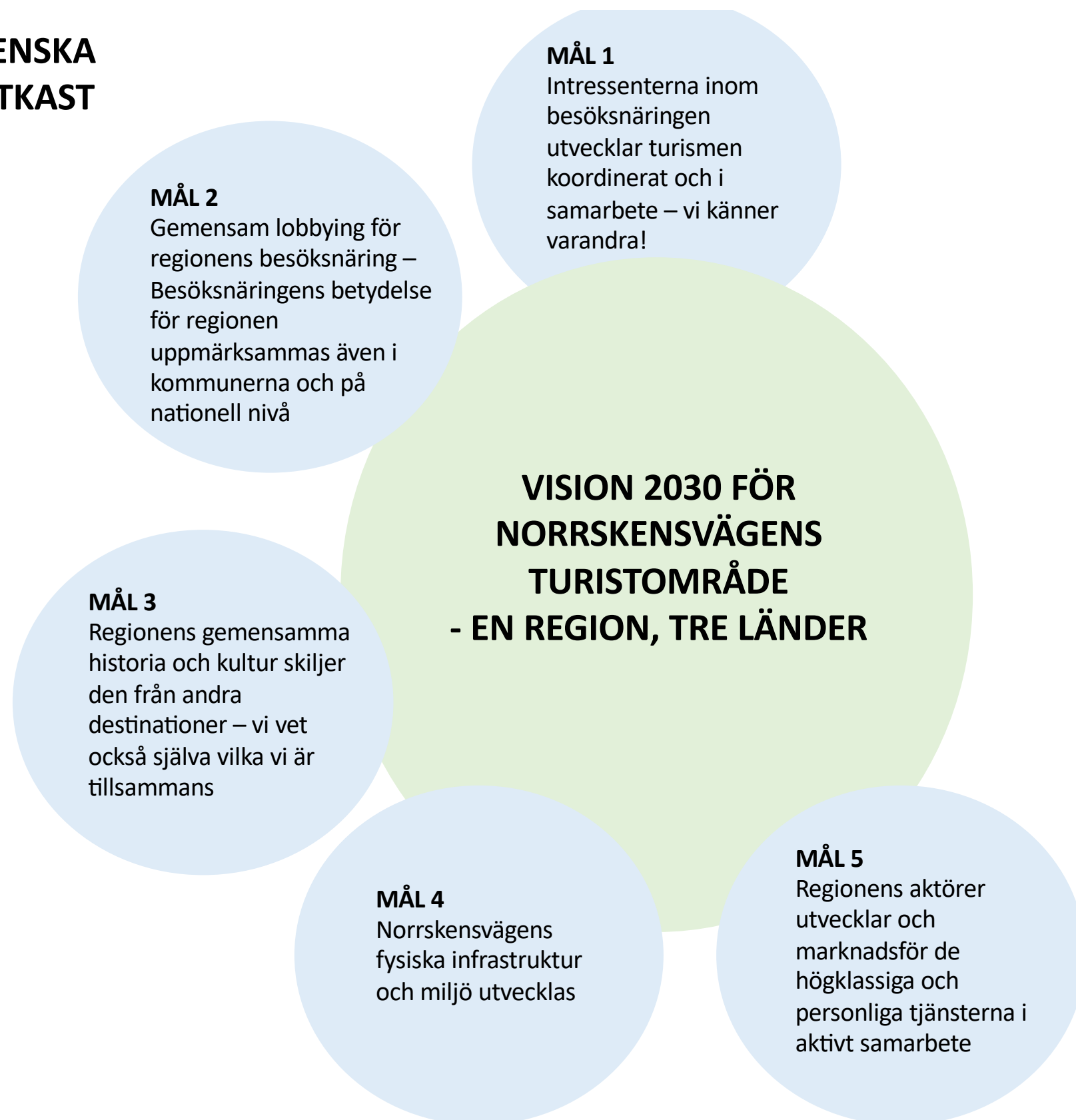


SVENSKA - UTKAST



VISION 2030 – EN REGION, TRE LÄNDER

Norrskensvägens turistområde sträcker sig från Bottenviken via Tornedalen, fjäll och fjordar till Ishavet, i tre länders – Sverige, Finland och Norge – gränsområde. Den gemensamma historien och identiteten samt den kulturella mångfalden förenar regionen och skiljer den från andra destinationer. Regionen är en attraktiv destination året runt och besöksnäringen är hållbar: den belastar inte miljön utan skapar välfärd för de lokala samhällena, samt skapar möjligheter för småföretag och de unika tjänster och produkter de erbjuder. Aktörerna inom besöksnäringen i regionen känner varandra, verkar gränsöverskridande och bildar ett kreativt, innovativt och öppet utvecklingsnätverk.

MÅL 1 Intressenterna inom besöksnäringen utvecklar turismen koordinerat och i samarbete – vi känner varandra!

Turistföretagen gör besök över by-, kommun-, och landsgränserna (Leader-grupper i Finland & Sverige organiserar, vem är det i Norge?)

Kommunerna har gemensamma verksamhetsplattformar så att informationen om vad som händer i andra kommuner är lättillgänglig.

Regionens tjänster marknadsförs på Doers-plattformen (Tornedalsrådet)

En koordinerande organisation fastställs: Den långsiktiga koordineringen av besöksnäringen inom och mellan länderna förstärks. Den koordinationsansvariga organisationen verkar i alla tre länder, känner till kontexterna och har förmågan att koordinera.

En gemensam projektplattform där man kan se alla nuvarande och kommande projekt. Detta möjliggör samarbete samt gör att man undviker överlappande projekt.

MÅL 2 Gemensam lobbying – Besöksnäringens betydelse för regionen uppmärksammas även i kommunerna och på nationell nivå

Lokala företag är aktivt med i samarbetet mellan kommuner och näringslivet, så att besöksnäringens behov tas i hänsyn. Besöksnäringens behov beaktas även i planeringen av stora infrastruktur- och industriprojekt.

Ett gemensamt turistråd sammanför aktörerna inom turistnäringen i Finland, Sverige och Norge samt värnar om gemensamma intressen.

Gemensam kommunikation för att öka förståelsen för branschen: kommunicera siffror och hårda fakta om turismens betydelse för kommuner, politiker, media etc.

Starkare lobbying: advokater, resurser, kommunikation – precis som i andra industrier.

Säkerställande av utbildningar viktigt för besöksnäringen – precis upprätthållande av dialog med utbildningsorganisationer i regionen.

MÅL 3 Regionens gemensamma historia och kultur skiljer den från andra destinationer – vi vet också själva vilka vi är tillsammans

Det kulturella samarbetet i hela regionen förstärks med hjälp av gemensamma plattformar som involverar även de unga.

Förutom den mångsidiga naturen skiljer sig regionen från andra regioner med sin rika historia, kultur, identitet, sina minoriteter, språk och tre länder.

Den lokala livstilen och gränskulturen är vardag för oss men unika för besökare – därför lyfts de fram.

Norrskensvägen blir en turistväg (scenic route) genom landskapsanalys och storytelling: vägen och regionen som upplevelse och berättelse.

MÅL 4 Norrskensvägens fysiska infrastruktur och miljö utvecklas

Insatser i landskapsvård längs med vägen – bl.a. utsikten över älven och fjord är viktig.

Den gränsöverskridande kommunala och regionala fysiska planeringen förstärks och besöksnäringens långsiktiga förutsättningar tas i hänsyn: vi behöver en gränsöverskridande översiktsplan i kombination med regionala utvecklingsplaner.

Tillgängligheten förbättras: kollektivtrafiken gynnar både turister och lokala.

Väginfrastrukturen förbättras.

MÅL 5 Regionens aktörer utvecklar och marknadsför de högklassiga och personliga tjänsterna i aktivt samarbete

Nätverken förstärks – de är centrala för utvecklandet av samarbetet, varumärket och strategin.

Det lokala och unika framhävs. Tjänster erbjuds 7 dagar i veckan, året runt.

En gemensam plattform för marknadsföring och tjänster: länkar till kartor, broschyrer och bokningar enkelt från samma webbsida.

Organisationerna inom regionen harmoniserar sina strategier för turism i enlighet med den gemensamma visionen.

Gränsöverskridande rutter för självständiga resenärer med bil, cykel eller till fots. Dessa kombineras med kollektivtrafik (den arktiska busslinjen och tågförbindelser).

Regionen marknadsförs som ett enhetligt område på reseväg. Turisterna uppfattar oss som en enhetlig region. Regioner marknadsförs som en helhet från Bottenviken till Ishavet.

FÖRUTSÄTTNINGAR

COORDINERANDE ORGANISATIONER HAR DEFINIERATS

AKTIVA NÄTVERK OCH SAMARBETSVILJA

KONTINUITET OCH TILLRÄCKLIGA RESURSER

TURISMTUTBILDNING, REKRYTERING ÅRET RUNT

BRISTEN PÅ GEMENSAMT SPRÅK (SKANDINAVISKA): KUNSKAPER I SVENSKA I FINLAND, MEN ÄVEN MEÄNKIELI I SVERIGE.

UTMANINGAR

PROJEKTFINANSIERING – LÅNGSIKTIG UTVECKLING SVÅRT

BRIST PÅ UPPSKATTNING OCH PRIORITERING AV BESÖKSNÄRINGEN

SOM NAMN URSKILJER SIG NORRSKENSVÄGEN INTE FRÅN ANDRA OCH ANVÄNDS ANNANSTANS

BRIST PÅ SAMARBETE MELLAN KOMMUNER – VI VET INTE VAD SOM SKER I ANDRA KOMMUNER

**VISION 2030
– EN REGION,
TRE LÄNDER**

