

Diarienummer: N2007/00222HL

Yttrande: Remiss av betänkandet SOU 2017:1

För Sveriges landsbygder – en sammanhållen politik för arbete, hållbar tillväxt och välfärd

Till: Näringsdepartementet

103 33 Stockholm

Remissvar på betänkandet; För Sveriges landsbygder – en sammanhållen politik för arbete, hållbar tillväxt och välfärd, DIR: N2007/00222HL

Visit Sweden är kommunikationsbolaget för Sverige. Visit Swedens marknadsföring är en brygga mellan utbudet av turistföretagens produkter och upplevelser i Sverige och de internationella resenärer som vill komma hit för att ta del av Sveriges turistiska utbud.

Visit Swedens uppdrag kommer från staten och den svenska besöksnäringen och det har två tydliga fokus:

- att marknadsföra varumärket Sverige internationellt.
- att marknadsföra svenska destinationer och upplevelser utomlands.

Visit Sweden ökar omvärldens lust till Sverige så att fler turister väljer att resa hit. Genom egna kontor i utlandet kommunicerar Visit Sweden berättelser om Sverige, den svenska livsstilen, naturen och de turistiska upplevelserna och stärker därmed även landets varumärke internationellt. Det bidrar till ökade intäkter och fler arbetstillfällen i hela landet. Marknadsföringen av Sverige som destination genomförs i 13 länder i Europa, Asien och Nordamerika.

Utländsk turism till Sverige har tillväxt och skapar affärsmöjligheter för svensk besöksnäring, vilket bidrar till ökade intäkter och fler arbetstillfällen i hela landet.

- Utländska besökarens konsumtion innebär exportintäkter om 113 miljarder kronor årligen (2015)
- Utländsk turism är den enda export som ger svenska staten momsintäkter om 14,6 miljarder kr årligen (2015)
- Besöksnäringen i Sverige skapar årligen tusentals nya arbetstillfällen (+9000, 2015)

Visit Sweden har uppmärksammat ovan rubricerade utredning och vill lämna följande yttrande gällande förslagen:

- Näringsliv och företagande
- Digital kommunikation och transportinfrastruktur
- Samhällsplanering och bostadsbyggande

Turismen växer globalt och enligt Adventure Travel Trade Association (ATTA) är naturturismen det segment som växer snabbast. Sverige har stor potential att öka antalet utländska besökare och en av Sveriges styrkor som destination är hållbar naturturism. Bilden av Sverige som en naturdestination är stark, vilket bekräftas av den internationella varumärkesundersökningen Anholt-GfK Nation Brands Index och Visit Swedens varumärkesundersökning. Det är ett attraktivt utgångsläge som ger tillväxt i hela landet och skapar fler arbetstillfällen på landsbygden.

Enligt Mittuniversitetets kartläggning omsätter svenska företag inom naturturism 3,6 kr miljarder årligen. För en fortsatt hållbar tillväxt inom naturturism, där företag på den svenska landsbygden kan ta del av en stor potential, krävs gemensamma satsningar, effektiv marknadsföring och samverkan över både branscher och sektorer. Detta för att kunna vara konkurrenskraftig och ta tillvara den internationella potentialen för svensk landsbygd. Men även om Sverige har en stark profil som ett naturland är konkurrensen hård. Både Norge och Kanada anses i ännu högre grad vara vackra resmål med unik, orörd natur.

En långsiktig syn på tillväxt är central för svensk besöksnäring. Turistföretag, regioner och organisationer som fortsätter utveckla attraktiva destinationer, sina produkter och utbud, transportsätt och mottagande ur ett långsiktigt perspektiv i hela landet säkerställer att Sverige har något att erbjuda även framtidens internationella resenärer. För en internationell besökare ingår många delar i resan: boende, måltider, upplevelser, aktiviteter och transport.

Visit Sweden

Näringsliv och företagande

Besöksnäringen är en nätverksekonomi som inkluderar flera aktörer och andra branscher. Detta ställer stora krav på samsyn och samarbeten mellan offentliga och privata aktörer. I arbetet med att utveckla attraktiva och hållbara destinationer behövs därför en koordination kring investeringar, affärsmöjligheter, finansiering och produktutveckling. Destinations- och produktutveckling är av stor betydelse för Sveriges attraktionskraft. En besöksnäring som ständigt strävar efter att utveckla en hög kvalitet på erbjudandet kan attrahera fler utländska besökare på en global konkurrensutsatt marknad. Visit Sweden ser positivt på att betydelsefulla insatser, som Tillväxtverkets Hållbar Produktutveckling, fortlöper.

Visit Sweden delar utredningens ställningstagande att den naturbaserade turismen är viktig för destinationer och företag i hela Sverige, både stad och landsbygd. Visit Sweden har i många år tillsammans med svensk besöksnäring lyft bilden av svensk natur och naturbaserade upplevelser både i anslutning till städer och till landsbygden. I takt med att konkurrensen från både nya och etablerade globala naturdestinationer ökar blir det allt viktigare för Sverige att ta en tydlig internationell position som naturdestination. För att bibehålla och öka tillväxten behöver utvecklingen av utbud, infrastruktur och mottagande fortsätta.

Digital kommunikation och transportinfrastruktur

Besöksnäringen är en av de branscher som påverkats snabbast av digitaliseringen. Resenärernas beteende har på kort tid förändrats när det gäller semesterresor, och ställer nya krav på digital tillgänglighet och teknik – allt från förväntan på uppkopplingshastighet till hur de inspireras och delar med sig av upplevelser på digitala plattformar.

För att Sverige ska vara konkurrenskraftigt och attrahera utländska besökare måste Sveriges upplevelser och utbud finnas rätt förpackade, i rätt tid och vara köpbara på de digitala plattformar som målgruppen använder sig av. Det är essentiellt att Sveriges besöksnäringens företagare har kapacitet att vara digitalt tillgängliga i hela leveranskedjan. En väl utbyggd och fungerande digital infrastruktur är en av grundpelarna för besöksnäringens framtida internationella tillväxt. Visit Sweden delar utredningens målsättning att alla i hela landet ska ha tillgång till digital infrastruktur och anser att det är en förutsättning för turismföretagarna att verka på landsbygden.

Besöksnäringens behov av olika transportförbindelser måste finnas med i offentliga beslutsprocesser, både i nationella och kommunala översiktsplaner. Kommuner och beslutsfattare måste kunna värdera de ekonomiska effekter som ökad turism skapar och hantera de eventuella utmaningar som uppstår kring tillgänglighet till resmålet. De samhällsnyttor som skapas av eller i besöksnäringen måste värderas likställt med andra nyttor och områden.

Samhällsplanering och bostadsbyggande

I besöksnäringens och de internationella resenärernas perspektiv behöver kopplingen mellan samhällsplanering och konkurrenskraftiga resmål stärkas. I samhällsplaneringen är det viktigt att i ett tidigt skede notera och beakta de turistiska värden som attraherar internationella resenärer. Sveriges kommuner och regioner måste införliva och prioritera besöksnäring i samhällsplaneringen.

Visit Sweden ser även positivt på regeringens pågående utredning om "Sveriges besöksnäring – en samlad politik för upplevelsebaserad tillväxt" Visit Sweden ser gärna att förslag och insatser som framkommer för besöksnäringen på landsbygden i dessa båda utredningar samordnas.

Kristina Ösund
tf vd
V.S. Visit Sweden AB
kristina.oesund@visitsweden.com