

# Yttrande avseende betänkandet av utredningen Sveriges besöksnäring (SOU 2017:95)

Regeringskansliets diarienumr N2017/07438/FF

Swedish Lapland Visitors Board, 769607-5758  
Storgatan 30 B  
973 32 Luleå

Luleå, 2018-03-23

**Näringsdepartementet**

103 33 STOCKHOLM

Destinationen Swedish Lapland välkomnar regeringens beslut att utreda och föreslå en sammanhållen politik för hållbar turism och växande besöksnäring. Swedish Lapland Visitors Board har tagit del av det Regionala Nätverket för Turisms remissarbete och ställer sig bakom nätverkets gemensamma yttrande till utredningen. Därför kan vårt remissvar ses som en förstärkning och förtydligande till det tidigare. Allt kopplat till de unika förutsättningar som finns för Swedish Lapland, Sveriges arktiska destination, med en hög internationell attraktionskraft.

## **Bakgrund**

Swedish Lapland är en internationell destination som lockar besökare från hela världen. Destinationen Swedish Lapland bildas i en samverkansplattform för samtliga lokala destinationer och många turismföretagare i Norrbottens län, samt Skellefteå och Sorsele kommuner i Västerbottens län. Swedish Lapland är ett gemensamt platsvarumärke där varumärkeslöftet lyder: *"Välkommen att dela vår arktiska vardag"*. Swedish Lapland representerar Sveriges del av Arktis med en världsunik position genom vår subarktiska natur- och kultur. Destinationen är även en del av Sápmi, den samiska urbefolkningens traditionella bosättningsområden. Det innebär att hela destinationen är renbetesland och skötselområde för åtminstone 34 samebyar, från fjällen till Bottenvikens skärgård. Destinationen Swedish Lapland har som mål att ta position som världens mest tillgängliga och hållbara arktiska natur- och kultur.

Swedish Lapland Visitors Board (SLVB) är regionens officiella företrädare för besöksnäringen. Genom en näringslivsorienterad plattform verkar SLVB för att stötta näringens ambitioner att göra affärer. SLVB ansvarar för destinationsvarumärket, dess kommunikationskanaler samt övergripande aktiviteter, där den prioriterade målgruppen är: *"Den globala resenären"* och/eller *"Det globala företaget"*. SLVB ser ett starkt behov av en sammanhållen politik för hållbar turism och växande besöksnäring. Målet är en fördubbling av omsättningen i destinationen Swedish Lapland från år 2010 till 2020. Från 4,1 miljarder (2010) till 8,2 miljarder (2020). År 2016 omsatte destinationen 6,5 miljarder kronor.

## Inledning

SLVB ser positivt på initiativet till en ny nationell turism- och besöksnäringsspolitik. För att möjliggöra en långsiktigt konkurrenskraftig besöksnäring behöver nationella insatser stödja och komplettera de regionala och lokala satsningarna. Vi önskar se ett tydligt, vidareutvecklat turismpolitiskt mål som stärker utredningens syfte – att stärka besöksnäringen som export- och jobbmotor i Sverige.

### *Nationellt besöksnäringssforum*

SLVB stöder utredarens förslag att inrätta ett Nationellt besöksnäringssforum.

Inom destinationen Swedish Lapland, som utgör 25 procent av Sveriges yta har en modell för besöksnäringen – en innovativ, dynamisk kunskapsorganisation utvecklats - som stöttar företagets ambition om ökad tillväxt. Samtliga 12 lokala destinationer och den regionala aktören Swedish Lapland Visitors Board har funktioner kopplat till insatsområden inom destinationsutveckling, affärs- och produktutveckling, marknadsutveckling och kommunikation. Detta har skapat fullgoda lokala team som arbetar med utveckling av besöksnäringen och möjliggör samhandling kring dessa prioriterade områden som den regionala aktören SLVB kan leda för hela regionens räkning. Arbetssättet, med tydligt utpekade funktioner, roller och ansvar, bör ske med nationella aktörer för att skapa större utväxling av de nationella satsningar som görs. Mot bakgrund av detta, och med stöd från regionens besöksnäring, önskar Swedish Lapland Visitors Board ta plats i det nationella besöksnäringssforumet.

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

SLVB stöder utredarens slutsats om att det finns ett behov av en ny funktion för utveckling, innovation och samverkan. Vi stödjer Regionala Nätverket för Turisms förslag om att en ny nationell funktion skapas genom att etablera ett antal nodorganisationer eller innovationsarenor i Sverige som bygger på befintliga, nya eller utvecklade noder där offentliga aktörer, besöksnäringen och akademien redan idag möts. För att skapa innovationer utifrån platsens unika spets behöver fler innovationsmiljöer för turismentreprenörer, utanför de stora städerna skapas.

I Swedish Lapland finns ett sedan länge gott samverkans klimat mellan offentliga aktörer, besöksnäring och akademi. Ett exempel på det är det tvååriga projektet "Platsinnovation i Swedish Lapland" som drevs av Luleå tekniska universitet i samarbete SVID. Där utforskade kommuner, besöksnäring, LTU och SVID hur platser kan vidareutvecklas genom ett innovativt samspel mellan fysisk gestaltning, innehåll och marknadsföring. Syftet var att skapa nya produkter och tjänster för besöksnäringen i destinationen Swedish Lapland. Modellen som togs fram under projektet har spridits i Sverige.

Ytterligare ett exempel är det nationella pilotprojektet "Internationella investeringar i svensk besöksnäring – pilot för utveckling av prospekt", som drevs av Invest in Norrbotten och där Swedish Lapland Visitors Board, Business Sweden och Tillväxtverket ingick i styrgruppen. Projektet resulterade i en nationell handbok för investeringsfrämjande i besöksnäringen "Från idé till investering", och under projektets gång möjliggjordes etableringen av en ny internationellt attraktiv reseanledning – Arctic Bath.

Mot bakgrund av detta ser SLVB att en innovationsnod i Norrbotten och destinationen Swedish Lapland har goda förutsättningar att samla närliggande offentliga aktörer, relevant akademi och besöksnäring i syfte att stärka besöksnäringen som export- och jobbmotor.

#### *Det regionala utvecklingsansvaret*

I Norrbotten är Swedish Lapland Visitors Board regionalt delansvarig för utvecklingsfrågor för besöksnäringen tillsammans med Region Norrbotten.

#### **Kapitel 4 Hållbart samhällsbygge**

En hållbar tillväxt för företag, som tar hänsyn till den ekonomiska, sociala och miljömässiga hållbarheten, bidrar till hela regionens utveckling är grunden för besöksnäringens utveckling.

Det är viktigt att arbeta tvärsektorielt i samverkan med andra aktörer för att skapa förutsättningar för en attraktiv och hållbar aktivitetsbaserad natur- och kulturturism. När leder och rekreationsområden utvecklas och kvalitetssäkras bör aktörer mötas i skärningspunkter som ovan nämnda Innovationsarenor. Forskningsinsatser har också stora möjligheter att klargöra inverkan av aktiviteter så som HeliSkiing, skoter och skidåkning på fjällmiljö och kulturområden som omfattas av exempelvis rennäringen.

I utredningen pekas på att kommunernas översiktsplanering behöver utvecklas för att fylla de mest angelägna behoven för utveckling av turism och besöksnäring. Utredaren beskriver vikten av att utveckla dialogen mellan kommun och stat men den utelämnar helt den betydelse som den regionalt utvecklingsansvarige har i att stärka kommunerna i planeringen. Det är angeläget att turism lyfts på en strategisk regional planeringsnivå och utredningen skulle därför vinna på att tydligt peka på dessa behov. När det föreslås en ny politik för hur en växande besöksnäring och en hållbar turism ska kunna utvecklas är det viktigt att samhällsplaneringens regionala dimension inte tappas bort. Inte heller den lokala nivån får glömmas bort. Samråd på både strategisk och deltalnivå med lokala destinationsbolag, vilka står nära turistföretagen bör ske i översiktsplaneringen.

Utredningen behöver stärkas vad gäller den regionala dimensionen av samhällsplanering. Inom områden med många riksintressen behövs också nationell prioritering för att utreda besöksnäringens potential. Via till exempel planberedskap för att kunna attrahera investeringar och externt kapital. Detta för att nyttja potentialen i näringen och de tillgångar som finns i regionen.

#### **Kapitel 5 Digitaliserad besöksnäring, delning- och plattformsekonomi**

Swedish Lapland Visitors Board välkomnar utredningens förslag men saknar förslag om hur svensk besöksnäring kan utvecklas med hjälp av digitalisering och hur den utvecklingen ska kunna stödjas. Men förslaget är för smalt kopplat till hela bredden av behov inom besöksnäringen. Det är också inom detta område som en sammanhållen politik är särskilt viktig och SLVB efterfrågar en kartläggning av alla digitaliseringens möjligheter – däribland samhällstjänster, samhällsplanering, relevanta inkubatorer som kan bli föremål för acceleratorinsats för besöksnäring och turism, smpaktering kring resa, boende, upplevelser och kringprodukter.

Swedish Lapland är en stor geografisk destination (25 % av Sveriges yta) med långa avstånd. En hög digital närvaro på destinationen underlättar resandet. Inom digitaliseringen finns det stora fördelar med samverkan över branschgränser, inte minst när det gäller nya innovativa, digitala lösningar för hållbar logistik och transport.

Swedish Lapland är också en destination med många olika riksintressen. Myndigheter skulle med hjälp av digitala verktyg kunna nå bredare grupper och få en större representation och delaktighet med exempelvis interaktiva kartor och samrådsprocesser.

Behovet av information - alltifrån öppettider, leder, skyltning och tidtabeller, till sedvanor och kulturutbud - blir utifrån destinationens karaktär än viktigare. Samtidigt ges större upplevelser genom att tillgängliggjorda berättelser online kopplas till platsen. Många aktörer på landsbygden, i skärgården eller i fjällen, behöver utbyggd mobiltäckning för att kunna bedriva sin verksamhet och helt enkelt kunna ta betalt. Självklart ställs krav på utbyggd fiber/wi-fi.

## **Kapitel 6 Kompetensförsörjning**

SLVB tillstryker utredningens förslag om kompetensutveckling samtidigt som vi ser en del brister. Turistföretagen i Swedish Lapland vittnar om att det blivit svårare att rekrytera och många anser att det råder brist på branschkompetent personal. Tillgång till kompetens skapar innovations- och tillväxtpotentialer. Turistföretagen behöver också bli mer attraktiva arbetsgivare, något som är kopplat både mot professionalism i företagande men också ökad lönsamhet, för att kunna betala de löner som krävs för att attrahera talang. Att på ett bättre sätt ta tillvara på språklig och kulturell kompetens blir också viktig för turistföretagens internationalisering.

SLVB saknar en djupare analys av vilka svenska politikområden som berörs och vi saknar också den form av kompetens som är avgörande inom tjänste- och servicesektorn, erfarenhetsbaserad kompetens. Exempelvis saknas insatser för att minska personalomsättningen.

Samtidigt som detta akuta behov finns, ser SLVB också behov genom hela kompetensförsörjningskedjan. För att kunna ge branschen en tyngd och en långsiktig kompetensförsörjning behöver besöksnäringen, precis som andra basnäringar, stödstrukturer gällande utbildningar – till exempel gymnasier, yrkeshögskolor, akademi. Exempelvis har skog och lantbruksbranschen ett eget universitet (SLU) och basindustrier som gruvnäringen (LKAB) tillsätter professorer. Genom en bättre matchning på regional nivå, liksom den utredningen föreslår, möjliggörs bättre utbildningsplanering och bättre underlag gällande behov, som skapar större bredd på utbildningar i regionen och som relaterar till besöksnäringen. Den regionala nivån bör få kraftfullare verktyg i form av ökat mandat och inflytande över vilka yrkeshögskoleutbildningar som ska bedrivas i länet.

Ofta drabbas branscher med en stor andel småföretag hårdast av att Sverige saknar en politik för kompetensförsörjning, då politikområdet idag är uppdelat på flera departement. Inom besöksnäringen saknar man ofta tydliga utbildningsvägar och avgränsade yrkesroller liknande branscher som är dominerande av större företag. Dessa strukturella hinder måste adresseras av regeringen om branscher som besöksnäringen ska kunna möta sina kompetensförsörjningsbehov i framtiden.

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

SLVB instämmer i resonemanget att det behövs mer FoU och tillgång till innovationsmiljöer. Vår arktiska vardag är attraktivt för den internationelle gästen. Med det som utgångspunkt ser SLVB ett behov av fler innovationsmiljöer för turismentreprenörer. Dessa bör förläggas runtom i Sverige, ej

enbart i de stora städerna, för att skapa innovationer utifrån platsens unika spets och tillgängliggöra innovationsmiljöer för fler. Det är viktigt att forskning görs i samverkan mellan entreprenörer och akademi. Entreprenörer kan i Swedish Lapland också omfattas av riksintressen så som rennäring. I Kanada har man bedrivit forskning på hur helikopternärvaro påverkar biologiska mångfald etc. På samma sätt ser vi ett behov i Swedish Lapland av att utreda på vilket sätt olika aktörers närvaro påverkar rennäringen.

Besöksnäringen är precis som tjänste- och servicesektorerna kopplad till immateriella företeelser och samspel, vars innovationsstrukturer skiljer sig. Detta anser vi måste tas i beaktande.

I enlighet med Regionala Nätverket för Besöksnäringens inspel anser vi att det avgörande för framgång är att nyttja befintliga innovationsstrukturer och innovationsområden istället för att skapa nya spår för besöksnäringen.

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

SLVB tillstyrker utredarens förslag och vill understryka att utvecklingsarbetet behöver ske i samråd mellan kommuner, regioner, myndigheter och akademi.

Turistsverige som helhet behöver ha samma metoder för att det ska vara möjligt att jämföra olika regioners utveckling, både i långt och kort perspektiv, samt mätningar av utfall i gemensamma insatser. Swedish Lapland efterlyser en mer sammanhållen nationell statistisk som är möjlig att bryta ner på regional nivå, exempelvis. TSA-konton. I denna utveckling behöver den regionala aktören vara delaktig.

SLVB vill understryka vikten av de direkta åtgärder som nämns i Regionala Nätverkets yttrande:

- Tillväxtverket bör ges ett nytt uppdrag som innefattar ett ansvar att ta fram statistik och analys på regional och lokal nivå. Tillväxtverkets kompetens och organisation bör då stärkas.
- En långsiktig planering och finansiering av undersökningar bör initieras.
- Områden som omsättning, sysselsättning och gästnätter måste belysas regelbundet och då troligen genom kunskapsöverföring från andra branscher och näringsgrenar.
- Nya metoder för insamling av data bör utvecklas generellt och en samordning och integrering i statistik för övrigt näringsliv bör eftersträvas. På så sätt kan besöksnäringen positioneras i flera sammanhang vilket kommer att underlätta för bland annat samhälls- och infrastrukturplanering.
- En närmande till europeiska och globala organ bör övervägas och finansieras. Ett exempel är ett eventuellt nationellt medlemskap i UNWTO.
- Kunskapsspridningen måste genomlysas djupare liksom mottagarens kapacitet att ta emot det analyserade materialet.

SLVB har sedan 2015 drivit Interregprojektet Visit Arctic Europe tillsammans med Northern Norway Tourist Board och Finnish Lapland Tourist Board. Projektet, vars målsättning är att skapa en sammanhållen, välrenommerad och lättillgänglig arktisk destination, har varit mycket lyckosamt och lockade mellan 2015–2017 33 000 nya resenärer till regionen Visit Arctic Europe, som omfattas av Norges tre nordligaste fylken Nordland, Troms och Finnmark, destinationen Swedish Lapland samt Finnish Lapland. Projektledningen i Visit Arctic Europe har ansökt om fortsättningsprojektet Visit Arctic Europe II och ett beslut väntas från Interregsekretariatet i slutet av maj. 120 företag har

anmält intresse för att delta i projektet.

Mot bakgrund i de lärdomar som dragits under Visit Arctic Europe och fortsättningsprojektets fokusområden Tillgänglighet, Kompetensutveckling och Marknadsutveckling vill SLVB belysa värdet i jämförbara data och statistik med grannländerna Norge och Finland. Detta är viktigt till exempel när det handlar om tillgänglighet, kapacitetsutnyttjande, linjeutveckling av flyg etc.

## **Kapitel 9 Trafikutbud och transporter**

Swedish Lapland tillstryker förslaget att Tillväxtverket tillsammans med Trafikverket undersöker hur kollektivtrafikmyndigheterna kan fånga besöksnäringens behov. Vi stödjer slutsatsen att en utvecklad problemanalys av kollektivtrafikens möjligheter att stödja besöksnäringen behövs. Rekreativresor sker ofta vid tider när det finns ledig kapacitet i kollektivtrafiken. Detta öppnar för möjligheten att fler kan välja kollektivtrafiken vid dessa resor och därmed bidra till en mer hållbar turism till en rimlig kostnad.

God tillgänglighet till och inom destinationen Swedish Lapland är avgörande för tillväxt. Som det är nu så hämmar den svagt utbyggda infrastrukturen i regionen utvecklingen av besöksnäringen.

I planering för transporter, till/mellan de turistiska målpunkterna, behöver den internationella gästens perspektiv vara ledande. Transportsystemet måste formas utefter hela resan, alltså hela vägen ut till själva upplevelsen. Det är lika viktigt att trafiken är rätt planerad som att informationssystem, reseutbud, och tillgänglighet är riktigt utformad med fokus på hög servicenivå för den globala resenären. I ett subarktiskt område behöver även kyla, mörker och snö tas i beaktning. Det finns stora möjligheter att genom digitalisering och teknikutveckling göra det möjligt att bättre bemöta besökarens behov. Exempel på nya lösningar kan vara framtida mobilitetstjänster till vilka privata aktörer kan ansluta sig och erbjuda tjänster och resor som är anpassade till resenärernas behov.

Kollektivtrafiken kan i många fall fungera för internationella besökare. Men då krävs att de regionala kollektivtrafikmyndigheterna också har som uppdrag att arbeta med besökare som målgrupp för sina insatser. Om besökaren tas i beaktning, så att exempelvis tidtabeller och bokning anpassas därefter, kan kollektivtrafiken få ett större kundunderlag. I detta ingår också att bättre beräkningsmodeller för besöksnäringens effekter på samhällsekonomin behöver tas fram som underlag i planeringsprocesser för åtgärder och investeringar. På destinationen Swedish Lapland finns flera transportslag, flyg och nattåg, med trafikplikt. Kopplat till Trafikverkets upphandling av transportörer behöver besöksnäringens behov också finnas med i kravställen för att säkerställa att upphandlad trafik fungerar för besöksnäringen.

Regionen för Swedish Lapland har många tunga industrier som är beroende av väl fungerande godstransporter. Regeringen tar fram en nationell godsstrategi och i samband med godstransporterna bör vikten av besöksnäringen beaktas. Även besöksnäringen är beroende av godstransporter. Samtidigt kan den infrastrukturutveckling som sker för andra basindustrier också komma besöksnäringen till gagn, men för att detta ska kunna ske fullt ut och besöksnäringen som egen ny basindustri verka sida vid sida med övrigt näringsliv bör besöksnäringen tas i beaktande även i den nationella godsstrategin och det arbete som följer på den.

Swedish Lapland är i hög grad en internationell destination, där 30 procent av gästerna är internationella. 86 procent av den turistekonomiska omsättningen kommer från fritidsresenärer, vilket visar att drivkraften för att resa hit är att semestra. Utredaren skriver på sidan 252: *I andra inspel betonas att hållbart resande innebär att Sverige bör ha en strategi för marknadsprioritering inom turism som leder till mindre beroende av flyg och därmed fokus på närmarknader.* SLVB vill poängtera att Swedish Laplands långa avstånd till marknader inom och utanför Sverige ställer höga krav på effektiv användning av olika transportslag och kräver inte minst förbättringar inom flyg. Vår regions beroende av olika transportslag ställer höga krav på att utveckla resurssnåla, effektiva, miljövänliga och socialt hållbara transportlösningar. I Norrbottens politiska plattform för Arktis prioriteras främjande för flygförbindelser till och från länet, vilket SLVB ställer sig bakom.

### **Kapitel 10 Naturturism**

SLVB tillstryker utredarens alla förslag om naturturism och vill understryka att den nationella strategin måste gå hand i hand med delstrategin för naturturism.

Inom destinationen Swedish Lapland finns de äldsta och största nationalparkerna i Sverige med 95 procent av den svenska nationalparksarealen. Det innebär en mycket stor potential för naturturismen men det finns många hinder att undanröja för att besöksnäringens företag ska kunna utveckla sina verksamheter på ett hållbart sätt.

Destinationen Swedish Lapland utgör mer än 25 procent av Sveriges yta, en majoritet av företagen i destinationen identifierar sig som naturturismföretagare, för dem är tillgång till mark grunden i verksamheten, men de flesta företag har inget eller litet eget markinnehav vilket innebär att verksamheten sker på annans mark. Därför bygger hållbar och långsiktig naturturism på ett väl fungerande samarbete mellan naturturismföretagare och markägare. Alla berörda parter, så som LRF, Sveaskog, Länsstyrelsen, Jordägarförbundet, Svenska kyrkan, Samebyarna med flera, är relevanta aktörer att ta fram hållbara avtals- och samverkansmodeller. Alla bör involveras i de strategier och planer för besöksmålsutveckling som utredaren föreslår att olika myndigheter ska ta fram, avseende världsarv och ekoparker etc. Mål om ökad besöksnäringens utveckling i känsliga och skyddade miljöer kräver också särskild planering och strategier för hur utvecklingen ska ske utifrån ett hållbart perspektiv. Vidare behövs bättre vägledning för turistföretag som är verksamma i naturområden samt stöd för offentliga aktörer kring besöksnäringens utveckling i naturområden.

SLVB ser positivt på förslaget om att skyddad natur på olika sätt kan tillgängliggöras för kommersiell verksamhet och stödjer därför Region Norrbottens förslag i sitt remissvar om att regeringen initierar en pilotsatsning i Norrbotten för att utprova nya metoder och arbetsätt för att företag inom naturturism ska kunna utveckla sina verksamheter i eller i nära anslutning till nationalparkerna.

I kapitlet tar man bland annat upp att man väljer att inte lägga något förslag avseende utveckling av ledturism. SLVB anser att ett förslag avseende utveckling av ledturism bör läggas. Leder är precis som vägar en turistisk infrastruktur och tillsammans med en avverkningspolicy är leder av största vikt för att naturturismen ska kunna utvecklas. Idag har leder skapats med olika märkning, kvalitetssäkring och svårighetsgradering vilket kan vara förvirrande för en besökare som reser mellan områden i Sverige. Genom att ta ett helhetsgrepp och arbeta fram en nationell modell som på lång sikt skulle kunna skapa en enhetlighet kring leder och märkning skulle Sverige kunna bli världsledande på ledturism. Tack vare allemansrätten som har skapat en vana hos markägaren att skogen får nyttjas,

har Sverige ett försprång mot de flesta andra länder för att kunna fortsätta utveckla leder för olika ändamål.

### **Kapitel 11 Kulturturism**

En kommande delstrategi för kulturturism bör synkas med det nationella designprogrammet. Besökare vill uppleva platsen genom att ta del av scenkonst, utställningar, musikevenemang, arkitektur, design, hantverk och film. I många fall utgör detta reseanledningen. Det bör tydligt framkomma i ett kommande strategiarbete. Konkreta insatser som stödjer och stärker den lokala och regionala kulturverksamheten för att göra den mer tillgänglig för besökare.

Swedish Lapland instämmer med utredaren att turism och kultur hänger tätt samman och ser positivt på att utredaren ingående behandlar och lägger förslag kring kulturarv, kulturmiljö och kulturarvsturism. Men det är viktigt att inte bara fokusera på arv och historia, utan fokus behöver också finnas på den levande kulturen – till exempel den arktiska livsstilen i Swedish Lapland och den levande samiska kulturen. I destinationen Swedish Lapland finns tre av landets femton världsarv och många kulturarv som har en stor potential inom besöksnäringen. Därför bör också regionerna involveras i arbetet med att utveckla en plan för hållbar besöksnäring. Destinationens världsarv och kulturarv är också tydliga exempel på att en besökare inte nödvändigtvis skiljer på natur- och kulturturism. Detta bör tas i beaktande i strategiarbetet.

Den samiska kulturen är en viktig del av Swedish Laplands kulturarv och levande kultur och SLVB tillstyrker förslaget att Sametinget får i uppdrag att stödja utvecklingen av ett branschnätverk för samisk turism. Önskvärt är dock att Sametinget i arbetet med att främja det samiska näringslivets utveckling gör det i samarbete med berörd region så att synergieffekter kan underlättas i det regionala tillväxtarbetet.

### **Kapitel 12 Måltidsturism**

SLVB tillstyrker utredarens förslag kopplat till måltidsturism.

Den lokala och regionala identiteten är avgörande för måltidsturism därför behöver en delstrategi för måltidsturism inte bara koordineras med den nationella livsmedelsstrategin, utan också med de regionala livsmedelsstrategierna. Av samma anledning anser vi också att utredningen tydligare behöver beskriva kopplingen mellan småskalig livsmedelsproduktion, gårdsbutikernas roll och måltidsturism ur besökarens perspektiv.

SLVB saknar i utredningen förslag på insatser för att stärka och utvidga regionernas arbete kring lokalt/regionalt ursprung, varumärkesskydd.

### **Kapitel 13 Evenemangs- och möteslandet Sverige**

SLVB stöder utredarens förslag att möten och evenemang måste få en tydligare plats i besöksnäringen och bli en viktig del i den nationella strategin. Men vi vill också poängtera att det är viktigt att se evenemang ut flera synvinklar. Destinationen Swedish Lapland har inte alltid de stora



fysiska arenorna för evenemang. Däremot fungerar naturen som en arena för många evenemang. Vi ser hur Sverige bör kunna ta en position kopplat till naturbaserade evenemang, exempelvis trail-lopp, skidlopp, utmaningar av olika slag.

Koppla mötes- och evenemangsstrategi till tydliga hållbarhetsmål.

#### **Kapitel 14 Regler, tillstånd och tillsyn**

SLVB ser positivt på förslagen om förenkling för företag genom digitala tjänster.

För att förenkla för företagen och samtidigt utöva en relevant tillsyn krävs förenklingsprocesser, samsyn kring avgifter och ett omfattande digitaliseringsarbete. Vi ser att det saknas ett tydligt ställningstagande och en kraftfull insats kring digitalisering av tillstånds-, tillsyns och egenkontrollarbete.



Camilla Bondareva  
Destinationsstrateg, Swedish Lapland Visitors Board