



Besöksnärringsprogram Avesta kommun

2019 - 2022

2019-03-11



Innehåll

Innehåll.....	2
SAMMANFATTNING.....	3
INLEDNING.....	4
BAKGRUND.....	5
Turismen i Avesta kommun - Nuläge.....	6
Styrkor och svagheter.....	6
Nyckeltal för turismen i Avesta kommun 2017.....	7
Besöksmål i Avesta.....	7
Avestas värdefulla landsbygd.....	7
Avesta kommuns profilområden.....	8
Tidigare och nuvarande samarbeten.....	9
Kommunernas nya roll och arbetsformer i samarbetet med Visit Dalarna.....	9
Vad förväntas av kommuner och besöksnäringföretag.....	9
Avesta kommuns Turismgrupp.....	10
Temat i Dalarnas besöksnäringstrategi 2030.....	11
Möjligheter till utveckling i Avesta kommun.....	11
Strategi för Avesta kommun.....	12
Fokus och strategiska insatsområden.....	12
Indikatorer under 2019–2022:.....	13

SAMMANFATTNING

En attraktiv besökskommun är även en attraktiv kommun att bo och verka i. Avesta kommuns besöksnäringssprogram sammanfattar vikten av att arbeta för en ökande besöksnäring och ett breddat näringsliv kopplat till en stark landsbygd. Med avstamp i besöksnäringssprogrammet ser vi vad som kan förstärkas genom samarbete på regional nivå med Visit Dalarna, men också att helheten är viktig och att vissa delar kommer att fortsätta utvecklas genom kommunens egen verksamhet.

I Avesta finns starka besöksmål och intressanta evenemang att delta i. Besöksnäringen i hela Sverige växer och besöksnäringen i Avesta har alla möjligheter att vara en del av den utvecklingen. Med ett ben i Bergslagen och ett ben i Dalarna finns en mångfacetterad kulturhistoria och stora möjligheter, både för nya entreprenörer och för evenemang och besöksmål som kan och vill utvecklas. De trender som nu utvecklas inom Outdoor med naturupplevelser såsom vandring och cykel, har också stor potential i vår natur som en del av Biosfärområdet Nedre Dalälven.

Vi ska även vara en del av den digitalisering som sker inom besöksnäringen. Genom digitala kanaler ska vi tillsammans med en stark besöksnäring visa på det goda livet i Avesta – Det händer bara i Avesta!

Visit Dalarna AB har tillsammans med Dalarnas företagare inom besöksnäring, kommuner, högskola och stödjande organisationer tagit fram Dalarnas besöksnäringssstrategi 2030 (bil.1) Här visas de möjligheter som kommunen och besöksnäringens entreprenörer kan ta del av. Kommunen genom sitt medlemskap i Visit Dalarna AB, och entreprenörer genom sitt medlemskap i Dalarna Besöksnäring Ekonomisk Förening.

Visit Dalarnas ingående kommuner ska ta fram kommunala strategier som visar på kommunens långsiktiga planering vad gäller besöksnäringen. Strategierna är 4–5 åriga. Ur de kommunala strategierna arbetar affärsutvecklare från Visit Dalarna, tillsammans med kommunen och besöksnäringens entreprenörer fram en **lokal handlingsplan**. Handlingsplanen fokuserar på det kommande året. (bil.2)

Avesta kommuns långsiktiga plan har följande strategiska insatsområden:
(se tydligare beskrivning sid. 13)

- Utveckling av besöksnäringen tillsammans med Visit Dalarna och entreprenörer.
- Fortsätt utveckling av de kommunägda besöksmålen
- En öppenhet inför potentiella utvecklingsområden inom besöksnäringen
- Avesta kommun verkar för publik-/besöksdragande evenemang och aktiviteter

INLEDNING

Att utveckla en kommun till att bli en attraktiv besökskommun har flera vinster. Besökarna bidrar med köpkraft, och möjligheter ges för fler att starta företag inom besöksnäringen vilket ger arbetstillfällen. Det betyder också att kommunen som helhet blir en mer upplevelserik och attraktiv plats för Avestaborna att leva, bo och vara verksamma i, och kanske bidrar det till att fler flyttar hit.

Besöksnäringen växer i Sverige och har kommit att kallas vår tredje basnäring. För att kunna ta del av detta har Dalarnas kommuner gått samman i Visit Dalarna AB, för att tillsammans med länets entreprenörer bli starka nationellt och internationellt. I Visit Dalarnas regionala strategi 2030 (bil 1), framtagen av företagare inom besöksnäringen, kommuner, högskola och stödjande organisationer, presenteras strategiska utvecklingsområden med mål, utbud och teman tillsammans med samverkansformer för Dalarnas aktörer. Här tydliggörs vad Dalarna kommer att satsa på för att utveckla besöksnäringen i Dalarna fram till år 2030.

Visit Dalarnas ingående kommuner ska ta fram kommunala strategier som visar på kommunens långsiktiga planering vad gäller besöksnäringen. Strategierna är 4–5 åriga. Ur de kommunala strategierna, och med stöd i Dalarnas besöksnäringstrategi 2030, arbetar affärsutvecklare från Visit Dalarna, tillsammans med kommunen och besöksnäringens entreprenörer, fram en **lokal handlingsplan**. Handlingsplanen fokuserar på det kommande året.

Besöksnäringens program för Avesta kommun (vår kommunala strategi) är mer långsiktig än den aktuella lokala handlingsplanen, delvis på grund av att den kommunala planeringen kan innehålla investeringar och planering av arbetsinsatser. Det blir då även tydligt vad som kommer att vara samverkansområden med Visit Dalarna, och vad som kommer att enbart beröra kommunen. För att kunna marknadsföra exempelvis kommunala besöksmål internationellt genom Visit Dalarnas kanaler, behöver kommunen fortsatt investera i besöksmålen vilket ligger utanför samarbetet. Kanske marknadsför man sig även vid sidan av Visit Dalarnas kanaler. Stöd till evenemang ligger utanför samarbetet även om marknadsföringen av evenemangen i någon mån kan ske genom plattformen/hemsidan Visit Dalarna osv.

Det är viktigt att vi i samarbete med Visit Dalarna, besöksnäringens entreprenörer och den ideella sektorn vidareutvecklar befintliga besöksmål, evenemang och aktiviteter. Avesta kommun är ingen typisk turismkommun, men har på senare år stärkt sin position genom framväxt av starka kommunala besöksmål och starka entreprenörer som bidrar till utvecklingen. Kommunen har en stark potential att attrahera fler besökare genom sitt geografiska läge med lättillgänglig infrastruktur, och närhet till natur och kultur.

I all utveckling i Avesta kommun är kärnvärden som jämställdhet, hållbarhet och integration självklara. I Avesta lägger vi också till att vi i allt vi gör ska vara digitala, kompetenta och innovativa, och besöksnäringen blir alltmer digital. Avestas besöksmål behöver utvecklas i samverkan och tillsammans med Visit Dalarna bland annat för att nyttja digitaliseringens möjligheter. Vi behöver även ha en öppenhet för nya, potentiella besöksnäringens områden. En beredskap för nyskapande. Blir det en etablering av världsföretaget Google i Horndal så bidrar den till nya möjligheter för besöksnäringen, exempelvis för så kallade technical visits.

2019 fyller Avesta kommun 100 år, vilket firas på olika sätt i hela kommunen. En fest som engagerar kommun, näringsliv och föreningar.

BAKGRUND

Besöksnäringen står för en växande del av Sveriges ekonomi och sysselsättning. Den totala turismkonsumtionen har ökat kraftfullt under en följd av år, och turismexporten, det vill säga utländska besökarens konsumtion i Sverige, har haft en ännu snabbare ökningstakt. Sverige har en stor potential som besöksland. Stärkt av många års ökningstakt skrevs därför den nationella strategin 2010, med målsättningen att den turistiska omsättningen skulle dubbleras från år 2010 till år 2020, och att exportandelen av detta skulle tredubblas. Idag kan vi se att den totala turismkonsumtionen ökat med 97% mellan år 2000 (150.102) och år 2016 (296.003).

Dalarna var bland de första att ta fram en regional strategi år 2009. Med olika mål och fokusområden för att nå dessa har man arbetat med gemensamma stora projekt inom internationalisering, hållbar produktutveckling, tematisering av olika turisttrender som Biking Dalarna, Skating Dalarna och affärsutveckling genom programmet Kurbits. Det innebar också att en gemensam kommunikationsplattform/ hemsida för information/marknadsföring/försäljning lanserades. Genom att arbeta tematiskt och arbeta fram metoder har effekterna kunnat spridas till näringslivet – de små och stora entreprenörerna inom besöksnäringen i Dalarna. Inte minst var produktutvecklingen viktig för att i samarbete med Visit Sweden kunna marknadsföra Dalarna som turistdestination utomlands, och ta ökade marknadsandelar inom turistexporten.

Utvecklingen gick bra, men Dalarna var beredd att ta nästa steg. Tre år av workshops och samtal ledde fram till bildandet av bolaget Visit Dalarna AB. Ägt av Dalarnas 15 kommuner, däribland Avesta. Besöksnäringens entreprenörer samverkar genom Dalarna Besöksnäring Ekonomisk Förening, som ger uppdrag till Visit Dalarna för genomförande.

Nu talar Dalarnas entreprenörer och kommuner med en röst och har genom lokala möten och regionala konferenser och workshops tagit fram en strategi för Dalarna fram till 2030. Visit Dalarnas strategi 2030; en plan för destinationsutveckling i samverkan, med visionen:

”År 2030 upplever besökare och intressenter Dalarna som: Norra Europas ledande och mest attraktiva destination som erbjuder välkomnande och äkta upplevelser året runt”.

Kommunerna i Dalarna, som är en del av organisationen, tar nu fram långsiktiga kommunala strategier, samt lokala handlingsplaner tillsammans med näringsliv och Visit Dalarna. Vägledning och inspiration hämtas ur Visit Dalarnas strategi 2030.

Turismen i Avesta kommun - Nuläge

Styrkor och svagheter

Avesta kommun har genom sin geografiska placering och länstillhörighet en naturlig bas i Dalakulturen. Samtidigt står kommunen med ett ben i Bergslagen, med starka traditioner från industrihistorien och besöksvänliga bruksmiljöer. Under många år har kommunen valt att utveckla Verket med Avesta Art och Avesta Visentpark som s.k. ”dragare” i vår turistiska marknadsföring för att locka besökare som under vistelsen även har möjlighet att ta del av andra upplevelser. Avesta har byggt kommunikationen för att locka besökare på naturliga förutsättningar. Biosfärområdet Nedre Dalälven är en del av detta – rent vatten och ren luft, spår och leder, omväxlande natur, kulturupplevelser, evenemang och småskalighet – dvs. kvaliteter som blir allt viktigare vid valet av reseupplevelser.

Turismens entreprenörer i Avesta är till övervägande del små företag. Flertalet mindre boendeanläggningar har växt fram under senare år.

Avestas **styrkor** som besöksdestination, som kan förstärkas och utvecklas:

- ✚ Ett bra geografiskt läge – inom en radie på 20 mil nås halva Sveriges befolkning.
- ✚ Flerårig satsning på offentliga stadsnära miljöer.
- ✚ Verket med Avesta Art – ett viktigt besöksmål för ca 30 000 besökare varje år
- ✚ Avesta Visentpark – ett intressant och unikt besöksmål med ca 10 000 besökare varje år
- ✚ Ett attraktivt badhus (Metropoolen) med ca 100 000 besök per år
- ✚ En av ungdomar välbesökt sport-/skatepark
- ✚ Intressanta kulturgårdar – Karlfeldtsgården, Erik-Larsgården och hembygdsgårdar
- ✚ Fler starka entreprenörer inom café – lokal mat – hotell – restaurang
- ✚ Flertalet välbesökta marknader och evenemang
- ✚ Starka naturmiljöer inom biosfärområdet Nedre Dalälven med Färnebofjärdens nationalpark
- ✚ Närhet till Arlanda flygplats

Avestas **svagheter** som besöksdestination, som behöver motverkas genom strategins aktiviteter:

- ✚ Bristande utbud vad gäller boende och paketerade aktiviteter
- ✚ Kommunen har inte en tradition av turism och besöksnäring
- ✚ Få entreprenörer inom naturturism – kommunens profilområde Outdoor
- ✚ Få entreprenörer som drar nytta av Dalälven
- ✚ Svag tillväxttakt inom besöksnäringen
- ✚ Inget starkt samarbete/nätverk mellan besöksnäringens entreprenörer

Nyckeltal för turismen i Avesta kommun 2017

Hur ser då besöksnäringen ut i siffror i Avesta kommun? Genom många års samarbete i Södra Dalarna Turism har Avesta kommun deltagit i Turistekonomisk mätning (TEM) vilket kommer att fortsätta genom medlemskapet i Visit Dalarna. TEM för 2017 finns med som bilaga. (bil.3)

- 166 miljoner, i total turismomsättning
- 93 årssysselsatta, främst inom restaurang och logi
- 9,9 miljoner i totala skatteintäkter till kommunen
- Transport (i huvudsak bensin/drivmedel) omsättningsmässigt största bransch med ca 71 miljoner kronor
- Tyskland största nationalitet av utländska gästnätter i hotell, vandrarhem och camping enligt SCB

Besöksmål i Avesta

Avesta kommun har långsiktigt satsat på två större besöksmål i form av **Verket med Avesta Art och Avesta Visentpark**. Bägge är exportmogna besöksmål med möjlighet till fortsatt utveckling. Även Karlfeldtsgården har potential att utvecklas men är idag inte exportmoget för internationell exponering och bokning. Förutom dessa finns även badhuset Metropoolen och Skateparken/Sportparken. Tillsammans möjliggör dessa ett intressant dagbesök för hela familjen.

Till detta kommer ett stort antal entreprenörsdrivna besöksmål, restauranger, mindre och större hotell med evenemang och aktiviteter, samt föreningsdrivna större evenemang. Genom samarbetet med Visit Dalarna kommer näringslivet att få stöd och hjälp att ta fram produkter/tjänster för försäljning regionalt och nationellt/internationellt, där kommunen i vissa fall är med som möjliggörare.

Avestas värdefulla landsbygd

Landsbygd som begrepp har ingen definition, ändå vet alla vad det är. Den landsbygd som finns i Avesta kommun brukar kallas ”tätortsnära” landsbygd. Det innebär att ingen, oavsett var man bor i kommunen har längre än ca 5–45 minuters bilfärd till en tätort med ca 3000 invånare, och därmed betydande service. Detta är mycket betydelsefullt ur ett besöksnäringssperspektiv. I Program för Landsbygdsutveckling i Avesta kommun betonar kommunens politiska ledning tillsammans med kommunens utvecklingsgrupper vikten av service och infrastruktur på landsbygden. Framför allt är programmet en praktisk vägledning med kontaktuppgifter för redan boende och företagare på landsbygden. Entreprenörer och utvecklingsgrupper samt föreningar som arbetar med besöksnäring och olika slag av mässor och event får tips om kontaktvägar för att kunna vidareutveckla dessa.

Avesta kommuns profilområden



Koppardalen

Outdoor

Sport

Kommunens profilområden; **Koppardalen – Outdoor – Sport** passar väl in i Visit Dalarnas prioriterade teman och kan vävas in och förstärkas genom samverkan med Visit Dalarna och samarbete med entreprenörer. Detta visas tydligt tillsammans med produkter och reseanledningar genom en matris längst bak i kommunens lokala handlingsplan, se bilaga.

- Koppardalen
I Koppardalen möts företag, sport och kultur. Efter strukturomvandlingen har det gamla industriområdet ändrat karaktär och området lockar till etableringar av tjänsteföretag. Besöksnäringen lockas till Verket och Avesta Art samt området i sig. Här finns en klar utvecklingspotential i fortsatt utveckling av Verket, Avesta Art, guide och dramatiska visningar/vandringar – kopplingen mot Gamla Byn och herrgården – och konferens och evenemang.
- Outdoor
Den outdoorutredning som gjordes under 2016 ska ligga som grund för ett program, som mer konkret tar upp möjligheterna till friluftsliv för invånare och besökare i Avesta kommun. Genom att lyfta exempelvis vandring och cykel med outdoorprogrammet som bas, förstärks profilområdet outdoor. Avesta som ”outdoorkommun” mitt i Biosfärområdet Nedre Dalälven behöver utvecklas.
- Sport
Avesta kommun har ett starkt föreningsliv inom olika idrottsgrenar och samverkar genom avtal om olika slags stöd för att stärka föreningarnas verksamhet samt sin profil som sportkommun. Över hela året äger föreningsburna evenemang/tävlingar rum. Kommunen bidrar även genom byggnation av spontanidrottsytor över hela kommunen. Exempel på detta är Sportparken och de allaktivitetsbanor som byggts på skolgårdar runt om i kommunen.

Tidigare och nuvarande samarbeten

Från Södra Dalarna Turism till Visit Dalarna

Avesta kommun har sedan 1975, under namnet Södra Dalarna Turism, samarbetat med kommuner i södra Dalarna i besöksnäringens frågor. Avesta – Hedemora – Smedjebacken – Ludvika och Säter samarbetade i projektform från 1975 till 2012, då Ludvika – Smedjebacken och Säter inledde ett samarbete med Falun-Borlängeregionen. Avesta och Hedemora valde att fortsätta sitt samarbete under namnet Södra Dalarna Turism fram till 27 mars 2017, då bolaget Visit Dalarna AB bildades.

Nedre Dalälvens Utvecklings AB

Samarbetet med Nedre Dalälvens Utvecklings AB (NeDa), har under många år gett möjlighet för små och stora entreprenörer i området att organisera sig i nätverk och ta del av kompetensutveckling, samverkanskonferenser, mässmedverkan samt gemensam hemsida för marknadsföring och som försäljningskanal. Detta har varit möjligt tack vare projektfinansiering genom EU-programmet Leader. NeDa har också marknadsfört produktutbudet på mässor utomlands i länder som i större utsträckning satsar på fiske och fisketurism än de länder som Visit Dalarna fokuserat på inom internationaliseringsprojektet. Sverige har fantastiska förutsättningar för utländsk fisketurism då den europeiska marknaden har en mycket stor andel fiskeintresserade.

Älvlandskapet Nedre Dalälven är utnämnt av Unesco som biosfärområde tack vare sina höga natur- och kulturvärden, och närheten till Mälardalsområdet och Arlanda flygplats har gjort att man marknadsfört området som ”Sveriges närmaste vildmark”.

Bergslagssatsningen Kultur och Turism 2007–2018

Bergslagssatsningen Kultur och Turism har varit en tioårig satsning som arbetat för en turismdriven tillväxt i Bergslagen. I satsningen har man arbetat med att utveckla ett antal utvalda industrihistoriska kulturmiljöer till besöksmål med högre kvalitet och ökad tillgänglighet för att locka fler besökare till området.

Avesta Verket har varit en av de utvalda industrihistoriska miljöerna och har samverkat med de övriga s.k. noderna kring kompetensutveckling och platsernas utveckling. Man arbetar för närvarande på en fortsättning.

Kommunernas nya roll och arbetsformer i samarbetet med Visit Dalarna

Vad förväntas av kommuner och besöksnäringens företag

Förväntningarna på de kommunala organisationerna i samarbetet med Visit Dalarna för att nå målen i Strategi 2030 är att:

- Bidra till att bilda och underhålla det lokala nätverket, samt driva detta tillsammans med den lokala affärsutvecklaren från Visit Dalarna.

- Tillse att rätt personer med rätt mandat företräder kommunen i de olika frågorna.
- Att ta fram lokala strategier för besöksnäringen utifrån den övergripande strategins struktur och innehåll, i dialog med de lokala nätverken och stöd av lokala samordnaren/affärsutvecklaren.
- Förutsättningsskapande verksamhet i form av att iaktta besöksnäringens behov i beslutsfattande om infrastruktur, skyltning, renhållning, företagsutveckling, plan- och tillståndsärenden m.m.

Det är besöksnäringensföretagen som har den centrala rollen i att sysselsättning och tillväxt skapas. Med den centrala rollen följer möjligheter, men också ett ansvar att engagera sig i destinationsutvecklingen. **Ingenting händer om man inte själv bidrar.**

Vid sidan av att engagera sig i lokala nätverk har företagen möjlighet att engagera sig och ta del av utvecklingsarbetet genom bland annat:

- Engagemang i de tematiska produktionsområdesnätverk, som Biking Dalarna, Taste of Dalarna med flera.
- Deltagande i konkreta marknadsinsatser.
- Kompetens- och affärsutvecklingsinsatser, som affärsdrivna nätverk, Kurbits med flera.

En lokal affärsutvecklare från Visit Dalarna kommer att finnas tillgänglig för att stödja besöksnäringen och kommunen. Affärsutvecklaren ska ha god kunskap om trender, marknad och omvärld. I rollen ingår kunskap och koncept för exportmognad, affärsutveckling, produktutveckling etc. Genom affärsutvecklaren förs den informationen vidare till entreprenörerna i besöksnäringen. Alla företag ska ha möjlighet att utvecklas utifrån sina förutsättningar. En viktig förutsättning är givetvis ambitionsnivån och viljan att utveckla det egna företaget. Kommunen är möjliggörare genom sitt medlemskap i Visit Dalarna.

Avesta Tourist Information (den lokala turistbyrån) ingår i Visit Dalarna tillsammans med övriga Tourist Informations i Dalarna. Avesta Tourist Information är ett viktigt nav för den lokala samordningen och får genom sitt nära samarbete med Visit Dalarnas affärsutvecklare en central roll vad gäller spridandet av turistinformation och försäljning av tjänster.

Avesta kommuns Turismgrupp

Avesta kommuns Turismgrupp är förvaltningsövergripande och inledde sitt arbete 2011. Gruppen har varit ett forum för diskussioner, samordning och uppföljning. Ordförande är näringslivschef Anders Åkerström, och ledamöter har varit kulturchef Ing-Marie Pettersen-Jensen, enhetschef för Verket Kenneth Linder, enhetschef för Avesta Visentpark Mikael Jansson, en representant från Avesta Tourist Information, kommunens kommunikatör Erica Hallgren, och näringslivsutvecklare Carina Emtebrink som varit sammankallande. Till gruppen har adjungerats kompetens utifrån behov.

Teman i Dalarnas besöksnäringstrategi 2030

Möjligheter till utveckling i Avesta kommun

Dalarnas besöksnäringstrategi 2030 noterar sex strategiska utvecklingsområden för att Dalarna ska kunna bli en mer lönsam och framgångsrik besöksregion 2030: Analyser och kunskapsförmedling, Produktutveckling, Marknadskommunikation och försäljning, Kompetensförsörjning, Infrastruktur och tillgänglighet och Finansiering och investeringar.

Alla sex genomsyras av de tre fokusområdena: Digitalisering, Internationalisering och Hållbarhet. Men hur kan då kommunen, besöksnäringens entreprenörer och Visit Dalarna samverka inom dessa utvecklingsområden? Här lyfter den regionala strategin fram sex teman, inom vilka denna samverkan kan ske. Under varje rubrik finns nedan angivet exempel på hur temat passar möjligheter till utveckling i Avesta kommun.

1) Outdoor Vår/Sommar/höst

Utvecklingspotential inom bl.a. cykel och vandring.

Förutom samarbete med Visit Dalarna finns också ett fortsatt samarbete med NeDa – där kommunen som möjliggörare genom medlemskap i NeDa och Leader ger entreprenörer möjlighet till utveckling och deltagande i Nedre Dalälvens starka affärsområden.

2) Outdoor Vinter

Utvecklingspotential för familjevänliga områden för längdskidåkning och slalom.

Ryggraden i temat för Visit Dalarna är alpin skidåkning, men man arbetar även mycket med långfärdsskridskor samt längdskidåkning.

3) Lugn och ro

Inom detta tema har entreprenörer möjlighet att utveckla produkter som syftar till att koppla ner och koppla av. En ny trend som kommer starkt och borde kunna utvecklas av entreprenörer även i Avesta.

4) Kultur och Livsstil

Här återfinns förutom de kommunala besöksmålen Avesta Visentpark och Verket med Avesta Art även det som brukar kallas entreprenörer inom ”kultur- och kreativa näringar”:

- Avesta kommun har genom Folkare Konstförening en Konstrunda av hög kvalitet.
- Dalapop, Avesta kommun är medlem åren 2019 – 2021
- Lokal mat: här finns flera starka entreprenörer, varav en del också återkommer årligen i Skördefesten i Södra Dalarna.
- Utveckling av Karlfeldtsgården

5) Evenemang

Evenemang har lyfts inom kommunen som ett intressant område att vidareutveckla. och bl.a. gjordes en förstudie inom Avesta2020 med Koppardalen som bas för evenemangsutveckling.

Lokala evenemang

Det är ofta lättare att förstärka redan befintliga större evenemang, startade och burna av ideella föreningar, än att starta nya och ”bryta ny mark”. Ofta ingår entreprenörer i dessa nätverk, och finns med i evenemangen utifrån ett kommersiellt perspektiv.

Ex: Skördefesten i Södra Dalarna, Konstrundan, Slånkvicku och Karnevalsloppet.

Flertalet mycket välbesökta lokala marknader och evenemang i ex Horndal, Åsgarn, Folkärna, Grytnäs genom aktiva föreningar samt bygdernas midsommarfirande.

Nya möjligheter kommer att finnas genom medlemskap med Dalapop.

6) Möten och affärsresor

Inom detta tema har entreprenörer möjlighet att utveckla produkter och marknadsföring tillsammans med Visit Dalarna. Här kan kommunen vara lyhörd för önskemål men genomförandet ligger i stor utsträckning på entreprenörer i samverkan med Visit Dalarna.

Strategi för Avesta kommun

Fokus och strategiska insatsområden

Det är viktigt att Avesta kommun tillsammans med Visit Dalarna fortsätter att arbeta långsiktigt med att utveckla stora och små besöksmål i kommunen samt bidra till nya besöksnäringföretag. Det geografiska läget tillsammans med närhet till stark infrastruktur, vägnät och järnväg, inkl. flygplats banar väg för detta. Entreprenörer på landsbygden har naturnära verksamheter och därmed möjlighet att utvecklas i takt med pågående trender; cykel, vandring, lokalproducerad mat, kultur- och naturupplevelser och möjlighet att erbjuda korttidsboende för dem som vill övernatta.

En satsning på besöksnäring är en satsning på ett breddat näringsliv.

En ny intressant potential är vad som kan utvecklas genom den förväntade etableringen av företaget Google i Horndal. På sikt kan detta förstärka ortens service och långsiktiga besöksnäring. Här gäller det att ha beredskap för nya potentiella utvecklingsområden.

- **Utveckling av besöksnäringen tillsammans med Visit Dalarna och entreprenörer.**

Avesta kommun arbetar aktivt med utveckling av de för Avesta relevanta temaområdena. Aktuella teman kan vara föränderligt över tid. Kommunen använder sig av den projektfinansiering och de processledare som finns tillgängliga inom Visit Dalarna, för att förstärka de aktuella områdena. Det är viktigt att vi är beredda att ta till oss av de nya arbetssätt och möjligheter som medlemskapet i Visit Dalarna möjliggör.

- **Fortsätt utveckling av de kommunägda besöksmålen.**

Avesta kommun fortsätter den långsiktiga utvecklingen av Verket/Avesta Art, Avesta Visentpark, Sportparken, Metropoolen samt kulturgården Karlfeldtsgården. Besöksmålen samverkar och utvecklas med stöd av Visit Dalarna när så är möjligt.

- **En öppenhet inför potentiella utvecklingsområden inom besöksnäringen.**

När nya utvecklingsbara områden inom besöksnäringen uppkommer, undersöks i första hand möjlighet till utveckling genom samverkan med Visit Dalarna. I andra hand driver Avesta kommun verksamheten i egen regi. Detta kan som exempel gälla nyheter inom kultur- och

kreativa näringar, eller oförutsägbara möjligheter med anledning av en förväntad etablering av företaget Google.

- **Avesta kommun verkar för publik-/besöksdragande evenemang och aktiviteter**

Utifrån perspektivet att en kommun som är attraktiv att bo i är attraktiv att besöka – kan mindre eller större, befintliga eller nya evenemang, ansöka om bidrag för uppstartskostnader, eller specifik utveckling. Bedömning görs vid varje enskilt fall.

Indikatorer under 2019–2022:

(ökning i %)

- 10% antal besökare Verket med Avesta Art
- 10% antal besökare av Avesta Visentpark
- 20% antal besökare av Metropoolen
- 10% antal dagbesök (22 836 år 2017) (= 14% av tot turismomsättningen 2017)
- 20% ökning antal kommersiella övernattningar
- 10% antal årssysselsatta (2017 = 93 årssysselsatta)
- 10% ökning av omsättning av utländsk turism i de kommersiella övernattningarna
- (2017 = 15 miljoner)

Indikatorerna mäts genom TEM, turistekonomisk modell.