

Ansökan om stöd

1.1 Allmänna uppgifter

Projektnamn: Hållbar tillväxt genom smart specialisering

Ansökansid: 399948

Ärendeid: 20358537

Typ av finansiering: Medfinansiering ERUF

Sista ansökningsdag: 2022-09-15

Ansvarig organisation: Region Jämtland Härjedalen

1.2 Stödsökande

Namn: Lofsdalsfjällens turistnäring ekonomisk Org.Nr: 769624-8215

förening

Olsvensbacken 6

Antal anställda: 4

84296 LOFSDALEN

Sverige

Arbetsställe

Namn: Lofsdalsfjällens Turistnäring Ekonomisk Arb.ställenr.: 53172284

Förening

Postadress:

Besöksadress:

Olsvensbacken 6

Olsvensbacken 6

84296 Lofsdalen

84296 Lofsdalen

Region: Härjedalen

Är organisationen momsredovisningsskyldig för projektets verksamhet?

Ja

Omfattas organisationen av Lagen om offentlig upphandling (LOU) eller annan upphandlingslagstiftning, t.ex. LUF?

Nej

Hemsida

www.lofsdalen.com

1.3 Samverkanspart

1.4 Betalningssätt

Typ av konto: Bankgiro

Kontonummer: 874-4013

Detaljerad info:

1.5 Projektinformation

Vilket/vilka problem vill projektet lösa?

Lofsdalen har stora utmaningar genom vårt geografiska läge då vi är långt bort från städer och har dåligt utvecklad kollektivtrafik. Vår låga befolkning (enbart 184 bofasta) och många små- och mikroföretag gör att vi har ett begränsat utbud av varor och tjänster. Det saknas ett hållbart strategiskt affärsutvecklingsarbete vilket leder till låg innovationskraft och därav en hög konkurrens istället för samarbeten mellan företagen på den lokala marknaden. Lofsdalens företag har även en väldigt låg grad av digital exportmognad och därför en väldigt liten andel internationella besökare.

Destinationen är väldigt liten och saknar idag ett strategiskt hållbarhetsarbete och därför hållbara verktyg och insatser för att bredda marknader och öka graden internationalisering.

Lofsdalen har även de utmaningarna typiska för en turistdestination med många besökare under högsäsong och väldigt få besökare under lågsäsong. Det skapar stora utmaningar med att skapa arbetstillfällen året runt.

Lofsdalen har idag enbart 10% utländska besökare, destinationen har gäster från Norge, Danmark, Tyskland, Belgien och Nederländerna. Vi önskar bredda dessa marknader, dvs arbeta mer aktivt för att fyrdubbla antalet besökare från de här marknaderna.

Ur förstudien "Lofsdalen - en hållbar destination?" beskrivs Lofsdalens nuläge där en liten destination dels försöker återhämta sig från effekterna av Covid19 men även av behovet att bredda sina marknader och därigenom få nya målgrupper. Statistiken visar på ett tapp av internationella besökare med över 80% (före och efter Covid19). Under de senaste åren har Lofsdalen förlorat sin varumärkeskännedom hos de utländska besökarna, graden av exportmognad hos företagen har naturligt sjunkit då de internationella besökarna saknats. Lofsdalens företag livnär sig på turismen och vi har många besökare under högsäsong och nästan ingen kapacitet för att öka ytterligare dessa perioder då både boenden och restauranger, matvaruaffärer är fulla. Under lågsäsong och framförallt sommaren är antalet besökare väldigt få och gör det svårt för företagen att våga utveckla nya produkter och tjänster. Det gör det svårt för nya företagsetableringar och det blir väldigt utmanande att skapa fler arbetstillfällen året runt och därigenom väldigt svårt att rekrytera och behålla kompetens. Lofsdalens målgrupp som till 90% består av nationella besökare gör också att det är hög konkurrens mellan företagen där många konkurrerar med varandra om de få besökarna istället för att samarbeta och erbjuda innovativa produkter och tjänster tillsammans. Lofsdalens företag har idag väldigt få samarbeten med varandra samt med internationella researrangörer och här behöver projektet utveckla företagens kunskaper och skapa hållbara relationer med internationella researrangörer.

Lofsdalen har idag starka naturresurser som vi är beroende av för att attrahera besökare. I tidigare projekt (Lofsdalen Masterplan 2.0) och pågående projekt Vision Lofsdalen har Lofsdalen genomfört stora investeringar i reseanledningar - framförallt cykling och vandring sommartid. Dessa reseanledningar behöver vi nu kommunicera ut och genom dessa tidigare projekts resultat kan vi skapa paket och erbjudanden, en hållbar varumärkesstrategi och nya internationella samarbeten. Även om projekt Vision Lofsdalen är ett pågående projekt är projektets resultat redan nu en reseanledning som går att kommunicera till internationella marknader.

Visit Lofsdalen avgränsar sig tydligt från Vision Lofsdalen då Vision Lofsdalen arbetar med att skapa ett nytt område med multileder samt att förbättra företagsklimatet och få företag att etablera sig i Lofsdalen. Medan Visit Lofsdalen genom affärsutveckling och ökad exportmognad hos företagen kommer paketera och marknadsföra dessa investeringar mot utländska researrangörer och därigenom öka antalet internationella besökare. Gemensamt för båda projekten är ambitionen att öka tillväxten hos Lofsdalens SMF och därigenom antalet arbetstillfällen.

Sammanfattande beskrivning till Projektbanken

Lofsdalen är en liten destination i södra Härjedalen. Här livnär sig företagen på turism och har nu upplevt ett stort tapp i intäkter mot föregående år. Omsättningen hos företagen minskar mellan 30 - 50% och nya marknader och målgrupper behöver nås för att öka tillväxten hos Lofsdalens småföretag.

Projektets mål är därför att bredda Lofsdalens marknader. Genom att fyrdubbla antalet internationella besökare under projektet kommer antalet besökare i Lofsdalen att öka, därmed även graden av affärsutveckling, innovation, nya produkter och erbjudanden samt antalet helårsanställningar.

Projektet skapar förutsättningar för ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i enlighet med Agenda 2030 målen. Projektets målgrupp kommer öka graden av exportmognad och varukännedomen om Lofsdalen kommer öka hos internationella besökare genom projektets aktiviteter.

Vilken/vilka är projektets målgrupp(er)?

Projektets primära målgrupp är föreningens 14 medlemsföretag. Dessa företag har högst omsättning i Lofsdalen och flest helårsanställda. 14 företag kan tyckas lite för en destination men det ska stå i relation till antalet bofasta som är 184 st. Dessa utvecklingsprojekt får väldigt stor påverkan på målgruppen då de aldrig skulle kunna genomföra dessa på egenhand. Effekterna syns ofta direkt och tillväxten blir stor då vi startar från låga nivåer (t.ex. antalet gästnätter eller helårsanställningar).

Projektets målgrupp består av mikroföretag (enmansföretag) och småföretag. Här ser vi en stor bredd gällande både omsättning och mångfald i ålder och kön. Då vi har en liten primär målgrupp har vi stor kännedom om den och vet att den representerar både en stor mångfald i just kön och utbildningsnivå. Men vi kommer även rapportera denna till er för att säkerställa en diversifierad målgrupp. Projektet önskar även attrahera fler medlemmar genom projektets resultat.

Gemensamt för den primära målgruppen är att de alla arbetar direkt eller indirekt inom besöksnäringen. De senaste åren har varit väldigt utmanande för målgruppen med Covid19 och nu effekterna efter Covid19. Företagen ser ett omsättningstapp på mellan 30 - 50% jämfört med föregående år och oron är stor för vad som ska hända med tanke på det rådande ekonomiska läget i Sverige och oron i världen med pågående krig i Ukraina och ökade energi och bränslepriser. Den ökade inflationen och konsumenternas mindre vilja till konsumtion gör företagen oroliga, speciellt hotell och restaurang som ofta gynnas av en högkonjunktur.

Den internationella marknaden har fortfarande inte återhämtat sig till nivån innan Covid19 och den svenska marknaden har hård konkurrens vilket avspeglas genom det minskade antalet gästnätter under sommarmånaderna juni och juli 2022 (se bilaga 1 - en hållbar destination?).

Målgruppen behöver öka sin exportmognad för att kunna öka sin tillväxt. Det kan göras genom en ökad kunskap om den internationella målgruppens behov och drivkrafter. Därefter kan de anpassa den egna verksamheten och erbjuda produkter och tjänster som matchar efterfrågan.

Målgruppen har ett stort behov av att öka sin omsättning framförallt sommartid för att kunna ha fler helårsanställningar och utveckla sina verksamheter med nya produktererbjudanden och tjänster. Genom att öka antalet internationella besökare kan projektet hjälpa målgruppen skapa en hållbar tillväxt där de kan erbjuda lokala produkter och tjänster.

Projektets aktiviteter syftar till att skapa en hållbar utveckling för målgruppen genom att

1. tydliggöra destinationens mål och varumärke,
2. stödja och främja samverkan mellan de småföretagen i Lofsdalen,
3. öka graden exportmognad hos företagen genom att digitalt förmedla kunskap om den internationella marknaden,
4. bidra till att lösa utmaningen med hos destinationen med t.ex. avsaknaden av kollektivtrafik - hur får vi de internationella besökarna till Lofsdalen på ett hållbart sätt.

Efter projektet kommer projektets målgrupp att ha breddat sina marknader genom export och nya målgrupper. Resultatet blir att målgruppen får den konkurrenskraft de eftersträvar och börjar med företagsutveckling och samarbeten istället för konkurrens på den lokala marknaden.

Vad förväntar ni er att projektets planerade aktiviteter ska leda till för målgruppen på kort sikt?

Projektmålet är att fyrdubbla antalet internationella gäster till Lofsdalen året runt och antalet arbetstillfällen med 6 helårsanställningar. Detta kan mätas genom att jämföra statistiken på antalet gästnätter samt indikatorer för helårsanställningar.

Projektmålet behöver uppnås då det påvisar en hög exportmognad hos företagen där projektet har breddat marknaderna genom export och därigenom har Lofsdalens företag fått nya målgrupper. Projektmålet kommer uppnås genom att utveckla och genomföra verktyg för att skapa en hållbar turism där målgruppen lyfter fram sina lokala produkter och kultur. Det ökade antalet internationella besökare kommer öka tillväxten och konkurrenskraften hos företagen och resultera i fler arbetstillfällen.

Projektmålet är rimligt då Lofsdalen har tappat 80% av sina internationella besökare till följd av Covid19. Genom projektets aktiviteter har företagen ändrat sitt beteende och ökat sin exportmognads grad samt innovationskraft inom hållbar turism.

Vilka effekter - hos målgruppen eller i samhället - förväntar ni er att projektet uppnår på lång sikt?

Projektets förhoppning är att de långsiktiga effekterna leder till en ökad innovationsgrad hos företagen med skapandet av flera hållbara produkter och tjänster som svar på den nya målgruppens efterfrågan.

Genom att skapa en större ekonomi (fyrdubbla antalet internationella besökare) kommer projektet bidra till att den höga konkurrensen mellan Lofsdalens företag idag ersätts mot samverkan. När fler besöker Lofsdalen kommer informella kluster att bildas mellan Lofsdalens företag, de kommer sluta konkurrera med varandra och istället inse styrkan och innovationskraften av samarbete.

Den ökade internationella turismen kommer även göra att fler företag startas då insteget till att starta företag inom turismnäringen är väldigt låg.

Det nya fokuset på en hållbar turism och en hållbar destination kommer få företagen att tänka i nya banor och identifiera nya konkurrensfördelar mot en internationell marknad. Det kan vara aktiviteter som att minska matsvinnet, återanvända produkter, hyra ut kläder m.m.

Hur ska projektet organiseras och styras?

Företagarföreningen Lofsdalsfjällens Turistnärings Ekonomisk Förening (LTEF) kommer att stå som projektägare. Styrelsen i LTEF är det högsta beslutande organet under hela projektet. Styrelsen avser utse en styrgrupp som rapporterar till styrelsen på regelbunden basis. Projektledning: LTEF ansvarar för att anställa en projektledare. Projektledaren kommer att anställas på 100% sysselsättningsgrad och ansvarar för att projektet drivs framåt mot uppsatta mål och aktiviteter.

Projektledaren ansvarar för att hantera all administration samt ekonomi, rapportering, kontroll av underlag, avtal, upphandling och inköp. Vid behov kommer ekonomisk rådgivning att anlitas från ett av föreningens medlemsföretag som har hanterat ekonomi i tidigare projekt.

Projektet kommer anlita konsulter med spetskompetens inom de olika projektmålen. En viktig del för att lyckas med projektet är att använda medfinansieringen i bidrag i annat än pengar där mycket kompetens finns att tillgå.

Projektledaren har till uppdrag att inhämta kunskap och idéer från projektets primära målgrupp.

Projektledaren kommer rapportera till projektets styrgrupp som består av representanter från LTEF:s styrelse samt områdets näring.

Projektets styrgrupp leds av projektägaren. Under projektets gång samt styrgruppsmöten kommer det ske ett systematiskt arbete med uppföljning, utvärdering och lärande. Detta är av stor vikt då projektägaren kommer att sprida resultatet av projektet efter projektslut.

Projektledaren kommer att hålla digitala informationsmöten minst två gånger per år för näringen, stugägare och bofasta i Lofsdalen. Dialog med myndigheter kommer genomföras kontinuerligt.

Rekrytering av projektledare påbörjas efter inskickad ansökan.

I uppbyggnaden av projektorganisationen eftersträvas en jämn könsfördelning där både män och kvinnors kunskaper tas till vara. I övrigt kommer de i projektets medverkande företagens kompetenser att tas tillvara för att dels skapa delaktighet men också tillföra kunskap och lokalkännedom. Då LTEF tidigare genomfört flera projekt finns det kunskap bland medlemmarna kring inköp och projektet kommer att följa det särskilda inköpsförfarande som bygger på principerna i LOU (lagen om offentliga upphandlingar).

Hur ska projektet avgränsas från ordinarie verksamhet?

Projektet kommer att avgränsas ekonomiskt från ordinarie verksamhet och intern avstämning samt uppföljning kommer att ske kontinuerligt. Projektet kommer att särredovisas genom att alla fakturor tillhörande projektet märks med Visit Lofsdalen.

I redovisningen kommer fakturorna märkas med ett projektnummer och därav kommer projektets resultat kunna redovisas enkelt genom att ta fram projektet i huvudboken.

Projektägaren har tidigare stor erfarenhet av projektredovisning och projektledaren kommer tillsammans med hjälp från medlemsföretagen och styrgruppen kunna driva och rapportera projekt.

Hur är hållbarhetsaspekter integrerade i projektet?

Projektet kommer fokusera på Agenda 2030:s mål nummer 12 - hållbar konsumtion och produktion.

Projektets mål är att fyrdubbla antalet internationella besökare och på så sätt öka antalet helårsanställningar hos målgruppen. Att bli en hållbar destination som lever upp till internationellt antagna destinations kriterier likt Global Sustainable Tourism Council som anknyter till Agenda 2030 kommer projektet verka till att Lofsdalen har fått ökade sociala och ekonomiska fördelar genom ökad konkurrenskraft och tillväxt på den internationella marknaden tack vare ökad exportmognad vilket leder till ökad sysselsättning. Att samtidigt arbeta för att minska besökarens ekologiska avtryck är ett naturligt fokus för en hållbar destination. Där matsvinn och en hållbar konsumtion av lokala produkter och tjänster är en nödvändighet.

Projektet kommer att fokusera på delmålet 12b - utveckla och implementera verktyg för hållbar turism. Det kommer att ske genom att öka målgruppens exportmognad genom ökad kunskap om den internationella marknaden och fler kontakter med internationella researrangörer.

Projektets arbete och resultat kommer bidra till att hela regionen får positiva synergieffekter genom ett ökat antal internationella besökare som besöker regionen på rundresor och därigenom kan flera företag i hela regionen utveckla nya produkter och tjänster som svarar på målgruppens behov.

Jämtland Härjedalen Turism söker i samma utlysning finansiering till ett projekt för att öka konkurrenskraften för små och medelstora företag, vi skiljer oss åt genom att vi fokuserar på Lofsdalens företag och med vår lokalkännedom kan vi skapa stora effekter i Lofsdalen, men tillsammans med deras projekt kan vi skapa synergieffekter som ger ringar på vattnet i hela regionen. Fler företag och destinationer kan se arbetet vårt projekt har gjort med att nå bredda marknader och nå nya målgrupper.

Projektets förhoppning är att de långsiktiga effekterna leder till en ökad innovationsgrad hos företagen med skapandet av flera hållbara produkter och tjänster som svar på den nya målgruppens efterfrågan.

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Välj kommun

Härjedalen

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Välj län

Jämtland

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Välj land

Sverige

1.6 Tid och aktivitetsplan

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
1 - Extern kommunikation och resultatspridning	<p>HUR: Kommunikation kring projektet kommer utföras kontinuerligt för att projektets arbete och resultat ska spridas.</p> <p>VAD: Projektledaren tillsammans med styrgruppen kommer att arbeta aktivt för att resultatet sprids internt till projektets målgrupp och intressenter. Det kommer att ske genom fysiska möten, uppdateringar på hemsidan, digital kommunikation och digitala möten. Medverkan från EU, Region Jämtland Härjedalen samt Härjedalens kommun kommer kommuniceras muntligt vid möten eller skriftligt med logotyp och/eller text. Se upprättad kommunikationsplan.</p> <p>Positiv påverkan på globalt mål nr 12. Delmål 12.6, 12.8, 12B,</p> <p>En av de viktigaste delarna för att projektet ska kunna bidra till regionala strukturförändringar hos andra destinationer och företag är att sprida projektets arbete och resultat. Lofsdalens implementering av hållbar turism kommer leda till ett ökat fokus på hållbar konsumtion och produktion i hela regionen. Delmål 12.6 - Lofsdalens företag kommer uppmuntras tillämpa hållbara metoder och det här arbetet kommer vi kommunicera till företag i hela regionen.</p> <p>Delmål 12.8 - Projektets resultatspridning kommer leda till att öka allmänhetens kunskap om hållbara livsstilar. Inte bara i Lofsdalen utan genom resultatspridningen i hela regionen.</p> <p>Framförallt kommer kommunikationen bidra till delmål nummer 12B. Hur Lofsdalen har implementerat hållbarhetskriterier för att skapa en hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter.</p>	2023-01-01 - 2026-04-30	100 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>Det här arbetssättet kommer sprida sig över hela regionen och vi hoppas att liksom Gnosjö regionen har ett renommé att vara innovativa önskar Lofsdalen kunna få samma ledord kring hållbar turism. Ett exempel som inspirerar andra till samma arbete.</p>		
1.1 - Utvärdering och lärande	<p>HUR: I de regelbundna mötena med styrgruppen kommer det säkerställas att projektet följer aktivitetsplanen och regelbundna utvärderingsfrågor kommer ställas i syfte att skapa ett lärande under projektets gång. Projektet kommer göra kontinuerlig uppföljning med målgruppen och vid projektslut kommer en större utvärdering att utföras som kommer att publiceras på www.lofsdalen.com och skickas ut till andra projektintressenter för att flera ska kunna ta del av projektets arbete och resultat. I slutet av projektet kommer intressenter att bjudas in till ett digitalt informationsmöte där projektet får möjlighet att sprida sin kunskap.</p> <p>VAD: Projektledaren har som uppdrag att kontinuerligt bidra till kunskapsspridande genom att informera om projektets arbete i möten med andra företag och organisationer, workshops och konferenser.</p>	2023-01-01 - 2026-04-30	100 000
2 - Huvudaktivitet 1: Etablering och start av projektet	<p>HUR: Vid projektstart upprättas rutiner för att säkerställa att projektet kommer följa de aktiviteter som leder till de uppsatta målen.</p> <p>En styrgrupp och referensgrupp sätts samman enligt hållbarhetsanalysen. Inledande möten tas med styrgrupp och referensgrupp samt övriga intressenter till projektet. Förfrågansunderlag kommer tas fram och skickas ut till leverantörer som följer principerna om LOU vid inköp av externa tjänster.</p> <p>VAD: Här säkerställs att projektet arbetar för att uppfylla de globala</p>	2023-01-02 - 2023-01-31	100 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>målen (nummer 12) och att projektet arbetar mot att uppnå mångfald där alla får komma till tals för att projektet mer effektivt ska uppnå projektets resultat. Projektet ska i alla aktiviteter bidra till mångfald och jämställdhet från planering till genomförande och uppföljning av projektet. Det sker genom att följa kommunikationsplanen där det säkerställs att alla får komma till tals och att all information som kommer från projektet följer den checklistan som bidrar till ökad mångfald och jämställdhet.</p> <p>Här sätts även planer för den löpande uppföljningen samt utvärdering och delning av projektets resultat.</p> <p>Etablering och start av projektet är en viktig del av att uppnå de globala målen, där projektet fokuserar på mål nummer 12.</p> <p>Positiv påverkan kommer ske på globalt mål nummer 12 och här kommer delmål 12.7 -främja hållbara metoder för offentlig upphandling användas då vi följer principerna gällande offentlig upphandling och kommer konkurrensutsätta förfrågningar till entreprenörer. Vi kommer då bidra till att uppfylla det målet genom att ställa krav på hållbara lösningar både ekonomiskt och med mindre klimatavtryck.</p> <p>Delmål 12B och 12.8 kommer också vara aktuella i detta arbetspaket då vi nu sätter ramarna och riktlinjerna för hur vi ska sprida projektets resultat gällande företags arbetssätt mot hållbara metoder och allmänhetens kunskapsnivå kring hållbarhet.</p>		
2.1 - Huvudaktivitet 1: Etablering och start av projektet	HUR: Vid projektstart upprättas rutiner för att säkerställa att projektet kommer följa de aktiviteter som leder till de uppsatta målen.	2023-01-01 – 2023-01-31	100 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>VAD: En styrgrupp och referensgrupp sätts samman enligt hållbarhetsanalysen. Inledande möten tas med styrgrupp och referensgrupp samt övriga intressenter till projektet. Förfrågansunderlag kommer tas fram och skickas ut till leverantörer som följer principerna om LOU vid inköp av externa tjänster. Här säkerställs att projektet arbetar för att uppfylla de globala målen (nummer 12) och att projektet arbetar mot att uppnå mångfald där alla får komma till tals för att projektet mer effektivt ska uppnå projektets resultat (se bifogad kommunikationsplan). Projektet ska i alla aktiviteter bidra till mångfald och jämställdhet från planering till genomförande och uppföljning av projektet. Här sätts även planer för den löpande uppföljningen samt utvärdering och delning av projektets resultat.</p>		
<p>3 - Huvudaktivitet 2: Skapa stödstrukturer som främjar företagsutveckling och exportmognad.</p>	<p>VAD: Genom att anlita en konsult kommer Lofsdalen att kunna paketera sina erbjudanden och öka sin kunskap om internationella marknader.</p> <p>HUR: Denna kunskap kommer förmedlas till målgruppsföretagen både digitalt och fysiskt för att öka deras exportmognad. Se bifogad kommunikationsplan samt delaktiviteter nedan.</p> <p>Detta arbetspaket med tillhörande aktiviteter kommer positivt bidra till globala mål nummer 12. Hållbar konsumtion och produktion, med fokus på delmål 12B: Utveckla och genomföra verktyg för att övervaka hur en hållbar utveckling påverkar en hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter.</p>	<p>2023-01-01 - 2026-01-31</p>	<p>2 000 000</p>
<p>3.1 - Konsultation</p>	<p>VAD: Genom att anlita en konsult kommer Lofsdalen kunna utveckla sitt erbjudande för internationella marknader samt även bearbeta dessa. Vi har i projektansökan även benämnt denna konsult som säljare</p>	<p>2023-01-01 - 2026-01-31</p>	<p>2 000 000</p>

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>då uppdraget är att sälja in Lofsdalen men arbetet är större än så då vi idag inte har något färdigt koncept. Konsulten kommer bistå projektledaren under merparten av projektet. Vi har genom erfarenhet insett svårigheterna med projektanställningar, det är en osäker anställningsform som också är en väldigt stor osäkerhet för projektet då det kräver att vi hittar rätt person. Men genom att istället använda konsulter får vi en uppdragstagare som är väl införstådd med kortare uppdrag, kan leverera och som vi dessutom kan avsluta uppdraget med på ett enkelt sätt om vi inte är nöjda eller om uppdraget slutförs tidigare. Genom att konkurrensutsätta förfrågningen får vi också den kompetensen vi behöver och det blir ett väldigt jämförbart arbete mellan projektledaren och konsulten. Båda kan ställa krav på varandra och båda vet vad projektet kräver för att lyckas. Konsulten kan ses som en extra resurs till projektet för ett lyckat genomförande istället för ytterligare en projektanställd.</p> <p>HUR: Detta kommer ske genom att hjälpa besöksnäringens företag att utveckla sin kännedom om reseledet (beteendet hos internationella researrangörer) och researrangörer behöver utveckla sin kännedom om destinationen. Det kommer ske genom samtal och möten mellan dessa parter.</p> <p>Aktiviteter som innefattas är:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. besök hos researrangörer 2. besök på utländska marknader som har liknande reseanledningar som Lofsdalen. T.ex. cykeldestination och fjällanläggningar. 3. Deltagande på mässor. 4. Upprättande av lokal cykelorganisation 5. Skapa ett starkare varumärke som en destination att vilja leva och bo i året runt. 6. Skapa events/tävlingar 		

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	Syftet är att förstå besökaren och kunna utveckla vårt erbjudande till att passa besökaren. Då analysarbetet är ett viktigt steg i vår process är det inte helt etablerat ännu vilka aktiviteter som kommer vara mest lyckade.		
4 - Huvudaktivitet 3: Varumärkesbyggande kampanjer och affärsutveckling mot den internationella marknaden	<p>VAD: Under projektet kommer insatser att göras för att:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. säkerställa Lofsdalens småföretagares digitala och fysiska exportmognad 2. öka deras kunskaper om reseledet för de internationella besökarna 3. identifiera och bearbeta internationella marknader 4. skapa en långsiktig och hållbar kännedom för destinationen hos internationella besökare genom varumärkeskampanjer och affärsutveckling. <p>HUR:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Genom ökad kunskap om den internationella marknaden (genom den anlitate konsulten, besök till andra länder och deltagande på mässor) kan vi förmedla den här kunskapen till företagen som utvecklar deras digitala och fysiska exportmognad. 2. Genom nätverksträffar och möten kommer vi berätta om reseledet som de internationella besökarna använder. 3. Genom att samtala med agenter och besöka mässor och andra länder kommer vi att identifiera och bearbeta internationella marknader, den här kunskapen tar vi med tillbaka till företagen. 4. Genom att kommunicera Lofsdalens budskap på mässor där vi träffar researrangörer skapar vi en långsiktig varumärkeskännedom där researrangörerna bjuds in 	2023-02-01 - 2026-01-01	2 800 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>för att besöka Lofsdalen och ta del av våra erbjudanden.</p> <p>Den varumärkesbyggande kampanjen handlar om att skapa en gemensam, hållbar vision hos Lofsdalens företag som de kan kommunicera även efter projektets slut.</p> <p>Positiv påverkan på Globalt mål: Genom det här arbetspaketet med tillhörande aktiviteter kan vi få synergieffekter till Globalt mål nr 11 med delmål 11.a. När fler besökare reser till Lofsdalen kan den ökade efterfrågan på miljövänliga resätt utveckla samhällsplaneringen som att stärka inlandsbanan eller att det införs mer busstrafik genom Lofsdalen.</p> <p>Negativ påverkan på globalt mål: Globalt mål nr 12. När Lofsdalen får ett ökat antal internationella besökare kan det leda till att besökarna reser till Lofsdalen på ett sätt som har negativa effekter på miljön (t.ex. med flyg eller bil). Genom att uppmuntra till bussresor, samåkning eller visa möjligheterna för elbil till Lofsdalen kan vi minska besökarens klimatavtryck. Genom att stärka målgruppens digitala kompetens kan vi även digitalt visa besökaren vid bokning av boende och aktiviteter hur besökare ska minska sitt klimatavtryck</p> <p>Genom att marknadsföra Lofsdalen internationellt kan en målkonflikt uppstå då besökare lockas att resa långt till Lofsdalen och därigenom får besökaren att bryta ett beteende mot en hållbar livsstil om besökaren orsakar ett stort klimatavtryck under resan till Lofsdalen (delmål 12.8).</p>		
4.1 - Deltagande på internationella mässor	VAD: Genom att delta på internationella mässor kommer projektet bidra till att öka varumärkeskänningen hos internationella researrangörer och	2023-02-01 - 2026-01-01	1 000 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>därigenom få till ett ökat antal besökare till Lofsdalen.</p> <p>HUR: På dessa mässor kommer kontakter och relationer skapas med olika agenter som sedan kan anordna gruppresor till Lofsdalen.</p>		
4.2 - Film/foto och kommunikationsmaterial	<p>VAD: För att kunna kommunicera Lofsdalens reseanledningar behöver vi samla dessa genom fotografier, film och kommunikationsmaterial (broschyrer, folders och kartor). Målet är att kunna locka och attrahera internationella besökare till Lofsdalen.</p> <p>HUR: materialet ska delas ut till Lofsdalens företagare genom en gemensam mapp på google drive som innehåller information om användandet av logotyper från EU och Region Jämtland Härjedalen.</p>	2023-02-01 - 2026-01-01	800 000
4.3 - Varumärkeskampanj	<p>VAD: För att kunna attrahera internationella besökare behöver Lofsdalen stärka sitt varumärke.</p> <p>HUR: Här behöver vi anlita en konsult för att ta fram en varumärkesstrategi och en kommunikationsstrategi för att nå genom mediabruset.</p>	2023-02-01 - 2026-01-01	1 000 000
5 - Utvärdering och lärande	<p>VAD: I de regelbundna mötena med styrgruppen kommer det säkerställas att projektet följer aktivitetsplanen och regelbundna utvärderingsfrågor kommer ställas i syfte att skapa ett lärande under projektets gång.</p> <p>HUR: Projektet kommer göra kontinuerlig uppföljning med målgruppen och vid projektslut kommer en större utvärdering att utföras som kommer att publiceras på www.lofsdalen.com och skickas ut till andra projektintressenter för att flera ska kunna ta del av projektets arbete och resultat. I slutet av projektet kommer intressenter att bjudas in till ett digitalt informationsmöte där projektet får möjlighet att sprida sin kunskap. Projektledaren har som uppdrag att kontinuerligt bidra till kunskapsspridande genom att</p>	2023-01-01 - 2025-12-31	300 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>informera om projektets arbete i möten med andra företag och organisationer, workshops och konferenser.</p> <p>Projektet kommer även anlita en extern utvärderade/ följeforskare som kommer följa upp projektet och dela projektets resultat med andra destinationer och organisationer.</p> <p>Positiv påverkan på globala mål nummer 12 med delmål 12B genom att reflektera över projektets arbete och de verktyg vi har tagit fram för att skapa en hållbar turism kommer företagen se vikten av samarbeten och innovation, det kommer skapa arbetstillfällen och företagen kommer lyfta fram lokala produkter och kultur då de ser att det stärker vår konkurrenskraft internationellt. Delmål 12.6. Genom lärande kommer företagen förstå vikten av hållbara metoder och även tillämpa dessa i deras organisationer. Det kommer även ge effekter på delmål 12.2 som är en hållbar förvaltning och användning av naturresurser. Företagen kommer inse vikten av våra reseanledningar. Att naturen och turismen går hand i hand och vi måste värna om klimatet för att fortsätta kunna erbjuda våra besökare en fantastisk upplevelse.</p>		
5.1 - Följeforskare	<p>VAD: En följeforskare som följer och utvärderar projektet och bidrar till resultatspridning och lärande över regionen.</p> <p>HUR: Följeforskaren läser projektets lägesrapporteringar och ställer frågor till styrgruppen, projektledaren och andra projektintressenter om vad de anser om projektets arbete och måluppfyllnad. Följeforskaren deltar även på flera gemensamma träffar med representanter från regionen och har därtill uppdrag att informera om projektets arbete och resultat.</p>	2023-01-01 - 2025-12-31	300 000
6 - Huvudaktivitet 4. En hållbar destination - implementering av hållbarhetskriterier.	VAD: Genom denna aktivitet kommer destination Lofsdalen följa de kriterier som krävs för att vara en hållbar destination. Det gör att vi	2023-01-01 - 2025-12-31	500 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>kommer öka vår konkurrenskraft internationellt.</p> <p>HUR:</p> <p>En väldigt viktig del i projektet som kommer att ha positiv påverkan på flera delar av de globala målet nummer 12.</p> <p>Delmål 12.6 Uppmuntra företag, särskilt stora och multinationella företag, att införa hållbara metoder och att integrera hållbarhetsinformation i sin rapporteringscykel.</p> <p>Genom att företagen är så delaktiga i projektet kommer hållbarhet vara en del av Lofsdalens vision och då även deras vision. De kommer att stärka sina företags konkurrenskraft internationellt och förstå vikten av hållbarhet.</p> <p>12.7 FRÄMJA HÅLLBARA METODER FÖR OFFENTLIG UPPHANDLING Främja hållbara offentliga upphandlingsmetoder, i enlighet med nationell politik och nationella prioriteringar.</p> <p>En del i implementeringen av hållbarhetskriterierna kommer vara att ställa högre krav på leverantörer gällande hållbarhet. Även om ingen i målgruppen följer LOU så följer projektet principerna kring LOU och här kommer kriterierna för en hållbar destination att spela en stor roll vid val av leverantörer.</p> <p>12.B UTVECKLA OCH IMPLEMENTERA VERKTYG FÖR ÖVERVAKNING AV HÅLLBAR TURISM Utveckla och genomföra verktyg för att övervaka hur en hållbar utveckling påverkar en hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter.</p>		

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>Hållbarhetskriterierna kommer analysera och bidra till att skapa en hållbar utveckling och en hållbar turism där Lofsdalen genom att hitta sin varumärkesstrategi måste lyfta fram sin lokala kultur, naturresurser och produkter som en konkurrensfördel.</p> <p>Delmål 12.8 ÖKA ALLMÄNHETENS KUNSKAP OM HÅLLBARA LIVSSTILAR Senast 2030 säkerställa att människor överallt har den information och medvetenhet som behövs för en hållbar utveckling och livsstilar i harmoni med naturen.</p> <p>Genom att företagen blir mer medvetna så kommer även företagens gäster bli det. Det skapar en större kunskap hos allmänheten om hållbara livsstilar och hållbara aktiviteter.</p>		
6.1 - Implementering av hållbarhetskriterier	<p>VAD: Genom att arbeta efter internationella hållbarhetsstandarder (se bifogad hållbarhetsanalys) ökar Lofsdalens konkurrenskraft internationellt och skapar bättre förutsättningar för hållbara investeringar.</p> <p>HUR: VD för sökande förening har utbildning inom hållbar turism och kommer vara drivande för att införa internationellt antagna destinationskriterier likt Global Sustainable Tourism Council som anknyter till Agenda 2030. Genom att arbeta efter de kriterierna kommer Lofsdalen få tydliga krav på vad som krävs av oss som destination när det gäller hållbar utveckling. I utförd förstudie (Lofsdalen - en hållbar destination?, 2022) listas även flera kriterier från CKS (Centrum för kommunstrategiska studier) som projektet kommer att använda för att säkerställa att Lofsdalen blir en hållbar destination genom att:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tydliggöra destinationens mål och varumärke, 	2023-01-01 - 2025-12-31	500 000

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<ul style="list-style-type: none"> • stödja och främja samverkan mellan de småföretagen i Lofsdalen, • öka graden exportmognad hos företagen genom att digitalt förmedla kunskap om den internationella marknaden, • bidra till att lösa utmaningen med hos destinationen med t.ex. avsaknaden av kollektivtrafik - hur får vi de internationella besökarna till Lofsdalen på ett hållbart sätt. <p>Genom detta har Lofsdalen påbörjat ett viktigt arbete mot att bli en certifierad hållbar turismdestination när den dagen är möjlig i Sverige.</p> <p>Destination Lofsdalen, som är ett av projektets primära målgruppsföretag, är även medlemmar i Jämtland Härjedalen Turism och tar därifrån med sig kunskaper kring hållbar turism från projekt som "hållbar besöksnäring". Jämtland Härjedalen Turism söker även projektpengar i denna utlysning för att öka små företags konkurrenskraft på den internationella marknaden men kommer verka över hela regionen medan vår ansökan fokuserar på att verka på den lokala marknaden och skapa en stark tillväxt för Lofsdalens små företag. Projektet kommer att ha god kontakt med Jämtland Härjedalen Turism och synergieffekter kommer uppstå mellan projekten som är till gagn för hela regionen specifikt kopplade till verktyg för hållbar destinationsutveckling.</p> <p>Då projektet kommer efterfölja hållbarhetskriterier för destinationer säkerställer vi att projektets alla aktiviteter och investeringar har en förväntad livstid på minst fem år. I hållbarhetsarbetet kommer vi ta hjälp av specialister/konsulter för att identifiera vilka möjligheter Lofsdalen har för att bli en hållbar</p>		

Aktivitet	Beskrivning	Startdatum - Slutdatum	Kostnad
	<p>destination som kan stärka vår konkurrenskraft internationellt. Vi har inför projektansökan tagit kontakt med GST Council för att kunna få klassificering som en hållbar destination. Den kostnaden för analys är ca. 250 000 SEK och då kommer vi få en analys hur Lofsdalen ligger till i följande steg:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Öka medvetenheten hos företag och andra intressenter för vad konceptet hållbar turism innebär och hur Lofsdalens nuvarande situation ser ut. 2. Aktiviteter för kontinuerlig förbättring och utveckling 3. GSTC destinations bedömning - hur väl arbetar vi efter hållbarhetskriterier idag och vad kan vi förbättra. 		
7 - Avslutsarbete	<p>VAD: Avser lönekostnader för personal för sammanställning av projektresultat, utvärdering, spridning av projektresultat och inskickning av projektrapport.</p> <p>Spridning av projektets resultat och vikten av att ha arbetet hållbart med projektet för att det ska kunna leva efter projektets slut kommer att ha positiva effekter på globalt mål nummer 12. Särskilt mål 12.6 och 12B.</p>	2026-01-01 - 2026-04-30	200 000
7.1 - Avslutsarbete	HUR: projektresultat, utvärdering, spridning av projektresultat och inskickning av projektrapport.	2026-01-01 - 2026-04-30	200 000

1.7 Budget

Kostnadsslag	2023	2024	2025	2026						Totalt
Personal: Projektledare	540 000	540 000	540 000	180 000						1 800 000
Externa tjänster: Varumärkeskampanj (konsultation, produktion och distribution)	300 000	347 112	0	0						647 112
Externa tjänster: Konsultation varumärkesbyggande	500 000	500 000	400 000	0						1 400 000
Externa tjänster: Deltagande mässor	100 000	200 000	200 000	0						500 000
Externa tjänster: Följeforskare	100 000	100 000	100 000	0						300 000
Externa tjänster: Internationell marknadsföring, kommunikation, foto, film av reseanledningar	300 000	300 000	200 000	0						800 000
Schablonkostnader: Indirekta kostnader 15%	392 148	0	0	0						392 148
Schablonkostnader: Schablon för lönebikostnader (%)	244 296	244 296	244 296	81 432						814 320
Summa kostnader	2 476 444	2 231 408	1 684 296	261 432						6 653 580
Projektintäkter										
Summa faktiska kostnader	2 476 444	2 231 408	1 684 296	261 432						6 653 580
Bidrag annat än pengar										
Privat bidrag i annat än pengar	395 000	335 000	270 000	0						1 000 000
Summa bidrag i annat än pengar	395 000	335 000	270 000	0						1 000 000
Summa totala kostnader	2 871 444	2 566 408	1 954 296	261 432						7 653 580

Finansiering

[illegible]

Finansiär	2023	2024	2025	2026						Totalt
Destination Lofsdalen : Bidrar med kunskaper kring den internationella besökaren och agenter	60 000	70 000	70 000	0						200 000
Lofsdalens Fjällanläggningar : bidrar med kunskaper kring den internationella besökaren	60 000	70 000	70 000	0						200 000
Explore Lofsdalen AB : bidrar med kunskaper kring den internationella besökaren	60 000	70 000	70 000	0						200 000
Lofsdalen fjällhotell: bidrar med kunskaper kring den internationella besökaren	50 000	25 000	25 000	0						100 000
MPX gruppen AB: bidrar med kunskaper kring den internationella besökaren	50 000	25 000	25 000	0						100 000
Skoterhuset i Lofsdalen AB : bidrar med kunskaper kring den internationella besökaren	25 000	25 000	0	0						50 000
Lofsdalens turistservice AB : Bidrar med ekonomisk kunskap	25 000	25 000	0	0						50 000
Totalt privat bidrag annat än pengar	395 000	335 000	270 000	0						1 000 000
Privat kontantfinansiering										
Lofsdalsfjällens Turistnärings Ek. Förening : egen medfinansiering	300 000	300 000	300 000	100 000						1 000 000
Totalt privat kontantfinansiering	300 000	300 000	300 000	100 000						1 000 000
Totalt privat finansiering	695 000	635 000	570 000	100 000						2 000 000
Summa medfinansiering	1645000	1585000	1520000	202933						4 952 933

Stödfinansiering

Finansiering	2023	2024	2025	2026						Totalt
Stödfinansiering	1 226 444	981 408	434 296	58 499						2 700 647

Sammanställning

Stödandel av faktiska kostnader	40,59%
Stödandel av totala kostnader	35,29%
Stödandel av stödgrundande finansiering	35,29%
Stödandel av total finansiering	35,29%
Andel annan offentlig finansiering	38,58%
Andel offentlig finansiering	73,87%

Andel privat finansiering	26,13%
---------------------------	--------

1.8 Förskott

Sökt förskottsbelopp: 0

Motivering:

1.9 Mina kontakter

Namn: Helena Fjellgren
Telefonnummer: 070334274
Mobiltelefonnummer:
E-postadress: visionlofsdalen@gmail.com
Roll: Projektledare

1.10 Dokument

Filnamn: Riskanalys visit Lofsdalen.xlsx - Riskanalysmall att fylla i.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2022-09-15
Filnamn: Mall inköps- upphandlingsplan EU-projekt (VISIT LOFSDALEN).xlsx - Blad1.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2022-09-15
Filnamn: Förstudie - en hållbar destination.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2022-09-15
Filnamn: Hållbarhetsanalys Visit Lofsdalen.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2022-09-15
Filnamn: Upphandlingspolicy.pdf
Beskrivning:
Uppladdningsdatum: 2022-09-15
Filnamn: Originalansökan
Beskrivning: Inkommen originalansökan - Maskinläsbart format
Uppladdningsdatum: 2022-09-15