



Mål och strategi för Sotenäs besöksnäring 2018 -

En ny verksamhet och en ny organisation

Förslaget är författat av arbetsgruppen för
Framtidens besöksnäring

Innehåll:

1. Sammanfattning.....	sid 3
2. Bakgrund.....	sid 3
3. Vision, mål, syfte.....	sid 4
4. Verksamhetsidé.....	sid 4
5. Verksamhetsområden.....	sid 5
6. Målgrupper.....	sid 7
7. Samverkanspartners.....	sid 7
8. Marknader.....	sid 7
9. Fokusområden.....	sid 8
10. Organisations- och finansieringsformer..	sid 10
11. Bilaga 1.....	sid 14
12. Bilaga 2.....	sid 15
13. Bilaga 3.....	sid 16

1. Sammanfattning

Detta förslag syftar till att kommunens och näringsens verksamheter samlas kring en gemensam syn på en hållbar och växande besöksnäring. Med gemensam vision, mål, syfte och fokusområden finns goda förutsättningar för besöksnäringen att stärkas långsiktigt.

Detta förslag beskriver en ny verksamhet och en ny organisation. Förslaget bygger på en kommunal verksamhet (kallas Visit>Smögen Sotenäs) och en ny näringsgemensam kommersiell organisation (kallas BN).

Tillsammans ska aktörerna utveckla en stark och hållbar besöksnäring hela året i Sotenäs. Kommunens, respektive näringsens verksamheter, bygger på egna finansieringar och eget ansvar.

2. Bakgrund

Följande text är författad av arbetsgruppen (se bilaga 1) för Framtidens Besöksnäring och är en beskrivning av vad vi vill göra och hur den ska organiseras för att gynna en hållbar och långsiktig tillväxt inom besöksnäringen.

För att hitta en hållbar lösning har arbetsgruppen diskuterat olika förslag och kontaktat jurist för att följande förslag ska kunna genomföras utan att äventyras av juridiska tveksamheter. Det är framförallt, konkurrenslagen, statsstödsreglerna och lagen om offentlig upphandling som berörs och som följande förslag tagit hänsyn till (se bilaga 2).

- **Besöksnäringens betydelse för Sverige och Västra Götaland**

Sverige har stora möjligheter att utvecklas som besöksland. 2014 omsatte näringen i Sverige 289 miljarder och hade 160 000 anställda på årsbasis. 2016 omsatte näringen i västra Götaland 44,5 miljarder och hade 28 800 anställda på årsbasis.

- **Besöksnäringens betydelse för Sotenäs**

Sotenäs har en jättepoteential att utvecklas som destination. Här finns alla förutsättningar med unika platser för upplevelser året runt, rika natur- och kulturvärden, attraktiva boendemiljöer, närproducerade råvaror som bland annat fisk och skaldjur samt en attraktiv livsstil och ett rikt föreningsliv. Vi har också bra förutsättningar för möten och evenemang.

2016 omsatte näringen 1,1 miljarder och hade 685 anställda på årsbasis. Näringsens omsättning motsvarar cirka 14% av den totala omsättningen i kommunen.

Sotenäs är en stark besöksdestination som har stor betydelse för näringslivet och för invånarna med en stark servicenäring som annars inte vore möjlig i samma omfattning.

- **En hållbar besöksnäring**

En hållbar besöksnäring (*ekonomiskt-, socialt- och ekologiskt hållbar verksamhet*) innebär att kommunen och näringen samverkar för att bidra till ett levande och hållbart samhälle hela året, genom satsningar för att bland annat skapa och förstärka nya säsonger samt främja lokal handel.

Sotenäs har värdefulla natur- och kulturtillgångar som måste värnas. Centrala värden i Sotenäs, som verksamheten ska fokusera kring, är vandring, havsupplevelser, måltid och granit.

En hållbar besöksnäring innebär en strategisk satsning på kvalitet, värdskap och miljö som attraherar besökare som återkommer, stannar längre och spenderar mer. En annan aspekt i en hållbar verksamhet är delningsekonomi och i samverkan med till exempel Turistrådet Västsverige skall detta belysas för hur vi ska arbeta vidare med detta på bästa sätt.

3. Vision 2025

Med attraktiva besöksmål, ett förstklassigt värdskap och en hållbar verksamhet är Sotenäs förstahandsvalet för besökare som vill ha havsnära upplevelser hela året.

Mål 2025

Antalet årsarbetare har ökat med 100 årsarbetare till 785 årsarbetare och den totala omsättningen har ökat med 200 mkr. till 1 300 mkr.

Syfte

Syftet är att bidra till en positiv näringslivsutveckling, ökad inflyttning och ett levande samhälle hela året genom en destinationsutveckling i världsklass.

4. Verksamhetsidé

Både den kommunala verksamheten Visit>Smögen Sotenäs och BNs verksamheter ska utveckla, samordna och stärka en hållbar besöksnäring i Sotenäs kommun i enlighet med vision, mål och syfte. Detta sker genom ett arbete kring i första hand 4 fokusområden: Vandring, havsupplevelser, måltid och granit. Se punkt 8.

För att nå den föreslagna visionen och de ambitiösa målen krävs en gemensam kraftsamling. Varken kommunen eller näringen kan nå målet på egen hand. För att kunna åstadkomma detta bör inte den näringsgemensamma organisationen enbart bygga på enskilda aktörers ideella krafter utan behöver lyftas till en professionell och kommersiell nivå.

5. Verksamhetsområden

1. Utveckling av besöksnäringen

- Samordning
- Projekt
- Varumärkesplattform
- Produktutveckling
- Statistik/analys/uppföljning

Samordning

Det finns flera aktörer inom samt utanför kommunen som kan bidra till en hållbar besöksnäring året runt. Både Visit>Smögen Sotenäs och BNs verksamheter skall aktivt söka samarbetsformer med olika aktörer i syfte att utveckla en hållbar besöksnäring, hela året. Turistrådet Västsverige och Ett enat Bohuslän är två exempel på viktiga samarbetspartners.

Projekt

Både Visit>Smögen Sotenäs och BN kan initiera, äga och förvalta projekt som ligger i linje med beskriven vision, mål och syfte.

Varumärkesplattform och produktutveckling

Sotenäs har idag flera attraktioner, varumärken och miljöer som gör destinationen till en internationell reseanledning samtidigt som det finns en stor utvecklingspotential.

Genom att utveckla en gemensam varumärkesplattform och arbeta med produktutveckling kan vi skapa både starkare och nya reseanledningar som kan sprida besökare till hela kommunen.

Statistik/analys/uppföljning

Både Visit>Smögen Sotenäs och BN ansvarar var för sig för relevanta uppföljningar med data som beskriver de egna verksamheternas och besöksnäringens utveckling.

2. Möten & Evenemang

- Kunskapsturism
- Möteturism
- Event (ex. idrott, musik, mm)

Både Visit>Smögen Sotenäs och BNs uppgift är att underlätta för arrangörer att genomföra evenemang och möten. BN kan exempelvis i samverkan med sina medlemmar, sälja tjänster som eventarrangör inom exempelvis måltid, upplevelser, fortbildning mm.

Visit>Smögen Sotenäs roll är att hjälpa näringslivet att genomföra hållbara och starka evenemang.

Genom samverkan med exempelvis Symbioscentrum kan vi locka nya besökare inom mötesindustrin och nya intressegrupper som söker kunskap

kring havet och maritima verksamheter. Denna typ av besökare är inte säsongsberoende och kan bidra till att fler verksamheter kan vara öppna året runt.

3. Destinationsutveckling

- Destinationsutveckling/marknadsföring
- Turistbyrå/InfoPoints
- Webbplats

Destinationsutveckling/marknadsföring

Visit>Smögen Sotenäs ansvarar för destinationsutvecklingen i samverkan med näringen. Visit>Smögen Sotenäs genomför en marknadsföring för att stärka Sotenäs som besöksmål samt att stärka förutsättningarna för företagsetableringar, företagsutveckling, inflyttning samt en attraktiv kommun att verka och bo i. Visit>Smögen Sotenäs roll är att verka som samordnare och drivande part för en hållbar destinationsutveckling i samverkan med näringen.

Turistbyrå/InfoPoints

Visit>Smögen Sotenäs bedriver turistbyråverksamhet och InfoPoints. Där skall Visit>Smögen Sotenäs marknadsföra vad Sotenäs kan erbjuda i samverkan med BN, näringen i övrigt, Ett enat Bohuslän och Turistrådet Västsverige.

Webbplats

Visit>Smögen Sotenäs ansvarar för webbplatsen Sotenasturism.se och marknadsför Sotenäs som besöksmål. Visit>Smögen Sotenäs tillhandahåller och har ett samordnande ansvar för kartmaterial för t ex leder.

4. Hållbar besöksnäring

- Natur och kulturupplevelser
- Underhåll
- Värdskap

Inom ramen för en hållbar besöksnäring skall fokusområdena vandring, hållbara havsupplevelser, måltid och graniten utvecklas. Genom utveckling och investering i natur- och kulturtillgångar bidrar vi till att värna om våra värdefulla tillgångar samtidigt som dessa investeringar också bidrar till näringens utveckling.

Visit>Smögen Sotenäs och näringslivet har ett gemensamt ansvar för att bidra till hållbara attraktiva natur- och kulturupplevelser hela året. Genom ett aktivt arbete skall vi tillsammans agera för att våra gemensamma miljöer hålls attraktiva genom tydlig skyltning, utsmyckning och underhåll.

Visit>Smögen Sotenäs och BN ska gemensamt arbeta för ett värdskap i världsklass. Genom ett professionellt bemötande och god service med kvalitet, vänlighet och gästfrihet ska människor känna sig välkomna och inkluderade. Besökaren skall erbjudas en positiv upplevelse så att de gärna vill återkomma. Detta bidrar till att förmedla bilden av Sotenäs som en attraktiv kommun att besöka, bo och leva i – hela året.

6. Målgrupper

Nationellt och internationellt marknadsför vi oss mot målgrupperna främst genom Turistrådet Västsveriges tre huvudsegment:

- **Nyfikna upptäckare** söker nya upplevelser, och vill uppleva både städer och landsbygd och är intresserad av kultur och lokal livsstil.
- **Vardagsmitande livsnjutare** vill koppla av, slippa rutiner och njuta av god mat och dryck på sin resa.
- **Aktiva naturälskare** är de som tar mest miljöhänsyn och njuter av lugnet och stillheten, samtidigt som de är den mest fysiskt aktiva målgruppen.

Dessutom har vi ytterligare fyra viktiga målgrupper:

- **Delårsboende**
- **Säsongsboende**
- **Mötes- och konferensgäster**
- **Kunskapsturister**

7. Samverkanspartners

Viktiga samverkanspartners i regionen är bland annat Turistrådet Västsverige, Ett enat Bohuslän, Västra Götalandsregionen och Fyrbodals kommunalförbund. Även lokala samverkanspartners är mycket viktiga för en hållbar utveckling av verksamheten som till exempel det lokala näringslivet, föreningar, ortsbefolkning och delårsboende.

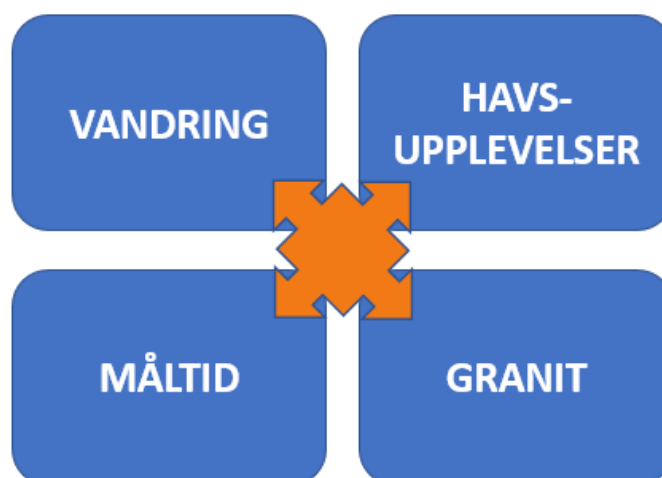
8. Marknader

Vår största och viktigaste marknad är Sverige.

Genom samarbete med Turistrådet Västsverige är det framför allt Sverige, Norge, Danmark, Tyskland, Storbritannien, Frankrike och USA som bearbetas. Turistrådets bearbetning i utlandet görs i samverkan med Göteborg & Co och Visit Sweden.

9. Fokusområden

Nedan beskrivs 4 fokusområden som arbetsgruppen prioriterat. Ambitionen är att på sikt utveckla fler aktiviteter.



Beskrivna områden är viktiga för fokuseringen på prioriterade aktiviteter. Det är också viktigt att arbetet är långsiktigt så att det ges den kraft och det engagemang som behövs för att nå önskade effekter. Det är besöksnäringsrådets (se p.9 sid 9) uppgift att utvärdera och utveckla dessa fokusområden.

Vandring

Våra vandringsleder är något vi ska vara stolta över.

Soteleden är ett gott exempel som erbjuder vandring i vacker och unik natur- och kulturmiljö, vilket är en reseanledning som lockar i allt högre grad, både nationella och internationella besökare. Soteleden bygger till stor del på att enskilda markägare upplåter mark till leden och därför är markägarna mycket viktiga för ledens utveckling. Kommunen skall ha en tydlig kommunikation med markägarna kring hur leden skall kunna utvecklas för allas bästa.

Vi ser Soteleden som en möjlighet till att utveckla besöksnäringen i Sotenäs året runt. Soteleden sträcker sig över stora delar av kommunen och många existerande företag skulle kunna utveckla sin verksamhet genom att använda Soteleden i sin produktutveckling och marknadsföring.

Havsupplevelser

Sotenäs har många starka turistprodukter och starka varumärken. Unikt för Sotenäs är den viktiga livsmedelsindustrin.

Utöver industrin har vi även fiskauktionen, Smögenräkan, kräft-, hummer- och makrillfisket, fiske- och skärgårdsturbåtar samt alla barnfamiljer som fiskar krabbor liggande på magen på en brygga.

Vi har ca 800 000 besökande årligen som vill uppleva våra skärgårdsmiljöer och den levande landsbygden inklusive ca 60 000 besökande i våra gästhamnar.

Nyckeln är marknadsföring och paketering av produkter för de besökare vi vill attrahera till Sotenäs. Vi ska paketera de styrkor och "produkter" som vi redan "äger", utveckla nya och sedan berätta det för marknaden på ett nytt och attraktivt sätt i samverkan mellan kommunen, näringslivet och aktörer i regionen.

Måltid

Skaldjuren i Bohuslän har ett rykte om sig att vara bäst i världen. Färska smögenräkor, musslor odlade i våra vikar, havskräftor och ostron är alla lokala specialiteter. Till detta kommer höstfisket efter vår hummer, kungen av skaldjur. Det kulinariska Sotenäs är inte enbart lokalfångade skaldjur och fisk, här finns också lantbruk som förser bygden med förstklassiga grödor och småskaliga uppfödare av boskap som satt sin ära i att producera kvalitetsprodukter.

I Sotenäs finns idag flera förstklassiga restauranger som använder sig av närproducerade råvaror och många gäster uppskattar att maten har sitt ursprung från det närliggande havet och vår landsbygd.

Med dessa förutsättningar är måltid i kombination med upplevelser en reseanledning som lockar i allt högre grad, både nationella och internationella besökare. Med rätt paketering kan vi konkurrera i ett internationellt perspektiv och detta bidrar till att utveckla besöksnäringen i Sotenäs året runt.

Granit

Den världsunika röda bohusgraniten och dess rundade former ger en mycket speciell prägel på landskapsbilden. Under sommarsolen färgas klipporna rödgula och kusten blir mjuk och inbjudande, ett "magiskt värde" ur ett besöksperspektiv.

I regionen finns ett antal besöksmål med "granitprägel" som till exempel Hållö fyrplats, hållristningar, Sotekanalen, våra naturreservat med flera. Dessa besöksmål, vår lokalhistoria, vårt kulturarv, kunskaper om geologin, vandringsleder, klättringsaktiviteter, aktörer inom stenindustrin, aktiva ideella föreningar, akademien med flera, skall produkter utvecklas och paketeras i bred samverkan för att lyfta fram områden som har en särprägel på granit till en starkare reseanledning – hela året.

10. Organisations- och finansieringsformer

Nedan föreslås en uppdelning av det turistiska arbetet mellan kommunens samt besöksnäringens verksamheter. Se även bilaga 3.

Gemensamt besöksnäringsråd

Ett besöksnäringsråd inrättas och leds av den kommunala verksamheten Visit>Smögen Sotenäs. Representant för besöksnäringsrådet väljs in i kommunens näringslivsråd. Besöksnäringsrådets primära uppgift är att utveckla besöksnäringen mot beskriven vision, mål och syfte.

Kommunens verksamhet

Kommunens Tillväxt- och Utvecklingsavdelningen (TUA) är Sotenäs kommuns verksamhet för näringslivet i sin helhet, vilket inkluderar besöksnäring och handel. Visit>Smögen Sotenäs är en verksamhet inom TUA med fokus på besöksnäringen. Visit>Smögen Sotenäs marknadsför och utvecklar Sotenäs som en attraktiv destination att besöka, bo och driva företag i. För att skapa en stark kommersiell partner som samlar näringen i en näringsgemensam organisation skall Visit>Smögen Sotenäs initialt verka som samordnare och katalysator. Det är dock näringens ansvar att bilda BN.

Visit>Smögen Sotenäs arbetar både långsiktigt med utveckling och mer konkret med service till besökare och besöksnäringen.

I Visit>Smögen Sotenäs uppdrag ligger att samordna de olika kommunala verksamheterna för att kvalitetssäkra den kommunala infrastrukturen för besökaren. Dessa verksamheter är bl.a. samhällsbyggnadsförvaltningen och kultur/fritid.

Visit>Smögen Sotenäs skall verka för ett tydligt samarbete inom Bohuslän och delta i det regionala samarbetet med tex Ett enat Bohuslän och Turistrådet Västsverige.

För näringslivet

På uppdrag av Sotenäs kommun driver Visit>Smögen Sotenäs näringslivs- och utvecklingsservice för besöksnäringen. Visit>Smögen Sotenäs bistår med personlig hjälp och kontakter, ordnar mötesplatser för företag och driver utvecklingsprojekt.

Detta arbete innebär bland annat samordning och engagemang kring etableringar, företagsutveckling, evenemang, välskötta miljöer, grundläggande turistisk infrastruktur (p-platser, laddstationer, husbilsplatser, vandringsleder, cykelbanor, skyltning, hemsida mm), kulturaktiviteter, utveckla nätverk, året-runt-aktiviteter mm. Tillsammans kan vi skapa en attraktiv plats att bo och arbeta på samt en än mera lockande kommun att besöka, året runt.

För besökare

Visit>Smögen Sotenäs ansvarar för i första hand turistinformation, bland annat genom Turistbyrån i Kungshamnns centrum samt på webben. Turistbyrån är en auktoriserad grön-i-byrå enligt Visitas krav. Vi tillgodoser invånare och besökare med uppdaterad information och samordnar arbetet kring besöksnäringen. Det är viktigt att turistbyråns verksamhet utvecklas och ett eventuellt område skulle kunna vara att, förutom turistbyråverksamhet, utveckla verksamheten till en mötesplats för föreningar, invånare, företag och besökare och därigenom stärka utvecklingen av Sotenäs.

Marknadsföring

Visit>Smögen Sotenäs marknadsför Sotenäs på webben, med till exempel egna trycksaker, genom annonsering, sociala medier och mässdeltagande m.m. Visit>Sotenäs ska förmedla känslan av Sotenäs som bästa platsen att besöka, bo och verka i.

Destinationsmarknadsföring

Det ska vara enkelt att hitta, välja, boka, uppleva och dela med sig av Sotenäs. Visit>Smögen Sotenäs skall däremot inte marknadsföra enskilda företag. Sotenäs har starka varumärken och detta ger mycket goda förutsättningar för en positiv utveckling. Marknadsföringen skall genomföras i nära samverkan med varumärkesarbetet inom Ett enat Bohuslän och Turistrådet Västsverige.

Finansiering och bemanning

Nedan beskrivs en kommunal basfinansiering. För att möta innehållet i detta dokument behövs ytterligare finansieringar och dessa skall sökas genom projektverksamhet och tillfälliga insatser som kan bekostas utanför basfinansieringen som t.ex. att ta fram en varumärkesplattform.

Den kommunala verksamheten Visit>Smögen Sotenäs organiseras som en verksamhet inom TUA.

- Näringslivsutvecklare	20%	160 tkr
- Besöksnäringutvecklare	100%	650 tkr
- Marknadsförare/projektansvar	50%	325 tkr
- Driftskostnader		<u>465 tkr</u>
	Totalsumma	1 600 tkr

Kommunens verksamhet bekostas inte genom några direkta intäkter från näringen.

Näringslivsutvecklare

Näringslivsutvecklare arbetar för att ge bästa möjliga förutsättningar för kommunens hela näringsliv. Detta avser bland annat en positiv utveckling av befintligt näringsliv liksom för nyetableringar och nyföretagande. Gentemot besöksnäringen skall näringslivsutvecklare bland annat agera för en samordning av kommunens olika verksamheter för att underlätta en positiv utveckling.

Besöksnäringens utvecklare

Besöksnäringens utvecklare arbetar direkt för besöksnäringens positiva utveckling. I uppdraget ligger bland annat:

- Har ett samlat ansvar för kommunens arbete för besöksnäringens utveckling i nära samverkan med näringslivsutvecklare, BN samt övrig besöksnäring.
- Ansvara för besöksnäringens utveckling.
- Delta aktivt i arbetet med Ett enat Bohuslän samt Turistrådet Västsverige.
- Ansvara för destinationsutveckling och utveckling av varumärket i nära samverkan med berörda.
- Har ett övergripande ansvar för turistbyrå/InfoPoints.
- I nära samverkan med näringen ta ansvar för att utveckla ett värdskap i världsklass.

Marknadsförare/projektansvar

Marknadsföraren har ett generellt uppdrag att tillsammans med näringslivs- och besöksnäringens utvecklaren utveckla och stärka destination Sotenäs och att marknadsföra detta så att det stärker föreslagen vision, mål och syfte.

- Ansvara för marknadsföring genom Sotenasturism.se, sociala medier turistbyrå, InfoPoints mm.
- Initiera/söka/delta i projekt som stärker en positiv besöksnäringens utveckling.
- Arbeta med att ta fram kommunens turistinformationsmaterial.
- Turistvärd (information till besökande hela året).
- Hjälpa företag som vill starta och genomföra publika arrangemang (eventlots).

BN föreslås följande verksamhet:

För att nå den föreslagna visionen och de ambitiösa målen krävs en gemensam kraftsamling. Varken kommunen eller näringen kan nå målet på egen hand. För att åstadkomma en tydlig företrädare för besöksnäringen bör den näringsgemensamma organisationen lyftas till en professionell och kommersiell nivå. BN föreslås att i första hand utveckla en affärsmässig verksamhet som stödjer en positiv utveckling av besöksnäringen i kommunen.

BN kan till exempel:

- Årligen producera besöksmagasin och andra trycksaker i samverkan med kommunen.
- Marknadsföra besöksnäringen (medlemsföretagen).
- Paketera och sälja/förmedla bokningar, boenden, vandringspass, aktiviteter mm.
- Affärsutveckla näringen och ta fram nya möjligheter och produkter för en ökad turism året runt.
- Ordna kompetenshöjande insatser.
- Sälja guideverksamhet.
- Mm.

Finansiering

BN finansierar sin verksamhet genom försäljning av tjänster och produkter och eventuellt medlemsavgifter. Kommunen är inte en delägare i BN och bidrar inte med någon finansiering. Under förutsättning att BN önskar, och får möjlighet, kan kommunen upphandla tjänster från BN. Exempel på sådana tjänster kan vara bemanning av turistbyrå, ställplatser för husbilar mm. BN har möjlighet att överta vissa funktioner som tidigare varit Stiftelsen Sotenäs Turisms ansvar, liksom att kommunen kan komma att handla upp tjänster (enligt LOU) som kan generera intäkter till BN för fortsatt kommersiell utveckling av besöksnäringen.

Enligt uppdrag från Sotenäs kommun
Tomas Larsson
Näringslivsutvecklare

Bilaga 1**Arbetsgruppen för Framtidens Besöksnäring**

Gruppen tillsattes på initiativ av kommunen och har arbetat med detta förslag under perioden 201609–201708.

Malin Oresten (tom maj -17)	Turistföreningen, Företagarna
Mats Höggren	Nordens Ark
Jan Skoglund	Smögens Hafvsbad/Vann
Patrik Jansson	Göstas Fisk, Turistföreningen
Annika Johansson	Ramsviks Camping
Mikael Gripsvik	Smögenbryggan
Anna-Karin Dahlström	Butiken Charm, Kusthandlarna
Måns Ingmarsson	LRF, Stensjögård
Anders Nykvist	Turistrådet Västsverige
Johan Engström	Turistrådet Västsverige
Åsa Andersson	Stiftelsen Sotenäs Turism
Tomas Larsson	Sotenäs kommun

Kommunen har även handlat upp Drivhuset Göteborg och haft dess VD **Mariah Ben Salem** som processledare under delar av arbetet.

Organisationsformer

Efter samtal med jurist (Front Advokater i Gbg) i denna fråga följer här en kort sammanfattning så som jag uppfattat det rättsliga läget för närvarande.

Konkurrensverket tittar för tillfället bland annat över förhållandet mellan kommunala verksamheter och kommunala bolagsverksamheter. Detta innebär nya förutsättningar för framtida val av organisation. Det finns framförallt 3 aspekter som är viktiga att förhålla sig till när vi väljer form för att organisera besöksnäringen.

a) Lagen om offentlig upphandling (LOU)

Lagen reglerar att kommunal verksamhet skall handla upp alla tjänster och produkter över ett totalt värde av 100 tkr, oavsett om avtalsparten är ett helägt kommunalt bolag, delägt bolag eller helt privat bolag. Avtalsperioden kan som max vara 4-5 år innan ny upphandling måste göras.

b) Statsstödsreglerna.

Kommunen får inte gynna enskilt bolag oavsett om bolaget är ett helägt kommunalt bolag, delägt bolag (oavsett ägarandel) eller helt privat bolag. Kommunen får heller inte ge bidrag till enskilt bolag oavsett ägandeform.

c) Konkurrenslagen

Kommunen får inte göra något som ett bolag skulle kunna göra. Undantag gäller för tex gästhamnar och badhus där allmänheten har ett starkt intresse i verksamheten. Inom ramen för dessa undantag kan kommunen bedriva generell besöksnäringens verksamhet men troligen inte sälja tex vandringspass, plats på hemsida mm.

Dessutom:

Om kommunen har ett ägande (oavsett ägarandel) i bolaget kan bolaget inte ta ut vinster eftersom en kommunal verksamhet inte får göra vinst. Priset på tjänst eller vara får endast hålla ett självkostnadspris.

Summering:

Med ovan nämnda förutsättningar finns ändå vägar att kunna lösa en verksamhet genom bolagsverksamhet. Detta skulle dock underlättas om bolaget inte får något bidrag från kommunen. Bolagets verksamhet behöver då inte handlas upp av kommunen och det står då inte heller i strid med statsstödsreglerna. Däremot måste bolaget handla upp sina egna tjänster och varor om kommunens har någon ägarandel i bolaget.

Vem gör vad?

Kommunens och besöksnäringens huvuduppgifter är att arbeta för en hållbar och växande besöksnäring samt att bidra till Sotenäs som en attraktiv ort att besöka, bo och driva och starta företag. Nedanstående ansvarsområden skall utföras genom ett nära samarbete mellan parterna. Beskrivna ansvarsområden kan komma att förändras i samverkan mellan kommunen och näringen.

Kommunens ansvar

- Visitering i Smögen Sotenäs ska arbeta för att ge bästa möjliga service till besöksnäringen
- Samordna kommunens olika verksamheter för att kvalitetssäkra den kommunala infrastrukturen för besökaren och underlätta för besöksnäringens utveckling
- Samarbeta med bl.a. Turistrådet Västsverige och Ett enat Bohuslän
- Samordning och engagemang inom etableringar, företags-utveckling, evenemang, välskötta miljöer, grundläggande turistisk infrastruktur (p-platser, leder, cykelbanor, skyltning, hemsida mm), kulturaktiviteter, utveckla nätverk, året-runt-aktiviteter mm.
- Övergripande ansvar för turistbyråverksamheten och info-points
- Marknadsföring av Sotenäs som destination
- Ansvara för besöksnäringens verksamhet
- Utveckla och sköta hemsidan Sotenasturism.se
- Producera och kommunicera kommunens turistinformationsmaterial
- Ta fram årlig statistik som underlag för utvecklingsarbetet

Näringens ansvar

- Att verka för en stark och hållbar besöksnäring hela året
- Årligen producera besöksmagasin och andra trycksaker
- Marknadsföra sina medlemmar
- Samarbeta med kommunen och andra partners för en starkare besöksnäring
- Ordna kompetenshöjande insatser för besöksnäringen
- Paketera och sälja/förmedla till exempel bokningar, boenden, mässor, vandringspass, guidning, aktiviteter mm.
- Ansvara för att näringen har en aktiv roll i besöksnäringens rådet
- Ta fram årlig statistik som underlag för utvecklingsarbetet

Gemensamt ansvar

- Arbeta aktivt för föreslagna vision, mål, syfte och föreslagna fokusområden
- Utveckling av värdskapet till världsklass
- Affärsutveckla besöksnäringen för en hållbar turism året runt
- Varumärkesarbete- och -destinationsutveckling
- Initiera och delta i utvecklingsprojekt
- Aktivt söka efter en extern finansiering som en del av grunden för att skapa finansiella möjligheter att genomföra föreslagna strategier