

2018 -02- 05

ANSÖKAN OM MEDFINANSIERING TILL PROJEKT

Dnr. RUN / 91 / 2018

☐ EU Strukturfond ☐ Annat EU ☐ Interreg X Regionalt

Projektnamn

Affärsdrivande multiarena - Hållbar samverkan för internationell konkurrenskraft

Projektperiod

Start (åååå-mm-dd)

2018-06-09

Slut (åååå-mm-dd)

2020-12-31

Sökt belopp

6 300 000 kr

Uppgifter om sökanden

Sökande (organisationens namn)

Destination Funäsfjällen AB

Organisationsnr.

556169-2855

Adress

Rörosvägen 30

CFAR-nummer

14630552

Postnr

840 95

Ort

Funäsdalen

Plusgiro

Telefon

0684-155 80

Bankgiro

418-9916

Har sökande rätt att dra av momsen för projektets verksamhet? (om nej, bifoga intyg från Skatteverket)
x Ja ☐ Nej

Län som omfattas av projektets verksamhet

Jämtlands län

Kommuner som omfattas av projektets verksamhet

Härjedalens kommun

OBS! Bifoga registreringsbevis (Bolagsverket)

Underskrift

Undertecknad försäkrar, på heder och samvete, att de uppgifter som lämnas i ansökan inklusive bilagor är riktiga. Vidare intygas att inga andra offentliga stöd, utöver de i denna ansökan redovisade, kommer att sökas för detta projekts kostnader samt att lagen om offentlig upphandling har beaktats. Samtidigt medges att projektansökan får tas upp och diskuteras med berörda parter i regionen samt att sökandes kreditgivare och revisorer får lämna information som är nödvändig för bedömning av ansökan och den fortsatta hanteringen av projektstödet.

Datum

Behörig firmatecknare

Namnförtydligande

Skicka undertecknad ansökan till:
Region Jämtland Härjedalen
Område Näringsliv
Box 654
831 27 ÖSTERSUND

1. Kontaktpersoner			
Kontaktperson hos sökanden Jonas Kojan		Kontaktperson ekonomi Lisa Bergman	
Telefon nr 0684-155 80	Mobiltelefon nr 070 628 99 78	Telefon nr 0684-15580	Mobiltelefon nr
e-postadress jonas@funasfjallen.se		e-postadress lisa@funasfjallen.se	
Projektledare Petter Eurenus			
Telefon nr		Mobiltelefon nr 070 602 87 98	
e-postadress petter.eurenus@gmail.com			

2. Upphandling	
Omfattas sökanden av Lagen om Offentlig upphandling?	
<input type="checkbox"/> Ja	<input checked="" type="checkbox"/> Nej
3. Annat stöd (utöver medfinansieringen till denna ansökan)	
Har annat offentligt stöd sökts för detta projekt som inte anges i finansiering i denna ansökan	
<input type="checkbox"/> Ja	<input checked="" type="checkbox"/> Nej
Om Ja, ange nedan finansiär och belopp	
Finansiär	Belopp

Ta del av punkt 7 i projektansökan och handledning för ifyllande av projektansökan innan ni fyller i nedanstående punkter. Säkerställ att de horisontella kriterierna beaktas i både planering och beskrivning av projektet och att det tydliggörs i följande punkter i projektansökan.

4. Projektbeskrivning
<p>4.1 Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet</p> <p>Hållbarhet Vi som människor påverkar vår miljö på ett ohållbart sätt. Till och med när vi söker äkta naturupplevelser lämnar vi, och ser andras fotspår i naturen. Under de senaste 10 åren har detta blivit mycket synligt i Funäsfjällen. Slitaget syns genom breddade, upptrampade och eroderade cykel- och vandringsleder, av maskiner sönderkörda myrar och åkanter. Naturen belastas avsevärt hårdare än vad som är hållbart i kort och långt perspektiv. Gäster rör sig på större ytor med hjälp nya hjälpmedel, t ex fler cyklister och elcyklister, fler skotrar med lössnöegenskaper m.m. Klimatförändringen har höjt trädgränsen med 100 m på hundra år. Mer nederbörd, sommar som vinter, kommer i större grad påverka erosion som påverkar vattendragen och på vintern påverkas isbildandet på sjöar och åar. Fler gäster rör sig utanför ledssystemet under större delar av året vilket hela områdets näringskedja påverkas av, bl a rennärning, markägare och jaktlag. Relationen med denna grupp måste fungera annars påverkas hela den lokala besöksnäringens ekosystem negativt.</p> <p>Kvalitet Gästen behöver känna sig trygg och välinformerad för att kunna ta till sig upplevelser som Funäsfjällen erbjuder. Idag kräver en internationell gäst betydligt mer kvalitet och information om lederna än vad som idag erbjuds. I Funäsfjällen finns sex stycken ledssystem. Längd-, skoter-, vandrings-, cykel-, paddel- och ridleder som är anlagda mellan 1970-talet och 2011. Endast skoter- och längdleder underhålls kontinuerligt då det saknas intäktskällor på övriga ledssystem. Inga större nyutvecklingar eller omdragningar på varken sommar- eller vinterleder har gjorts sedan de anlades. Fler gäster gör i större utsträckning flera aktiviteter under samma semesterresa och upplever bristande kvalitet vilket minskar attraktion och internationell konkurrenskraft. Fler ledssystem behöver egna intäktskällor så att gemensamhetsdrift för samtliga leder året om kan skapas. Det skulle bli en unik metod och affärsmodell för drift och utveckling som andra destinationer kan lära av. De sammantagna ledsystemen i Funäsfjällen är områdets största USP och utgör ca 65% av gästnätterna på helår.</p> <p>Affärsutveckling Den eftersatta kvaliteten kommer i förlängningen att leda till minskad konkurrenskraft för områdets företag. Näringsen får allt svårare att konkurrera med andra destinationer i Sverige och Europa som erbjuder enskilda ledssystem (alltså inte flera ledssystem i samverkan) som utvecklats senare med högre kvalitet i form av tillgänglighet, information och säkerhet. Näringsens förmåga att matcha kvalitetshöjningen med affärsmannaskap i form av nya tjänster som särskiljer området från andra behöver stärkas. Under 2017 har Destination Funäsfjällen drivit en förstudie med syfte att identifiera och förtydliga företagets behov för att öka deras attraktions- och konkurrenskraft. Slutsatserna belyser tydligt att utvecklingen av ett hållbart och internationellt konkurrenskraftigt ledssystem samt riktade insatser inom ledarskap och affärsutveckling är viktiga för områdets och näringsens utveckling och innovationsförmåga. Den produktutveckling som genomförs måste synliggöras genom marknadsföring för att få genomslag på nya marknader. Nya tjänster behöver utvecklas som särskiljer området och skapar en internationell attraktionskraft. Dagens medarbetare vill vara medskapande och ställer större högre krav på ledares förmåga att skapa förutsättningar för förnyelse och motivation i sina respektive organisationer vilket är viktigt för en arbetsplats attraktionsförmåga.</p> <p>Delaktighet från företagare och bofasta i förstudiearbetet har varit stor och inkluderar representanter från rennärning, markägare, länsstyrelse och kommun. Nio olika aktivitetsgrupper har skapats (längd, skoter, vandring, cykling, paddling och</p>

ridning, skylt, information och drift) vilka omfattar ca 45 personer som lagt över 2 300 ideella timmar på förstudien. Förstudien har utgått från gästens behov och områdets behov för att kunna skapa ett ledssystem med europeisk konkurrenskraft utifrån lokala förutsättningar. Ett 25-tal lokala företag medfinansierar projektet. Destination Funäsfjällen (DF) i sin roll som paraplyorganisation för områdets 180 företagare tidigare drivit utvecklingsprojekt, riktat till både företagsutveckling och ledutveckling. Projektansökan bygger på resultaten av de projekten.

I Funäsfjällen finns stort behov av att säkerställa en fortsatt hållbar, värdebaserad och jämlik utveckling av produkter och tjänster med fokus på internationell marknad för att kunna attrahera nya målgrupper. Utveckling av företagare genom utbildning, kunskapsöverföring och samverkan har uppmärksamats av näringen under förstudien Spår och Leder i Funäsfjällen. Miljön är ett huvudfokusområde för projektet där hela näringen ställer sig bakom ett hållbarhetsperspektiv för fjällmiljön på minst på 60 år framåt där folkhälsa, friskvård och livskvalitet är prioriterade. Involvering av den samiska näringen, skogsnäringen, kommun och länsstyrelse breddar projektområdet och tar hänsyn till fler delar av samhället.

4.2 Sammanfattande projektbeskrivning

Projektet ska skapa ett hållbart och kvalitativt ledssystem som skapar internationell konkurrenskraft för områdets små- och medelstora företag (SMF). Ledsystemet ska ha ett självbärande intäktssystem efter projektets slut. Detta skapas genom satsningar på ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet i linje med regionens mål. Gästupplevelsen ska på alla sätt kunna konkurrera med de bästa europeiska led- och naturupplevelserna. Ledsystemet innefattar längd, skoter, vandring, cykel, paddling och ridning. Sammantaget skapas en arena för multifunktionell rekreationsinfrastruktur.

Hållbarhet:

Ledsystemet utvecklas för att klara en intensiv turism samtidigt som höga natur- och kulturvärden bibehålls. Det innebär bland annat att stärka högt belastade partier av leder, spånga, hårdgöra, minska erodering, flytt av leder till mer hållbar terräng eller borttagning av leder på känslig miljö och att utöka parkeringar vid utgångspunkter. Hållbarheten är genomgående i projektet som syftar till att stärka den ekologiska, ekonomiska och sociala hållbarheten i området.

Hållbarhet och säkerheten höjs genom att vinterleder över vattendrag och sjöar byggs bort genom omdragning av leder från sjöar. Broar byggs på platser där flera ledssystem kan nyttja dem sommar som vinter vilket påverkar ledarnas hållbarhet. Detta breddar säsongerna vilket skapar mer intäkter.

Kvalitet:

Kvaliteten på hela ledsystemet och kringtjänster uppgraderas för att motsvara internationella gästens förväntningar av information, säkerhet och kvalitet. Nydragnings av ett fåtal leder sker i syfte att tillmötesgå efterfrågan från nya målgrupper. Området anpassas till framtidens miljö- och gästkrav som också leder till målen med Region JH:s innovationsplan den regionala utvecklingsstrategin.

En ny metod och affärsmodell för underhåll och drift av alla leder året om skapas och implementeras vilket möjliggör en effektivare drift. Med hjälp av högre ledkvalitet så kan intäktssystem på fler leder skapas, t ex cykel, ridning och paddling. Detta kompletterar intäkterna på skoter och längd och bildar en grund till driftssamverkan kring intäkter, underhåll och drift. Modellen blir självfinansierande och besökarens krav även i framtiden kan mötas, vilket lockar fler återkommande och nya gäster. (Se bilaga 10 och 14) Metoden kommer att bli unik för organisationer som driver leder. Synergier mellan de olika ledsystemen som skapar bättre förutsättningar för drift och underhåll prioriteras. Samverkan kring underhåll av kommunala leder och Länsstyrelsens leder kommer att skapa effektivare drift.

Projektet ska tillgodose gästernas ökande krav på tillgänglighet. T ex skapas fler platta längdspår, "sociala leder" Guldturskonceptet renodlas och gör det enklare för gästen att röra sig i naturen samtidigt som övriga vandringsleder (t ex sevärdhetsturer) tas bort.

Projektet tar fram och implementerar, i samråd med länsstyrelsen, ett nytt gemensamt tillgängligt och informativt skyltsystem för alla spår och leder. Skyltsystemet ersätter de åtta olika gamla skyltsystemen som idag finns i Funäsfjällen. De äldsta är idag 30 år gamla, i olika grader av förfall då vissa står utan huvudmän, vilket påverkar säkerhet och tillgänglighet.

Gästen ges ökad möjlighet till digital och fysisk tillgänglighet till Funäsfjällens ledssystemen genom en digital informationsguide. I guiden kan gästen innan och under besöket hitta rätt led och upplevelse. Säkerheten höjs då leder kan markeras som olämpliga på högt vattenstånd, rendrift, jakt, underhållsarbete mm. Informationen kommer att finnas tillgänglig på flera språk.

Affärsutveckling och samverkansmodeller:

Områdets ledare och chefer får möjlighet till utbildning i ledarskap vilket främjar innovation på flera nivåer. Genom möten och coaching skapas både ett lärande och nya tjänster och produkter kring lederna. Ett mer medskapande ledarskap gör Funäsfjällens företagare mer attraktiva på arbetsmarknaden. Företagens möjligheter till tjänsteinnovation ökar genom detta. Prioritering och segmentering av målgrupper blir starkare då ledsystemet skapar förutsättningar för fler och bättre tjänster och produkter kring lederna. Projektets genomförande kommer också att inkludera marknadsföring och spridning av de produkter som utvecklas.

Tillsammans med markägare och markägarorganisationer skapas forum för gemensam utveckling. Över 1200 arrendavtal kopplade till ses över i syfte att förenkla för markägare och driftsorganisation och skapa bättre livsmiljö i regionen.

Arbetsättet kommer att inkludera samtliga delar av det lokala och regionala samhället som har intressen där leder är dragkraft, bland andra rennärings-, byalag-, markägare-, länsstyrelse- och kommun. Projektet kommer också att prioritera att genom öppenhet och dynamik kontinuerligt sprida information regionalt och nationellt kring projektet, arbetsmetoder och resultat, vilket skapar fler strategiska samarbeten för innovation i regionen.

Projektinnehållet kommer att kommuniceras/marknadsföras till segmenterade målgrupper och nya nationella och internationella marknader.

4.3 Syfte med projektet

Projektets övergripande syfte är att det ska resultera i långsiktigt hållbara möjligheter för företagen att bredda sina verksamheter året runt och öka sin internationella konkurrenskraft och därigenom öka omsättning och lönsamhet vilket är avgörande för framtida utvecklingsmöjligheter. Projektet kommer innehålla tre kompletterande delar.

1. Hållbarhet: Möjliggöra för intensiv turism samtidigt som höga natur- och kulturvärden bibehålls i ett långsiktigt perspektiv. ("Intensiv turism" behöver inte bara betyda fler gäster utan innovativa produkter och tjänster kan skapa mervärden som leder till ökad kvalitet, annan prissättning eller ökad lönsamhet.)
2. Kvalitet: Skapa långsiktig kvalitet genom innovativ affärsmodell för underhåll och drift. Öka säkerhet och information. Förbättra gästupplevelse och motsvara marknadens förväntningar. Göra det lättare och mer attraktivt för näringen att skapa tjänster och produkter kring ledssystemet.
3. Affärsutveckling och samverkansmodeller: Öka områdets SMF:s konkurrenskraft och affärsmässighet genom nya tjänster och produkter vilka skapar långsiktiga värden och relationer med gästerna. Utbildning och coaching (intern och extern rådgivning) i medskapande ledarskap leder till bättre kompetensförsörjning- och utveckling, resurseffektivitet, samverkan, attraktionskraft på arbetsmarknaden och tjänste- och produktinnovation.

4.4 Projektets mål

Övergripande mål:

Områdets 180 st SMF inom den primära och sekundära besöksnäringen ska ha långsiktig tillväxt avseende omsättning och sysselsättning året runt. Detta mäts och följs upp under och efter projektiden.

Projektmål:

Hållbarhet:

Skapa ett ledssystem som klarar belastningen av intensiv turism samtidigt som höga natur- och kulturvärden bibehålls i ett långsiktigt perspektiv.

Kvalitet:

Att utveckla attraktions- och konkurrenskraftigt ledssystem på internationell marknad.

Affärsutveckling och samverkansmodeller:

Att skapa bättre förutsättningar för affärsutveckling och affärsmässighet inriktad på områdets SMF.

Delmål:

Skapa och implementera intäktsmodeller för fler ledssystem. Mäts genom avräkning av antal intäktskällor och storlek på intäkter.

Skapa och implementera en metod för kontinuerlig året-runt drift och utveckling av ledssystemet möjliggör fortsatt näringslivsutveckling, friluftsliv och livskvalitet efter projektets avslut. Mäts genom avstämning vid projektets slut.

Skapa en kostnadseffektivare underhållsorganisation, höjer kvalitet och sänker totalkostnaden för underhållet. Mäts genom antal leder som underhålls på helårsbasis.

Möta gästens informationsbehov fysiskt och digitalt också avseende jämställdhet och integration. Mäts genom upplevelsemätningar i form av gästenkäter en gång per år.

Förutsättningarna för områdets SMF:s att skapa affärer genom ledssystemet ska ha förbättrats med stöd av kunskap, ledarskap, utbildning, öppenhet, regionens kulturarv och de horisontella kriterierna som hållbarhet, jämlikhet och tillgänglighet. Mäts genom omsättning, nya tjänster och produkter, sysselsättningsgrad och antal företag och antal nya företag som fått stöd. 2016/17 är referensår för denna kontrollgrupp.

Skapa upplevelser utifrån natur, miljö som motsvarar gästens krav och behov samtidigt som säkerhet och hållbarhet bibehålls. Mäts genom upplevelsemätningar i form av gästenkäter en gång per år.

Ett långsiktigt hållbart ledssystem som möjliggör fler besökare i området utan att belasta miljön. Detta leder till den regionala utvecklingsstrategins delmål att möjliggöra för intensiv turism samtidigt som höga natur- och kulturvärden bibehålls. Mäts genom enkäter med miljøråd. (se Projektorganisation)

Den lokala näringen och lokala/regionala organisationer som rennärning, markägarorganisationer, föreningar, länsstyrelse och kommun ska ha fler plattformar för samverkan i syfte att skapa en attraktiv livsmiljö, friluftsliv och innovativa samarbeten. Mäts genom enkät med delaktiga aktörer.

4.5 Projektets målgrupp

Projektets primära målgrupp är områdets företagare inom den primära besöksnäringen. Med primär målgrupp avses företag som erbjuder produkter och tjänster inom besöksnäringen som hel- eller deltidssysselsättning. Hit räknas även potentiella entreprenörer i området. Tyngdpunkten ligger på de företag som anses nyetablerade och/eller kan utveckla nya tjänster och produkter kopplade till ledssystemet och därigenom skapar utökade eller fler arbetstillfällen. Företagens investeringar och delaktighet i de innovationsprocesser som inom ramen för projektet möjliggörs stärker näringens samarbeten. Till den primära målgruppen hör också rennäringen, markägare, markägarorganisationer, och beslutsfattare inom länsstyrelse och kommunal verksamhet. Samarbetet med dessa är viktiga för skapandet av en bra livsmiljö, ett bra friluftsliv och en sund samhälls- och näringslivsutveckling.

Projektets sekundära målgrupp är områdets företag som ingår i klustersamarbetet i Funäsfjällen men som *inte* tillhör den primära målgruppen. T ex elektriker, byggföretag, frisör et c. En nyligen utförd undersökning (SPRIT, Nordanalys 2017) visar att 74% av all omsättning i Funäsfjällen kommer från besöksnäringen. För ett fungerande samhälle i glesbygd så är besöksnäringen extremt viktig för samhälls- och näringslivsutvecklingen.

Samtidigt skapas gästupplevelser som motsvarar den internationella outdoormarknadens behov i fråga om hållbarhet, tillgänglighet och information.

Andra destinationsorganisationer kommer att kunna dra nytta av utvecklade tjänster och produkter som drifts- och underhållsmodell, apputveckling, projektuppbyggnad m.m, även om de inte är en prioriterad målgrupp.

4.6 Projektorganisationen

(Se även bilaga 13)

En projektledare anställd på heltid har det övergripande ansvaret för att leda projektet mot uppsatta mål och resultat utifrån beslutade aktiviteter. Denne ansvarar också för att skapa förutsättningar för att nå de långsiktiga effekterna genom att lärande skapas bland de samverkande SMF, att utvecklade strategier och metoder kan användas på andra platser och att etablerade samarbeten kan leva vidare.

En administrativ resurs på heltid ansvarar för rapportering och rekvisition, ekonomi, kontroll av underlag som t ex logotyper och rapporter, avtal, tidsredovisning och inköp.

En kommunikationsansvarig anställd på visstid har, tillsammans med projektledaren, till ansvar att internt och externt sprida projektets metoder och arbetssätt, resultat samt marknadsför projektinsatserna.

Varje ett av de sex ledssystemen har en delprojektledare som på deltid arbetar för att uppnå de målsättningar som är uppsatta för varje ledssystem. Dessa delprojektansvariga förstärker arbetslagen under barmarkssperioden. Varje delprojektledare har en referensgrupp bestående av ideella resurser som ingått i förstudien.

En person deltidanställs för att arbeta för markägaravtal.

En delprojektledare på heltid arbetar med ledarskapsutveckling, samarbeten och coachning mellan områdets SMF och tillser också att de horisontella kriterierna används i arbetet. Viss extern spetskompetens köps in.

Sex stycken fältarbetare kommer att anställas under barmarkssäsongen för att skapa hållbara, kvalitativa och säkra leder. Dessa fältarbetare får sina arbetsuppgifter av delprojektledarna. Extern kompetens köps in för konsultation vid större mark- och anläggningsarbeten.

En extern uppföljning av projektet sker kontinuerligt vilket rapporteras till medfinansierare och styrgrupp. En undersida till funasfjallen.se kommer att kommunicera projektets målsättning, insatser, möten och uppföljning.

I uppbyggnaden av projektorganisationen eftersträvas en jämn könsfördelning där både män och kvinnors kunskaper tas till vara.

4.7 Arbetssätt och verksamhetsbeskrivning, inklusive beskrivning av de aktiviteter som tas upp under punkt 5

Arbetet kommer att genomföras i tätt samarbete med näringen och flera delar av övriga samhället. Många av aktiviteterna behöver ske i samförstånd med bl a länsstyrelse, markägare och rennärings för att få långsiktig förankring. Projektet och arbetssättet kommer att vara beroende av, och påverka, hela Funäsfjällens besöksnäringens ekosystem, och även andra närliggande näringar. För att skapa de långsiktiga gemensamma strategierna så kommer viss extern kompetens att köpas in.

Näringslivet i området har själva identifierat behovet av insatser kring ledssystemet som en viktig förutsättning för deras tjänste- och produktutveckling. Näringslivet kommer att delta i affärsutvecklingen som en del, och deras behov är kunskap och samarbeten, för att kunna skapa innovativa och attraktiva produkter kring ledssystemet. Workshops, studiebesök, utbildning i ledarskap, coachning och aktiviteter för att utveckla samverkan mellan företagen kommer att genomföras.

Hållbarhets- och kvalitetsåtgärder på lederna liksom investeringarna av broar i området sker i samarbete med markägare, rennärings, och andra intressenter. Samarbete skapas kring kommunala leder och länsstyrelsens leder för att skapa bättre effektivitet och mindre miljöpåverkan vid underhåll. Kommunikationsinsatser riktar sig till målgrupper som beskrivits, vilket inkluderar primär och sekundär målgrupp i området och nationell och internationella kundsegment.

Projektledare och projektägare bildar, tillsammans med den administrativa resursen, ansvariga för affärsutveckling och kommunikation, projektets ledningsgrupp. Täta arbetsmöten effektiviserar arbetet och skapar synergieffekter mellan delprojekten. Delprojektledarna och ansvarig för markägaravtalen deltar i ledningsgruppsmöten vid behov.

Projektledaren rapporterar till projektets styrgrupp som består av representanter från Destination Funäsfjällens styrelse, projektägare/VD, områdets näring och organisationer samt regionala instanser och medfinansierare som kommun och länsstyrelse. Projektets styrgrupp leds av projektägaren. Styrgruppen ska kontrollera, följa upp och utvärdera projektets mål med särskilt fokus på åtgärder för: hållbarhet, kvalitet och affärsutveckling. Näringslivet och fastboende kommer att bjudas in till möten om projektet minst en gång per år. Dialog med markägarorganisationer kommer genomföras kontinuerligt.

De lärdomar och erfarenheter som skapas i projektet kommer andra destinationer att kunna ta del av. Projektet eftersträvar att aktivt vara med i forum och på möten i regionen för att sprida och utbyta information. Projektets resultat kommer ge bättre förutsättningar för SMF:s att skapa affärer och samverkan inom besöksnäringen på lång sikt. För regionens besöksnäring i stort så kommer arbetsmetod och arbetsstrukturer för drift och utveckling av lederna samt samspelet mellan ledssystemet och SMF att kunna användas av andra destinationer för att skapa hållbara och affärsdrivande leder.

En projektuppföljare (följeforskare) kommer att upphandlas för att under hela projektet fungera som bollplank och hjälp till projektledningen, denne rapporterar till medfinansierare. Projektet kommer också av stämman av mot målen genom årliga undersökningar, se projektets mål/delmål.

I projektet ses de horisontella kriterierna som viktiga verktyg för att nå målen och av den anledningen kommer möten och workshops som hålls med deltagande SMF även behandla dessa områden. Att utveckla produkter som är mer inkluderande avseende vår kultur, integration, jämställdhet, mångfald och tillgänglighet bidrar till att ytterligare attrahera nya målgrupper. Vad gäller hållbarhet som en viktig del av dessa kriterier så kommer den hållbarhetspolicy som också utgör värdegrund för den regionala besöksnäringens strategin att utgöra en gemensam utgångspunkt och kravspecifikation för hur medverkande parter ska arbeta med den frågan.

Erfarenheter och resultat från tidigare genomförda projekt inom Funäsfjällen har tillvaratagits inför denna projektansökan. De tidigare projekten har både hjälpt till att bygga upp och skapa de ledprodukter som området erbjuder idag och har även tagit tillvara näringsens behov och syn på framtiden.

4.8 Projektavgränsning

Projektet skiljs från ordinarie verksamhet genom avgränsad ekonomi och delvis avgränsad projektorganisation.

4.9 Koppling till det regionala näringslivet

Det regionala näringslivet har under lång tid varit del av förberedelser till detta projekt. Under tidigare projekt och förstudier så har det genom intervjuer och workshops med näringen framkommit att Funäsfjällens leder varit prioriterade områden för näringslivsutveckling. Säsongen 2015/2016 stod den alpina produkten för ca 30% av gästernas upplevelser i Funäsfjällen. Övriga aktiviteter, med undantag för handel och affärsresor, utgjorde ca 65% av gästernas reseanledningar. Dessa övriga aktiviteter utförs såret om på de leder som Funäsfjällen erbjuder.

Ett mål som medlemmarna i destinationsbolaget, alltså företagen själva, har satt är att bredda Funäsfjällens erbjudande till att fokusera på annat än den alpina produkten. Hela näringen har alltså identifierat behovet av att skapa fler reseanledningar, med högre kvalitet, som kan hjälpa företagen att öka sin konkurrenskraft under hela året och bredda säsongerna. Dessa reseanledningar är i ca 65% av fallen knutna till ledsystemet.

Ca 180 företag i Funäsfjällen är medlemmar i Destination Funäsfjällen och flera av dem har varit med att bygga upp områdets ledsystem. Destination Funäsfjällen har sedan 1974 fungerat som en paraplyorganisation för områdets företagare. Företagarna är väl medvetna om vad dagens ledsystem betyder för deras produkter och vad produktutvecklingen av dem innebär.

Deltagande i planering:

Under förstudien till det här projektet har över 45 personer varit delaktiga i att ta fram visioner och analyser kring framtidens ledsystem. Många företag och personer har alltså redan investerat tid i förstudien. Ett 25-tal företag är också med som medfinansierare vilket visar på en hög grad av delaktighet från det regionala näringslivet. Samtliga delar av det lokala och regionala samhället som har intressen där leder är dragna i området, bland andra länsstyrelse, kommun, rennärning, skifteslag, byalag och markägare har varit engagerade i förstudien. Dels som medfinansierare, dels som deltagare i de referens- och styrgrupper som kommer att skapas kring de olika lederna.

Deltagande i genomförande:

Företagen inom Funäsfjällens besöksnäring, och andra lokala och regionala privata och offentliga aktörer, är huvudmålgrupp i stora delar av genomförandet. De är direkt delaktiga som deltagare i referens- och styrgrupper samt i det ledarskaps- och coachningsarbete som ska ske inom projektet. Ca 75 företag kommer att vara delaktiga i projektet tillsammans med byalag, kommun, länsstyrelse, rennärning och markägarorganisationer.

4.10 Koppling till andra projekt

Erfarenheter och produkter från tidigare genomförda projekt inom Funäsfjällen samt genom Destination Funäsfjällens dialog med områdets medlemsföretag har tillvaratagits inför denna projektansökan. Även projekt, rapporter och undersökningar från andra områden inom Region JH och även utanför region JH har använts. De tidigare projekten har både hjälpt till att bygga upp och skapa den produkt som området erbjuder idag och tagit tillvara näringsens behov och syn på framtiden. Tidigare projekt som projekttiden bygger på:

- Nordic Ski System, 1986-1988
- Fjällagendan 1995-1997
- Skoterledområde Funäsdalen, 1997-1999
- Framtid Funäsdalen, 2008-2011
- Tillgänglighet i Funäsfjällen, 2011-2013
- Mervärde Funäsfjällen, 2014-2015
- Förstudie Funäsfjällen 2014
- Bruksvallarna Snowfarming 2014-2018
- Turism 2030, 2015-2018
- Effekt av cykling och ridning (Rapport 2016, NINA)
- Framtidens Destination (Förstudie 2017, JHT)
- Projekt ledförstärkning i Vålådalen 2.0 (2017)

Även pågående projekt och insatser inom Region JH följs av projektet och närmare samarbeten kan komma att sökas inom ramen för projektet.

- En arena i världsklass (Projekttidé. Jämtland Härjedalen Turism, LST)
- Hållbar skoterturism i Frostviken (2016-)

-Nationalparksprocess Vålådalen-Sylarna-Helags (Länsstyrelsen Jämtland, pågående)

4.11 Resultatspridning

Projektorganisationen kommer att ha en projekthemsida där rapporter och resultat kontinuerligt läggs upp. På de informationsmöten som hålls minst en gång per år kommer resultaten och lärdomarna att spridas. Speciellt drifts- och affärsmodellen för underhåll och utveckling av lederna, som blir en unik produkt och som kan användas för fler turistområden, kommer projektet att sprida genom medverkan i möten/work shops/föreläsningar i länet. Projektledaren har också som arbetsuppgift att aktivt sprida information -och delta i arbetsgrupper för att stärka projektområdet i övriga regionen. Destination Funäsfjällen är också delaktig i Jämtland Härjedalens Turisms styrelse och kommer genom JHT att sprida information om projektet.

Internt så kommer en rapporteringsmodell från ledningsgrupp till styrgrupp säkerställa att projektet styr mot mål. Följeforskningen är en del av projektet från start. Uppföljning under slutet av projektet kommer att samlas i en projektrapport.

4.12 Uppföljning/Utvärdering/Följeforskning

En extern uppföljning och utvärdering (följeforskning) av projektet sker kontinuerligt vilket rapporteras till bidragsorganisationerna. Följeforskaren kommer att involveras från projektstart. Indikatorerna har följts från 2015 och följs upp vid projektavslut.

5. Tid och aktivitetsplan för projektet Aktiviteter ska beskrivas/utvecklas under punkt 4.7			
Aktivitet	Startdatum	Slutdatum	Budgeterad kostnad
Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på skoterleder	20180609	20201231	2 228 930
Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på längdspår	20180609	20201231	2 428 758
Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på cykelleder	20180609	20201231	6 716 155
Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på vandringsleder	20180609	20201231	1 984 140
Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på ridleder	20180609	20201231	605 890
Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på paddelleder	20180609	20201231	381 723
Broar	20180609	20201231	9 923 070
Kommunikation - digital informationsguide	20180609	20201231	1 850 000
Kommunikation – marknadsinsatser	20180609	20201231	2 545 323
Affärsutveckling – coachning och ledarskapsutbildning	20180609	20201231	2 000 728
Projektledning och administration	20180609	20201231	4 398 682
Följeforskning/uppföljning	20180609	20201231	450 000
	20180609	20201231	
	20180609	20201231	
	20180609	20201231	
Insatser för något/några av de horisontella kriterierna	20180609	20201231	100 000
Informationsspridning om verksamhet och resultat	20180609	20201231	70 000
Projektutvärdering och slutredovisning, inklusive slutrapport	20200831	20201231	150 000
Projektets start och slutdatum	20180609	20201231	

6. Indikatorer			
6.1 Indikator	Kvinnor	Män	Antal
Antal arbetstillfällen som skapas av projektets genomförande, såväl inom själva projektet som externt (fördelat på kvinnor och män)	7	11	18
Antal arbetstillfällen som bevaras som en följd av projektets genomförande, såväl inom själva projektorganisationen som externt (fördelat på kvinnor och män)	3	3	6
Antal nystartade företag (fördelat på kvinnor o män)			13
Antal nya företag med delat/mixat ägande			4
Antal företag som deltar i projektet			77
Antal personer som deltar i projektet förutom projektägarens personal (fördelade på kvinnor och män)	35	60	95
Antal nya kommersiella produkter/tjänster/patent som följd av projektet			145
Privat medfinansiering av projektet i kronor			3 865 500

6.2 Kommentar till indikatorerna
<p>Kommentar till indikatorerna:</p> <p>Intervjuer med 25 företag har genomförts. Dessa företag vill delta i projektet och har fått fem frågor angående ett kommande projekts påverkan på deras företag. En kvalitativ fråga gällande vad betydelsen av projektet skulle betyda som helhet för det intervjuade företaget, för destinationen i stort och för den intervjuade personens livskvalitet.</p> <p>De fyra andra frågorna var kvantitativa:</p> <p>1. Bedömer du att du kommer att ha ökat sysselsättningen i ditt företag som en följd av projektgenomförandet efter projektavslut? I så fall, till vilken grad?</p>

2. Bedömer du att ditt företag genom delaktighet i projektet och genom projektets insatser kommer att utveckla för företaget nya produkter/tjänster? I så fall, hur många?
3. Bedömer du att ditt företag kommer att öka sin omsättning inom tre år, med hjälp av insatserna i projektet? I så fall, med hur mycket?
4. Bedömer du att arbetet i projektet med att stärka ledernas hållbarhet och kvalitet samt företagets affärsmässighet kommer att påverka ditt företags möjligheter att bevara sysselsättning? I så fall, med hur mycket?

7. Horisontella kriterier

Vilken påverkan har projektet på jämställdhet

- ☐ - Syftar direkt till att öka jämställdheten
- ☒ - Har en övervägande positiv påverkan ur ett jämställdhetsperspektiv
- ☐ - Har en övervägande negativ påverkan ur ett jämställdhetsperspektiv

Besvara kortfattat följande fyra frågor:

1. Vilka mätbara mål finns avseende jämställdhet inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå målen när det gäller jämställdhet? 3. På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter jämställdheten?

4. Hur kommer projektet kvinnor och män till godo vad gäller företagande, arbetstillfällen etc.?

1. Områdets 180 st SMF inom den primära och sekundära besöksnäringen ska ha långsiktig tillväxt avseende omsättning och sysselsättning året runt. Detta mäts och följs upp under och efter projektiden. Möta gästens informationsbehov fysiskt och digitalt också avseende jämställdhet och integration. Mäts genom upplevelsemätningar i form av gästenkäter en gång per år. Skapa och implementera en metod för kontinuerlig året-runt drift och utveckling av ledssystemet möjliggör fortsatt näringslivsutveckling, friluftsliv och livskvalitet efter projektets avslut. Mäts genom avstämning vid projektets slut.

2. Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på skoterleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på längdspår, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på vandringsleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på cykelleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på paddelleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på ridleder, Kommunikation - digital informationsguide, Kommunikation - marknadsinsatser, Affärsutveckling - coachning och ledarskapsutbildning

3. Tillväxt i näringslivet genom höjd omsättning, utökad verksamhet, fler arbetstillfällen och ökad konkurrenskraft för deltagande SMF. Insatserna och deras påverkan på områdets SMF:s bidrar till samhälls- och näringslivsutveckling i regionens glesbygd. Större möjlighet till information på fler sätt kommer att attrahera nya målgrupp på både internationell och internationell marknad.

4. En gemensam driftorganisation som underhåller samtliga leder året om kommer att skapa större attraktionskraft och näringen kommer att kunna erbjuda fler kvalitativa tjänster och produkter. Fler företagare kommer att ha större förutsättningar att skapa tjänster och produkter kring lederna, både på grund av ledutveckling och på grund av förbättrade möjligheter och kunskaper till affärsinnovation.

Vilken påverkan har projektet på integration och mångfald

- ☐ - Syftar direkt till att öka integration och mångfald
- ☒ - Har en övervägande positiv påverkan ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv
- ☐ - Har en övervägande negativ påverkan ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv

Besvara kortfattat följande fyra frågor:

1. Vilka mätbara mål finns avseende integration och mångfald inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå projektets mål när det gäller integration och mångfald? 3. På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter integration och mångfald?

4. Hur kommer projektet olika grupper till godo vad gäller företagande, arbetstillfällen etc.

1. Möta gästens informationsbehov fysiskt och digitalt också avseende jämställdhet och integration. Mäts genom upplevelsemätningar i form av gästenkäter en gång per år. Förutsättningarna för områdets SMF:s att skapa affärer genom ledssystemet ska ha förbättrats med stöd av kunskap, ledarskap, utbildning, öppenhet, regionens kulturarv och de horisontella kriterierna som hållbarhet, jämlikhet och tillgänglighet. Mäts genom omsättning, nya tjänster och produkter, sysselsättningsgrad och antal företag och antal nya företag som fått stöd. 2016/17 är referensår för denna kontrollgrupp. Den lokala näringen och lokala/regionala organisationer som rennärning, markägareorganisationer, föreningar, länsstyrelse och kommun ska ha fler plattformar för samverkan i syfte att skapa en attraktiv livsmiljö för fler, friluftsliv och innovativa samarbeten. Mäts genom enkät med delaktiga aktörer.

2. Kommunikation - digital informationsguide, Kommunikation - marknadsinsatser, Affärsutveckling - coachning och ledarskapsutbildning

konkurrenskraft för deltagande SMF. Insatserna och deras påverkan på områdets SMF:s bidrar till samhälls- och näringslivsutveckling i regionens glesbygd. Större möjlighet till information på fler sätt kommer att attrahera nya målgrupp på både internationell och internationell marknad.

4. Turismbranschen har många yngre anställda där flera får chans till sitt första arbete. Genom projektets affärsutvecklande insatser skapas attraktivare arbetsgivare som kan konkurrera med andra destinationer och platser i Sverige om arbetskraften.

Vilken påverkan har projektet på miljön

- ☒ - Syftar direkt till att förbättra miljön
- ☐ - Har en övervägande positiv påverkan på miljön
- ☐ - Har en övervägande negativ påverkan på miljön

Besvara kortfattat följande fyra frågor:

1. Vilka mål finns avseende miljö inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå projektets mål när det gäller miljö?

3. På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter miljön? 4. Har projektet påverkan på något Natura 2000-område?

1. Skapa ett ledssystem som klarar belastningen av intensiv turism samtidigt som höga natur- och kulturvärden bibehålls i ett långsiktigt perspektiv. Skapa och implementera en metod för kontinuerlig året-runt drift och utveckling av ledssystemet möjliggör fortsatt näringslivsutveckling, friluftsliv och livskvalitet för fler efter projektets avslut. Skapa upplevelser utifrån natur, miljö som motsvarar gästens krav och behov samtidigt som säkerhet och hållbarhet bibehålls. Mäts genom upplevelsemätningar i form av gästenkäter en gång per år. Ett långsiktigt hållbart ledssystem som möjliggör fler besökare i området utan att belasta miljön. Detta leder till den regionala utvecklingsstrategins delmål att möjliggöra för intensiv turism samtidigt som höga natur- och kulturvärden bibehålls. Mäts genom enkäter med miljöråd. (se Projektorganisation)

2. Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på skoterleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på längdspår, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på vandringsleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på cykelleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på

paddelleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på ridleder, Kommunikation - digital informationsguide, Kommunikation - marknadsinsatser, Affärsutveckling - coaching och ledarskapsutbildning

3. Höga natur- och kulturvärden bibehålls i ett långsiktigt perspektiv.

3. Ledernas hållbarhet har höjts så att fler gäster kan besöka området utan att försämra miljön och utan att gästen upplever av ledssystemet och av tjänster och produkter runt om försämrats. Projektet kommer på så sätt även efter projektslut att fortsätta bidra till målen i Region JH:s innovationsstrategi och den regionala utvecklingsstrategin. Projektets satsning på hållbarhet och samverkan kommer också att bidra till att öka en smart specialisering utifrån områdets egna villkor. Det kommer att finnas större möjligheter för en unik livsmiljö och förbättrad folkhälsa i regionen och attraktiviteten för inflyttning och etablering av nya SMF ökar.

4. Flera av lederna är dragna genom Natura 2000-områden och där kommer också hållbarhetsåtgärder att göras i samarbete med Länsstyrelsen.

Vilken påverkan har projektet på folkhälsan (endast obligatorisk uppgift för Östra Mellansverige)

☐ - Syftar direkt till att förbättra folkhälsan

X - Har en övervägande positiv påverkan på folkhälsan

☐ - Har en övervägande negativ påverkan på folkhälsan

Besvara kortfattat följande tre frågor:

1. Vilka mätbara mål finns avseende folkhälsa inom projektet? 2. Vilka aktiviteter planeras för att nå målen när det gäller folkhälsa? 3. På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter folkhälsan hos olika grupper?

1. Områdets 180 st SMF inom den primära och sekundära besöksnäringen ska ha långsiktig tillväxt avseende omsättning och sysselsättning året runt. Detta mäts och följs upp under och efter projektperioden. Skapa och implementera en metod för kontinuerlig året-runt drift och utveckling av ledssystemet möjliggör fortsatt näringslivsutveckling, friluftsliv och livskvalitet efter projektets avslut. Mäts genom avstämning vid projektets slut.

Förutsättningarna för områdets SMF:s att skapa affärer genom ledssystemet ska ha förbättrats med stöd av kunskap, ledarskap, utbildning, öppenhet, regionens kulturarv och de horisontella kriterierna som hållbarhet, jämlikhet och tillgänglighet. Mäts genom omsättning, nya tjänster och produkter, sysselsättningsgrad och antal företag och antal nya företag som fått stöd. 2016/17 är referensår för denna kontrollgrupp.

Skapa upplevelser utifrån natur, miljö som motsvarar gästens krav och behov samtidigt som säkerhet och hållbarhet bibehålls. Mäts genom upplevelsemätningar i form av gästenkäter en gång per år.

Ett långsiktigt hållbart ledssystem som möjliggör fler besökare i området utan att belasta miljön. Detta leder till den regionala utvecklingsstrategins delmål att möjliggöra för intensiv turism samtidigt som höga natur- och kulturvärden bibehålls. Mäts genom enkäter med miljöråd. (se Projektorganisation)

Den lokala näringen och lokala/regionala organisationer som rennärings, markägareorganisationer, föreningar, länsstyrelse och kommun ska ha fler plattformar för samverkan i syfte att skapa en attraktiv livsmiljö, friluftsliv och innovativa samarbeten. Mäts genom enkät med delaktiga aktörer.

2. Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på skoterleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på längdspår, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på vandringsleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på cykelleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på paddelleder, Hållbarhets- och kvalitetsinsatser på ridleder, Kommunikation - digital informationsguide, Kommunikation - marknadsinsatser, Affärsutveckling - coaching och ledarskapsutbildning

3. De forum och samverkansplattformar för olika delar av näringen och organisationer i området kommer att skapa mervärden som höjer livskvalitet och folkhälsa. Ledernas hållbarhet har höjts så att fler gäster kan besöka området utan att försämra miljön och utan att gästen upplever av ledssystemet och av tjänster och produkter runt om försämrats.

8. Förväntade resultat

8.1 Förväntade resultat efter projektperioden

Funäsfjällen har ett av Europas mest konkurrenskraftiga ledssystem och den bästa helhetsprodukten för gästen.

Projektet kommer även efter projektslut att fortsätta bidra till målen i Region JH:s innovationsstrategi och den regionala utvecklingsstrategin. Modellen för kontinuerlig drift och underhåll av det totala ledssystemet kommer att fortsätta stärka områdets SMF möjligheter att skapa affärer kring lederna, vilket kan spridas i regionen. Underhåll, drift och utveckling kan ske på hela ledssystemet genom att affärsmodellen bygger på "egna intäkter". På så sätt kan också hållbarheten förstärkas genom egna insatser efter projektslut. Den upplevelse som skapas inom ledssystemet ska motsvara den internationella gästens förväntan även i framtiden. Större möjlighet till information på fler sätt kommer att fortsätta attrahera nya målgrupp på både internationell och internationell marknad.

Projektets satsning på hållbarhet och samverkan kommer att fortsätta öka en smart specialisering på områdets egna villkor. Det kommer att finnas större möjligheter för en unik livsmiljö och förbättrad folkhälsa i regionen och attraktiviteten för inflyttning och etablering av nya SMF ökar.

De horisontella kriteriernas förväntade bidrag till utveckling av nya hållbara och tillgängliga tjänster och produkter når nya målgrupper samt ökad kompetens, vilket i sin tur kommer bidra till ökad omsättning, anställning och konkurrenskraft i näringen.

8.2 Förväntad verksamhet efter projektperioden

Ledernas hållbarhet har höjts så att fler gäster kan besöka området utan att försämra miljön och utan att gästen upplever av ledssystemet och av tjänster och produkter runt om försämrats. Projektet kommer på så sätt även efter projektslut att fortsätta bidra till målen i Region JH:s innovationsstrategi och den regionala utvecklingsstrategin. Projektets satsning på hållbarhet och samverkan kommer också att bidra till att öka en smart specialisering utifrån områdets egna villkor. Det kommer att finnas större möjligheter för en unik livsmiljö och förbättrad folkhälsa i regionen och attraktiviteten för inflyttning och etablering av nya SMF ökar.

Den nya metod och affärsmodell för självbärande underhåll och drift av alla leder året skapar effektivare drift. Metoden fortsätter att vidareutveckla områdets leder året runt så att besökarens krav även i framtiden möts, vilket lockar fler återkommande och nya gäster. Metoden kommer att bli unik för organisationer som driver leder. Synergier mellan de olika ledssystemen kommer skapa bättre förutsättningar för drift och underhåll. Samverkan kring underhåll av kommunala leder och Länsstyrelsens leder kommer att skapa effektivare drift.

8.3 Förväntade effekter på sikt

Ledernas förbättrade hållbarhet kommer att klara en ökad belastning i framtiden. Gemensam drift året runt av lederna kommer att fortsätta höja kvalitetsnivån på samtliga leder och avgiftssystem för fler aktiviteter/leder kommer att säkra ett underhåll, drift och utveckling för framtiden. Genomgång av markavtal kommer att skapa större värden för markägare och stärka deras möjligheter och vilja till att upplåta mark till leder på ett hållbart sätt. Den lokala näringen och lokala/regionala organisationer som rennärning, markägarorganisationer, föreningar, länsstyrelse och kommun kommer att fortsätta arbeta utifrån plattformar för samverkan i syfte att skapa en attraktivare livsmiljö, friluftsliv och innovativa samarbeten.

Strukturer för medskapande ledarskap samt coachningsupplägg skapar samverkande strukturer och kulturförändringar som fortsätter efter projektslut. Samverkan mellan kommun, länsstyrelse, markägarorganisationer, rennärning mm kommer att skapa strukturer för bättre drift av leder och bättre styrning av turistflöden som samtliga parter tjänar på.

Projektets resultat kommer på sikt att ge bättre förutsättningar för SMF:s att skapa affärer och samverkan inom besöksnäringen. För regionens besöksnäring i stort så kommer arbetsmetod och arbetsstrukturer för drift och utveckling av lederna samt samspelet mellan ledssystemet och SMF att kunna användas av andra destinationer för att skapa hållbara och affärsdrivande leder.

2018 -02- 05

Dnr. Pun/ 91 /20.18

Projektnamn: Affärsdrivande multiarena - Hållbar samverkan för internationell konkurrenskraft

Kostnads- och Finansieringsbudget

Specifikation av kostnader

9. Personal				
Namn, befattning	Månadslön exkl. lönebidkostnad	Sysselsättningsgrad (0-1 ex 0,75)	Antal månader	Summa
Huvudprojektledare	40 000	1	28	1 120 000
Ekonom/administration	40 000	1	28	1 120 000
Kommunikatör	35 000	0,15	28	147 000
Projektägare/affärsutveckling	60 000	0,1321429	28	222 000
Affärsutveckling	37 000	1	26	962 000
Delprojektledare Skoter	30 000	0,5	26	390 000
Delprojektledare Längd	30 000	0,4	26	312 000
Delprojektledare Vandring	30 000	0,4	26	312 000
Delprojektledare Cykel	30 000	0,5	26	390 000
Delprojektledare Paddling	30 000	0,1	26	78 000
Delprojektledare Ridning	30 000	0,1	26	78 000
Ansvarig markägaravtal	35 000	0,2	26	182 000
Arbetare 1	25 000	1	10	250 000
Arbetare 2	25 000	1	10	250 000
Arbetare 3	25 000	1	10	250 000
Arbetare 4	25 000	1	10	250 000
Arbetare 5	25 000	1	10	250 000
Arbetare 6	25 000	1	10	250 000
				0
Summa (Obs Summan skall fördelas per år i 9.1)				6 813 000

9.1 Fördelat per år (Börja med att fylla i årtalen här även om du inte har några personalkostnader, övriga fördelningsår fylls i automatiskt)					
	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Summa fördelat per år	1 639 154	2 904 826	2 269 020		6 813 000

10. Extern sakkunskap och externa tjänster	
Ange typ av tjänst/namn på anlitat företag	Total kostnad
Följeforskning	450 000
Projektör broar	300 000
Jurist markavtal	60 000
Digitala tjänster	50 000
Miljörådgivare	20 000
Affärsutveckling	400 000
Extern kompetens cykel	100 000
Kommunikation	2 250 000
Summa (Obs Summan skall fördelas per år i 10.1)	3 630 000

10.1 Fördelat per år					
	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Summa fördelat per år	837 694	1 675 384	1 116 922		3 630 000

11. Resor och logi	
Ange typ	Total kostnad
Boende	75 000

Resor	230 000
Reseersättning	145 000
Summa (Obs Summan skall fördelas per år i 11.1)	450 000

11.1 Fördelat per år					
	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Summa fördelat per år	103 846	207 692	138 462		450 000

12. Investeringar material och externa lokaler	
Ange objekt och antal	Total kostnad
Hållbarhets- och kvalitetsinvesteringar i skoterledprodukten	785 971
Hållbarhets- och kvalitetsinvesteringar i längdspårsprodukten	1 247 933
Hållbarhets- och kvalitetsinvesteringar i cykelledsprodukten	4 615 393
Hållbarhets- och kvalitetsinvesteringar i vandringsledsprodukten	794 908
Hållbarhets- och kvalitetsinvesteringar i ridledsprodukten	347 737
Hållbarhets- och kvalitetsinvesteringar i paddelledsprodukten	126 350
Investeringar i nya broar	9 500 000
Kommunikation	1 850 000
Statistik och möten	170 000
Summa (Obs Summan skall fördelas per år i 12.1)	19 438 293

12.1 Fördelat per år					
	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Summa fördelat per år	2 915 744	7 775 317	8 747 232		19 438 293

13. Investering i portföljbolag	
Ange typ av kostnad	Total kostnad
Summa (Obs Summan skall fördelas per år i 13.1)	0

13.1 Fördelat per år					
	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Summa fördelat per år					0

14. Schablonkostnader	
	Total kostnad
Lönebikostnader - 42,68 % av personalkostnader	2 907 788
Indirekta kostnader, beräknas på personalkostnader inkl. lönebikostnader (20 % för universitetet och högskolor, 15 % för övriga stödmottagare) Ange %-sats i gula rutan.	1 458 118
Summa (Obs Summan skall fördelas per år i 14.1)	4 365 907

14.1 Fördelat per år					
	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Summa fördelat per år	1 050 402	1 861 471	1 454 034		4 365 907

15 Intäkter i projektet	
Ange typ av intäkt	Summa intäkter

18. Finansiering					
18.1 Offentlig finansiering					
Kontant finansiering	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Bygghedmedel	775 000	775 000	775 000		2 325 000
Härjedalens Kommun	100 000	100 000	100 000		300 000
Länsstyrelsen Jämtland	1 330 000	1 330 000	1 330 000		3 990 000
Tillväxtverket Mellersta Norrland	1 684 758	8 449 735	7 782 207		17 916 700

Region Jämtland Härjedalen	1 148 582	2 591 456	2 559 962		6 300 000
					0
					0
					0
					0
Summa kontant finansiering	5 038 340	13 246 191	12 547 170	0	30 831 700

Offentligt bidrag i annat än pengar					
					0
					0
					0
					0
					0
					0
					0
Summa offentligt bidrag i annat än pengar (OBS vid rödmarkerad ruta så stämmer ej budget med finansiering)	0	0	0	0	0
Total offentlig finansiering	5 038 340	13 246 191	12 547 170	0	30 831 700

18.2 Privat finansiering					
Kontant finansiering	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Privata lokala företag					
Täändalsvallen	5 000	5 000	5 000		15 000
Djupdalsvallen	1 500	1 500	1 500		4 500
Bruksvallsliden	5 000	5 000	5 000		15 000
Sörmons stugby	1 000	1 000	1 000		3 000
Röstbergets stugby	5 000	5 000	5 000		15 000
Tännäs byalag	10 000	10 000	10 000		30 000
Tännäs Byalag	330 000				330 000
Ramundbergets alpina AB	100 000	140 000	140 000		380 000
Hamra Lift AB	100 000	140 000	140 000		380 000
Spårgrupper	200 000	200 000	200 000		600 000
Funäsdalen skoterled AB	300 000	300 000	300 000		900 000
Funäsdalen Berg & Hotell	50 000	70 000	70 000		190 000
Tännäs fritidsanläggningar	50 000	50 000	50 000		150 000
Bygdesamrådsgruppen Funäsfjällen	100 000				100 000
DestinationFunäsfjällen	100 000	100 000	100 000		300 000
Tännäskröket	50 000	50 000	50 000		150 000
BRA Fjäll	10 000	10 000	10 000		30 000
Luppens camping	5 000	5 000	5 000		15 000
Ljusnedals byalag	10 000	10 000	10 000		30 000
ICA Daniel	50 000	50 000	50 000		150 000
Lullens stugby	5 000	5 000	5 000		15 000
Bruksvalla Skoter	5 000	5 000	5 000		15 000
Myskoxcentret	1 000	1 000	1 000		3 000
Motor & Fritid	10 000	10 000	10 000		30 000
Fjällturen	5 000	5 000	5 000		15 000
					0
Summa kontant finansiering	1 508 500	1 178 500	1 178 500	0	3 865 500

Privat bidrag i annat än pengar	Summa
---------------------------------	-------

XL Bygg Funäsdalen	20 000	40 000	40 000		100 000
Hamria lift AB	100 000	60 000	60 000		220 000
Ramundberget Alpina AB	100 000	60 000	60 000		220 000
Funäsdalen Berg & Hotell AB	50 000	30 000	30 000		110 000
Funäsdalen skoterled AB	112 200	224 400	149 600		486 200
					0
Summa privat bidrag i annat än pengar (OBS vid rödmarkerad ruta så stämmer ej budget med finansiering)	382 200	414 400	339 600	0	1 136 200
Total Privat finansiering	1 890 700	1 592 900	1 518 100	0	5 001 700

Sammanställning av kostnader och finansiering

19. Kostnadsbudget					
OBS! Om något fält är rödmarkerat så stämmer inte kostnadsbudget överens med finansieringsbudgeten.					
Kostnader	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Personal	1 639 154	2 904 826	2 269 020	0	6 813 000
Extern sakkunskap och externa tjänster	837 694	1 675 384	1 116 922	0	3 630 000
Resor och logi	103 846	207 692	138 462	0	450 000
Investeringar material och externa lokaler	2 915 744	7 775 317	8 747 232	0	19 438 293
Investeringar i portföljbolag	0	0	0	0	0
Schablonkostnader	1 050 402	1 861 471	1 454 034	0	4 365 907
Intäkter i projektet avgår	0	0	0	0	0
Faktiska kostnader	6 546 840	14 424 691	13 725 670	0	34 697 200
Offentligt bidrag i annat än pengar	0	0	0	0	0
Privat bidrag i annat än pengar	382 200	414 400	339 600	0	1 136 200
Summa kostnader totalt	6 929 039,660	14 839 090,740	14 065 269,590	0	35 833 400

20. Summa total finansiering					
	År 2018	År 2019	År 2020	År 2021	Summa
Offentligt kontant finansiering	5 038 340	13 246 191	12 547 170	0	30 831 700
Offentligt bidrag i annat än pengar	0	0	0	0	0
Privat kontant finansiering	1 508 500	1 178 500	1 178 500	0	3 865 500
Privat bidrag i annat än pengar	382 200	414 400	339 600	0	1 136 200
Total finansiering	6 929 039,660	14 839 090,740	14 065 269,590	0	35 833 400

21. Bilagor för en komplett ansökan	
Nummer	Bilaga
	Specifikation av kostnader
	Underlag som styrker vem/vilka som har rätt att företräda den sökande
	Uppgifter om mervärdesskattskyldighet

22. Tillkommande bilagor	
Nummer	Bilaga
	Upphandlingspolicy/upphandlingsunderlag
	Redogörelse för annat stöd av mindre betydelse som sökande och/eller i projektet ingående företag mottagits under innevarande och föregående två beskattningsår.

Underskriven ansökan med bilagor lämnas/skickas in till

Region Jämtland Härjedalen
Område Näringsliv
Box 654
831 27 ÖSTERSUND