

# AFFÄRSPLAN

VISIT DALARNA AB 2019







## VISIT DALARNA ABs AFFÄRSPLAN FÖR 2019

NÄR VISIT DALARNA BILDADES 2017 skapades en ny gemensam kraft inom besöksnäringen i Dalarna. Nu samlades personal och erfarenhet från sju organisationer för att ta sig an uppdraget att utveckla Dalarnas besöksnäring. Visit Dalarna ska vara den samordnande och ledande kraften för Dalarnas besöksnäring för att skapa bästa tänkbara förutsättningar för tillväxt och utveckling.

Under 2018 har ett stort fokus varit att samordna den nya organisationen för att få alla delar kring verksamheten, IT-system och ekonomi på plats. Samtidigt har vi jobbat hårt för att hitta ett effektivt arbetssätt och en gemensam kultur i bolaget. Det är ett ständigt pågående arbete som fortsätter under 2019 och där vi också behöver ta ytterligare steg framåt. En stabil grund är en förutsättning för ett framgångsrikt företag.

Med en stabil grund har vi också alla möjligheter att på bästa möjliga sätt ta oss an vårt övergripande uppdrag om att vidareutveckla besöksnäringen i Dalarna. Det gör vi bland annat via kommunikation och försäljning av hela Dalarna som destination och besöksmål, genom att göra Dalarna som destination attraktiv och skapa en längtan att besöka Dalarna.

Genom en stark lokal och regional förankring, via nationella och internationella utblickar, via kompetent personal och starka samarbeten kan vi leva vår vision:

*"Visit Dalarna är Norra Europas ledande destinationsbolag."*

Tillsammans gör vi Dalarna till en hållbar plats att leva på, bo och verka i – och självklart att besöka.

Jonas Rosén  
vd Visit Dalarna AB

## NUVARANDE SITUATION

*Besöksnäringens utveckling i Dalarna bygger på en lång tradition och tydlig utveckling.*

**1824** Den första turisten kommer till Falu Gruva.

**2007** Klustret Destination Dalarna bildas.

**2009** Projekt Visit Dalarna startas.

**2009** Destination Dalarna genomför "Visionsdagen" och fastlägger "Strategi 2020".

**2015** Näringsen och kommunerna tar initiativet till ett samgående av alla destinationsbolag.

**2017** Visit Dalarna AB får ett ansvar för hela Dalarna och genomför "Strategi 2030".

**2018** Strategi 2030 skall nu införlivas i Visit Dalarna ABs affärsplan.

**2018** Projekt för Hållbarhet, Digitalisering och Internationalisering.

**2018** Visit Dalarna – European Cluster Excellence Initiative Bronze label Certificate.

### Vår bransch

Det befintliga målet för besöksnäringen är att Sverige ska ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktigt konkurrenskraftig turistnäring, som bidrar till en hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i hela landet.

Besöksnäringen i Sverige blir allt viktigare för sysselsättning och ekonomisk tillväxt. 2017 omsatte näringen 137 miljarder kronor och hade 175 800 anställda på årsbasis. Näringsen är viktig också av andra skäl – inte minst för bilden av Sverige utomlands, för regional utveckling och som stöd för övrigt näringsliv.

Besöksnäringen är ett komplext system. Den är sammansatt av en rad branscher, tiotusentals småföretag, ett större antal mellanstora företag och några få riktigt stora. Vidare är den mer sammanlänkad och beroende av offentliga strukturer än de flesta andra näringar. En konstruktiv samverkan mellan privat och offentlig sektor är avgörande för näringsens utveckling.

Turism bygger på att människor förflyttar sig till olika platser, och redan i definitionen av turism finns därför det offentliga med i form av ansvaret för transportinfrastrukturen. Även på resmålet är besökaren beroende av att kunna transportera sig och att ta del av attraktioner och tjänster som är offentligt finansierade och hanttrade.

Sverige har en mycket stor potential att utvecklas som besöksland. Det mesta pekar på att den internationella turismen fortsätter att växa kraftfullt och att professionaliseringen av näringsen i termer av företagande,

finansiering och lönsamhet är bara i början av en utvecklingsprocess.

- Besöksnäringen i Dalarna har en stark position i Sverige.
- Besöksnäringen i Dalarna växer snabbare än Dalarnas totala näringsliv i förädlingsvärde, sysselsättning och antal företag.
- Sett till antal kommersiella gästnätter, inrapporterade till SCB, är Dalarna den 4:e största besöksdestinationen i Sverige.

| Region                  | 2017       |
|-------------------------|------------|
| Stockholms län          | 14 056 246 |
| Västra Götalands län    | 9 994 243  |
| Skåne län               | 5 855 285  |
| Dalarnas län            | 5 009 775  |
| Jämtlands län           | 3 047 851  |
| Kalmar län (inkl Öland) | 2 934 176  |
| Värmlands län           | 2 227 581  |
| Gävleborgs län          | 1 110 973  |
| Gotlands län            | 976 797    |

Källa: Tillväxtverket

## NUVARANDE SITUATION

### Vår omvärld – viktiga trender

- Genomsnittlig tid som besökaren stannar sjunker men besökarna spenderar å andra sidan mer pengar på kortare tid. Sammantaget ökar omsättningen. Över tid ökar kraven på produkten och tillgängligheten. På sikt behöver vi locka ännu fler gäster för att kunna fortsätta att öka omsättningen.
- Intresset för aktiviteter inom sport, evenemang, natur och kultur ökar.
- Digitaliseringen som trend påverkar alla företags utveckling.
- Det blir allt svårare att hitta utbildad och kompetent personal vilket bidrar till en urbanisering och i slutändan påverkan av destinationens attraktivitet.
- Hållbarhet är en nyckelfaktor för att attrahera nya besökare och att få invånare att känna stolthet.
- Intresset från internationella besökare ökar i Sverige. Dalarna har en tydlig produkt som efterfrågas starkt från bland annat Nederländerna.
- Campingintresset ökar nationellt och ställer allt högre krav på en anpassning av ”campingprodukten” ur olika perspektiv.

*Se vidare bilaga Kairos Future ”TrendWatch Dalarna 2016”*

### Dalarna

Det finns en stor samstämmighet om att Dalarna behöver jobba tätare tillsammans för att möta konkurrensen, nå målet om en dubblerad omsättning i besöksnäringen och tillvarata synergieffekter. Det finns också en stor insikt om behovet av att samla sig runt varumärket Dalarna.



## SYFTE

Visit Dalarna ska vara den samordnande och ledande kraften så att besöksnäringen får de bästa förutsättningar att fortsätta växa och utvecklas i Dalarna

### Våra kunder och intressenter

| Kund/intressent              | Vad                                                                                                              | Varför                                                                            | Hur                                                                                                                        |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Besökaren</b>             | skapa minnen för livet                                                                                           | så att de återvänder och rekommenderar Dalarna till flera                         | överträffa besökarens förväntningar                                                                                        |
| <b>Potentiella besökaren</b> | öka kännedomen och intresset för Dalarnas utbud                                                                  | för att driva till köp och besök                                                  | genom utvecklad kommunikation och digital tillgänglighet                                                                   |
| <b>Besöksnäringen</b>        | ge de bästa förutsättningar att fortsätta växa och utvecklas på ett hållbart sätt                                | så att näringen skall leverera de upplevelser som kunden efterfrågar              | i nära samverkan kring produktutveckling och nätverk                                                                       |
| <b>Markägarna</b>            | skapa delaktighet i utvecklingen                                                                                 | eftersom behovet av tillgång på mark för kommersiell användning ökar              | genom att skapa engagemang och forum för markägarfrågor                                                                    |
| <b>Kommunerna</b>            | besöksnäringen bidrar till en hållbar samhällsekonomisk utveckling                                               | så att Dalarna blir en attraktiv plats för att bo, leva och verka i               | genom en hållbar utveckling av besöksnäringen som skapar en attraktivitet för Dalarna                                      |
| <b>Visit Dalarna</b>         | tar ledarskapet för besöksnäringens utveckling (i Dalarna)                                                       | så att Dalarna kan fortsätta utvecklas till ett föredöme i destinationsutveckling | genom ett starkt engagemang i utvecklingsfrågor och att ständigt ligga i framkant och vara den drivande och aktiva kraften |
| <b>Dalarnas invånare</b>     | tillsammans med övriga aktörer arbeta för att Dalarna är en attraktiv och hållbar plats att leva, bo och verka i | så att alla invånare känner stolthet och är starka ambassadörer för Dalarna       | besöksnäringen bidrar till ökad livskvalitet genom arbetstillfällen och aktiviteter året runt                              |





## FRAMGÅNGSFAKTORER

Visit Dalarnas framgångsfaktorer bygger på att vi är kompetenta, lyhörda och innovativa i allt vi gör. Vi strävar efter att överträffa våra kunders och intressenters förväntningar för att Visit Dalarna ska vara den samordnande och ledande organisationen för en stark och hållbar besöksnäring i Dalarna.

### Kompetenta

Genom att hålla oss informerade om och utbildade i marknadens och branschens behov och möjligheter, dela med oss av vår kunskap och bjuder in till dialog kan vi bidra med vår kompetens för att fortsätta utveckla och lyfta besöksnäringen i Dalarna.

### Lyhörda

Genom att vi lyssnar aktivt fångar vi upp behov från besökare, näring och intressenter. Vi tänker och agerar utifrån-in och inifrån-ut och respekterar och bemöter allas synpunkter och behov. I vårt agerande med andra visar vi öppenhet och respektfullhet, en inkluderande attityd genom att vara transparenta, ärliga och generösa i vår kommunikation och i våra handlingar.

### Innovativa

Genom att verka för ett innovativt klimat, med utrymme för kreativitet och nyskapande idéer, bidrar vi till att lyfta utvecklingsprocesser, produkter och tjänster till en ny nivå. På så sätt kan Visit Dalarna och besöksnäringen ligga i framkant för att skapa förutsättningar för att Dalarna blir till norra Europas mest attraktiva besöksregion.



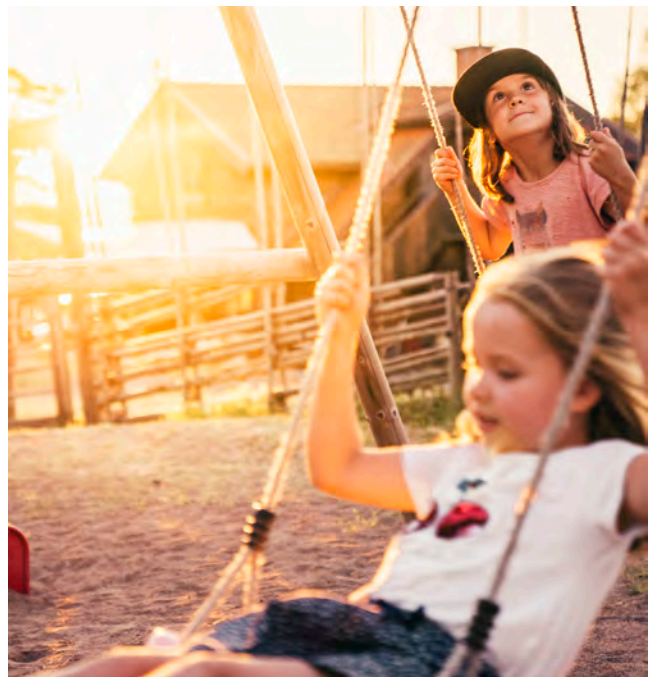
## MÅL & VISION

**Vision:** Visit Dalarna är Norra Europas ledande destinationsbolag

### Mål:

- Alla Dalarnas kommuner samt regionen samverkar med och drar nytta av Visit Dalarna.
- Rätt målgrupp besöker Dalarna (snittstanntiden ökar, konsumtionen lokalt ökar, mer hållbart).
- Besökaren till Dalarna upplever Visit Dalarna som lättillgängliga, kunniga, snabba och proffsiga i vårt bemötande. (Vi möter kunden där kunden befinner sig – online/offline.) Vår egen verksamhet är effektiv, hållbar och digitaliserad.
- Visit Dalarna ska vara en av Dalarnas mest attraktiva arbetsgivare

Allt vi gör, gör vi för att skapa bästa tänkbara förutsättningar för tillväxt och utveckling för Dalarnas besöksnäring.



## AKTIVITETER

Enl aktivitetsbilaga.

### Samverkan

Bolaget är i dag representerade i följande organisationer

- › Regionala nätverket – länsturismschefer + politik (Jonas och Lotta)
- › Tillväxtverkets nätverk – länsturistchefer (Lotta)
- › Styrgruppen centrumbildningen på Högskolan – CeTLer (Lotta)
- › Styrgrupp Visit Swedens kommunikationsstrategi för naturturism (Lotta)
- › Världsarvsrådet för Världsarvet Falun (Jonas)
- › Styrelsen för Beyond Skiing AB (Jonas)
- › Styrgrupp för Visit Swedens projekt RESA (Elisabet)
- › Styrgrupp för Entreprenörskapsrådet Dalarna (Lotta och Elisabet)

## KOMPETENSER

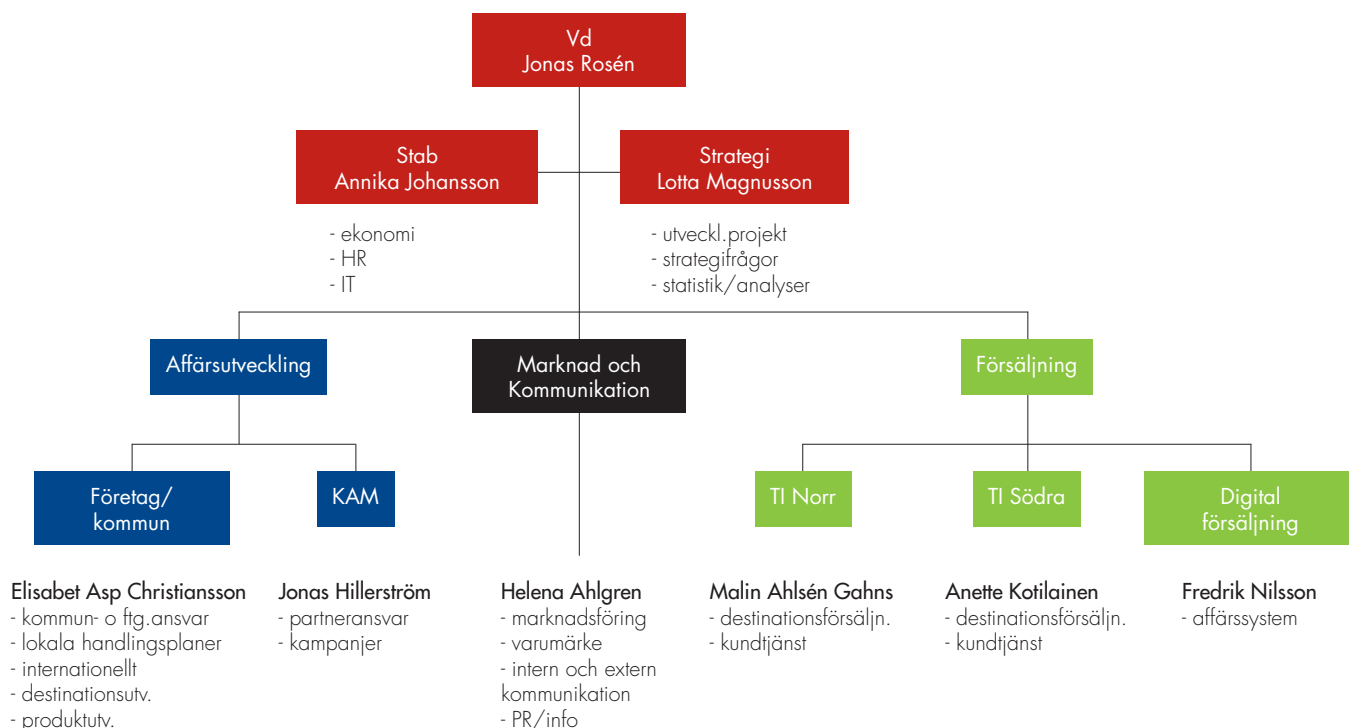
En kompetensinventering i bolaget kommer att genomföras i början av året. Egna och externa kompetenser kommer att identifieras och tillsättas löpande för att klara av Visit Dalarnas verksamhet. För att lyckas attrahera, utveckla och behålla rätt kompetens vill vi vara en av Dalarnas mest attraktiva arbetsgivare.



## ORGANISATION

Företaget leds av vd som tillsammans med ledningsgruppen ska säkerställa att bolaget når de mål som styrelsen fastställer.

För att skapa de möjligheter som vår utveckling kräver har Visit Dalarna organiserat sig i fyra verksamhetsområden. Strategisk utveckling, Affärsutveckling, Marknad och Kommunikation samt Tourist Informations.





## EKONOMISKA KONSEKVENSER

Till affärsplanen bifogas prognos 2019 samt budget 2019. Bolaget har en budgeterad kostnad om 48 mkr. Ersättningen från ägarna täcker 65 % av kostnaderna. Bolaget måste själv förtjäna 35 % av de budgeterade kostnaderna. Näringsen finansierar en stor del av bolagets marknadsbudget.

I budget ingår inte ekonomin för bolagets olika beviljade EU-projekt utan endast den ersättning som tillskrivs egen personal som arbetar med projekten. EU-projekten omsätter cirka 10 mkr årligen.

## UPPFÖLJNING

Affärsplanens aktiviteter och den ekonomiska prognosen följs upp vid ledningsgruppsmöten varje månad samt vid bolagets styrelsemöten.

Uppföljning av KPI:er:

- › Medarbetarnöjdhet
- › Partnernöjdhet
- › Ägarnas upplevelse av Visit Dalarna
- › Antal gästnätter
- › Omsättning
- › Varumärkeskännedom
- › Antal artiklar om Visit Dalarna
- › Nöjda besökare, NPS

### Bilagor:

Budget

Aktivitetslista

Dalarnas Besöksnäringstrategi 2030

Kairos Future "TrendWatch Dalarna 2016"





**VISIT DALARNA**

