

Policy när det gäller Fjällturismen

Bakgrund

Vinterturismen i fjällen bygger huvudsakligen på en stark produkt, nämligen utförsåkning vid liftanläggning. Den har totalt sett i Sverige haft en positiv utveckling med stora ökningar i mitten av 1990- och början av 2000-talet. Ökningen avser dock enbart södra fjällen, medan Lapplandsfjällen haft i stort sett oförändrad vinterturism sedan mitten av 1990-talet med en svag ökning i början på 2000-talet efter en svacka i slutet på 1990-talet.¹

När det gäller sommarturismen i fjällen har den stagnerat och totalt har övernattningarna minskat med 30 % sedan slutet av 1980-talet. Som exempel på en destination som visar en ökning av övernattningar på sommaren är Idre. Det kan bland annat förklaras genom dess målmedvetna satsning på sommarturismen sedan 70-talet med ett brett produktutbud i kombination med en tydlig huvudman i området.² Sedan början/mitten av 2000-talet har dock ytterligare destinationer påbörjat satsningar även på sommaren.

Insatser som kan genomföras för att öka intresset för de svenska fjällanläggningarna avser bland annat hur produkterna paketeras. Det innebär bland annat att det skall vara enkelt att boka produkterna som en komplett resa, vilket förutom själva utförsåkningens även inkluderar transport till anläggning, boende, aktiviteter etc.³

Det har löpande förts diskussioner mellan Nutek och flera länsstyrelser avseende prioriteringar inom fjällturismen. Turismen har blivit en allt viktigare bransch generellt sett i Sverige. Inom stodområden är fjällturismen viktig både när det gäller att utveckla näringslivet och öka sysselsättningen och på så sätt öka den regionala tillväxten. Nutek och länsstyrelserna har satsat betydande belopp inom turismsektorn. Av den anledningen är det betydelsefullt med en tydlig inriktning när det gäller insatser inom bland annat fjällturismen.

Policy

Nutek har sedan tidigare arbetat med en policy när det gäller fjällturismen. Efter senare diskussioner har gällande policy avseende fjällturismen förtydligats enligt följande:

- *Satsa främst på reseanledningar, d v s strategiska investeringar*

När det gäller denna punkt avses framförallt att satsa på de verksamheter som drar besökare till platsen, dvs får personer att resa till den platsen (reseanledning). I dessa sammanhang är det viktigt att vara med och satsa när anläggningarna gör strategiska investeringar för att utveckla sin verksamhet. Det kan innebära att man stödjer särskilda anläggningar som kommer nya till orten, men det kan också avse att stödja utvecklingen av befintliga företag samt företag kring själva reseanledningen för att höja attraktiviteten på platsen. Som exempel på reseanledningar kan nämnas Icehotel, Holiday Club AB i Åre och skidtunneln i Torsby.

- *Satsa på investeringar som skapar arbetstillfällen året runt*

Som exempel på detta kan vara multihallarna i Åre och Sälen (som också är exempel på reseanledningar), men också anpassning av nedfarter för mountainbike,

¹ Resurs AB (2006), Fjällturismen i Sverige Utveckling 1978-2004, Nutek Info 126-2006

² Resurs AB (2006), Fjällturismen i Sverige Utveckling 1978-2004, Nutek Info 126-2006

³ Resurs AB (2006), Fjällturismen i Sverige Utveckling 1978-2004, Nutek Info 126-2006

investeringar för ridning etc. De viktigaste satsningarna på sommaren torde ligga på produktutveckling och marknadsföring för att skapa olika koncept. Investeringsbeloppen borde vara betydligt lägre för dessa insatser än för investeringar i traditionella vinteraktiviteter.

- *Viktigt med en helhetssyn*

I enlighet med ovan är det viktigt hur produkterna paketeras för att öka intresset för de svenska fjällanläggningarna. Det innebär bland annat att det skall vara enkelt att boka produkterna med en komplett resa inklusive transport till anläggning, boende, aktiviteter etc. I helhetssynen ingår också att de företagsstöd som beviljas går hand i hand med utbildningsinsatser, andra arbetsmarknadspolitiska insatser, satsningar på utbyggd infrastruktur osv.

- *Norra fjällkedjan är särskilt prioriterad*

Det kommer även fortsättningsvis att vara möjligt att stödja investeringar såväl i den norra som södra fjällkedjan. Eftersom utvecklingen av den norra fjällkedjan stagnerat är det viktigt att även dessa investeringar prioriteras då dessa delar har längre till den potentiella marknaden.

- *Extra höga krav i Sälen och Åre*

I Sälen och Åre bedöms det finnas en så stabil marknad att det i normalfallet inte är nödvändigt att stötta investeringar i boendet, restauranger och liftinvesteringar, utan detta borde i de allra flesta fall kunna lösas rent kommersiellt. Däremot är det viktigt med säsongsförlängning även i dessa områden så stora investeringar med inriktning på säsongsförlängning borde vara stödbara.

- *Nya destinationer med inriktning på utförsåkning*

Försiktighet bör råda när det gäller investeringar i nya anläggningar, eftersom det är mycket resurskrävande att satsa på nya anläggningar samt att det kan påverka konkurrensen kraftigt. Faktorer som bland annat miljöaspekter, såsom den globala uppvärmningen, och konkurrensen kan i framtiden komma att påverka vilka destinationer som kommer att vara konkurrenskraftiga.

- *Utomregional marknad*

En viktig punkt vid bedömningen om medel skall satsas på en anläggning är dess marknad och utvecklingspotential. Anläggningarna bör således ha en större marknad än lokal eller regional för att vara stödbara.