



Älvkarleby  
kommun

# Plan för utveckling av besöksnäringen 2017 – 2020



Älvkarleby  
kommun

Antagen av: Kommunstyrelsen , 2017-12-12

Senast reviderad:

ÄKF-nummer:

Handläggare/författare: Martin Andaloussi, Avdelningschef.

## Bakgrund och syfte

Besöksnäringen är en viktig fråga för Älvkarleby kommun, men även för regionen och Region Uppsala har bidragit till skapandet av denna plan. Älvkarleby kommuns vilja att utveckla besöksnäringen bygger på tre antaganden som anses värdeskapande och har funnits och finns som olika målområden i Mål & budget över tid. Dessa tre antagande är som följer:

- Ökat antalet arbetstillfällen – Fler arbetstillfällen skapar fler möjligheter för våra invånare och motverkar arbetslöshet. Det bidrar till ett starkt och varierat näringsliv och människor kan också flytta till oss om det finns möjligheter för arbete.
- Ökad inflyttning – Fler besökare ser våra fantastiska boendemiljöer och blir potentiella inflyttare eller ambassadörer för vår kommun.
- Bättre service för våra medborgare - Den service som utvecklas i och med besöksnäringen kommer även våra medborgare till gagn.

Denna plan ska vara styrande för inriktningen på det arbete som bedrivs av kommunen kopplat till besöksnäringen. Utgångspunkten är att endast fokusera på de delar som kommunen har rådighet över, utifrån den tillgängliga ekonomiska ramen.

Syftet med planen för utvecklingen av besöksnäringen är att **öka antalet gästnätter**. Gästnätter är viktigt då dessa i högre utsträckning genererar handel, intäkter och arbetstillfällen till näringen i kommunen, särskilt då kommunen har förhållandevis många hotell, boende och konferensanläggningar.

## Tema

Teman avser vilka områden för en besökare där vi är starka och vad vi ska fokusera på att utveckla. För kommunen är detta en avgränsning som hjälper oss att göra val när vi måste prioritera. Det exempelvis handlar om hur kommunikationen ska se ut, vilka regionala projekt vi ska vara med i, hur vi fördelar vissa bidrag, bedriva proaktivt påtryckningsarbete mot aktörer som länsstyrelse, etc. Det är viktigt att prioritera för att få kraft i utvecklingen, särskilt i fall då resurserna är begränsade. Dock är det centralt att komma ihåg att många delar i de olika teman, såsom produktutveckling har kommunen väldigt lite rådighet över. Vilka aktiviteter som ska göras återfinns under ”Plan för aktiviteter”.

Tre teman är valda, men det finns en utgångspunkt som kommunen alltid ska ta i beaktande- *Aktiviteter, satsningar och dylikt ska utgå från våra boenden*. Detta skapar vissa geografiska tyngdpunkter för besöksnäringen såsom Rullsand-Sågarbo och Älvkarleby-Laxön-Älvkarleö. Detta behöver inte betyda att allt ska ske på dessa platser, men genom att åtminstone ha ett samarbete med boendena som finns på dessa platser, kan vi skapa längre stannid och fler gästnätter. Om fler upplevelser skapas nära våra boende, skapas också större möjligheter och konkurrenskraft för ett av våra befintliga styrkeområden – möten och konferenser genom att kunna erbjuda fler mervärden.

### ***Friluftsliv och kultur***

Detta är ett brett tema och kan även kallas äventyr och outdoor. Exempel på upplevelser kopplade till detta är bad, cykling, vandring, paddling, jakt eller kanske bara spaning på vilt. Men här det finns genuin potential för utveckling i vår kommun, då vi har alla förutsättningar på plats. Kommunens storlek och kvaliteter gör det dessutom nära, enkelt och bekvämt för den som snabbt komma ut i naturen. De miljöer vi har är också någonting som kan kopplas på våra kulturmiljöer och kulturutbud, med konst och musik i fokus. Kulturen är något som många befintliga aktörer tror kan utvecklas för att skapa fler evenemang och upplevelser som skapar dragningskraft för kommunen.

Detta tema har också en regional koppling. För att få fram ett utökat utbud av upplevelser för kultur- och naturintresserade besökare från andra länder så deltar Region Uppsala i Tillväxtverkets satsning på Hållbar produktutveckling med fokus på natur- och kulturturism.

Vad som ska påpekas är att det är relativt låg unicitet i temat, då många andra platser har natur och upplevelser som är kopplade till detta. Det finns emellertid bra koncept rörande ekoturism till den grad att produkten är exportmogen och genererar utländska gästnätter, vilket visar på potentialen.

### ***Fiske***

Sportfisket är en stor del av det kommunen är traditionellt känt för och många har en relation till fisket. Vad som är viktigt är att nya produkter och koncept som är kopplade till fisket utvecklas om det ska bidra till att lyfta denna del av besöksnäringen till nästa nivå. En annan fråga är att havsöringsfisket är viktigt för en längre fiskesäsong och det den dåliga öringsstammen har påverkat detta negativt.

### ***Romantik***

Älvkarleby kommun har länge varit en destination för folk som gifter sig. Vad som är viktigt är att många aktörer säger att bröllop är en viktig inkomstkälla för dem, vilket gör det centralt att hålla fast vid temat. Det är också ett tema som kan berika övriga teman. Det finns inte heller något motsatsförhållande till andra delar i strategin och nya projekt som sträcker sig över norduppland kommer att få exponering och nya strategisk samarbete kommer att uppstå. Detta är också ett unikt tema som sticker ut.

## **Plan för aktiviteter**

### **Fler aktiviteter och upplevelser i anslutning till eller i samarbete med boendeanläggningarna**

- Främja befintliga aktörer som vill utöka antalet upplevelser.
- Marknadsföra kommunen för nya aktörer som kan tillföra nya upplevelser eller produkter.

- Främja samarbete med aktörer i vår närregion som har upplevelser som vi saknar.

### **Fler evenemang**

- Styra evenemangsbidrag och delar av bygdemedel genom att utarbeta en policy för evenemangsbidrag med riktning mot att:
  - Ska generera gästnätter
  - Evenemang som förlänger säsongen prioriteras

### **Marknadsföring**

- Kommunen tar en mer aktiv roll i marknadsföringen av kommunen som besöksmål och det ska vara tydligt att kommunen är avsändare.
- Utreda förutsättningarna för att bli mer synliga i sociala medier.
- Turistinformation ska primärt vara digital och kommunen ansvarar.
- Tillsammans med Fiskkontoret, utreda behovet av och förutsättningarna för framtagandet av nytt marknadsföringsmaterial för fisket.
- Älvkarleby kommun ska, under perioden, ta fram material både fysiskt och digitalt som marknadsför kommunen som etableringsort riktat mot besöksnäringföretag och besökare. Detta ska ske i samverkan med näringen.

### **Kommunikation, mötesplatser och dialog i näringen**

- Kommunen samordnar två årliga möten med de största besöksnäringaktörerna i syfte att ge information om satsningar som kan påverka besöksnäring, samt att aktörerna själva delar med sig om vad som händer – både tjänstemän och politiker medverkar
- Ett mer proaktivt förhållningssätt från kommunen i att informerar aktörerna händelser som påverkar besöksnäringen, främst via e-post i ett första läge.
- Kommunen ska ses som en möjliggörare när aktörer gör infrastuktursatsningar såsom parkeringsplatser, stigar, röjning och med mera.
- Näringslivsutvecklaren i kommunen blir kontaktperson för besöksnäringen och har också en roll i samordningen bland aktörerna. Detta ska ske genom regelbundna möten och särskilt bevaka att evenemang och aktiviteter inte kolliderar utan istället främjar till att förlänga säsongen.

### **Lobby angående öringsfisket**

- Föra en kontinuerlig dialog med berörda myndigheter om vad som kan göras i syfte att förbättra öringsstammen.

### **Fysiska miljön**

- Prioritera skötsel av parkmark och stråk där besökare rör sig.
- Se över skyltning och rastplatser.
- Gatubelysning runt stationer och stråk som påverkar besökare.