

Näringsdepartementet

[n.registrator@regeringskansliet.se](mailto:n.registrator@regeringskansliet.se)  
[n.remissier.ff@regeringskansliet.se](mailto:n.remissier.ff@regeringskansliet.se)

Stockholm 2018-03-28

## **Remissyttrande; Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring (SOU 2017:95) (Ert ärendenummer N2017/07438/FF)**

Visita - Svensk besöksnäring är bransch- och arbetsgivarorganisation för stora delar av den svenska besöksnäringen. Visita samlar över 5 020 medlemsföretag med mer än 7 200 verksamheter runt om i landet, främst hotell, restauranger, caféer, nöjesrestauranger, cateringföretag, konferensanläggningar, spa, campingföretag, vandrarhem, skidanläggningar, nöjes- och djurparker, turistbyråer, turist- och eventföretag. Visita tecknar branschens kollektivavtal och är en medlemsorganisation i Svenskt Näringsliv. Som branschorganisation hjälper Visita företagen att växa och utvecklas och är besöksnäringens företrädare i politiska frågor. Visita ger företagen råd och biträde i fastighets- och nyttjanderättsliga frågor och förhandlingar.

### **Inledning**

- Visita välkomnar att utredningen har både bredd och djup eftersom besöksnäringen inte är *en* bransch utan består av olika delbranscher inom segmenten resa, bo, äta och göra. Förutom besöksnäringens alla små och stora företag finns också många offentliga aktörer som på olika sätt har till uppgift att antingen främja, marknadsföra, kunskapsutveckla eller på olika sätt reglera och kontrollera företagen. Utredningen har på ett föredömligt sätt illustrerat de komplexa sambanden mellan företag, branschorganisationer, civilsamhälle och offentliga aktörer. Det är första gången som turismens och besöksnäringens alla delar beskrivs så ingående i en helhet och utredningen blir därför ett viktigt dokument för det fortsatta utvecklingsarbetet.

- Visita har varit pådrivande för att få till stånd en sammanhållen besöksnäringspolitik. Utredningen ger goda förutsättningar för en sådan utveckling genom att den lyfter fram vad olika politikområden behöver göra och att det behöver ske sammanhållet. Vi önskar en bred politisk enighet i dessa frågor så att Sverige långsiktigt kan bygga upp en tydligare struktur för hållbar turism och växande besöksnäring.

- Utredningen innehåller många förslag och pekar ut många olika aktörer som ansvariga för olika delar. För att åstadkomma en sammanhållen politik som bidrar till hållbar turism och växande besöksnäring krävs långsiktighet och strategiska samarbeten på många olika nivåer. Det är mycket viktigt att processen får fortgå över flera mandatperioder och Visita hoppas att regeringen påskyndar arbetet genom att etablera ett nationellt besöksnäringensforum och ett sekretariat på Regeringskansliet redan innan höstens val.

## Sammanfattning av Visitas ställningstagande

- Visita ställer sig bakom utredningens samtliga förslag förutom att vi i dagsläget inte tar ställning till förslaget om ny nationell funktion för utveckling och innovation. Vi anser att den frågan behöver analyseras ytterligare och vi är beredda att diskutera frågan vidare när det föreslagna strategiarbetet har kommit igång.

- Av utredningens 50 förslag är det absolut viktigaste att starta med inrättandet av ett nationellt besöksnäringensforum med tillhörande sekretariat på Näringsdepartementet och att få igång processen med ett nationellt strategiarbete. Utifrån utredningens breda analys finns goda förutsättningar att bygga hållbara och konkurrenskraftiga strukturer för framtidens turism och besöksnäring.

- Utöver utredningens förslag vill Visita lyfta fram följande förslag som vi anser angelägna för att Sverige ska kunna utveckla hållbar turism och växande besöksnäring:

- Visita anser att ett kommande strategiarbete bör kopplas till målen i Agenda 2030 och de skärpta klimatmålen både globalt och nationellt. Visitas fem identifierade förslag för att minska koldioxidutsläppen bör inkluderas i det kommande utvecklingsarbetet.
- Smart samhällsbyggnad bör inkludera vad vi kallar besöksstrategiska analyser, dvs. att man tidigt inkluderar besöksnäringens behov vid både nybyggnation och vid större ombyggnader.
- Att storstadsturism och stadsutveckling inte glöms bort i kommande strategiarbete. Det är i städerna som lönsamheten och tillväxten är störst.
- Att bristen på kompetens är ett reellt hot för besöksnäringens möjligheter att utvecklas och växa och att bristyrken därför måste prioriteras, särskilt inom yrkesvux.
- Att Sverige prioriterar arbetet med flygets utmaningar både nationellt och globalt. Flyget är en förutsättning för turism och omställningen till fossilfria bränslen måste prioriteras.
- Att den sänkta momsen på naturguidning också bör omfatta all guidning oavsett vad som förevisas.
- Att gårdsförsäljning av egenproducerade alkoholhaltiga drycker bör tillåtas.
- De nio prioriterade förenklarna för företag inom besöksnäringen som vi redovisar i kapitel 14.

## 3. En samlad politik

### 3.3 Mål för politiken

Visita ställer sig bakom utredningens förslag till vision och övergripande politiskt mål som stämmer väl överens med Visitas syn på hur turism och besöksnäring bör utvecklas.

### 3.4 En nationell strategi för hållbar turism och växande besöksnäring

Visita är positiv till utredningens förslag om en nationell strategi för hållbar turism och växande besöksnäring. Det är mycket viktigt att en sådan strategi leder till effektivitetshöjning och optimering av resurser och klargör olika roller för både offentliga och privata aktörer. Av de nio tematiska områden som utredningen pekar ut är insatsområdena **digitalisering, kompetensförsörjning, utveckling/innovation/ forskning, tillgänglighet samt företagens villkor** särskilt viktiga för Visita eftersom våra företag står inför många utmaningar såsom

personalbrist, lönsamhet och förmågan att konkurrera på en global marknad. Viktigt också att kommande strategiarbete uppmärksammar och blir en vidareutveckling av näringens nuvarande strategi 2020 och den halvtidsutvärdering som gjordes 2015.

### 3.6. Nationellt besöksnäringens forum

Visita anser förslaget att koppla strategin till ett nationellt besöksnäringens forum och **ett sekretariat med Näringsdepartementet som huvudman är klokt men måste bygga på tvärpolitiskt samarbete så att myndigheter inom andra politikområden också får tydliga uppdrag som främjar turism och besöksnäring**. Strategin måste utvecklas utifrån näringens behov, med ett tydligt företags- och gästperspektiv och på ett sätt som förbättrar förutsättningarna för både små och stora aktörer inom besöksnäringens olika branscher. Därför är det viktigt att branschorganisationerna får möjlighet att påverka innehållet i strategin.

#### 3.6.2 Ny nationell funktion för utveckling och innovation

Visita har i dagsläget svårt att ta ställning till behovet av att etablera ett nationellt innovations- och utvecklingsinstitut med staten, regioner och besöksnäringen som gemensamma ägare. Vår näring verkar på en snabbt föränderlig marknad och det pågår forsknings- och utvecklingsinsatser i många olika forum som i olika avseenden relaterar till besöksnäringen. **Vi vill därför inte i dagsläget ta ställning till något av de alternativ som utredningen föreslår när det gäller bildandet av en ny utvecklingsfunktion**. Om regeringens strategiarbete kommer igång på ett bra sätt öppnas möjligheter för branschens aktörer och företag att kliva in i mer formaliserade samarbeten.

#### 3.6.3 Besöksnäringens myndighetsgrupp

Visita ställer sig bakom förslaget att ge Tillväxtverket ett stärkt mandat att samordna, leda och återrapportera arbetet i besöksnäringens myndighetsgrupp men att **uppdraget ska kompletteras med skrivningar i respektive myndighets regleringsbrev så att samverkan är tydligt förankrad på ledningsnivå i dessa myndigheter**. Det bör vara en uppgift för ett kommande sekretariat på Näringsdepartementet att se till att sådana skrivningar kommer in i övriga myndigheters regleringsbrev.

#### 3.6.4 Etablering av en starkare samverkansarena för näringslivet

Visita ställer sig bakom förslaget av en stärkt samverkansarena. Visita och Svensk Handel har ett väl fungerande samarbete inom ramen för Svensk Turism AB men också som medlemsorganisationer i Svenskt Näringsliv samt i frågor som rör stads- och platsutveckling inom ramen för Svenska Stadskärnor. Tillsammans är vi stora delar av besöksnäringen men inte hela. Visita ser positivt på att transportsektorns alla delar, evenemangs- och mötesindustrin samt verksamheter inom kultur- och natur, stads- och platsutveckling tydligare knyter an till turism och bidrar med sina delar. Ett stärkt samarbete mellan alla dessa parter ökar behovet av en tydligare organisering också på den offentliga sidan. Både nationellt, regionalt och lokalt.

## 4. Besöksnäringen – en del av ett hållbart samhällsbygge

Visita ställer sig bakom utredningens förslag om att ge Tillväxtverket ett tydligare uppdrag inom kunskapsområdet hållbar utveckling inom turism och besöksnäring, inklusive definitioner och metoder för mätning och uppföljning av hållbarhetskriterier i turism. Hållbarhetsfrågorna behöver följas och mätas ur alla tre perspektiven – ekologiskt, socialt och ekonomiskt. Viktigt därför att uppdraget åtföljs av tillräckliga resurser.

Visita stöder utredningens förslag att utveckla samverkansstrukturer och ansvarsfördelning för arbetet med turism och besöksnäring i Stockholms län. Övriga storstadsregioner har en stark regional samverkan vilket är lika viktigt i Stockholmsregionen där många av våra medlemmar verkar. Storstadsturismen är en magnet som har potential att utvecklas ännu mer i samspel med den omgivande regionen.

Visita stöder också utredningens förslag att utveckla en pilotsatsning för hållbar destinationsutveckling genom samarbete mellan stad och landsbygd. Måltidsturism är ett område som väl lämpar sig för ett sådant samarbete men bör också kopplas till både natur- och kulturturism.

#### 4.2 Agenda 2030 och ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet

Visita bejakar målen i Agenda 2030 och de skärpta klimatmålen både globalt och nationellt. Vi är trygga i att vi mycket snabbare kan effektivisera vår verksamhet och ställa om till förnybart än vad många andra branscher kan. Visita ser att Sverige som besöksmål blir mer attraktivt ju högre upp på agendan klimat- och miljöfrågorna hamnar. Mycket av den omställning som behöver ske kan ta avstamp i besöksnäringen där det finns betalningsvilja för hållbarhet som andra delar av samhället kan dra nytta av.

Besöksnäringen har gemensamt satt upp målet att fördubbla omsättningen mellan 2010-2020 och förväntas nå målet med några års fördröjning. Om vi inte ska öka vår klimatpåverkan så måste vi därmed minska utsläppen per krona. Eftersom besöksnäringen vill bidra till Sveriges samlade klimatmål, inte vara en belastning, så ska vi göra långt mer än så. Visita har identifierat fem förslag för att minska koldioxidutsläppen från besöksnäringen:

- **Stanna längre, upplev mer.** Det globala resandet bedöms öka med tre procent per år fram till 2030, samtidigt som 40 procent av turisterna bara stannar i Sverige över dagen. Att få besökaren att stanna längre är en viktig del i att öka lönsamheten samtidigt som det klimat- och miljömässiga fotavtrycket per besökare minskar.
- **Semestra nära.** Sverige som besöksland bör också rikta sig mer till de som bor i Sverige – ju fler inhemska gästnätter, desto mer pengar stannar i Sverige, och desto lägre blir klimatpåverkan av fördubblingsmålet.
- **Gör det lätt att välja rätt.** För besökaren i Sverige måste det vara enkelt och självklart hur man kan resa, bo, äta och uppleva klimatsmart. Informationen måste finnas tillgänglig, det ska gå enkelt att boka och de hållbara alternativen ska inte ses som separata alternativ utan som självklarheter.
- **Gemensamma klimat- och miljömål för branschen.** Det finns gott om exempel på klimat- och miljövänliga lösningar, men det krävs att fler skalas upp för att göra verklig skillnad. Gemensamma mål för besöksnäringen skulle både gynna miljön, klimatet och inte minst ena näringen gentemot andra aktörer.
- **Mer effektiva och klimatsmarta transporter.** För att branschen ska bli hållbar på riktigt måste även resan till och från destinationen eller upplevelsen beaktas. Att främja tåg, resor med buss och fossilfri bil, kortare flygsträckor och flyg på fossilfria bränslen är att bidra till en verkligt hållbar besöksnäring. Dessutom ger det framtida konkurrensfördelar och ökar möjligheterna att nå miljömålen.

Visita deltar i Svenskt Näringslivs arbetsgrupp för hållbarhet som just nu arbetar aktivt med Agenda 2030. Arbetsgruppen har diskuterat Sveriges största utmaningar och möjligheter i Agenda 2030-arbetet och landat i tre huvudutmaningar för Sverige:

- **Utanförskap;** Hur vi bryter utanförskapet hos vissa grupper, och framförallt underlättar deras möjligheter att komma in på arbetsmarknaden.
- **Kompetens och innovation;** Hur Sverige stärker kvaliteten i skolan, och arbetar med livslångt lärande, samt utvecklar kreativa och högkvalificerade innovationsmiljöer.
- **Konkurrenskraft;** Hur Sverige utvecklar sin konkurrenskraft så att företag kan växa och konkurrera i Sverige och på världsmarknaden. Administrativa hinder för företagande minskas, exempelvis tillståndsprocesser, balanserade svenska krav och särregler.

Att Svenskt Näringsliv landat i huvudutmaningar som handlar om social och ekonomisk får inte ses som en nedprioritering av miljömässig hållbarhet. Sverige ligger långt framme och har politik och regelverk på plats i den nationella miljöpolitiken och arbetar aktivt för att nå de globala miljömålen. Sveriges utmaningar när det gäller utanförskap är emellertid ett växande problem. Besöksnäringen är en av få branscher som verkligen bidrar till integration, både genom att vi anställer personer med utländsk bakgrund men också för att sex av tio företagare inom hotell och restaurang är födda utomlands. Kompetens och innovation är också centrala frågor om Sverige ska kunna bidra till samtliga mål i Agenda 2030 och vi behöver starka, konkurrenskraftiga företag som kan erbjuda hållbara produkter och tjänster på världsmarknaden.

#### 4.3 Smart samhällsbyggnad – smarta städer och smarta landsbygder

Levande, attraktiva städer hänger mycket nära samman med en stark besöksnäring. Våra företag etablerar sig på platser som människor vill besöka men också där människor vistas och verkar. Vice versa lockar våra verksamheter till sig besökare och förstärker därmed bilden av levande, attraktiva platser. Visita samverkar med flera viktiga aktörer inom ramen för Svenska Stadskärnor, en icke vinstdrivande organisation som jobbar aktivt för att stärka städer och orter runt om i landet. Varje år delar Svenska Stadskärnor ut priset Årets Stadskärna som bidrar till att stärka vi-känslan och samarbetet i både mindre och större orter runt om i landet. Smart samhällsbyggnad innebär att alla intressenter måste samverka och gemensamt agera för att hantera frågor som rör stadsmiljö, tillgänglighet, renhållning, trygghet och marknadsföring. Visita välkomnar utvecklingen av en politik för hållbara städer och ser fram emot en strategi för Levande Städer. Stadsmiljöer som erbjuder alla människor tillträde till gator och torg, blandade med gröna miljöer är idealiska för besöksnäringens företag. Samtidigt måste logistiken i form av varutillförsel, sophantering osv. till och från våra anläggningar fungera smidigt och våra besökare måste kunna ta sig till olika stadsdelar på ett smidigt och hållbart sätt. Smart samhällsbyggnad måste inkludera näringslivets aktiva medverkan så att viktiga funktioner tillgodoses både vid nybyggnad och ombyggnad i olika stadsdelar. Visita anser att städerna i sin planering bör genomföra vad vi kallar besöksstrategiska analyser, dvs. att man tidigt inkluderar besöksnäringens behov vid både nybyggnation och vid större ombyggnader.

#### 4.4 Olika täthet ger olika förutsättningar

Det är uppenbart att besöksnäringen har lättare att utvecklas i täta miljöer. Men turismen har möjlighet att utvecklas också i lands- och glesbygd om det finns tillräckligt attraktiva reseanledningar som t.ex. natur-, kultur- eller måltidsturism. Klusterbildning där företagen

samarbetar har större möjligheter att tillgodose besökarnas önskemål och därmed öka förutsättningarna att skapa en efterfrågan.

#### 4.7 Samhällsplanering och turism

Visita stöder utredningens bedömning att kommunernas översiktsplanering behöver utvecklas för att också fylla behoven för utveckling av turism och besöksnäring. Vi stöder också bedömningen att Boverket bör involveras i myndighetssamverkan i Besöksnäringens myndighetsgrupp.

Frågor som rör fysisk planering är mycket viktiga för besöksnäringen vars verksamheter är platsbundna. I många fall är våra önskemål desamma som för övrigt näringsliv men turismen gör att ytterligare dimensioner kopplas på som handlar om att inte bara planera för de egna invånarna utan också för besökarna. Som utredningen konstaterar behöver vi utveckla samhällsekonomiska analyser och beräkningsmodeller som också utgår från turism. Det är viktigt att den utredning om översiktsplanerna som nu pågår också tar med turismens och besöksnäringens perspektiv i kommande förslag.

#### 4.8 Aktörssamverkan i storstäderna

Visita är positiv till att det regionala samarbetet för besöksnäringens utveckling i Stockholm är under utveckling, liksom det regionala samarbetet för tillväxtfrågor. Stockholmsregionen är mycket viktig eftersom cirka 35 procent av hela näringens omsättning sker i denna region. En fortsatt strategisk samverkan för hela Stockholmsregionens turism och besöksnäring behöver utvecklas.

#### 4.9. Besöksnäringen som länk mellan stad och landsbygd

Visita delar utredningens bedömning att kopplingen mellan besöksnäringen i städer och landsbygder behöver utvecklas. Vi stöder därför förslaget att ge Tillväxtverket uppdrag och resurser att utveckla en pilotsatsning på Hållbar destinationsutveckling genom samarbete mellan stad och landsbygd. **Visita anser att pilotsatsningen bör utvecklas inom ramen för en kommande nationell strategi och därmed bli en konkret insats inom ramen för strategin.**

### 5. Digitaliserad besöksnäring med fokus på delnings- och plattformsekonomin.

Visita stöder utredningens förslag som innebär tvärsektoriella uppdrag till myndigheter och aktörer med ansvar för innovation, konsumtion och konkurrensfrågor. För Visitas del är frågor som rör konsument och konkurrens särskilt viktiga då vi anser att plattformsekonomin kommersiella företag håller på att skapa sig en monopolliknande ställning och därmed hindrar konkurrens på lika villkor.

#### 5.4.2 Delnings- och plattformsekonomi

Den snabba digitala utvecklingen skapar nya möjligheter för besöksnäringen men innebär också utmaningar. Digitaliseringen påverkar vår näring på bred front. Vi måste hänga med och utveckla kompetensen hos både personal och ledning. Det handlar också om behovet av en stabil digital infrastruktur oavsett var i landet våra företag verkar. Det handlar också om något så grundläggande som att det faktiskt inte finns digitala affärssystem på marknaden som är fullt

anpassade till vår bransch vilket beror på att vi anses för små. Marknadens befintliga affärssystem är främst anpassade till producerande industri.

Visita anser att det är viktigt att skilja på delningsekonomin och plattformsekonomin. Delningstjänster handlar om att utnyttja resurser på ett effektivt och hållbart sätt vilket vi givetvis välkomnar. Uthyrning av privat boende har alltid funnits som ett bra komplement till hotellverksamheten och gynnar inte minst turism i landsbygd där efterfrågan varierar och därför kräver flexibla lösningar och erbjudanden.

Plattformsekonomin däremot handlar om utvecklade tjänster som drivs kommersiellt. En utveckling där stora internationella plattformar i kraft av sin ekonomiska styrka och sina marknadsföringsresurser kan dominera en marknad som mellanhand mellan leverantör och kund måste motverkas. Hotellens och restaurangernas beroende av digitala plattformar ökar och därmed får plattformarna också ett allt större inflytande över företagets affärer. Konkurrenshinder i form av så kallade **Rate Parity-klausuler** innebär att företagen inte får erbjuda lägre pris via sin egen hemsida än det som gäller på bokningsplattformarna. Detta skapar stora problem för besöksnäringen. Ett annat problem är att bokningsplattformarna **bedömer och rankar företag utifrån plattformens intäkter från företaget**, inte utifrån kvalitet eller kundpreferenser. **Att objektivt granska och utvärdera hur plattformarna fungerar är något som Visita välkomnar och ser ett stort behov av.**

## 5.5 Digital ledning

Utredningen lyfter fram möjligheterna att förenkla för företagen genom digitaliserade tjänster från offentliga myndigheter. Det är ett område som Visita anser är mycket angeläget. Digitaliserade tjänster behöver utvecklas för både tillsyns- och främjandemyndigheter på lokal, regional och nationell nivå. Digitala verktyg är just verktyg. Det viktiga är hur man väljer att använda dem. Digitaliseringen kan bidra till att analysera befintliga processer och göra dem mer effektiva och ändamålsenliga. Det handlar förstås om att utforma tjänsterna på ett ändamålsenligt sätt. Uppgiftslämnande är ett område som har stor potential att utvecklas mycket mer effektivt och förenklat ur företagets perspektiv (se vidare under kapitel 14).

Ett annat område som Visita anser har potential att utvecklas och bli mer konkurrenskraftigt genom digital ledning och samverkan handlar om destinationernas erbjudanden – både tematiska och geografiska. Paketering och marknadsföring av destinationer i strategiskt utvalda kanaler under besökarens planeringsfas och under själva resan gynnar alla besöksnäringens företag. Visita kan konstatera att kunskap och resurser för strategisk, digital marknadsföring behöver stärkas på många håll om vi vill utveckla hållbar turism och växande besöksnäring.

## 6. Kompetensförsörjning

Besöksnäringens största utmaning handlar om att kunna tillgodose vår växande närings behov av kompetent personal både på kort och lång sikt. I rollen som företrädare för arbetsgivare har vi givetvis ett stort ansvar för kompetensförsörjningen och Visita arbetar aktivt för att medvetandegöra och öka kunskapen hos företagen. Med den starka tillväxt som sker i besöksnäringen så behöver vi också kunna premiera duktiga medarbetare i akt och mening att de stannar kvar och utvecklar branschen. Det finns fördomar och okunskap om besöksnäringen som vi vill bryta. Vuxna som vill byta karriär, ungdomar, föräldrar, studie- och yrkesvägledare behöver alla få veta att det finns goda möjligheter till karriärutveckling i vår näring. Visitas

långsiktiga kampanj ”Världens jobb” är en insats för att locka fler unga till en utbildning och framtid inom besöksnäringen. Men behoven är akuta och omfattande. **Därför är det mycket viktigt att arbetsmarknads-, utbildnings- och näringsdepartementen samarbetar utifrån ett ökat fokus på arbetsgivarnas/ företagens behov när det gäller långsiktig kompetensförsörjning.**

Visita stöder utredningens uppfattning att frågan om kompetensförsörjning i besöksnäringen inte kan mötas genom enkla och snabba lösningar. Tvärtom är behoven komplexa och kräver övergripande analys och ett helhetsgrepp som omfattar utbildning på många nivåer och med en bredd av inriktningar.

Inför dialogforum i mars 2017 gjorde Svensk Turism, Visita, Svensk Handel, Transportföretagen, HRF och Handelsanställdas förbund en gemensam kartläggning av utmaningar och möjligheter för rekrytering och utexaminering av elever på relevanta gymnasieutbildningar högskolor och yrkeshögskolor samt identifierade vilka delar som branscherna, regeringen och myndigheter kan påverka. **Denna menar vi kan tjäna som grund i det fortsatta arbetet med frågorna.**

Det är väsentligt att utbildningssystemet möjliggör karriärvägar för befintliga medarbetare likväl som för yrkesväxlare, nyanlända och unga vuxna. Dörrarna i utbildningssystemet måste vara så öppna som möjligt. **Utbildningar mot bristyrken behöver prioriteras, särskilt viktigt är detta för yrkesvux.**

Utredningen nämner frågan om **validering för att fastställa yrkeskompetensen** hos nyanlända. Visita anser att validering **kan användas bredare** än så. I framtiden kommer validering att bli ett viktigt verktyg för att bedöma och erkänna kunskaper och erfarenhet från både det formella, informella och icke formella lärandet. Validering underlättar rörlighet på arbetsmarknaden och kan även förkorta utbildningstiden. Det är viktigt att nationellt fastställda strukturer och riktlinjer för validering utformas och förtydligas i syfte att öka tillgänglighet. I detta avseende har valideringsdelegationen ett stort ansvar.

## **6.5 Utbildningar och utbildningsnivåer**

Visita stöder utredningens bedömning att utbildningsplatser inom vuxenutbildning och insatser inom arbetsmarknadsutbildningar blir allt viktigare. Vi stöder också bedömningen att ett större inslag av arbetsplatsförlagd utbildning även på akademisk nivå skulle gynna både studenterna och öka företagens vilja att anställa akademiskt utbildade personer.

### **6.5.1 Yrkesutbildningar på gymnasienivå**

Den gymnasiala yrkesutbildningen är central för besöksnäringens kompetensförsörjning. Den är särskilt viktig för våra yrkesutgångar på RL- och HT-gymnasieprogrammen. Gymnasiets yrkesprogram har under flera år haft ett minskat antal sökande elever. Detta har uppmärksammats nationellt av både den nuvarande och förra regeringen. En särskilt oroande konsekvens för vår bransch är bristen på kockar men även den ökande bristen på serveringspersonal.

Visita har under flera år långsiktigt arbetat med kompetensförsörjningsfrågan och den är fortsatt en av våra viktigaste frågor de kommande åren. Visita har tagit initiativ till kampanjen ”Världens Jobb” i syfte att nå elever, föräldrar och studie- och yrkesvägledare. Visita har även tagit initiativ till en kocktävling för högstadiееlever. Visita föreslår att yrkesprov införs som en obligatorisk del av gymnasiets yrkesprogram. Visita kommer i framtiden även att se över



möjligheterna för en branschcertifiering av skolor med RL och HT inriktning. **Visita anser i anslutning till detta att Skolinspektionen behöver utökade resurser för att kunna bedöma yrkesskolornas kvalitet, då med fokus på ”learning outcome”.**

### 6.5.3 Yrkesvux

Visita anser att det måste finnas fler möjligheter till yrkesväxling senare i livet och att lättare kunna förflytta sig i utbildningssystemet, speciellt mellan olika utbildningsformer, och att då kunna tillgodoräkna sig det man har med sig i bagaget. Allt för att underlätta för individen att snabbt komma ut i arbetslivet.

Yrkesutbildning för vuxna är en central del av hotell- och restaurangbranschens kompetensförsörjning tillsammans med gymnasieskolan. I denna utbildningsform fångas flera viktiga målgrupper upp såsom ungdomar som läst studieförberedande program, vuxna som av olika skäl vill yrkesväxla och nyanlända. En fortsatt utbyggnad av kommunal vuxenutbildning är angelägen och **Visita anser att bristyrken skall prioriteras vid dimensionering.**

### 6.5.4 Yrkeshögskolan

YH utbildningar är liksom de gymnasiala yrkesutbildningarna viktiga för besöksnäringen. YH erbjuder en tydlig progression för våra gymnasiala yrkesutgångar. Visita anser att vid tilldelning av utbildningsplatser skall **hänsyn i större utsträckning tas till att besöksnäringen är en växande bransch med stora behov av eftergymnasiala kunskaper.** Då besöksnäringens företag är spridda över hela landet och även i glesbygd är det viktigt att **YH utbildningar på distans kan utvecklas och prioriteras.**

### 6.5.5. Högskole- och universitetsutbildningar

Visita anser att utvecklingen av hållbar turism och växande besöksnäring är direkt avhängig en stärkt tillgång på kompetens från både grund- och akademisk nivå. Det handlar dels om utbildningsprogram med tydlig inriktning mot hospitality och turism men också om att de utmaningar och **frågor som uppstår kring turism och besöksnäring behöver komma in i andra utbildningar som t.ex. juridik, affärsutveckling, stads- och samhällsplanering.** Det handlar också om att hitta nya samverkansformer mellan näringen och akademien. Satsningar på utbildning och kunskapsutveckling på akademisk grund-, avancerad och forskarnivå (SeQF nivå 6,7 och 8) är viktiga för branschens framtida status och attraktivitet.

Utredningen hänvisar till studier som pekar på att högre utbildningar med inriktning mot gastronomi, måltidskunskap och hospitality är mycket gångbara på arbetsmarknaden medan utbildningar riktade mot turism inte är lika attraktiva hos företagen. Visita vill också lyfta fram att det bara finns ett fåtal branschrelevanta managementutbildningar på högre nivå vid svenska lärosäten. Med hänsyn bland annat till den globala efterfrågan och konkurrensen, hållbarhetsaspekterna och den digitala utvecklingen råder **ett allt större behov av branschanpassade ledarskapsutbildningar på kandidat- och mastersnivå.**

### 6.7 Kompetensutveckling i företagen

Utredningen föreslår att insatser för strategisk kompetensutveckling behöver utvecklas i företag och organisationer inom naturturism, kulturturism, måltidsturism, evenemang och möten. Visita anser att mindre aktörer inom hotell, restaurang, transport och handel har samma behov som grupperna ovan och bör därför också uppmärksammas i kommande insatser. Vissa kunskapsinsatser såsom digitalisering, paketering, marknadsföring, affärsutveckling och företagande bör kunna vara gemensamma medan andra delar blir specifika för den aktivitet eller det tematiska område där företaget är verksamt. Vi vill också poängtera att sex av tio

företagare inom hotell och restaurang är födda utomlands vilket bör uppmärksammas när man utvecklar insatser för kompetensutveckling.

### **6.8 Kompetens om besöksnäringen i det offentliga systemet**

Visita stöder förslaget om kompetensutvecklande insatser kring besöksnäringens struktur och villkor för myndighetsutövare som arbetar med tillstånd och tillsyn på lokal, regional och nationell nivå. Här vill vi att erfarenheter från projektet ”Tillväxt och Tillsyn” ska tas tillvara. Förutom frågor som rör regelverk och tillsyn finns en rad andra myndigheter och offentliga aktörer på nationell, regional och lokal nivå som i sina roller behöver få bättre kunskap om turism och besöksnäring. Myndigheter och aktörer inom kultur/kulturarv, naturvård, skogsvård, jordbruk, trafikplanering, stads- och platsutveckling behöver få ökad kunskap om den växande turismen och besöksnäringen. Det handlar också om ökad kunskap inom utbildningsväsende och forskning liksom hos offentliga finansiärer och företagsrådgivare.

När det gäller kompetensutveckling av aktörer som arbetar med destinationsutveckling är vår ståndpunkt att det blir alltmer tydligt att kompetensen för att utveckla städer, platser och destinationer behöver professionaliseras. Sveriges centrumutvecklare har skapat yrkeskoder för personer som arbetar med centrumutveckling. En liknande identifiering av turistinformation- och destinationsyrket borde kunna utvecklas. Det finns dessutom tydliga kopplingar mellan verksamheter som ansvarar för stads- och platsutveckling och verksamheter som ansvarar för destinationsutveckling. Visita ser gärna en vidareutveckling av dessa kompetenser som behövs för både lokalbefolkning och besökare. Insatser och utbildningar som ökar kunskapen om turism och besöksnäring för dessa yrkesgrupper skulle till stor del kunna utvecklas gemensamt.

## **7. Utveckling, innovation och forskning**

Visita ställer sig bakom utredningens samtliga förslag i kapitel 7. Besöksnäringen har stor potential att skapa värde och bidra till hållbar utveckling i hela landet. Ökad innovationsförmåga kommer att stärka vår konkurrenskraft och skapa förutsättningar för långsiktig och hållbar tillväxt.

Utredningen pekar i detta kapitel på att det offentliga kunskaps- och innovationsstödsystemet fortfarande har svårt att bedöma och därmed stödja utveckling och innovation inom besöksnäringen. Detta trots att begreppet innovation idag omfattar betydligt mer än bara teknisk produktutveckling. Det handlar om produktinnovation, processinnovation, marknadsinnovation och organisatorisk innovation vilket gör att besöksnäringens intressanta korskopplingar mellan ”resa, bo, äta och göra” borde ha goda förutsättningar att ta del av innovationsstöd för hållbar utveckling.

### **7.1.4 Innovation i besöksnäringens företag**

Visita stöder utredningens bedömning att nationella och regionala insatser för innovation i högre grad behöver riktas direkt till företagen i besöksnäringen för att stärka deras innovationsförmåga. Dels behöver befintliga forsknings- och innovationssystem föra in sina resultat och kompetenser i besöksnäringen men också skapa ny forskning utifrån den växande turismen och besöksnäringens behov. Digitalisering, robotisering, artificiell intelligens, nanoteknologi osv. kommer att förändra strukturer och arbetssätt i hela samhället och därför är det nödvändigt att också analysera förändringarna ur ett turism- och besöksnäringssperspektiv. Omvänt är besöksnäringens kunddrivna tjänster och upplevelser intressanta för att förstå utvecklingen av nya konsumtionsmönster, resande och sociala värden.

### **7.1.5 Utvecklingsprocesser på regional och lokal nivå**

Utredningen pekar på att de resurser som i dagsläget finns för att utveckla turism och besöksnäring i första hand är lokala och regionala projekt inom ramen för Tillväxtverkets och Jordbruksverkets uppdrag. Problemet med processerna är att det inte finns någon samlad kunskap om alla initiativ och därmed inte heller någon kunskap om i vilken utsträckning de verkligen bidrar till utveckling och innovation i besöksnäringens företag. Enligt utredningen genomförs årligen projekt med medel från EU, nationellt och regionalt om sammanlagt 500 miljoner kronor riktade mot turism/besöksnäring (sid 76). Visita får signaler från flera håll om en utbredd ”projekt-trötthet” hos små företag vilket tyder på att resurserna borde användas mer strategiskt och långsiktigt. Det är angeläget att både goda och dåliga erfarenheter och lärdomar från EU- och regionala projekt förs vidare så att utvecklingsarbetet blir så bra som möjligt. Projekten ska inte gynna utveckling av konsulter och projektledare utan ska bidra till att skapa en fungerande infrastruktur för turism och besöksnäring, i landsbygd såväl som i städer. Därför stöder Visita utredningens förslag att låta Tillväxtanalys utvärdera hur befintliga och nya insatser når företagen och stärker deras innovationsförmåga.

### **7.2 Forskning**

Forskning, innovation och utveckling är helt nödvändigt om vi vill att besöksnäringen ska utvecklas hållbart och behålla sin konkurrenskraft. Vi delar utredningens bedömning att en samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring i högre grad än idag behöver inkludera främjande genom forskningspolitik. Vi tillstyrker betänkandets samtliga förslag i kapitel 7 och att det offentliga innovationsstödssystemet, genom bland andra Vinnova, Formas och RISE AB, utvecklar arbetssätt för samverkan med besöksnäringen och strategiska insatser för kunskapsutveckling som främjar besöksnäringens innovationsförmåga och utveckling.

## **8. Data, statistik och analys**

Visita stöder utredningens samtliga förslag i kapitel 8 under förutsättning att Tillväxtverket får de resurser som krävs för att ansvara för den nationella turismstatistiken. Det är viktigt att utveckla metoder som kan följa upp och utvärdera insatser och deras effekter ur ett företagsperspektiv. Visita bearbetar och förädlar statistik kopplad till branschen från olika källor. Vi gör det för att stödja våra medlemmar i deras verksamheter och öka vår gemensamma kunskap om branschen. Det gör att vi kan bedriva ett seriöst och underbyggt påverkansarbete.

### **8.5 Digitala möjligheter**

Visita anser att det finns goda förutsättningar att nyttja digital teknik i turismstatistiken så att uppgiftslämnandet för företagen blir enkelt, effektivt och samordnat. Allt som förenklar uppgiftslämnande för våra företag är positivt.

### **8.6 Mätning och uppföljning av hållbarhet**

Visita stöder utvecklingen av metoder för mätning och uppföljning av hållbar turism och besöksnäring som kan kopplas till UNWTO:s och UNSD:s pågående arbete. Besöksnäringen behöver kunskapsunderlag för att kunna mäta och följa hållbarhetsarbetet ur alla tre perspektiven – miljömässigt, socialt och ekonomiskt. Ett sådant perspektiv knyter också an till målen i Agenda 2030.

### **8.7 Regional och kommunal statistik**

Tillgången till objektiv och långsiktigt jämförbara data och statistik som både omfattar turism (dvs. konsumtionen) och besöksnäringen (service- och tjänsteproduktion) är viktig för att vi ska kunna följa utvecklingen och förstå var olika insatser gör som mest nytta både nationellt,

regionalt och lokalt. Alla delbranscher inom turism/besöksnäring måste kunna förlita sig på att den statistik som tas fram är relevant och användbar. Vi stöder därför utredningens bedömning att det behövs regionala data som är samordnad och därmed i möjligaste mån jämförbar mellan regioner och möjlig att härleda på nationell nivå.

## 9. Trafikutbud och transporter

Trafikutbud och transporter är grundläggande för turismen som bygger på människors resande till en plats. Utan hållbara, säkra och effektiva transporter fungerar inte turismen och besöksnäringen kommer inte kunna fortsätta växa. Det är en stor utmaning att den ökande turismen runt om i världen idag står för runt 5 procent av de globala utsläppen av koldioxid. Transporterna är den stora utmaningen för hållbar turism. Sverige måste därför skyndsamt utveckla hållbara alternativ inom alla transportslag.

Visita stöder samtliga förslag i kapitel 9 och vill gärna bidra genom att föra en dialog med myndigheterna inom SOFT (omställningen av svenska transportsektorn till fossilfrihet), kollektivtrafikmyndigheterna, Trafikverket och Tillväxtverket för att kunna möta klimatutmaningarna och utveckla hållbara transporter som tillgodoser turismens behov. Besökarnas medvetenhet om resandets klimat- och miljöpåverkan ökar och allt fler resenärer väljer resmål och upplevelser med hållbarhet i åtanke. Sverige måste därför utveckla trovärdiga och långsiktiga lösningar för alla transportslag och vi måste samarbeta strategiskt och konsekvent för att samma utveckling ska ske på global nivå.

Besöksnäringen måste arbeta brett för att bidra till en positiv förändring. Visita har identifierat fem sätt att få ner koldioxidutsläppen i samband med turism:

- Stanna längre, upplev mer
- Semestra nära
- Gör det lätt att välja rätt
- Gemensamma klimat- och miljömål
- Mer effektiva och klimatsmarta transporter

Utöver utredningens förslag vill vi lämna några ytterligare kommentarer om de olika transportslagen som dessutom måste fungera väl tillsammans för att underlätta hela resan för besökaren.

### **Flyg**

Flygets utmaningar är globala och flygbranschen har antagit en global klimatplan till 2050 som innebär att flygets utsläpp inte kommer att överstiga 2020 års nivå och vara halverade i absoluta tal till 2050. Det är ett mål som ligger i linje med FN:s utsläppsmål 2050.

Det svenska flyget ingår i EU:s marknadsbaserade styrverktyg EU ETS och i flygbranschens globala klimatavtal CORSIA. För att påskynda en positiv utveckling bör Sveriges regering aktivt verka för att dessa styrmedel justeras och blir effektivare. Det är på global nivå som vi måste åstadkomma en reell omställning till fossilfritt flyg.

Utöver det globala samarbetet finns en hel del som Sverige skulle kunna göra utan att snedvrida Sveriges konkurrenskraft som besöksland. Sverige kan till exempel införa differentierade landningsavgifter baserade på flygplanens utsläpp. Det skapar incitament för investeringar i grönare flyg. Ett annat exempel är spridning av kunskap om så kallade gröna inflygningar som

bör bli obligatoriska där så är möjligt och därmed minska både utsläpp och buller. Sverige bör också gå före och utveckla produktion av biobränsle för flyget. *Satsningar på biobränsle för flyget är den enskilt effektivaste nationella åtgärden för att begränsa flygets klimatpåverkan.* Idag är priset på biobränsle inte konkurrenskraftigt på marknaden vilket hindrar investeringar i produktion. Regeringen bör skapa incitament för investeringar i produktionsanläggningar för biobränsle. Biobränsleproduktion skapar dessutom jobb i landsbygd som är en prioriterad fråga för regeringen. Fortsatta investeringar i forskning och ny teknik är också nödvändigt om vi ska klara flygets klimatmål. Motorer som drivs på fossilfria bränslen måste snabbt komma ut på marknaden och påskynda utvecklingen i positiv riktning.

### **Marktransporter**

När det gäller marktransporter så är givetvis kollektivtrafiken central. Det är ett effektivt och hållbart sätt att transportera besökare till och inom en destination. Men kollektivtrafiken är inte utformad för att tillgodose behoven hos turister/besökare. Den är i första hand till för kommunens invånare med fokus på arbetspendling. Visita stöder därför utredningens förslag om att undersöka hur kollektivtrafikmyndigheterna bättre skulle kunna utveckla sina verksamheter för turismens och besöksnäringens behov. Visita vill påpeka att utvecklingen måste ske i nära samarbete med privata transportörer som Svenska Taxiförbundet och Sveriges Bussföretag. Det finns goda exempel på samarbeten genom så kallad anropsstyrd kollektivtrafik där privata aktörer får utföra tjänsten på ett flexibelt och kostnadseffektivt sätt. Utredningens bedömning om möjligheten att ta med cykel i kollektivtrafiken har potential att utvecklas och utredningen vill se ett närmare samarbete mellan flera olika aktörer som på olika sätt företräder cykelturism. Här menar vi att dialogen även bör föras med privata transportörer som kan bidra med flexibla lösningar om de får bli en del av kollektivtrafiken.

## **Kapitel 10 Naturturism**

Visita stöder utredningens förslag i kapitel 10 som stämmer väl överens och förstärker förslagen i den delstrategi för naturturism som Ekoturismföreningen, Svensk Turism och Visita gemensamt tagit fram. Även Visit Swedens förstudie ”Hållbar naturturism och ekoturism på landsbygden” bör uppmärksammas i sammanhanget.

### **10.2.1 Friluftslivspolitiken**

Utöver utredningens förslag vill Visita gärna se ett tydligt uppdrag till Tillväxtverket och Naturvårdsverket som säkerställer uppföljningen av det sjätte friluftsmålet om ”Hållbar regional tillväxt och landsbygdsutveckling”. Utredningen konstaterar att Tillväxtverkets möjligheter att följa upp friluftslivsmål 6 har varit svårt eftersom det inte varit synkroniserat med myndighetens övriga uppföljningsinsatser. De fem preciseringarna är väsentliga om vi vill att Sverige ska utveckla en stark och konkurrenskraftig natur- och kulturturism.

### **10.9 Naturguider**

Visita anser att guideverksamhet är ett område som har potential att stärkas och utvecklas. När fler besökare söker sig ut i naturen ökar behovet av kunniga guider som skapar mervärden, höjer kvaliteten på upplevelsen och bidrar med viktiga kunskaper om naturen i sig men också i frågor om säkerhet. Inte minst våra utländska turister har behov och intresse av att anlita guider och är villiga att betala för deras tjänster.

Om Sverige vill utveckla högkvalitativa erbjudanden i svensk natur så kommer guiderna att spela en viktig roll. Visita och guidenäringsens nationella organisation Sveguide har inlett ett samarbete för att lyfta fram guidernas betydelse för besöksnäringen. Tillsammans har vi utvecklat validering och auktorisation för att säkerställa kompetensen hos guider så att både beställare och besökare vet vad man kan förvänta sig när man anlitar en person som är auktoriserad guide. Förutom individuell validering och auktorisation finns också kvalitetsmärkta naturturistföretag som bedriver guideverksamhet inom ramen för Ekoturismföreningens certifiering "Naturens Bästa".

Det finns flera orsaker till varför privata guideverksamheter inte utvecklas i takt med den ökande turismen. Ett problem som vi identifierade under arbetet med delstrategin för naturturism handlar om att det ofta är offentliga verksamheter som bedriver guidning och då med subventionerat pris.

Hotell- och restaurangverksamhet ska bedrivas av privata aktörer på en marknad vilket stöds av befintlig konkurrenslagstiftning. Men inom segmenten "resa" och "göra" finns både offentliga och privata aktörer och det är inte lika enkelt att åberopa konkurrenslagstiftning eftersom marknaden för t.ex. turistbussar och taxiverksamhet är svag utanför våra större städer. Samma sak gäller för guideade turer i natur- och kulturmiljö vilket gör att privata alternativ saknas.

Om vi vill att guideyrket som profession och företagande ska kunna växa så måste vi utveckla nya samverkansmodeller som gynnar framväxten av privata alternativ.

Offentligt finansierade guidningar hämmar utvecklingen av privata alternativ trots att det finns en potentiell marknad och betalningsvilja från fler besökare och turister, inte minst utländska. Här behövs ett mer genomarbetat förhållningssätt och bättre kunskap om hur offentligt stöd till rekreation, folkhälsa, lokalt föreningsliv och friluftsliv kan harmoniseras och i flera fall till och med stärka utvecklingen av företag inom natur och kultur istället för tvärtom.

Näringsens delstrategi för naturturism föreslår följande:

- Offentliga medel för guidning öronmärks i första hand för grupper med ingen eller liten egen förmåga att på egen hand ta sig ut i naturen eller ta del av guideade natur- och kulturupplevelser. Exempelvis skolelever, gamla på äldreboende, nyanlända flyktingar samt personer med funktionshinder. Här kan guideade upplevelser tillgängliggöras genom att resurseffektivt använda privata guiders lediga kapacitet under lågsäsong, ofta vardagar under vår och höst.
- Insatser för folkhälsa och rekreation begränsas till kommunens egna invånare och bör när så är möjligt också bidra till att stärka lokala natur- och kulturturistföretagare.
- Offentliga satsningar på rekreation ska regelbundet analyseras, för att säkerställa att dessa inte snedvrider konkurrensen med privata företag.
- Ideella föreningar bör vara just ideella och med uppdraget att erbjuda aktiviteter till sina egna, lokala medlemmar.

Om fler människor har möjlighet att driva företag inom natur- och kulturbaserade upplevelser så skapas ännu mer värde i hela besöksnäringen. Det handlar om att hitta kombinationer av

erbjudanden där det offentliga kan fungera som en stark beställare. Företag har i motsatt till offentliga verksamheter en helt annan möjlighet att prissätta sina erbjudanden utifrån marknadens efterfrågan. Visita anser därför att vi behöver utveckla det offentliga beställarsystemet på ett sätt som gynnar lokalbefolkningen men också skapar möjligheter för upplevelsebaserat företagande. Det här är extra viktigt i lands- och glesbygd där många företagare är beroende av att kunna kombinera olika verksamheter för att överleva året runt. Visita anser att varje kommun, landsting och myndighet bör ha en policy för vilka verksamheter de ska bedriva och hur detta ska ske utan att begränsa konkurrensen.

Visita anser att regeringens sänkta moms på naturguidningar är ett steg i rätt riktning för att stimulera företagande inom naturturism i form av guide tjänster. Naturturistföretagen bidrar till att profilera Sverige internationellt och momssänkningen förbättrar företagets lönsamhet så att de kan växa och utvecklas. Det i sin tur gynnar också övriga besöksnäringen.

**Visita anser att samma sänkning borde genomföras för guidningar i kulturmiljöer eftersom det handlar om samma typ av tjänst. Olika momssatser för guidning i staden eller naturen skapar otydlighet och krångel för både Skatteverket och företagen.**

Vidare saknar Visita förslag på åtgärder för utveckling och förvaltning av leder för olika aktiviteter i utredningen. För att säkerställa tillgången till attraktiva och väl fungerande leder krävs ett tydligt lokalt eller regionalt huvudmannaskap tillsammans med nationella riktlinjer för kvalitetssäkring och förvaltning. Det uttalade målet bör vara att öka utbudet av konkurrenskraftiga upplevelseprodukter längs olika sorters leder för såväl nationella som internationella marknader. **Vi anser att natur – och kulturturismens fortsatta utveckling skulle gynnas om Naturvårdsverket och Tillväxtverket får i uppdrag att identifiera viktiga leder och tillsammans med den lokala besöksnäringen utveckla huvudmannaskap och förvaltning för att säkerställa kvalitativa upplevelser runt lederna.**

## 11. Kulturturism

Visita stöder förslaget om en delstrategi för kulturturism. Kultur, kulturarv, kulturmiljöer samt de kulturella och kreativa näringarna kan alla utvecklas ännu tydligare tillsammans med besöksnäringen inom ramen för destinationsutveckling men givetvis utifrån sina egna villkor och behov. Det handlar om att lyfta fram och förstärka det värde och den kvalitet som kulturen erbjuder. Turism handlar inte enbart om kommersiella verksamheter. Besökarna vill kunna ta del av både offentliga, kommersiella och ideella verksamheter.

**Förslaget om ett arbete kring turismekonomiska kretslopp och finansieringsmodeller för turism i kulturmiljöer är särskilt intressant. Om kulturen utvecklar nya metoder för att öka sina intäkter kommer de i ännu högre grad att kunna tillhandahålla kunnig personal och öka värdet och tillgängligheten för besökarna.**

Visita stöder förslaget att Statens Fastighetsverk bör få ett tydligare uppdrag som innebär att besöksmålsutveckling blir en integrerad del av verksamheten. Samarbetet mellan myndigheten och dess hyresgäster är intressant och har potential att spridas också till andra fastighetsägare. Fastighetsägarnas branschorganisation har kunskap och erfarenheter av olika kultursatsningar och ett ömsesidigt lärande kan leda till en närmare samverkan med fastighetsägare – både privata och statliga - när det gäller utvecklingen av besöksmål och destinationer.

Visita stöder förslaget att ge Riksantikvarieämbetet i uppdrag att i samarbete med Tillväxtverket och i nära dialog med Världsarv i Sverige och Naturvårdsverket utveckla en plan för hållbar besöksmålsutveckling av världsarven i Sverige.

Visita stöder också förslaget om att ge Sametinget i uppdrag att stödja utvecklingen av ett branschnätverk för samisk turism som vi anser har stor potential att utvecklas.

#### **11.4 Samtida kultur och arkitektur, form och design**

Visita delar utredningens bedömning att samtida kultur ännu tydligare behöver integreras med olika satsningar på turism och destinationsutveckling. Det pågår många nära samarbeten mellan besöksnäringen och de kulturella, kreativa näringarna. Konstnärer visar sin konst i hotellens foajéer eller i restaurangernas lokaler. Design är en viktig del av helheten. Modeskapare säljer sina kläder på hotell och musik integreras i många delar av besöksnäringen. Visita Swedens uppdrag att förmedla bilden av Sverige som ett designland osv. visar hur många beröringspunkter som finns mellan kulturella, kreativa näringar och besöksnäringen. Samtida kultur, arkitektur, form och design stärker utvecklingen av värdeskapande turism.

#### **11.6 Kulturturismföretagets särskilda förutsättningar**

Visita delar utredningens bedömning att svårigheten att etablera företag i kulturhistoriskt värdefulla miljöer i flera avseenden liknar svårigheterna som naturturistföretagare möter när det gäller naturområden. Men vi ser också vissa skillnader. Naturturistföretagen har kommit längre när det gäller organisering och nätverkande. Flertalet naturturistföretagare är organiserade inom Ekoturismföreningen, driver gemensamma frågor och har flyttat fram positionerna för naturturism. Svagheten är att naturvårdande myndigheter inte är vana vid att anlita naturturistföretagare för skötsel och underhåll utan väljer att göra detta på egen hand vilket försvårar för naturturistföretagen att växa och kombinera sina verksamheter.

Myndigheterna inom kulturarv har större vana att anlita privata aktörer och lägga verksamhet på entreprenad men påpekar att de har svårt att hitta leverantörer som är beredda att arbeta långsiktigt. Kulturturistföretagen har inte organiserat sig och har därmed svagare förutsättningar att driva gemensamma frågor och lära av varandra. Här finns anledning till gemensamt lärande och utbyte av erfarenheter så att företagande kan utveckla både inom natur- och kulturturism

Utredningen nämner i avsnittet om naturturism behovet av utbildade guider men glömmer att nämna guider som kulturturistföretagare. Utbildade guider som verkar i stadsmiljöer och andra kulturmiljöer är lika viktiga som guider inom naturturism. **De argument som Visita för fram i avsnitt 10.9 om Naturguider bör på samma sätt beaktas för kulturguider.**

#### **11.7 Destinationsutveckling och världsarv**

Visita delar utredningens bedömning att Riksantikvarieämbetets och Tillväxtverkets kunskap inom destinationsutveckling behöver spridas till fler aktörer inom kulturområdet eftersom det finns få strategiska satsningar inom turism i kulturmiljö på regional och destinationsnivå. Att använda statliga myndigheter som katalysatorer, kravställare och metodstöd kan skapa goda förutsättningar för framväxten av hållbara och kvalitativa företag inom kulturturism. Det är ett bra sätt att definiera olika roller och det finns all anledning att låta utförarna vara privata där potentialen för en marknad finns.



### 11.8 Museerna

Visita välkomnar det stora intresset från Sveriges Muséer att få vara en naturlig part i besöksnäringens fortsatta utvecklingsarbete. Museernas breda nätverk över hela landet skapar goda förutsättningar för medverkan i lokal destinationsutveckling och möjligheten att skapa nya teman och därmed attrahera nya besökare, både svenska och internationella.

### 11.9 Småskaliga kulturmiljöer och ideellt arbete

Visita stöder utredningens bedömning att det finns ett behov av kompetensinsatser i den ideella sektorn för ökad medvetenhet om kopplingen till turism. Liksom gällande muséerna finns goda skäl att involvera ideella krafter för att den samlande attraktionskraften i en destination ska bli tillräckligt stark.

### 11.10 Samisk kultur

Visita stöder utredningens bedömning att den samiska kulturen är mycket värdefull för utvecklingen av hållbar turism och en unik källa för kunskap och berättelser. Ett samiskt branschnätverk inom turism har goda förutsättningar att utvecklas och Visita ser gärna att detta kan ske gränsöverskridande och därmed inkludera både Norge, Finland och Ryssland.

**Utredningens förslag om ett nordiskt samarbete för hållbar turism skulle med fördel kunna starta genom ett pilotprojekt utifrån samisk kultur.**

### 11.11 Konsekvenser

Visita anser att kostnaderna för att långsiktigt och uthålligt utveckla kulturturismen så som utredningen föreslår inte kommer att realiseras med de föreslagna engångskostnaderna om sex miljoner kronor. **Utvecklingsarbetet måste kopplas samman med de regionala utvecklingsmedel som finns inom ramen för kultursamverkansmodellen och med regionala fonder för näringslivsutveckling om Sverige ska kunna utveckla hållbara företag inom kulturturism.**

## 12. Måltidsturism

Visita stöder utredningens förslag om att anta delmål och en delstrategi för utveckling av måltidsturism. Vi är mycket positiva till förslaget om att utreda och ge förslag på hur koordinering och effektivisering av tillståndsgivning och kontroller kan ske vad gäller råvaruproduktion, livsmedelsproduktion och servering i syfte att minska kontrollbördan för företagen. Vi ser också behovet av att tillgängliggöra kunskap som utvecklats inom ramen för tidigare offentliga insatser inom måltidsturism.

### 12.2 Målgruppen efterfrågar kvalitativa måltidsupplevelser

Det ökade intresset för mat och måltid gynnar restaurangverksamheter på bred front. Många av våra företag har snabbt anpassat sig och erbjuder måltidsupplevelser av hög kvalitet. Den stora bristen på kockar och serveringspersonal är emellertid reella hinder som gör att branschen inte utvecklas i takt med en ökad efterfrågan. Det är också ett hinder att tillgången på ekologiska och närproducerade råvaror är begränsad och att lokala livsmedels-, dryckesproducenter och måltidsföretagare inte på egen hand lyckas utveckla starka strukturer för att koppla lokal matproduktion på landsbygd till måltidsturismen i städerna. En delstrategi för måltidsturism behöver lyfta behovet av att utbilda fler kockar och andra kompetenser kopplade till mat och

måltid och utveckla strukturer som kopplar ihop landsbygdens matproduktion med städernas restauranger.

### 12.3 Företagen

Visita stöder utredningens bedömning att regelbördan slår extra hårt mot företag som är kreativa mångsysslare vilket är fallet inom måltidsturism. Inte sällan är företagaren verksam inom turism men också producent av mat och dryck och kanske därtill ägare av mark och skog. Regelbördan ökar och småskaligheten gör företagaren extra utsatt. Alla initiativ som bidrar till att minska regelbördan kommer att gynna utvecklingen av måltidsturism.

#### 12.3.2 Dryckesproducenter

Visita stöder utredningens bedömning att möjligheten till gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker skulle gynna utvecklingen av företagande, sysselsättning och måltidsturism i Sverige. En färsk rapport från dryckesbranschen visar att det idag finns över 550 registrerade producenter av alkoholhaltiga drycker som öl, vin, cider och sprit – spridda över hela landet från Skåne till Norrbotten. Visita anser att Sverige bör pröva möjligheten att tillåta gårdsförsäljning av egenproducerade, alkoholhaltiga drycker. **Det bör på samma sätt som i Finland gå att hitta lösningar som gör att Sverige kan behålla sitt alkoholmonopol och argumenten om att gårdsförsäljning skulle skada folkhälsan är svaga eftersom tillgängligheten är begränsad och priserna för egenproducerade drycker är betydligt högre än genomsnittet på Systembolaget.**

## 13. Evenemangs- och möteslandet Sverige

Visita stöder utredningens förslag om en delstrategi för stora möten och evenemang. Vi stöder också förslaget om en förstudie om nationella mål och insatsområden med fokus på hållbarhet och främjande men där också säkerhetsfrågor uppmärksammas.

Visita stöder förslaget om att tydliggöra ansvaret för nationell vägledning inom evenemangssäkerhet så att kunskap och implementering når ut brett till alla aktörer som genomför större evenemang och möten, såväl kommersiella som ideella.

Visita stöder att samordningen av insatser från berörda departement stärks. **Förutom de departement som utredningen pekat ut är också utbildningsdepartementet en viktig aktör med anledning av alla konferenser och kongresser som genomförs inom ramen för våra lärosäten och forskningsinstitut.**

Visita stöder utredningens förslag att ge Visit Sweden AB ett utökat uppdrag och tillhörande resurser för att stödja aktörer som arbetar för fler internationella evenemang och möten i deras kommunikations- och PR-insatser rörande Sverige bilden.

Visita stöder också förslaget att regeringen bör ta en aktiv roll i att visa att nationen ställer sig bakom arrangörer och städer i ett urval stora internationella evenemang. Visita anser dock att detta inte enbart behöver gälla idrottsevenemang utan också bör handla om större evenemang inom kultur eller internationella kunskapsmöten som regeringens anser är särskilt viktiga för Sverige.

### 13.3 Stora möten och internationella besök

Visita stöder utredningens bedömning att Sverige har potential att bli ett föregångsland inom området stora möten. Nationella mål och prioriteringar behöver sättas och ett tydligt hållbarhetsperspektiv måste genomsyra arbetet. Det innebär en prioritering av evenemang och möten som har hög social, kunskapsmässig och miljömässig profil och där verktygen från projektet "Hållbara evenemangsstäder" tas tillvara.

### 13.5 Samhällsutveckling och säkerhet

Visita delar utredningens bedömning att det är angeläget att få en nationell samordning kring frågor som rör säkerhet i samband med stora evenemang och möten. Utredningen pekar på att arenasäkerhet lyfts fram i budgetpropositionen för 2018 vilket gör att idrottsrörelsen kommer att involveras i arbetet. Liknande behov finns för verksamheter inom kulturens område liksom för området stora möten och kongresser.

### 13.6.8 En samlad Sverigebild

Visita stöder utredningens bedömning att evenemangs- och mötesarrangörer behöver bli vassare när det gäller digital marknadsföring för att nå specifika målgrupper eller i samband med bid-processer. **Visit Sweden och Svenska Institutet har kunskap och nätverk som bör användas och tillföras resurser för utvecklingen av digitaliserad marknadsföring i samband med evenemang och möten.**

### 13.7 Konsekvenser

Visita kan konstatera att säkerhetsfrågan får en framskjuten position budgetmässigt i förhållande till förslagen om att attrahera hållbara möten och evenemang. Säkerhetsfrågan är givetvis mycket viktig men ur ett besöksnäringssperspektiv bör fokus vara att Sverige ska bli mer strategisk i urvalet och framförallt stärka utveckling och marknadsföring av hållbara evenemang. Resurserna bör avsättas för en delstrategi för stora möten och evenemang som sedan får ta ställning till hur stora resurser som behövs för olika insatser.

## 14. Regler, tillstånd och tillsyn

Visita stöder utredningens förslag att regeringen växlar upp arbetet med att förenkla för företag i besöksnäringen enligt det arbetssätt som har tagits fram inom regeringens överenskommelse med Sveriges Kommuner och Landsting och projektet Serverat. Det är mycket bra att processen är tidsatt och kan slutföras 2020.

Frågor som rör förenkling och digitalisering av regelverk och uppgiftslämnande är mycket viktiga för Visitas medlemmar. Det handlar om att göra det lätt att göra rätt. Majoriteten av besöksnäringens företag är små eller mycket små. För dessa företag är det extra viktigt att lagar och regler är utformade på ett ändamålsenligt, transparent och förståeligt sätt. Utredningen hänvisar till en nyligen genomförd kartläggning av Tillväxtverket där man identifierade över 370 uppgiftskrav från cirka 25 olika aktörer riktade mot besöksnäringens företag. Kartläggningen är ett konkret bevis på att det måste vara möjligt att effektivisera och harmonisera krav och kontakter på ett ännu bättre sätt. Projektet Serverat är ett steg i rätt riktning.

Utöver de resonemang som utredningen tar upp vill Visita lyfta fram ytterligare ett antal konkreta områden som bör prioriteras i arbetet med att förenkla och förbättra förutsättningarna för besöksnäringens företag. Förslagen är följande:

- Motverka osund konkurrens från det offentliga
- Avskaffa krav på ”danstillstånd”
- Avskaffa krav på hotelltillstånd
- Avskaffa kraven på certifierade kassaregister
- Avskaffa kraven på personalliggare
- Rimliga avgifter och krav på motprestation
- Ge företagen möjlighet till större ansvar för eget avfall
- Förändring av uppsägningsregler vid lokalhyresavtal
- Hyresnämnden måste få yttra sig om annat än hyran

### **Osund konkurrens**

I konkurrenslagen finns bestämmelser om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet. En domstol kan förbjuda staten, kommuner eller landsting att sälja varor och tjänster på ett sätt som snedvrider eller begränsar konkurrensen. Kommuner och landsting kan helt förbjudas att bedriva säljverksamhet. Visita upplever att offentliga aktörer alltför ofta bortser från konkurrenslagens bestämmelser om offentlig säljverksamhet. Vi vill att reglerna efterlevs. Varje kommun, landsting och myndighet bör ha en policy för vilka verksamheter de ska bedriva och hur detta ska ske utan att begränsa konkurrensen.

### **Avskaffa krav på ”danstillstånd”**

Visita anser att det är hög tid att denna förlegade lagstiftning upphör. Självklart ska människor som vill dansa få göra det utan att polisen godkänner det i förväg och utan att företaget riskerar böter eller fängelse. Det bör inte vara en polisiär uppgift att kontrollera om människor dansar och ingripa om det sker utan tillstånd.

### **Avskaffa krav på hotelltillstånd**

Det är ologiskt att just drift av hotell och pensionat till skillnad från annan näringsverksamhet kräver särskilt tillstånd från polisen. Numera finns andra regler om bland annat brandskydd och tillsyn som säkerställer att verksamheten bedrivs på ett säkert sätt. Visita anser att hotellagens bestämmelser och krav är onödiga och bör upphävas eller ersättas med enklare förfarande, exempelvis anmälningsplikt.

### **Avskaffa kraven på certifierade kassaregister**

Visita är positiv till regelverk som försvårar skatteundandragande, illojal konkurrens och svart arbetskraft. Men vi menar att kontrollavgifterna kopplade till kraven på certifierade kassaregister och personalliggare inte står i proportion till de misstag som begåtts och att de i hög utsträckning tas ut av företag där det inte förekommer något skattefusk. Under åren 2007-2015 betalade näringsidkare mer än 258 miljoner kronor i kontrollavgifter till Skatteverket. En betydande belastning för företag i berörda branscher. Ofta rör det sig om enkla mänskliga misstag, exempelvis kassapersonal som i en stressig situation glömmet erbjuda kvitto eller kanske en medarbetare som ringts in för att en annan är sjuk glömmet att skriva in sig i personalliggaren.

Kraven på certifierade kassaregister har enligt vår uppfattning spelat ut sin roll. I det sammanhanget ska särskilt framhållas att besöksnäringen inte längre är en kontantbransch, vilket den var när reglerna infördes.

Av Novus rapport ”Restaurangvanor” (november 2017) framgår bl.a. att 87% av alla luncher respektive 90 % av alla middagar som köps från restaurang betalas med kort. Förutsättningarna är idag inte desamma som de var när reglerna om certifierade kassaregister infördes och de skäl som fanns för lagstiftningen är därmed inte längre aktuella.

### **Avskaffa kraven på personalliggare**

Med hänvisning till vad som inledningsvis anförts beträffande kontrollavgifter ovan anser Visita att även kraven på personalliggare bör avskaffas. De belastar företag där ingen tror eller misstänker att det förekommer fusk, samtidigt som det inte är visat att de medför en nytta som uppväger denna belastning.

Av HUI Researchs rapport ”Personalliggares effekter på lönerapporteringen i restaurang- och frisörbranschen” framgår istället att införandet av personalliggare i restaurang- och frisörbranscherna inte har haft avsedd effekt.

### **Rimliga avgifter och krav på motprestation**

Företag inom besöksnäringen betalar många olika avgifter till myndigheter i samband med ansökningar och tillstånd. Exempelvis avgifterna för tillsyn enligt alkohol- och livsmedelslagstiftningen. Avgifterna skiljer sig åt från kommun till kommun. Visita anser att kommunernas ansöknings- och tillsynsavgifter måste ligga på en rimlig nivå och att transparensen måste bli större, så att det tydligt framgår vad företag egentligen betalar för. Avgifter ska inte heller tas ut om ingen tillsyn sker.

### **Ge företag möjlighet till större ansvar för eget avfall**

Enligt miljöbalken ska kommunerna ansvara för hushållsavfall. Kommunerna anser ofta att även avfall från restauranger, caféer och liknande verksamheter hör till deras ansvarsområde. Det innebär att kommunerna i princip har monopol på att transportera och återvinna avfall och att företag inte själva kan förhandla om pris, service och annat. Bara i vissa fall beviljar kommuner undantag. Det är inte ovanligt att våra företag ställer högre miljökrav än vad kommunerna gör. Visita anser därför att företag inom besöksnäringen måste få bättre möjligheter att bestämma över det egna avfallet, exempelvis genom val av entreprenör. På så vis kan vi ställa krav på återvinning, hanteringsfrekvens och hämtning vid viss tid på dygnet.

### **Förändring av uppsägningsregler vid lokalhyresavtal**

Det är hyresgästens ansvar att vid uppsägning ansöka om medling i hyresnämnden för att ha kvar rätten till ersättning, oavsett vem som säger upp avtalet. Det är ett krav att hyresvärderna ska informera om detta vid uppsägning, men då informationstexten ofta får en undanskymd plats i uppsägningshandlingen är det lätt att missa. Hyresgästen har ofta sämre kunskap än hyresvärderna om de rättsförluster som inträffar om inte medling söks i rätt tid. Det är exempelvis vanligt att hyresgäster drabbas av ekonomiska förluster för att de missat att ansöka i tid. Hyreslagen är en skyddslagstiftning till förmån för hyresgästen och Visita anser därför att

reglerna ska ändras så att det åligger hyresvärden att ansöka om medling oavsett vem som säger upp avtalet.

### **Hyresnämnden måste få yttra sig om annat än hyran**

Hyresnämnden kan idag yttra sig över lokalens marknadshyra om hyresvärden eller hyresgästen begär det. Om det däremot krävs en omsättningsbaserad hyra anser sig hyresnämnden inte kunna ta ställning till det, utan uttalar sig istället om fast årshyra. Det är till stor nackdel för hyresgästen att hyresnämnden inte får uttala sig om skäligheten av andra villkor än just hyran. Det leder till att hyresgäster många gånger ser sig tvingade att acceptera de villkor som hyresvärden satt upp, eftersom det är för riskabelt och kostsamt att driva saken i domstol. Visita anser att lagen om arrende- och hyresnämnder bör ändras så att hyresnämnden kan yttra sig även över andra villkor än hyrans skälighet.

Avslutningsvis anser Visita att utredningen i sig är starten på en process som har goda förutsättningar att skapa en starkare nationell plattform för utvecklingen av hållbar turism och växande besöksnäring. Visita välkomnar en sådan process och är beredd att bistå med företagets perspektiv in i arbetet.

Med vänlig hälsning



Jonas Siljhammar, VD