



20170411

Kapitel 1

Jämtland Härjedalen Turism





PHOTO: NICKLAS BLOM

Jämtland Härjedalen Turism

Ekonomisk förening

Jämtland Härjedalen Turism ekonomisk förening (JHT) bildades 1995 och är en samverkansplattform för utveckling av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. JHT företräder besöksnäringen i regionen i nationella och internationella sammanhang och samverkar med näringsens aktörer.

Destinationsbolagen är huvudägare. Region JH och kommunerna äger färre andelar.

I föreningens styrelse finns företrädare för regionens besöksnäring samt representanter från Region Jämtland Härjedalen.





PHOTO: ANETTE ANDERSSON

Jämtland Härjedalen Turism

Vision

"Ledande inspiratör och samordnare inom destinationsutveckling".

Affärsidé

"Att genom samverkan, innovation och kompetens utveckla ledande destinationer och upplevelser".

Värdegrund

JHTs värdegrund bygger på hållbarhet och kvalitet, en välkomnande och inspirerande attityd och ett drivande arbetssätt.





Jämtland Härjedalen Turism

Verksamhet

Med utgångspunkt i strategin för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen och JHTs affärsidé driver JHT en verksamhet som är uppdelad i delarna *Basverksamhet*, *Egen budget & uppdrag* samt *Projekt*.

Basverksamheten finansieras av medlemmarna, tillika ägarna, som i huvudsak utgörs av regionens destinationsbolag, kommuner och Region Jämtland Härjedalen.

Egen budget & uppdrag finansieras genom ersättning för de tjänster JHT levererar.

Inom projektverksamheten, där JHT verkar som projektorganisation för gemensamma insatser, bedrivs utvecklingsprojekt med finansiering från deltagande destinationer och företag, Länsstyrelsen, Region Jämtland Härjedalen, EU samt Tillväxtverket.





PHOTO: ANETTE ANDERSSON

Finansiering 2017

Medlemsavgifter	810 000 kr
Basfinansiering 50 % Region JH, 50 % kommunerna	4 024 000 kr
Projekt	Ca 5 mkr





Styrdokument

Regionala utvecklingsstrategin

Regionala besöksnärringsstrategin 2016

Ägardirektiv 2015

Underlag för ägarundersökning 2016

Stadgar 2013

Medlemspolicy 2016

Verksamhetsplan & budget, årligen



Kapitel 2

Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen



10,3 MILJONER GÄSTNÄTTER/år

➔ **2,9 MILJONER KOMMERSIELLA GÄSTNÄTTER**

➔ 21% UTLÄNDSKA

➔ 60% NO



DAGSTURISTER
1,1 MILJONER/år



2,2
MILJONER/år



60 000

WHITE
GUIDE **35**

>150 MAT
PRODUCENTER

Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen

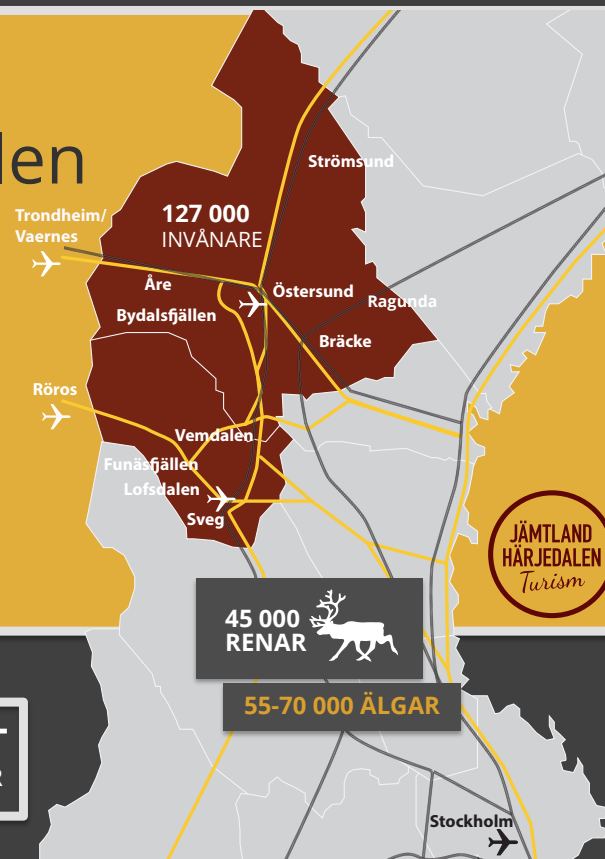
*"Ledande på
naturbaserade upplevelser"*

I Jämtland Härjedalen är besöksnäringen
en basnäring som varje år omsätter

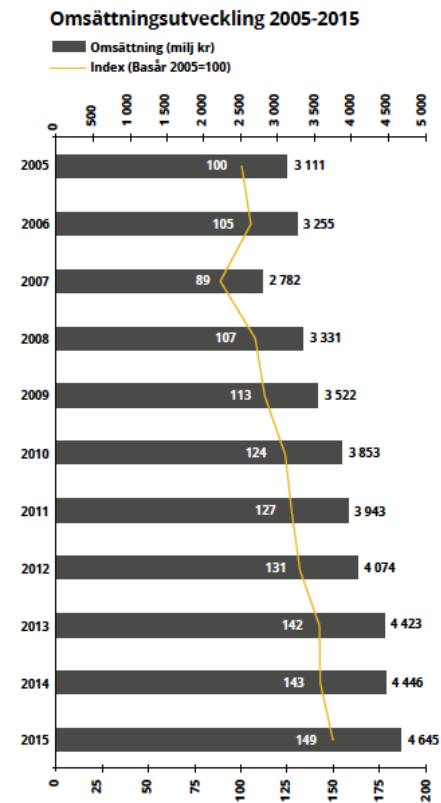
4,65 MILJARDER sek

Näringen genererar

4 360 HELÅRSARBETEN



Omsättning 2004-2015: +50 %



Besöksnäringen - stabil utveckling under lång tid



Fjällnäs
Est. 1882



Traditioner sedan 1936



Kapitel 3

Regionala besöksnäringstrategin

Mål, recept & Jämtland Härjedalen Turisms leverans 2016-



I den nationella strategin för besöksnäringen är målsättningen efter den halvtidsanalys som genomförts under 2015 att omsättningen i branschen i löpande priser ska öka från 252 mdr 2010 till 465 mdr 2020, att exportvärdet i löpande priser ska öka från 94 till 150 mdr och att antalet årsverken ska öka från 160 000 till 242 000 under samma period.

Den övergripande målsättningen för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen är att utvecklingen ska vara i nivå med den nationella och att Jämtland Härjedalen år 2030 ska vara en av tre regioner som haft starkast utveckling.

UTVECKLING I JÄMTLAND HÄRJEDALEN	2005	2015	2030
Kommersiella gästnätter, mkr*	2,47	2,96	3,55
Omsättning Jämtland Härjedalen, mdr	3,1	4,7	7,1
Årsarbeten Jämtland Härjedalen	3500	4400	5800
Omästätning/gästnatt, kr	1255	1588	2000

*År 2030 ska andelen utländska gäster i kommersiella bäddar ha ökat till 30 procent. 2015 var den 21 procent.

- Antalet hållbara evenemang av nationell och internationell karaktär ska 2030 ha ökat till att omfatta tio årligt återkommande. Regionen ska from 2030 stå värd för minst ett megaevenemang, av VM- eller motsvarande karaktär, vart tredje år.
- Andelen nöjda eller mycket nöjda kunder, baserat på gemensamma och destinationsvisa gästundersökningar, ska år 2030 vara 95 %.



Jämtland Härjedalen Turism

Recept (fokusområden) i den regionala besöksnärringsstrategin

- ✓ Hållbara destinationer
Starka destinationer är en nyckelfråga
- ✓ Reseplaneringar
Varför ska gästen resa just till oss?
- ✓ Infrastruktur & tillgänglighet
Alla trafikslag behöver fungera
- ✓ Marknadskommunikation
Syns man inte så finns man inte och vad drivs kunden av?
- ✓ Kompetensutveckling
Duktiga medarbetare och ledare är den största tillgången



Recept: Hållbara destinationer

Insatser	Parter/deltagare
✓ Lokala strategidagar ✓ Hållbarhetspolicy ✓ Destinationsråd Visita ✓ Kommunkontakter Planeringsfrågor mm ✓ Dialog OECD ✓ Samarbete Norra Sverige ✓ Klimatråd Remissvar miljömål	Efterfrågestyrt Regionen Efterfrågestyrt/eget initiativ Regionen Regionen Regionen
✓ Framtidens destination Hållbar affärsplan ✓ SPRIT ✓ ATTA Nordic Gathering, Åre	Samtliga dest Region JH/Vemdalen/Funäs Samtliga dest

Basverksamhet

Projektverksamhet

PHOTO: NICKLAS BLOM





Exempel: Sprit-projektet

En utredning av turismens betydelse i destinationerna

✓ Funäsfjällen & Vemdalen

Andel av all omsättning i samtliga branscher

✓ Funäsfjällen 74 %

✓ Vemdalen 78 %

Bekräftelse av näringens betydelsen och en utmaning.



Recept: Reseplaneringar

Insatser	Parter/deltagare
✓ Nationell evenemangsstrategi ✓ Samarbete WCR 2019 ✓ Dialog Region Jämtland Härjedalen/ Europeiska investeringsbanken ✓ Uppdrag EU-kommissionen ✓ Nationalparksprocess	Nationellt/Regionen Regionen Regionen EU Regionen
✓ Turism 2030/Kurbits Affärsutveckling - Konferens Adventure Travel & Trade Ass - Små skidor - Cykel - Skoter ✓ Creative Region of Gastronomy - Affärsplattform ✓ Led- och affärsutveckling	Samtliga dest/kommuner Åre/Östersund Åre/Östersund Samtliga dest/kommuner Samtliga dest/kommuner Prel samarbete Länsstyrelsen

Basverksamhet

Projektverksamhet



Recept: Infrastruktur & tillgänglighet

Insatser

- ✓ Planeringsunderlag
- ✓ Yttranden/debatt
T ex flygskatt & investeringar
- ✓ Transportutvecklingsrådet
- ✓ Dialog Trafikverket
T ex hastighetsöversyn & underhåll
- ✓ Dialog Swedavia & Avinor
- ✓ Nattåg/dagtag
Processmedverkan

Parter/deltagare

Samtliga dest/kommuner
Regionen

Regionen
Regionen

Regionen
Åre/Ösd/Regionen

- ✓ easyJet/Export 3.0

Åre/Ösd/Vemdalen/Regionen
- Gäster till Revsund!

Basverksamhet

Projektverksamhet

PHOTO: ANETTE ANDERSSON



Recept: Marknadskommunikation

Insatser	Parter/deltagare
✓ Jamtland.se - branschplattform ✓ JH Databas ✓ Reseguiden Jämtland Härjedalen (paus) ✓ Samarbete Visit Sweden ✓ Medlemsservice turismansvariga kommuner ✓ Kommunikation av "Evenemangsregionen"	Samtliga dest/kommuner - " - - " - - " - - " - - " - - " -
✓ Framtidens besöksservice	Samtliga dest/kommuner
✓ Turism 23030/Marknadskommunikation Adventuresweden.com Utveckling sociala medier App Jämtland Härjedalen Sweden Visningsresor Kommunikationsstrategier Utbildning Utvecklad branschkommunikation JH House London, ambassaden	Samtliga dest/kommuner

Basverksamhet

Projektverksamhet



Exempel 1: Marknadskommunikation



Resultat PR - easyJet

Nationella artiklar online

- ✓ SVT Jämtland: Första flighten från London till Frösön 11 dec 2016
- ✓ Branschaktuell
- ✓ Flygtorget
- ✓ Svt Jämtland
- ✓ Meeting International
- ✓ Östersundsposten
- ✓ Länstidningen
- ✓ Travel News
- ✓ Affärsvärlden
- ✓ Sveriges Radio
- ✓ Turismnytt
- ✓ Dagens Industri
- ✓ VA Finans
- ✓ Aktiespararna
- ✓ Flyg24nyheter
- ✓ Infrastrukturnyheter



Resultat PR - easyJet

Internationella artiklar online

- ✓ The Guardian - Åre
- ✓ The Guardian - Östersund
Artikeln har bl a tagits upp i SVT Gomorron, Successful Meetings, Besöksliv, Länstidningen, Östersundsposten, Svt Nyheter Jämtland, Land & Travel News.
- ✓ RUS Tourism News
- ✓ Conference & Incentive Travel
- ✓ Adressa
- ✓ Ch-aviation
- ✓ Travelnews
- ✓ Viagens e ferias
- ✓ TTG Nordic
- ✓ Where to Ski and Snowboard
- ✓ Travel Daily
- ✓ Air Transport News
- ✓ HMG Aerospace
- ✓ Netherlands Corporate News

- ✓ Planet Ski
- ✓ Breaking Travel News
- ✓ Snowheads
- ✓ Independent
- ✓ Fifty Sky Shades
- ✓ Check-in

Internationella artiklar offline

- ✓ Lonely Planet Traveller 2016
- ✓ Metro
- ✓ The Guardian



sign in become a supporter subscribe search jobs dating more International

theguardian

UK world sport football opinion culture business lifestyle fashion environment tech travel all sections

home > travel > europe US skiing UK

City breaks

Top 10 winter city breaks in Europe

Winter is the time for exploring snowy European cities that are full of cosy cafes - such as Zagreb, Ljubljana and Tromsø - especially when they're served by budget airlines with low-season fares

Åre-Östersund, Sweden



City Hall in Östersund. Photograph: Getty Images



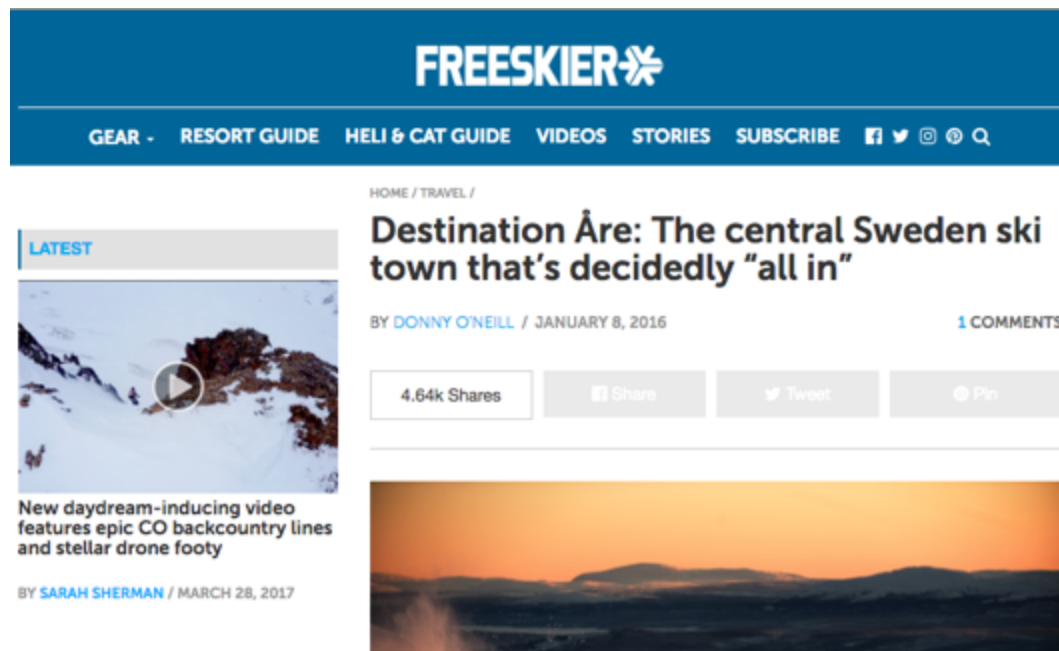
Bayeux is not the only place for 900-year-old tapestries; the Överhogdal Tapestries, now housed in the northern Swedish town of Östersund, were



Exempel 2: Marknadskommunikation

Columbia Sportswear - Pressresa mars 2015 | FREESKIER Magazine

Antal artiklar: 4 online + 2 offline



Media Coverage Columbia Sportswear

The Gear Caster/Amy Jurries

- ✓ Skating The Lakes Of Swede
<http://www.thegearcaster.com/2015/03/skating-the-lakes-of-sweden.html>
- ✓ Just Right - Skiing in Sweden
<http://www.thegearcaster.com/2015/03/just-right-skiing-in-sweden.html>

Freeskier/Donny O'Neill

- ✓ An introduction to the all-new Columbia Titanium line in Jämtland Härjedalen, Sweden
<http://freeskier.com/stories/introduction-new-columbia-titanium-line-jamtland-harjedalen-sweden>
- ✓ Taking on the Swedish backcountry with the mobbin' guides of Sport Maffian
669 shares
<http://freeskier.com/stories/taking-swedish-backcountry-mobbin-guides-sport-maffian>
- ✓ Destination Åre: The central Sweden ski town that's decidedly "all in"
4640 delningar. Även publicerad i magasinet
<http://freeskier.com/stories/destination-are-the-central-sweden-ski-town-thats-decidedly-all-in#>
- ✓ The giant of Scandinavia: 10 reasons to visit Åre, Sweden. Även publicerad i magasinet.
<http://freeskier.com/stories/giant-scandinavia-10-reasons-visit-a%CC%8Are-sweden>



Forts. Media Coverage Columbia Sportswear

Gear Institute/Peter Kray

- ✓ ALL IN! GEAR TESTING WITH COLUMBIA IN SWEDEN

<http://www.gearinstitute.com/gear-news/gear-institute-top-stories/item/all-in-gear-testing-with-columbia-in-sweden>

Gear Junkie/Sean McCoy

- ✓ First Look: Columbia Sportswear Titanium A-Basin Shell

<https://gearjunkie.com/columbia-jacket-titanium-a-basin>

- ✓ Swedish Steel: Blacksmith's Ultra-Custom Knives. Over 900 shares

<https://gearjunkie.com/swedish-knife-maker-torgny-oden>

- ✓ Ice Skating, Östersund Sweden

<https://rare-earth.gearjunkie.com/destinations/swedish-ice-skating>



Forts. Media Coverage Columbia Sportswear

Pique/Leslie Anthony

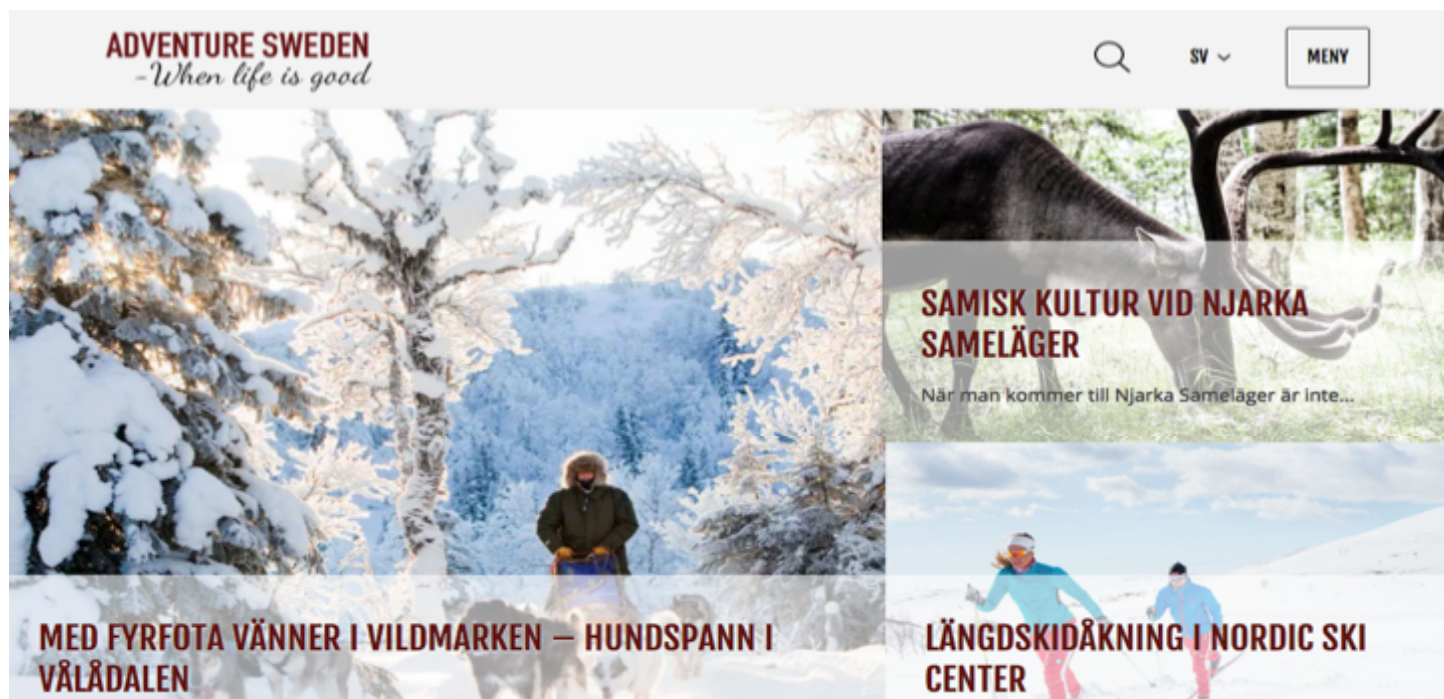
- ✓ Anything is possible
<http://www.piquenewsmagazine.com/whistler/anything-is-possible/Content?oid=2643670>
- ✓ Vinterstaden 1: Science Wins
<http://www.piquenewsmagazine.com/whistler/vinterstaden-1-science-wins/Content?oid=2645415>
- ✓ Vinterstaden 2: Material Gains
<http://www.piquenewsmagazine.com/whistler/vinterstaden-2-material-gains/Content?oid=2646255>

Sidetracked/John Summerton

- ✓ Swedish Adventures - Winter Spring in Jämtland Härjedalen
<http://www.sidetracked.com/jamtland-harjedalen-sweden/>
- ✓ Midnight Fishing in Ammerån
Printmagasin



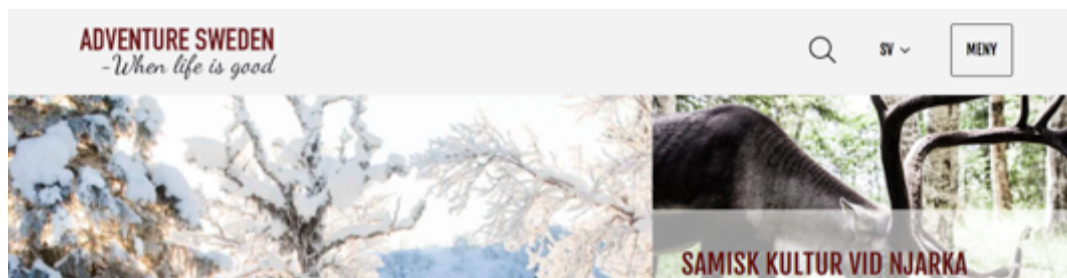
Exempel 3: Marknadskommunikation



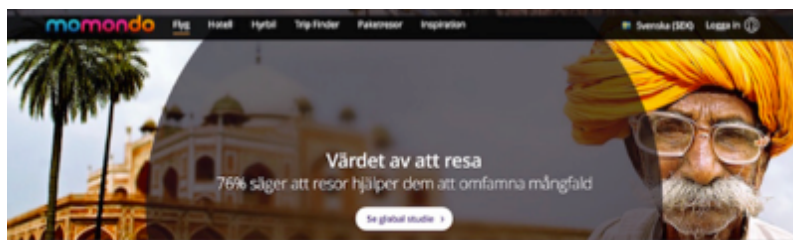
Grand Travel Award - Nominering ”Årets digitala pris”



The Swedish Number” STFs ”



Adventuresweden.com



Momondo.com



Exempel 4: Marknadskommunikation



JÄMTLAND HÄRJEDALEN
- in your pocket!

- ✓ OFFLINE
- ✓ KARTOR
- ✓ AKTIVITETER
- ✓ SEVÄRDHETER
- ✓ EVENEMANG
- ✓ RESTIPS
- ✓ ÄVENTYR
- ✓ RESEJOURNAL

LADDA NER GRATIS
www.jamtland.se/app

Available on the
App Store

GET IT ON
Google Play

Recept: Kompetensutveckling

Insatser	Parter/deltagare
✓ Swetourgruppen Branschråd, kompetens & arbetsmarknad ✓ Fakta om turismen ✓ FoU- & innovationssamarbete ✓ Löpande gästnattsstatistik ✓ Gäst-/kännedomsundersökningar ✓ Omvärldsanalys & trendbevakning ✓ JHT Academy ✓ Föreläsningar MIUN ✓ Praktikplats/Ex-arbete ✓ Mentorsprogram	- Samtliga dest/kommuner - Regionen - Regionen - Samtliga dest/kommuner - Regionen - Regionen - Samtliga dest - Universitetet - Universitetet - Universitetet
✓ Mätning Kurbitseffekten ✓ Studieresor, prel i projekt	- Kurbitsföretagen - Samtliga dest/kommuner

Basverksamhet

Projektverksamhet



Exempel: Kompetensförsörjning

Nya medarbetare

"Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen behöver 2 000 nya medarbetare fram till år 2030"

Swetour - Position paper

- ✓ JHT
- ✓ AF
- ✓ Visita
- ✓ Region JH
- ✓ JGY
- ✓ MIUN
- ✓ Campus Åre
- ✓ Härjedalens kommun
- ✓ Bergs kommun
- ✓ Destination Funäsfjällen

Dialogforum

Kompetensförsörjning som tema på Dialogforum på Näringsdepartementet 16 mars 2017.



PROJEKTKARTA - PRIORITERING AV SATSNINGAR

- VERSION FEBRUARI 2017 - Underlag till styrelsen för löpande prioritering

	PÅGÅENDE	TVV	REGION JH	Jordbruks-fond	ESF	INTERREG	TVV/ NATURVERK	AF	"PROSPECTS"
GEMENSAMMA	TURISM 2030 (TVV/RJH)/PRIV EXPORT 3.0/easyJet (RJH/PRIV) CREATIVE REGION OF GASTRONOMY (TVV/RJH)		BENCHMARK ADVENTURE SWEDEN- JÄMTLAND HÄRJEDALEN ÖKAD TILLGÄNGLIG- HET - easyJet 2.0 MF PRIV		KOMPETENSUTV. INRIKTNING LEDARSKAP MF offentligt/ privat	TILLGÄNGLIGHET & LOGISTIK Samordning mellan transportslag & utvecklad transfer MF RJH/privat		PRAKTIK-SAMORDNING Underlätta inträde på arbetsmarknaden Avslag/nytag	MÅLTIDSEXPORT Ev samarbete med VisitSweden ATWS 2019 ÅRE
	SPRIT (RJH) FRAMTIDENS DESTINATION (TVV/RJH) FRAMTIDENS BESÖKSSERVICE (LBU/LST)	ATTA - SVERIGE & NORDEN Ledande adventure- destinationer, positionering & produktutv		ARENAUTV. Investeringar & produktutveckling Ledsystem mm. Tjänster & upplevelser Medfinans RJH/privat	SAMVERKAN SKOLA & NÄRINGSLEV Möjlighet till lärlingsplatser, liknande	OUTDOOR ADVENTURE Produkt- & affärsutveckling. Samarbete med företag i Nordland/Trøndelag/JH MF RJH/privat	HÅLLBAR SKOTERTURISM Utveckling branschorganisatio n		Husbilsgästen
DESTINATION			PRODUKTUTV. VEMDALEN Klättring MF RJH/privat	DÖDA FALLET RAGUNDA MF offentligt/privat		TILLGÄNGLIGHET & DESTINATIONSUTV. RÖROS - FUNÄSFJÄLLEN MFkommun/privat/ bygdemedel			
				UTV. AV ARENAN (ex Åre) Leder, skyltar etc (främst fjällen).		ÅRE - VISIT TRONDHEIM Medfinans kommun/ privat/bygdemedel			

Övrigt: Projektfinansiering & PR/Lobbying

Insatser

- ✓ Skapa finansiering mot bakgrund av JHTs projektkarta

Styrs av projektkartan

- ✓ Riksintresse för besöksnäringen
- ✓ Dialogforum besöksnäringen
- ✓ Samlad politik för besöksnäringen
- ✓ Infrastruktur & kommunikationer, nationellt
- ✓ Kompetensförsörjning, nationellt
- ✓ Utökad budget Visit Sweden
- ✓ Regiondelningsreformen
- ✓ Landsbygdskommittén
- ✓ Kommande prel

Via/i samarbete med
Länsstyrelsen/Svensk Turism
Svensk Turism

- ” -

- ” -

- ” -

- ” -

Regionen

Besöksnäringens betydelse (Utgår bl a från SPRIT-utredningen)
Synpunkter till utredningen om en samlad politik för besöksnäringen
Kompetensförsörjning. ”Position paper” från Swetourgruppen
Hållbarhet, 2017 hållbarhetsår för besöksnäringen (UNWTO)

Projektfinansiering

PR/Lobbying



Övrigt: Processer, verktygslåda & kanaler

Insatser	Parter/deltagare
✓ Nationellt/regionalt skogsprogram ✓ Nationell besöksnärlingsstrategi ✓ Internationell marknadsföring ✓ Matstrategi ✓ Samarbete Peak Innovation, MIUN ✓ Guldkalan ✓ Åre Business Forum	- Nationellt/regionen - Svensk Turism - Visit Sweden - Regionen - " - - " - - " -
✓ Exporthandbok ✓ Kommunikationsplattform ✓ JHT Academy ✓ Värdeguide ✓ Projektledarutbildning & handbok	- Samtliga dest/kommuner - " - - " - - Regionen - Projektdeltagare
✓ Nyhetsbrev ✓ VD-brev ✓ Pressmeddelanden ✓ Debattartiklar ✓ Möten	

Processer/medverkan

Övrigt/verktygslåda

Kanaler för info/
kommunikation





Exempel på tidigare projekt

2010-2015

- ✓ Turism 2020
- ✓ Export 1.0
- ✓ Export 2.0
- ✓ Jakt & viltskådning
- ✓ Destination Storsjön
- ✓ Film & event
- ✓ Turism & lokal service
- ✓ Social turism
- ✓ Turism & tillgänglighet
- ✓ Hållbar besöksnäring
- ✓ Matresor Jämtland Härjedalen



Kapitel 4

Utvecklingsprocess Jämtland Härjedalen Turism & destinationerna





PHOTO: SANDRA LEE PETTERSSON

Utvecklingsprocess

JHT & destinationerna | Start feb 2016

Avseende roller, ansvar & arbetsfördelning

- ✓ Turism 2030 inklusive den digitala transformationen
- ✓ Framtidens destination
- ✓ Remiss Regionala besöksnärlingsstrategin
- ✓ Ägarundersökning JHT
- ✓ Översyn basfinansieringsmodell JHT - Region Jämtland Härjedalen och kommunerna



Scenarios JHT i korthet

- Underlag inför beslut i JHTs styrelse sept 2017

1. Branschorganisation - inkl initiativtagare i tydligt gemensamma frågor
2. Variant av 1: Branschorganisation inkl image-arbete
3. Avveckla JHT ekonomisk förening & integrera verksamheten i Region Jämtland Härjedalen
4. Utveckla JHT genom övertagande av verksamhet från kommunerna/destinationerna
5. Fördelning av roller & ansvar förändras i utstakad riktning



Scenario 1: Branschorganisation inkl initiativtagare i tydligt gemensamma frågor

Exempel på kvarstående delar i rollen som mer renodlad branschorganisation

- ✓ Omvärldsbevakning
- ✓ Statistik, utredningar, beslutsunderlag
- ✓ Remissyttranden
- ✓ Inspiration, kompetens
- ✓ Lobbying
- ✓ PR: presskontakter
- ✓ Processmedverkan (Infrastruktur, nationalpark, skogsprogram mm)
- ✓ Processledning i för branschen viktiga frågor



Forts. Scenario 1: Branschorganisation inkl initiativtagare i tydligt gemensamma frågor

Konsekvenser

- ✓ Projekt drivs i huvudsak på destinationsnivå, främst avseende produktutveckling
- ✓ All marknadskommunikation inkl imagedelen läggs på destinationsnivå, även i samband t ex med etablering av nya flyglinjer (jmf easyJet)
- ✓ Större krav på destinationerna avseende projektansökningar, projektledning osv
- ✓ Sannolikt olika förutsättningar och konsekvenser i små resp stora destinationer
- ✓ Mindre administration på JHT - mer på destinationerna
- ✓ Sannolikt mindre organisation på JHT om ej utökning inom kvarstående delar
- ✓ Förändrad kravprofil på JHTs personal och eventuellt destinationernas
- ✓ Mer skraddarsydda lösningar som inte behöver vara regionövergripande på samma sätt som de är idag



Scenario 2 (variant av 1): Branschorganisation inkl imagearbete

Den stora skillnaden jfr med 1 är att arbetet med marknadskommunikation med ett mer image-inriktat arbete och ökad digitalisering i huvudsak ligger kvar på JHT, förutsatt att finansiering finns för detta. Jfr med överenskommen inriktning och pågående arbete inom Turism 2030 med adventuresweden.com, nya appen som matas via JHDB i kombination med andra databaser, paus i produktion av Reseguiden till förmån för det digitala arbetet.

Konsekvenser

- ✓ Tydlig imageinriktning och inspiration att resa till Jämtland Härjedalen i fokus.
- ✓ PR och export.
- ✓ Med Turism 2030 som exempel så skulle i detta scenario delen Marknadskommunikation inom Turism. 2030 ligga kvar på JHT medan delen Produktutveckling skulle ligga på destinationerna.
- ✓ För övrigt till stor del konsekvenser som i scenario 1.



Scenario 3: Avveckla JHT ek för & integrera verksamheten i Region Jämtland Härjedalen

Konsekvenser

- ✓ Möjligen större budgetmöjligheter och större insyn i finansieringsbeslut men kan även bli tvärtom.
- ✓ Längre förankringsprocesser.
- ✓ Längre beslutsvägar.
- ✓ Ökad administration.
- ✓ Längre avstånd till "näringen".



Scenario 4: Utveckla JHT genom övertagande av verksamhet från kommunerna/destinationerna

Exempel

- ✓ Stödfunktion för digital transformation och uppföljning.
- ✓ Turistbyråverksamhet.
- ✓ Databasdrift fullt ut.

Konsekvenser

- ✓ Ökad effektivitet
- ✓ Ökad kompetens, möjlighet att fördela beroende på arbetsbelastning. Jfr med Dalarna
- ✓ Lättare att arbeta konsekvent över hela Jämtland Härjedalen.
- ✓ Näringen bli ännu närmare knuten men som konsekvens av detta kan relationen näring-destination påverkas.



Scenario 5: Fördelning av roller & ansvar fortsätter förändras i pågående riktning

Konsekvenser/inriktning

- ✓ Fortsatt förflyttning mot färre och mer övergripande projekt.
- ✓ Mindre engagemang utanför Jämtland Härjedalen.
- ✓ Minskat eller ökat engagemang inom marknadskommunikation beroende på önskemål och finansiering.
- ✓ Fortsatt arbete för utökad basfinansiering. I dialogen med Region JH och kommunerna lyfts för närvarande bl a överföring av inom Region JH befintliga resurser inom marknadskommunikation och innovation.
- ✓ Nödvändigt söka andra finansieringssätt än dagens beroende på möjliga utvecklingsvägar inom t ex EU-systemet. Här är dialogen med våra nordliga grannlän som styrelsen informerats om ett exempel på en aktivitet för att möta nya villkor.



Tidsplan

8 maj 2017 JHT Styrelsemöte

Lägesrapport och diskussion

Maj/november 2017

Beslut i kommunerna och regionen om ny modell för JHTs basfinansiering

18 september 2017 JHT styrelsemöte

I huvudsak två beslut ska fattas:

- ✓ Beslut om inriktning på JHTs roll och ansvarsområde
- ✓ Särskilt beslut om eventuell fortsättning mot bakgrund av slutsatser i förstudien "Framtidens destination"



Kapitel 5

Förslag JHTs basfinansiering



Förslag A till ny basfinansiering JHT from 2018

JHTs basfinansiering utökas from 2018 från 2017 års belopp 4 054 000 kr till 5 700 000 kr per år fördelat mellan Region Jämtland Härjedalen och regionens åtta kommuner för att möjliggöra kompetensförstärkning med en tjänst affärsutvecklare och en kommunikatör.

Regionens andel blir 2 900 000 kr och kommunernas 2 800 000 kr, fördelat enligt nedanstående modell.



Förslag A till ny basfinansiering JHT from 2018

Kommunernas andel 2 800 000 kr fördelas med utgångspunkt från kommunernas folkmängd med tillägg för besöksnäringens omfattning och betydelse i respektive kommun i tre kategorier.
Se nedan i "Bakgrund och förslag i detalj".

Dessutom överförs en befintlig tjänst kommunikatör (ej utökad kostnad) från Region Jämtland Härjedalen till JHT för fortsatt och utökad samordning av arbetet med platsvarumärket Jämtland Härjedalen.

Se även om förslag B nedan.



Förslag A till ny basfinansiering JHT from 2018

Modellens konstruktion:

Härjedalen, Åre	Folkmängd	x 2
Berg, Östersund	Folkmängd	x 1,5
Övriga	Folkmängd	x 1



Förslag A till ny basfinansiering JHT from 2018, totalbelopp 5,7 mkr

	Folkmängd	Mult.	Folkm x mult	Andel	Totalbelopp	Per kommun, kr	2017
Härjedalen	10262	2	20524	0,112537971	2800000	315106	306690
Åre	10667	2	21334	0,116979394	2800000	327542	311741
Östersund	61086	1,5	91629	0,502423591	2800000	1406786	602236
Berg	7032	1,5	10548	0,057837192	2800000	161944	125222
Krokom	14785	1	14785	0,08106967	2800000	226995	190774
Bräcke	6455	1	6455	0,0353943	2800000	99104	117000
Ragunda	5387	1	5387	0,029538202	2800000	82707	112000
Strömsund	11712	1	11712	0,06421968	2800000	179815	181474
Summa kommuner	127386		182374			2800000	1947137
Region JH						2900000	2106810
Totalt from 2018						5700000	4053947

Förslag B till ny basfinansiering JHT from 2018

Totalbelopp 4,1mkr (Belopp 2017 plus 2 %), samma fördelningsprincip som förslag A

	Folkmängd	Mult	Folkm x mult	Andel	Totalbelopp	Per kommun, kr	2017
Härjedalen	10262	2	20524	0,112537971	1986080	223509	306690
Åre	10667	2	21334	0,116979394	1986080	232330	311741
Östersund	61086	1,5	91629	0,502423591	1986080	997853	602236
Berg	7032	1,5	10548	0,057837192	1986080	114869	125222
Krokom	14785	1	14785	0,08106967	1986080	161011	190774
Bräcke	6455	1	6455	0,0353943	1986080	70296	117000
Ragunda	5387	1	5387	0,029538202	1986080	58665	112000
Strömsund	11712	1	11712	0,06421968	1986080	127545	181474
Summa kommuner	127386		182374			1986080	1947137
Region JH						2148946	2106810
Totalt from 2018						4135026	4053947

Jämförelser basfinansiering/år

Västsvenska turistrådet	48 mkr	
Tourism in Skåne	27	
Västerbotten Turism	5	
Swedish Lapland	3	Söker 15 mkr från regionen
Blekinge	8	
Nordnorsk reiseliv	29	
Höga kusten (destinationsbolag)	6 mkr	
<i>JHT 2017</i>	<i>4</i>	
<i>JHT enligt förslag A from 2018</i>	<i>5,7</i>	<i>Region JH 2,9 mkr</i> <i>Kommunerna 2,8 mkr</i>





Ny modell för basfinansiering

Fortsatt process

Inriktnings-/rambeslut i Region Jämtland Härjedalen och kommunerna - maj 2017.

Slutligt beslut i Region Jämtland Härjedalen och kommunerna i november för möjlighet till samordning med beslut om JHTs framtida inriktning som tas 18 september 2017 i JHT:s styrelse.

18 september tas även beslut om eventuell fortsättning efter förstudien Framtidens destination.





**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**
Turism

The logo is centered on a dark maroon rectangular background. It consists of a white circle containing the text 'JÄMTLAND' and 'HÄRJEDALEN' in a bold, white, sans-serif font, stacked vertically. Below these, the word 'Turism' is written in a white, elegant script font.