifierar målgrupper, mål både kvalitativa och kvantitativa samt tydliga och konkreta strategiska åtgärder i form av en aktivitetsplan.

2.1.4 Färlabygden/Skogens rike/16-milaskogen

De tre sysselsättningsmässigt sett mindre destinationerna enligt underlag till strategi för besöksnäringen i Ljusdals kommun är Färlabygden, Skogens rike och 16-milaskogen.

Färlabygden som konstituerades i mars 2008 och den aktiva gruppen som jobbar för bygdens utveckling är Färlarådet, en ideell förening med styrelse och stadgar för Färla socken. I september

FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närlijus

Sidnr
8

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närlijus

Datum

2009-06-19

Version

(1.0)

2007 hade handlarna i Färila ett möte om gemensam marknadsföring, då man gjorde en nulägesanalys med styrkor och svagheter samt en vision, strategi och handlingsplan för 2007-2008. Jubileumsåret 2008 tog mycket kraft och energi till att göra så bra som möjligt vilket gjorde att destinationsarbetet stagnerade. Under andra kvartalet av 2009 har dock ett initiativ till samverkan tagits igen av Färlilarådet genom ett möte med entreprenörer inom fiske.

Skogens rike, det vackra skogslandet mellan Hälsingland och Orsa Finnmark har en fin hemsida med beskrivning av aktiviteter och utbud från Kårböle i norr till Hamra i syd. Starkt varumärke men ingen organiserad samverkan mellan företagen i området. Drivs i egen regi av Lassekrog och Hamra.

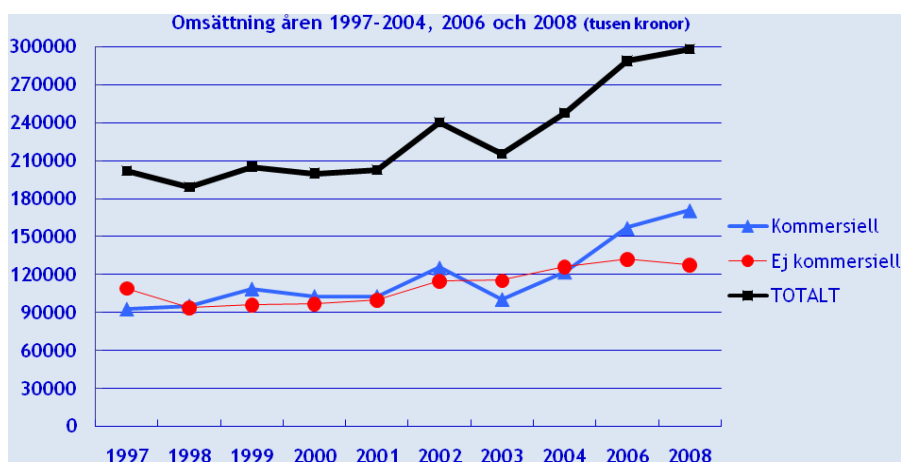
16- milaskogen ekonomiska förening konstituerades i april 2007 med styrelse och stadgar. Samverkan inom destinationen har dock gått på lågvarv senaste året, då många av företagen är mycket små med knappa resurser och lågt intresse. Destinationen ”lever men är vilande” .

2.1.5 Turismens ekonomiska påverkan för Ljusdals kommun

En av aktiviteterna i förstudien var att göra en grov bedömning av betydelsen för respektive område i ekonomiska termer för Ljusdals kommun. Ungefär hur mycket får kommunen idag in i skatt från respektive destinationsområde (enligt underlag till strategi för besöksnäringen)?

Under denna förstudies period erhöles färsk statistik för Ljusdals kommun 2008 från den Turist Ekonomisk Modellen TEM. Mer än 230 av Sveriges Kommuner har använt TEM för att beräkna ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turismen. TEM mäter effekter av turisternas konsumtion, indelat i 14 olika kategorier och för var och en av dessa tas fakta fram om hur många övernattningar eller besök som genomförts. Vidare hur mycket de spenderar per dag/dygn och på vad de spenderar pengar, uppdelat på 6 utgiftsposter: Logi, Livsmedel, Restaurang, Transport, Shopping och Aktivitet.

Övernattande och besökare i Gävleborgslän konsumerade för drygt 1,6 miljarder kronor 2008 och detta gav en sysselsättning för 1370 personer. Resultatet är en minskning från 2007 med 9% på omsättningen där snöbristen hade en inverkan. Rese- och turistindustrin i Ljusdals kommun omsatte **298 miljoner** kronor och gav arbete åt ca **223 personer** (årssysselsatta) under år 2008. Därmed har den **totala turismomsättningen ökat med 9,4 miljoner kronor** eller 3,2% 2008 jämfört med 2006.



FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närljus

Sidnr
9

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närljus

Datum

2009-06-19

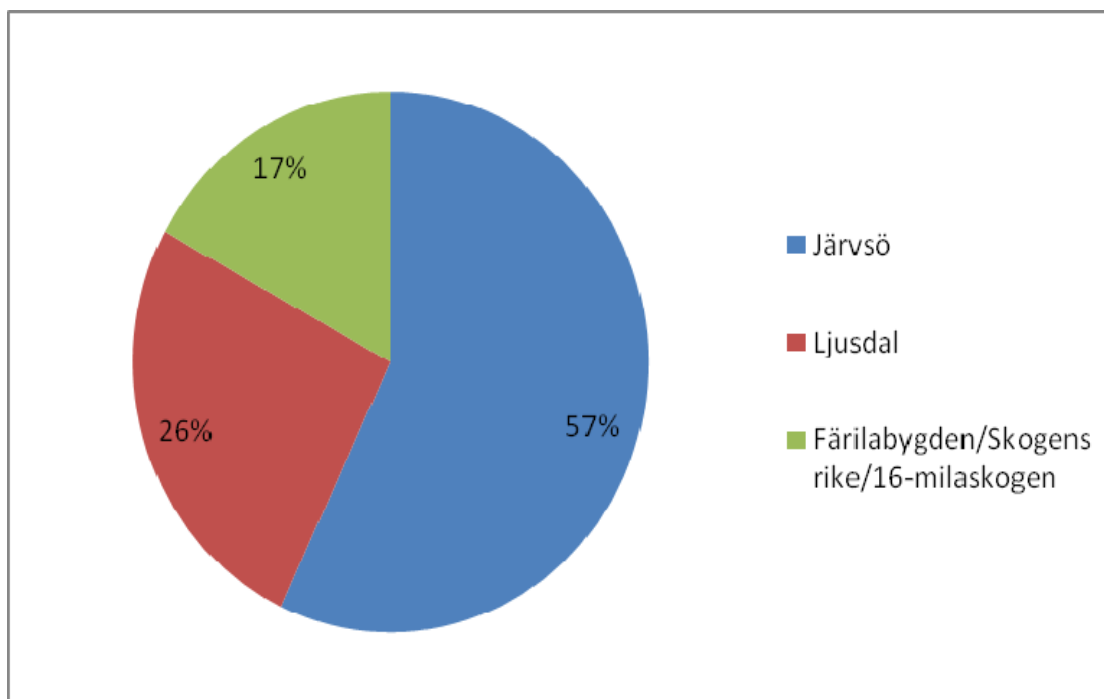
Version

(1.0)

Dagbesöken är den omsättningsmässigt viktigaste kategorin med 34% av den totala turismomsättningen 2008. Hotellen är den omsättningsmässigt största övernattningskategorin med 48% av omsättningen för samtliga kommersiella övernattningar. Stuga/rum uppvisar mer än en fördubbling av antalet gästnätter och omsättningen har ökat med 4,3 miljoner jämfört med 2006. Boendet hos släkt/vänner är den vanligaste boendeformen. Genomfartsresenärer är en betydande kategori med 27% av den totala turismomsättningen 2008. Bensinomsättningen i kommunen överstiger rikssnittet enligt regional handelsstatistik från SCB.

Kommunens ”vinst” vid ökad sysselsättning utifrån turismbranschen innebär inte direkt mer pengar i kommunkassan i form av skatteintäkter utan istället minskade kostnader för arbetsmarknadsåtgärder och olika former av bidrag. Den viktigaste effekten är dock att en ökad sysselsättning också kan innebära en inflyttning och därmed ökat skatteunderlag eller förhindra utflyttning och därmed bibehållit skatteunderlag. För Ljusdals kommun var totala **bruttoskatteintäkten** utan hänsyn taget till skatteutjämningsbidraget **drygt 26 miljoner**.

Mod bakgrund av fakta från TEM är omsättningen per årsanställd i **genomsnitt 1,3 miljoner** drygt. Grupperar vi sedan in omsättningen och antalet årsanställda inom besöksnäringen i de geografiska destinationerna enligt underliggande strategin inom Ljusdals kommun, så ser vi att **Järvsö** står för största delen på ca **57%**. Totala bruttoskatteintäkten för kommunen fördelar sig på samma storleksförhållande.



OBS! Indelningen ovan är en grov uppskattning baserat på befintligt register av antal anställda inom besöksnäringen 2008, basen är 203st.

FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närljus

Sidnr
10

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närljus

Datum

2009-06-19

Version

(1.0)

2.1.6 Målbild Närljus

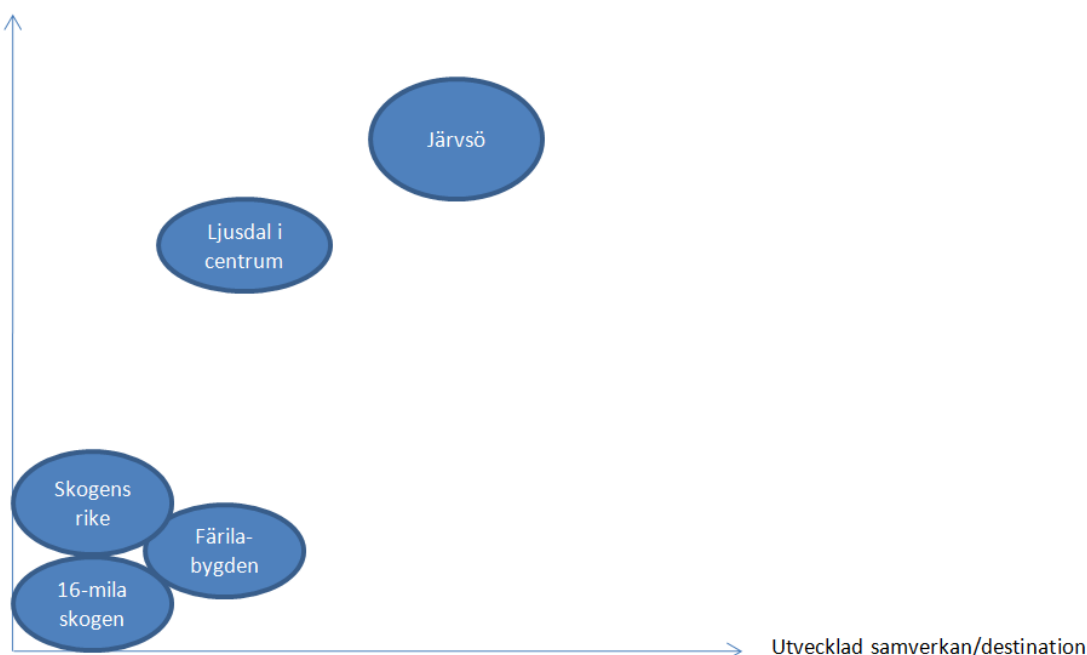
Närljus styrelse har beslutat målet att skapa 400 nya arbetstillfällen inom tjänste- industri- och upplevelseföretag fram till 2012 fördelat enligt nedan tabell. Inom Upplevelseindustrin är målet 100 nya arbetstillfällen.

Mål per bransch	2009	2010	2011	S:a
Tjänsteföretag	50	70	80	200
Tillverkningsindustri	30	30	40	100
Upplevelseindustri	20	30	50	100
<i>Summa</i>	<i>100</i>	<i>130</i>	<i>170</i>	<i>400</i>

2.2 Nulägesanalys

I samband med uppföljningen av strategiarbetet i denna förstudie visar det att den destination som kommit längst i sitt arbete att organisera sig och samverka inom Ljusdals kommun är Destination Järvsö. Järvsö är också den destination som sysselsätter mest årsanställda, har högst omsättning och genererar mest skatteintäkter till Ljusdals kommun inom besöksnäringen.

Relativ storlek/destination



Ljusdal i Centrum har inte hittills jobbat aktivt med besöksnäringen ur ett turistiskt perspektiv. Dedikerad arbetsgrupp för samverkan inom turismen saknas samt mål för att öka besöksnäringen.

De behöver uppdatera sin marknadsplan med aktuella nyckeltal och statistik för besöksnäringen 2008.

Färlabygden som begreppet destination enligt den geografiska indelningen i underlaget till strategi för besöksnäringen, identifierar sig inte Färlarådet riktigt med. Enligt Färlarådets stadgar och i intervju med representanter utgör man istället ett närverk för Färla **sockens** samlade invånare, föreningsliv och näringsliv. Destinationerna Färlabygden och Skogens rike ser Färlarådet helst som en helhet istället att samverka i och utveckla. Initiativ till denna samverkan samt identifiering av utvecklingsmöjligheter för besöksnäringen planerar man att söka medel via Leader som en förstudie till hösten 2009. Huvudsyftet med förstudien är att inventera besökspotentialen i området och skapa samtalsklimat mellan ex. fiskevårdsföreningar och skoterklubbar.

Slutsats, gå ihop till större och vassare destinationer. De tidigare identifierade mindre destinationerna inom Ljusdals kommun består mest av små företagare med begränsade resurser utan konkreta mål och visioner. Gemensamt är att man vill utveckla turismen och marknadsföra sig gemensamt och paketera ihop sig, ex Bommars tillsammans med Järvsöbaden eller Orbaden. Underliggande strategin för besöksnäringen bör revideras och harmonieras med strategiarbetet som drivs av Region Gävleborg.

3 FOKUS DESTINATION JÄRVSÖ

3.1 Externa processledare

Destination Järvsö har kommit allra längst i sitt destinationsarbete inom Ljusdals Kommun, där Graffman Företagsledning & Utveckling AB stöttat utvecklingsprocessen som externa processledare. Förstudien har haft värdefull tillgång till all befintlig dokumentation: Vision Järvsö 2023, Masterplan, Strategisk plan, Destinationsmarknadsföring av Järvsö, Prioriterade strategiska utvecklingsområden, Marknadsplan 2008-2009, Finansiering, Budget, protokoll etc. Man har dessutom tagit fram en grafisk manual och ett vackert bildspel med Sven Volter som berättare för bygden. Nedan information 3.1.1-3.1.3 refererar till detta gedigna befintligt material.

3.1.1 Strategi för utvecklingsarbetet

Det krävs ett medvetet och fokuserat utvecklingsarbete i samverkan mellan kommun, näringsliv och invånare och föreningar/intresseorganisationer. Huvudstrategin för utvecklingsarbetet i Järvsö är att inrikta det kring fem strategiska utvecklingsområden som är avgörande för framgångsrik utveckling. Utvecklingsarbetet bör utgå från Järvsös förutsättningar samt behoven och efterfrågan hos befintliga liksom potentiella invånare, företag och besökare. En styrgrupp med stark förankring bör leda och samordna utvecklingsgrupper till en övergripande utvecklingsplan med konkreta aktiviteter som har mål, ansvar och budget.

3.1.2 Inre förutsättningar

Järvsö har goda förutsättningar att bli en av Sveriges främsta turistdestinationer med en rad konkurrensfördelar såsom;

- Närheten till Stockholm/Mälardalen
- Bra kommunikationer med tåg, buss och bil (endast 3 timmar)
- Starkt varumärke, sammanhållen by med genuin bebyggelse
- Åretruntverksamhet med två starka säsonger
- Vacker kulturbygård och naturlandskap med berg och vatten
- 1,5 miljoner människor passerar varje år genom Järvsö med bil
- Närhet till Ljusdal med shopping och nöje
- Tydliga reseanledningar (USP i form av Stenegård, Järvsöbacken, Hälsingagårdar, Järvzoo, Harsa etc)

3.1.3 5 prioriterade utvecklingsområden

Stadsplanering och infrastrukturutveckling

- Fortsatt utsmyckning av genomfarten
- Enhetlig skyltning och profilering inom Destinationen
- Digitala informationstavlor vid strategiska platser
- Spektakulär belysning av Södra backen
- Attraktiv rastplats i centrum med turisminfo, wc, mat etc
- Ett utvecklat resecentrum kopplat till järnväg och buss
- Utveckla ett väl fungerande transportsystem inom destinationen (inkl Harsa och Ljusdal)

Näringslivsutveckling

- Stärka attraktions- och konkurrenskraften hos befintligt näringsliv. Implementering av Destinationens strategi.
- Kvalitetssäkring av tillgänglighet, produkt, service och bemötande
- Stärka/utveckla den gemensamma destinationsorganisationen.
- Utveckling av måltidsupplevelser
- En gemensam marknads- och säljfunktion .

Utbudsutveckling – produkter, koncept och paketering

Prioritera utvecklingsinsatser mot målgruppen Aktiva familjer:

- Utveckla och komplettera ishallen med sk multihallsfunktion
- Skapa ett äventyrsbad med spa faciliteter
- Skapa ett barn- och familjekoncept med äventyrs- och/eller teambuildingfokus
- Utveckla ett koncept typ Barnens Gård med djur och naturfokus
-

Marknadsutveckling

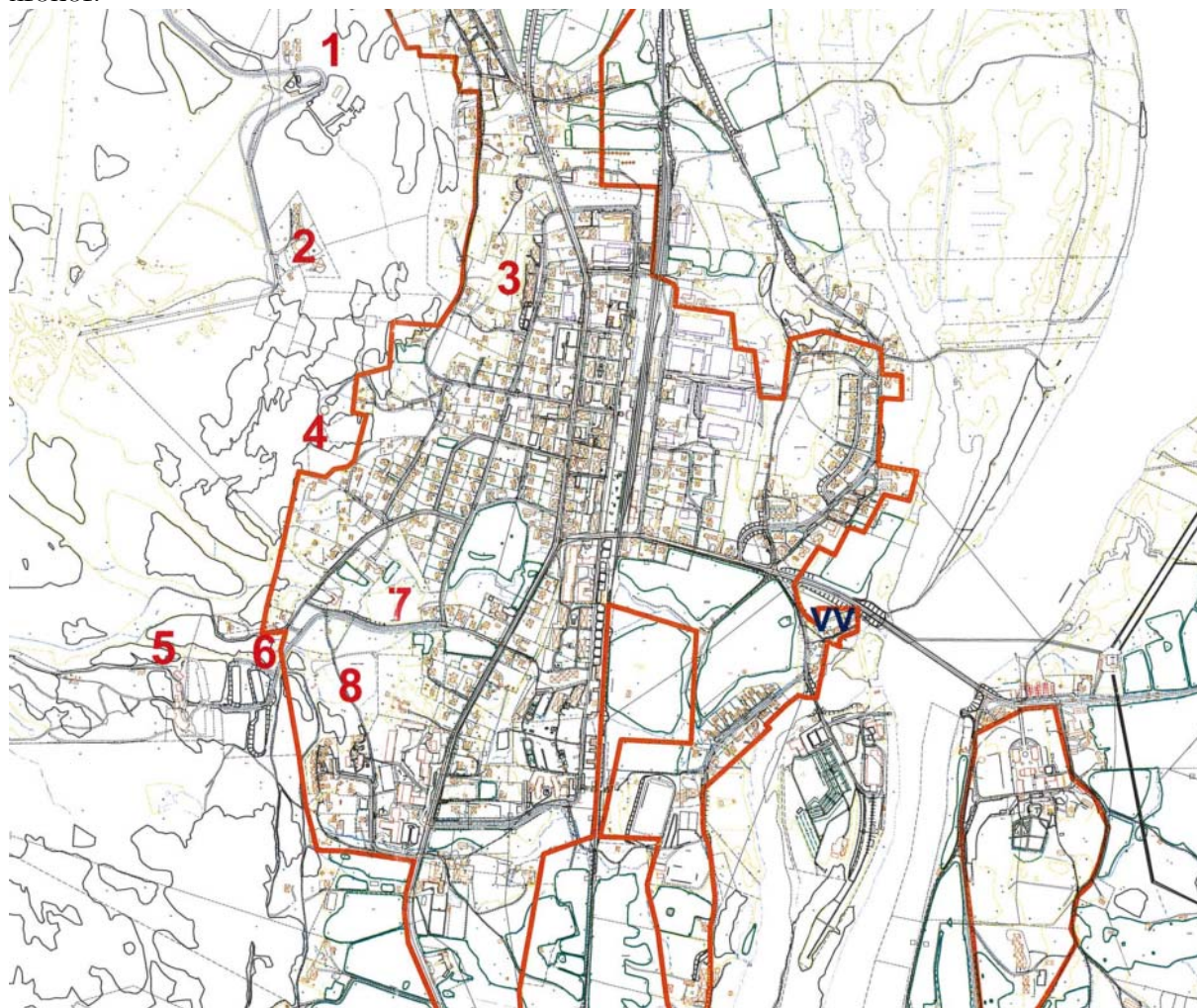
- Utveckla en gemensam marknadsföring av Järvsö och en kraftfull bearbetning av utvalda målgrupper.

Evenemangsutveckling

- Utveckla nya evenemang som förlänger högsäsongerna.

3.1.4 Satsningsobjekt utifrån kapacitetsutredning

Samhällsbyggnadsenheten i Ljusdals kommun har gjort en kapacitetsutredning med anledning av planerade nybyggnationer i Järvsö, se karta. Investeringsstorleken är totalt på minst 300 miljoner kronor.



FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närhjus

Sidnr
14

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närhjus

Datum

2009-06-19

Version

(1.0)

Utbyggnadsplaner redovisade på karta

	Företag	Beskrivning	Tidsplan	Antal bäddar
1	Alphus	10 tomter med 10 hus Klart vintern 2011	Vintern 2011	150
2	Öjeberget i Järvsö AB	Hotell m spa och pool samt stugor Etapp 1: 6 parhus m 12 lgh Etapp 2: 6 parhus m 12 lgh Etapp 3: Hotellet	Om 2,5 – 3 år	250
3	Kommunen	5 tomter för permanentbostäder		
4	Öjebergets Stugby	Stugor i två etapper	Snart	170
5	Järvsö Syd	Lägenhetshotell	Start våren 2010	300
6	Järvsölyftet	Planer för äventyrsbad finns inom snar framtid. Ska söka konsultcheck.		
7	Kommunen	6-8 tomter Fanns planer men ej aktuellt i nuläget.		
8	Järvsö Syd	Stugor	Byggstart våren 2009	250 - 300

Mellan 1 och 2 finns framtida planer för fler stugor, ca 1000 bäddar.

Det finns ett område söder om Järvsö som är planlagt för bebyggelse.

Hemvärnsgården planerar 10-20 bäddar

Båda campingarna har planer; utbyggnader och omvandling till vintercamping.

3.1.5 Ytterligare möjligheter

I destinationsarbetet har en Vision för år 2023 tagits fram för Järvsö 15 år framåt. Visionen beskriver orten som en av Sveriges tio främsta turistdestinationer med en stark vinter- och sommarsäsong. Ett antal strategiska investeringar och ett samordnat utvecklingsarbete lyfter Järvsö till en komplett och attraktiv destination som gagnar hela det inre av Hälsingland. Visionen omfattar ca 50 olika utvecklingsområden.

Genom intervjuer med föreningar och företagare i Järvsö under denna förstudie framkommer önskelistor med kompletterande verksamheter som skulle lyfta destinationens attraktionskraft ytterligare, t ex Äventyrsbad/badhus med utomhuspool, Natur- och rovdjursturism, glidspår från backen till byn, lekland, kabinbana, mountainbike/cykling downhill, stärka hälsoprofilen och matupplevelser mm. Många initiativ är på gång på privat mark, ex satsar Järvsöbacken på nytt snökanonsystem samt utbyggnad av lifter och nedfarter.

Med tanke på de satsningar som är planerade för nya boendeanläggningar, hotell, lägenheter, stugor enligt tidigare avsnitt så genererar det mycket goda förutsättningar och avkastning även på kompletterande aktivitetsutbud, handel etc. Omsättningen från besöksnäringen och skatteintäkterna kommer att kunna öka för Ljusdals kommun.

3.2 Utmaningar/förbättringspotential

Destinationsarbetet i Järvsö har kommit långt, men det har inte kommit ända fram ännu. Det finns många förbättringsmöjligheter och utmaningar innan vision och mål är nådda. Ett underlag har tagits fram under våren 2009 för att söka projektstöd att utveckla och stärka attraktionskraften av Destination Järvsö AB. Ett antal utmaningar och förbättringsområden identifierades:

- Trender och resmönster ställer krav på mångfald av upplevelser som är interaktiva och utvecklande.
- Tillgänglighet i information, bokningsbarhet, öppettider, skyltning, internt transporter måste förbättras.
- Pulsådern/genomfartsleden är inte det ”skyltfönster” för platsen som den har potential för.
- För liten boendekapacitet relativt de investeringar som är gjorda/sker (backen, Järvzoo mfl).
- Brist på samverkan, utifrån helhetssyn på destinationen, gäller såväl utbud som marknadskommunikation.
- Fungerar ej som sammanhållen destination jämfört med definitionen samt de krav som nya resmönster och trender visar
- Varumärket, namnet är känt hos många men tappar relativt mot många andra destinationer.

4 Närljus prioriterade fokusområden

Turismbranschens omsättning i Sverige ökade med 4% till drygt 245 miljarder kronor 2008, och är i exportvärde något större än järn och stål. Enligt Jan Lundin, vd för Rese- och turismnäringen i Sverige är det privatturister och utlänningar som ökar, medan affärsresenärerna minskar.

FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närljus

Sidnr
16

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närljus

Datum

2009-06-19

Version

(1.0)

”Vinterturismen i Sverige har aldrig upplevt en så bra säsong som i år och bokningarna för säsongen 2009-2010 syns redan” enligt Mathias Lindström på Skistar. Turismen väntas lyfta med svag krona och ge ytterligare ett rekordår.

Trenden bland utländska investerare som vill in i Sverige är **tunga miljardinvesteringar i fastigheter och byggen av semesteranläggningar** enligt Anna Hammarberg, som ansvarar för turisminvesteringar hos statliga Invest in Sweden Agency. Bland de mindre investeringarna finns livsstilsentreprenörer eller aktivitetsbolag som köper och flyttar verksamheten, ex hundslädesföretag från Frankrike till Sälen.

Enligt TEM rapporten [1] för Ljusdals kommun har omsättningen från besöksnäringen de senaste fyra åren ökat med drygt 50 miljoner kronor åren 2004 (247) - 2008(298) och sysselsättningen har ökat med 28 st (195 år 2004 – 223 år 2008). Skatteintäkten har de senaste 4 åren ökat med drygt 6 miljoner kronor (19,8 år 2004 – 26,1 år 2008) för Ljusdals kommun.

Närljus målsättning att skapa 100 nya arbetstillfällen inom Upplevelseindustrin fram till 2012 **kräver fokus på att locka stora investerare med personalintensiva verksamheter**. Om varje årsanställd inom besöksnäringen motsvarar en genomsnittlig årsomsättning på 1,3 miljon enligt fakta från TEM betyder det att för att skapa **100 nya arbetstillfällen krävs motsvarande minst 130 nya miljoner i årsomsättning**. Skatteintäkterna skulle då öka till ca 34 miljoner kronor.

Stöd för **koordinering, marknadsbearbetning, produktpaketering och försäljning** är det som Närljus främst bör prioritera och som det finns störst behov av. Under 2008 arbetade Närljus styrelse och personal fram en första utgåva av en handlingsplan för att nå målen, se nedan.

Handlingsplan för upplevelseföretagen + 100 anställda

Insatsområde	2009	2010	2011	Hur många anställda ger det:
Etableringar/ Investeringar Nya aktörer/företag	Söka och bearbeta Kompletterande ftg. Marknadsföra Träffa	Marknadsföra Bearbeta Träffa	Bearbeta Träffa	40
Marknads- aktiviter Näringslivsutveckling	Ta fram strategier Kommunikationer Planer	Driva på destinations- arbete. Utvärdera/ Utveckla	Driva på destinations- arbete.	20
Projekt- utveckling Näringslivsutveckling	Identifiera, tydliggöra Paketera, utveckla Finansiering	Utveckla, Rigga Finansiering (ej leda)	Koordinera Finansiera (ej leda)	20
Alla företag Företagsutveckling	Rådgivning, Affärsutveckling, Finansiering Nystartsrådgivning			20
Samverkan/adm Inom Närljus, m mellan destinationer o branscher	Intern samordning, mål Mellan branscher Regionalt	Intern samordning Mellan branscher Målstyrning	Målfokus samverkan	Stöd till övriga

FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, NärLjus

Sidnr
17

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, NärLjus

Datum
2009-06-19

Version
(1.0)

5 Uppföljning av förstudieprojekt

5.1 Uppdragsspecifikation och nedlagd tid

Aktivitet	Uppskattat antal timmar
Introduktion, kontakter med företag och Ljusdals kommun. Diskussion med turistinformatör och samhällsbyggnadsplaneringen. Se över beslutet ”underlag till strategi för besöksnäringen” och det som gjorts med den underliggande strategin. Övergripande ta del av NärLjus övergripande handlingsplan och mål.	40
Tydliggöra kopplingen mellan kommunens skatteintäkter i relation till möjligheten att göra satsningar i de olika destinationerna/områdena. Svara på frågan: Ungefär hur mycket får kommunen idag in i skatt från respektive område, och hur ser planerna ut för en expansion och satsningar i dessa områden. Underlag finns i i form av TEM:s senaste rapport, en approximation får göras för vad som hänt sedan dess.	58
Diskutera med Färlilarådet om utvecklingen och möjligheterna för samverkan mellan Färlilabygden och Kårböle/Lassekrog/Hamra/Fågelsjö. Uppdatera läget och försöka klargöra hur man vill arbeta, detta var lite oklar vi beslutet om underlaget till strategi.	30
Gå igenom vision och masterplan för Destination Järvsö. Utgå ifrån de satsningsobjekt som finns där. Exempelvis kabinbana, stugbyar etc. Tydliggöra var de befinner sig i utvecklingen och ur mycket som är klart gällande planering, påbörjat arbete och möjligheter till finansiering.	40
Se över Järvsö samhälle mer geografiskt, var finns det områden i omgivning till i huvudsak backen som kan exploateras mer. Finns det områden man inte tagit upp i vision/masterplan som kan gå att exploatera. Avgöra grovt markägarförhållanden etc. Syftet är att skapa ett underlag att utgå ifrån för att bedöma var det kan gå att hitta områden till fler intressenter och större investeringar.	40
Sammanfatta arbetet och redovisa ett underlag/rapport som visar: <ol style="list-style-type: none">1) respektive destinations/områdes förutsättningar och nuläge samt planer visioner för en möjlig utveckling.2) en bedömning av betydelsen för respektive område i ekonomiska termer för Ljusdals kommun.3) Läget i Destination Järvsö, tydliggör olika befintliga processers läge (ex. stugbyar, hotellplaner) och vad som behövs för att dessa skall komma vidare.4) En mer övergripande bild av den möjliga utvecklingen i Järvsö, i relation till vision/masterplan men även belyser möjligheter om vad som går att göra mer.5) Underlag till att göra ett mer säljande materiel för investerare, avgränsa objekt och tydliggöra möjligheter för riskkapital.6) Tydliggöra vad NärLjus bör fokusera på för att nå uppsatta mål	80
Summa antal arbetstimmar	288

FÖRSTUDIERAPPORT” Turismbranschens påverkan för Ljusdals kommun”

Upprättad av
Therese Lindberg, Närljus

Sidnr
18

Dokumentansvarig/Godkänd

Lars Forslöf, Närljus

Datum
2009-06-19

Version
(1.0)

5.2 Uppföljning av projektutförandet

5.2.1 Erfarenheter och iakttagelser

Samarbetsförhållandena under förstudien har varit mycket goda. Närljus har bistått med bra arbetsmiljö, hjälpmedel och teknik samt gulliga och trevliga medarbetare. Regelbundna avstämningar och tydliga instruktioner från uppdragsgivaren med stor flexibilitet har underlättat och uppskattats. Alla som intervjuats har varit mycket generösa och bidragit med information och engagemang utöver det vanliga. Förstudien lämnas över med varm hand till Närljus näringslivsutvecklare för upplevelseindustrin i Ljusdals kommun.