

## HANDLINGSPLAN 2018-2020

# PROJEKT DESTINATION BORÅSREGIONEN

## INNEHÅLL

Bakgrund	3
Syfte	3
Mätbarhet	3
Mål med projektet	3
Strategi för samverkan	4
Strategiska fokusområden	5
• Stora evenemang	5
• Integrera kultur som reseanledning med fokus på textil, mode, design och offentlig konst	5
• Mötesindustri	5
• Fler exportmogna företag	5
• Arbeta tillsammans för att stödja utvecklingen av måltidsturism i Sjuhärad	6
• Utveckla samverkan inom natur/outdoorturism med inriktning på cykel, vandring och vintersport	6
• Näringslivets besökare som målgrupp	6

## FÖRSLAG TILL HANDLINGSPLAN

Destination Boråsregionen är ett tre-årigt projekt som löper 2018-2020.

Denna handlingsplan är i första hand för 2018 och 2019, inför 2020 revideras planen beroende på utfall de två första åren.

Projektledaren startade sitt arbete i maj 2018, därför kom projektet igång senare än beräknat.

Reviderad projektstart är 2 maj 2018.

### **Bakgrund**

I den nationella strategin för svensk besöksnäring står att det är en av landets mest värdefulla näringar med avseende på ekonomi, sysselsättning och regional livskraft. Visionen är att besöksnäringen ska bli Sveriges nästa basnäring. Det finns ett behov av att samordna dessa frågor på en strategisk delregional nivå för att området ska utvecklas och antalet besökare och sysselsättning inom näringen ska öka. Under perioden 2011-2014 bedrevs ett projekt Besöksnäring i Boråsregionen. I projektets slutrapport var en av slutsatserna att det saknas en huvudman för turistfrågor som ansvarar för att samordna och utveckla arbetet inom turismen. Det är ett önskemål att hitta en långsiktig och hållbar arbetsform.

### **Syfte**

Att utveckla samverkan mellan kommunerna och profilera Boråsregionen/Sjuhärad som en attraktiv och aktiv destination. Det långsiktiga målet med projektet är att föreslå en samverkansorganisation för turism i Boråsregionen. Ett förväntat resultat är ökat antal besökare till regionen, ökad sysselsättning och ökad omsättning inom besöksnäringen.

### **Mätbarhet**

Det förväntade resultatet av projektets insatser, som ökad sysselsättning och ökad omsättning, är svårt att mäta på kort sikt. Den offentliga statistiken har en viss fördröjning. Att ta fram ett nuläge att utgå ifrån, ingår i vissa fall i projektet. Mätbarheten är därför angiven på det som görs i projektet, inte bara effekten eller resultatet. Vad som ska göras inom respektive fokusområdet är tydligt angivet och det förväntas vara gjort när projektet är slut.

### **Mål med projektet**

Många av fokusområdena i projektet är samma som de nationella fokusområdena. Några har även tillkommit med grund i de regionala förutsättningarna och önskemålen.

I projektet anges följande mål:

- Ta fram en strategi för samverkan inom turism och besöksnäring i Boråsregionen
- Skapa en Sjuhäradsmodell för att arrangera internationella idrottsevenemang

## Projekt Destination Boråsregionen

- Utveckla samverkan inom natur/outdoorturism med inriktning på cykel, vandring och vintersport
- Integrera kultur som reseanledning med fokus på textil, mode, design och offentlig konst
- Arbeta tillsammans för att stödja utvecklingen av måltidsturism i Sjuhärad
- Öka antalet exportmogna företag inom besöksnäringen i Boråsregionen.

Utifrån dessa mål/strategiska fokusområden har förslaget till handlingsplanen utarbetats. Förslaget bygger på diskussioner i nätverket.

## STRATEGI FÖR SAMVERKAN

### Nätverksträffar

- Fyra nätverksträffar under hösten 2018 och sex-åtta träffar under 2019. Nätverket består av ansvariga för besöksnäringens frågor i resp kommun. Nätverket utgör projektets styrgrupp.

*Mätning: Antal träffar*

### Gemensamt/Samarbete

- Förstärka samarbetet med Turistrådet Västsverige. Tillsammans stärka Boråsregionens/Sjuhärads position i det västsvenska arbetet.
- Belysa Besöksnäringens betydelse och vikten av att föra in dess aspekter i bl a samhällsplaneringen.
- Ta fram kommunikationsmaterial (koncept) att använda vid evenemang gemensamt för hela området.
- Bevaka olika områden/ämnen för att sedan delge övriga. På så vis behöver inte alla fokusera på allt.
- Samverka med övriga delregioner, samt andra aktörer som t ex SKL.

*Mätning: Synlighet i Turistrådets kanaler. Agera tillsammans för att stärka besöksnäringens roll i samhället genom bl a gemensamt sätt att kommunicera.*

### Omvärldsbevakning

- Genomföra en undersökning om omvärldens uppfattning av vår region idag, för att jämföra med hur vi vill uppfattas. Detta för att få en bild av nuläget som ligger till grund för utvecklingsarbetet och för gemensam kommunikation.
- Studiebesök hos någon intressant destination, med fördel någon som har arbetat framgångsrikt med samverkansformer.

*Mätning: En undersökning och minst ett studiebesök*

### Gemensamma aktiviteter

- Inspirationsträff/Nätverksträff – en dag för att samla besöksnäringens aktörer, kommuner, regionen, politiker, tjänstemän, företag, övriga organisationer. Syftet är att inspirera och att knyta aktörer och personer närmare varandra.
- Möte/workshop för att föra samman kultur och besöksnäring, se även nedan.

*Mätning: Minst en större inspirationsträff och minst en aktivitet för kultur/besöksnäring*

## STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN

### Stora evenemang

Nätverket har markerat ut några evenemang att fokusera på. Steg ett blir att sätta oss in i dessa evenemang och undersöka möjligheterna att utveckla med kringarrangemang och att utbyta erfarenheter. Steg två blir att skapa en modell för att arrangera stora evenemang.

De fem evenemangen 2019 är:

- Women's World Tour – världscupcykling
- World Cup – längdskidåkning
- U20 EM – friidrott
- Flera matarrangemang synkroniseras/lyfts gemensamt

*Mätning: vid projektets slut ska ett förslag till modell ha skapats samt ett gemensamt arbetssätt för stora evenemang.*

### Integrera kultur som reseanledning med fokus på textil, mode, design och offentlig konst

- Undersöka möjligheterna att utöka "skulpturbytet" till att omfatta fler kommuner.
- Studera andra företeelser, t ex Artscape och LandArt för att hitta nya former.
- Vara delaktig i det nuvarande och fortsatta arbetet av det nationella projektet Sweden Design Move, som avslutas 2019.
- Skapa reseanledningar av No Limit, som 2019 kommer att äga rum i ny utvecklad form. (2021 firar Borås 400 år, vilket kommer att medföra ytterligare satsningar)
- Hitta former för samarbete med det delregionala kulturnätverket.
- Studieresa eller inspirationsträff/workshop i syfte att sammanföra kultur- och besöksnärlingsfrågor.

*Mätning: Fler besökare (hitresande) på de kulturella "aktiviteterna"*

### Mötesindustri

Möten är ett effektivt verktyg att skapa synbarhet för platsen samt kunskap inom ett visst område, dessutom fylls boendeanläggningar och stora mötesanläggningar. Därtill kommer en stor efterfrågan på olika kringaktiviteter, vilket gynnar utvecklingen av aktivitets- och upplevelseföretag.

- Tätare samarbete med Borås CVB (Convention Bureau) för att tillsammans hitta fler "lokala värdar" i övriga delar av regionen.

*Mätning: Antal nya lokala värdar*

### Fler exportmogna företag

- Initiera samarbete med näringslivsenheterna/-ansvariga i de kommuner där det inte är samma som besöksnärlingsfrågor.
- Turistrådet Västsverige har program för detta, vi ska förstärka samarbetet med Turistrådet i dessa frågor.
- Fokus på outdoorföretag i samband med Adventure Travel World Summit, se nedan.

*Mätning: Ökade antal exportmogna företag, Turistrådets klassificering "Sverige, Norden, Världen-företag" används som mått.*

## Projekt Destination Boråsregionen

### **Arbeta tillsammans för att stödja utvecklingen av måltidsturism i Sjuhärad**

- Steg 1 blir att inventera aktiviteter som görs inom området måltidsturism.
- Steg 2 kan t ex bli att samordna aktiviteter och/eller kommunicera dem tillsammans samt att stimulera till fler initiativ.

*Mätning: En inventering*

### **Utveckla samverkan inom natur/outdoorturism med inriktning på cykel, vandring och vintersport**

- Samverkan inför och på Adventure Travel World Summit\* september 2019, arbeta för att utveckla fler företag samt vår kommunikation och samarbete inför och vid arrangemanget.
- Undersöka möjligheterna för att söka VM eller annat stort mästerskap tillsammans, t ex i mountainbike.
- Fortsätta att främja arbetet med att utveckla cykel, vandring och vintersport. Såväl leder som områden som kan bli besöksanledningar.

*Mätning: En gemensam ansökan om ett större evenemang*

### **Näringslivets besökare som målgrupp**

Denna punkt är inte med som ett fokusområde, men är ett bra verktyg att skapa stolthet och sprida budskapet om Sjuhärad. Det ger en ökad kännedom om området och genererar fler besökare framöver.

- Ta fram en plan för vad som ska göras i arbetet med att bearbeta företagen i hela vårt område för att lägga t ex kundträffar här, samt att företagen kan marknadsföra regionen gentemot sina kunder. Syftet är att de som besöker företagen får en helhetsupplevelse och stimulera till positiva upplevelser och att de återkommer, som privatperson eller i arbetet.

\* Adventure Travel World Summit

<https://www.adventuretravel.biz/events/summit/>