



## Handlingsplan för besöksnäring/turism



 <b>Eda kommun</b>	<b>Styrdokument</b>	
	<b>Dokumenttyp</b>	-
	<b>Beslutad av</b>	Kommunfullmäktige 2013-10-30, § 158
	<b>Dokumentansvarig</b>	Verksamhetschef bildning
	<b>Reviderad av</b>	-

## Innehållsförteckning

<b>1. Inledning.....</b>	<b>5</b>
Arbetsprocessen.....	5
Bakgrund.....	5
Syfte.....	6
Målgrupper.....	6
<b>2. Fokusområden – främjande aktiviteter.....</b>	<b>7</b>
Fredsriket Morokulien .....	7
Valfjället.....	7
Noresunds Golfbana.....	8
Varumärket Eda .....	8
<b>3. Värdskap.....</b>	<b>9</b>
Ambassadörer.....	9
<b>4. Samverkan med andra aktörer.....</b>	<b>10</b>
Utbildning av arbetskraft till berörda näringsverksamheter.....	10
<b>5. Infrastruktur och kommunikationer.....</b>	<b>10</b>
Kulturturism - besöksmål med historisk anknytning.....	11
Befintliga anläggningar/produkter.....	11
Eda Glasbruk och Museum.....	11
Eda Skans och Museum.....	11
Järnskog Hembygdsgård och Beredskapsmuseum.....	12
Köla Hembygdsgård och Museum på Kiöln.....	12
Mosstakans Skolmuseum.....	12
Skansen Hultet.....	12
Eda Hembygdsgård.....	12
Skillingmark Hembygdsgård.....	12
Kulturvandringen.....	12
Open Art.....	12
<b>6. Naturturism – aktiviteter i eller med anknytning till naturen.....</b>	<b>13</b>
Befintliga produkter.....	13
Vandring.....	13
Cykel.....	13
Kanot.....	13
Fiske.....	14
Ridning.....	14
Badplatser.....	14
Vrångsälven och Kölaälven.....	14
Vit Älg.....	14
Kiöln.....	14
Naturresevat.....	14
Vinterbaserade produkter.....	15
<b>7. Idrottsturism – i samarbete med lokala föreningar. 15</b>	<b>15</b>
Befintliga anläggningar.....	16
Gränshallen.....	16
Gillevihallen.....	16
Gårdeshallen.....	16
Gunnarsbyhallen.....	16
Ridcenter vid Norra Mon .....	17
<b>8. Shopping turism – utnyttja gränshandeln.....</b>	<b>17</b>
Marknadsföring.....	18
<b>9. Turistbyrå.....</b>	<b>18</b>
Omvärldsbevakning.....	18
Utvärdering och uppföljning.....	19

Källförteckning..... 19

## 1. Inledning

Kommunfullmäktige har tydligt markerat att turismen är en viktig näring, bland annat genom att anta en strategi för besöksnäring och turism. Strategin antogs enligt beslut i kommunfullmäktige 2011-04-26 § 62 och ligger till grund för denna handlingsplan.

Strategin beskriver de prioriterade satsningsområdena och hur kommunen arbetar med turismfrågor idag.

Kommunfullmäktige beslutade 2012-10-31 § 176 att ge förvaltningen i uppdrag att ta fram en handlingsplan för besöksnäring och turism i Eda kommun. En turismgrupp bildades som består av utvecklingschef Margareta Bergman, fritidschef Lasse Sjöberg och turistkonsulent Ann-Louise Axelsson. Handlingsplanen beskriver olika besöksmål och produkter samt ger förslag på aktiviteter som kan göras för att nå upp till målet att Eda ska vara en attraktiv mötesplats för människor och att kommunen utvecklas till en destination.

### Arbetsprocessen

Handlingsplanen har arbetats fram utifrån kommunens turismstrategi. Turismgruppen har träffat olika grupperingar för att få in synpunkter och förslag till aktiviteter för att nå utveckling. Förankringen har gjorts hos aktörer inom besöksnäringen och tillsammans med föreningar som erbjuder produkter till besökarna.

### Bakgrund

Besöksnäringen har en stor tillväxtpotential och fungerar som en inkörsport till arbetsmarknaden för ungdomar och personer med invandrabakgrund. Rese- och turistindustrin i Eda omsätter 154 miljoner kronor och ger arbete åt ungefär 130 personer (årssysselsatta). Tack vare handelsetableringarna kommer turismen att öka ytterligare. I Eda finns ett begränsat antal näringsidkare inom turistindustrin. Det finns ett stort antal föreningar som bidrar till den goda utvecklingen inom turismen och som tillsammans med näringen skapar en intressant miljö för tillresande.

För att lyckas med detta arbete krävs en bra dialog och nära samarbete med både turismnäring, föreningsliv och invånare. Det är aktörerna tillsammans med invånarna som är de bästa ambassadörerna för kommunen och som möter besökare och potentiella inflyttare i sitt arbete eller på fritiden. Det finns en efterfrågan på ökat samarbete mellan aktörer i näringslivet, föreningslivet, kulturlivet och kommunen. Handlingsplanen möjliggör framgång, ökad omsättning och ett starkare nätverk. En årlig aktivitetsplan ska tas fram och knytas till handlingsplanen.

Handlingsplanen förstärker också det regionala arbetet med varumärket Värmland samt den nationella strategin för svensk besöksnäring som vill nå en fördubbling av svensk besöksnäring fram till år 2020. Värmlands vision lyder: ”Värmland roar och berör – godare, gladare, grönare.”

**Fakta / Statistik****Besöksnäringen i Sverige 2010**

Omsätter 264 miljarder kr  
Exportvärde 98,8 miljarder kr  
Sysselsätter 162 300 personer  
källa: Tillväxtverket 2011

**Besöksnäringen i Värmland**

Omsätter 2,6 miljarder kr  
Sysselsätter 2373 personer  
Totala antalet övernattningar 5 960 000,  
varav 2 251 000 kommersiella  
källa: TEM-2011, Resurs AB

**Besöksnäringen i Eda**

Omsätter 154 miljoner kr  
Sysselsätter 130 personer  
Totala antalet övernattningar 299 000,  
varav 167 000 kommersiella  
Skatteintäkter till Eda kommun  
Direkta: 5 557 000 kr  
Totala: 14 664 000 kr  
källa: TEM-2011, Resurs AB

**Syfte**

En välförankrad handlingsplan möjliggör bra prioriteringar. Kommunen kan sätta upp gemensamma målsättningar och fokusera på att nå rätt målgrupper i enlighet med näringslivets intresse och kommunens resurser. Kommunens invånare ska också känna till hur kommunen marknadsförs för att locka turister som sedan lägger ner pengar till den enskilde företagaren. Andra strategier för att lyckas är att arbeta aktivt med samordnade marknadsföringsinsatser och värdskap.

**Målgrupper**

Besökarna kommer främst från Norge men även Sverige, Tyskland, Holland och Danmark. Morokulien har många internationella gäster som gör ett kortare stopp. Shoppingturismen drar till sig mängder med turister som är viktiga för besöksnäringen. Utmaningen består i att få dagbesökare och genomfartsresenärer att stanna lite längre i kommunen. Därför behövs produkter som gör detta möjligt och intressant. En annan målgrupp är invånarna själva och närområdet.

## 2. Fokusområden – främjande aktiviteter

Slutsatser från SWOT-analysen, som gjordes i turismstrategin, är att det är viktigt att förstärka och utveckla Eda som mötesplats. Ett led i detta utvecklingsarbete är att prioritera satsningar enligt följande fokusområden:

### Fredsriket Morokulien

Morokulienområdet är unikt och gränsen lockar besökare från hela världen. Morokulien kan utvecklas med fler attraktioner och utökad service. Genom att ta tillvara de positiva värden som området har med Fredsmonumentet, Fredsplatsen, gränsgatan och Infocentret kan man öka attraktionskraften. Omgivningarna lämpar sig även för friluftsliv, upplevelser och rekreation. Förslagsvis tillsätts en arbetsgrupp som ser på vidareutveckling av Morokulienområdet.

Exempel på aktiviteter:

- Ta fram en handlingsplan för Morokulien.
- Vidareutveckla den befintliga rastplatsen med ställplats, latrintömning, busshållplats, begränsad tomgångskörning.
- Brun-vit skyltning från riksväg 61 samt riksväg 2 samt skyltning inom området.
- Naturstig, med grillplatser, bord och stolar ner mot älven, för att göra rastplatsen mer intressant.
- Utnyttja Vrångsälven mer, göra ett fritidsområde med äventyrsbana, längdskidspår, cykeluthyrning, fiskemöjligheter etc. Idrottsevenemang och äventyrsbad är andra förslag.
- Etablera fler upplevelser, återkommande evenemang och permanenta verksamheter som drar både turister och lokalbefolkning till området.
- Anordna firande av högtider ex. nyår, Lucia, midsommar, 17 maj, 6 juni etc.
- Utnyttja amfiteatern till olika evenemang ex. skådespelet Värmlandsflickan
- Utnyttja och samordna befintliga byggnader och verksamheter till att dra hit större arrangemang och nationella möten.
- Utveckla fredstemat med exempelvis fredsambassadörer etc.
- Fredsmonumentets 100-årsjubileum 2014 ger en möjlighet att sätta Morokulien på kartan igen med hjälp av regional och nationell marknadsföring. Trycksaker och souvenirer.

### Valfjället

Valfjället Skicenter bör utvecklas till en åretruntanläggning med utbyggt boende och en breddning av aktivitetsutbudet för både invånare och besökare. Förslagsvis tillsätts en arbetsgrupp med aktörer i området som ser över driften, verksamheten och ser på en vidareutveckling av Valfjällsområdet.

Exempel på aktiviteter:

- Ta fram en affärsplan och verksamhetsbeskrivning
- Ta fram en detaljplan över området
- Ta fram produkter och paket för både sommar och vinter
- Ta fram en vinterbroschyr med skidåkning, fiske, skridskor etc
- Etablera ett samarbete med andra sevärigheter/aktiviteter
- En idé är att nischa in sig på handikappsanpassade aktiviteter som gör att Valfjället sticker ut i profileringen

### **Noresunds Golfbana**

Eda Golfbana, en av Sveriges finaste, ska utvecklas till en åretruntanläggning med konferensverksamhet och olika sommar- och vinteraktiviteter enligt turismstrategin som antagits. Förslagsvis tillsätts en arbetsgrupp med aktörer i området som ser på vidareutveckling av Noresundsområdet. I det arbetet skall läggas med det medborgarförslag, som inkom 2012-04-11 och som föreslår en utveckling av Eda kommun genom släktforskning och turism vid Noresund

Exempel på aktiviteter:

- Vidareutveckla matserveringen och boendeanläggningen
- Ställa i ordning huvudbyggnaden/herrgården till en konferensanläggning med restaurang.
- Ett gemensamt föreningskansli för kommunens föreningsliv.
- Minigolf, bowling, boule och tennis är förslag på aktiviteter som skulle stärka anläggningen.
- Naturstig, rastplatser, fågelskådningsplatser, mountinbikeleder, paddling, fiske och längdskidspår på vintern är förslag på aktiviteter som skulle göra området mer attraktivt.
- Öka samarbetet med andra aktörer.

### **Varumärket Eda**

Varumärke är ett samlat begrepp för de kännetecken som särskiljer Eda från övriga kommuner. För att ta reda på varumärket frågar man personer som inte bor eller verkar i kommunen vad de tänker på när de hör Eda. I dag är det många som förknippar Eda med billig handel, men det finns så mycket mer än detta. Det är viktigt att arbeta aktivt och kontinuerligt med varumärket för att stärka budskapet och de profilbärare kommunen vill lyfta fram.

Utvecklingsberedningen har fått i uppdrag av fullmäktige att arbeta med Varumärket Eda.

Exempel på aktiviteter som stärker varumärket Eda:

- Involvera alla som bor och verkar i kommunen i varumärkesbyggandet, så att de känner sig delaktiga och blir goda ambassadörer för kommunen.
- Arbeta med bilder som stärker varumärket.
- Göra en marknadsföringsplan som lyfter våra profilbärare vilket är de besöksmål som räknas upp under respektive delområde i detta dokument.



### 3. Värdskap

Det goda värdskapet är en framgångsfaktor som bör prioriteras. Alla ska vara involverade i värdsvarsarbetet och ta sin del av ansvaret samt se nyttan av ett gott värdskap.

Värdskap är inte bara mötet mellan människor utan gäller även infrastruktur, tillgänglighet och att det ser rent och snyggt ut när besökaren kommer hit. Alla ska känna sig välkomna både som medborgare och besökare men även som nyinflyttad eller nyfödd.

Exempel på aktiviteter för ett bättre värdskap:

- Alla som arbetar i kommunen bör gå den webbaserade Värdsvarsutbildningen som "Attraktiva Värmland" har tagit fram.
- Kommunen bör erbjuda företag och föreningar att gå den webbaserade Värdsvarsutbildningen.
- Kommunen ska bidra till ökad kunskap och en samsyn på vad gott värdskap är.
- Arbeta aktivt med infrastrukturfrågor och tillgänglighet. Detta gäller även skyltning, öppettider, parkering, handikappsanpassning etc.
- Vidareutveckla mottagandet av nya invånare som t.ex gåva till nyfödda, välkomstpaket, informationsträff och rundtur i kommunen för nyinflyttade.
- Ta hand om nyanställda så att de känner sig välkomna och lär känna Eda.
- Tillgänglighet och skyltning.

#### Ambassadörer

Alla medborgare är kommunens viktigaste ambassadörer. Varje år utnämns en ny ambassadör. Denna man eller kvinna har gjort något som gynnat kommunen i en positiv anda. Dessa personer kan kommunen ta tillvara och använda sig av i marknadsföringen. Det ska finnas en stolthet i samhället över platsen vi bor och verkar på. Edabor ska känna sig välkomna och delaktiga. En varsam turismutveckling utgår från att den ska vara accepterad och förankrad hos Edaborna. Kommunen tar ansvar för spridning av kunskap och information som rör turismen. Eda som destination ska marknadsföras även till Edaborna för att på så vis få dem att lära känna kommunens besöksmål och bli en bättre ambassadör.

Exempel på aktiviteter för en lyckad utveckling av medborgare som ambassadörer:

- Kommunens politiker bör tydligt kommunicera turismnäringen som en viktig utvecklingsfaktor som skapar arbetstillfällen och som i sin tur bidrar till den sociala och ekonomiska hållbarheten.
- Kommunen måste bli bättre på att kommunicera internt och med näringen för att på så vis sprida information och kunskap.
- Goda exempel ska lyftas fram via media, hemsidan, vid möten med näringen och på nätverksträffar.

## 4. Samverkan med andra aktörer

Kommunen har en samordnande funktion i turismfrågorna. Den ska utveckla nätverk och stärka banden med och mellan näringslivet och föreningslivet. Samverkan gäller huvudsakligen på det lokala planet men det är också viktigt att upprätta goda relationer med lokala, regionala, nationella och internationella aktörer.

Exempel på aktiviteter för att stärka samverkan:

- Kommunen ska vara en plattform och göra det möjligt för företag och föreningar att träffas. Det kan ske i mindre grupperingar och större samlingar för att utbyta idéer, som i sin tur leder till utveckling och samverkan.
- Göra studiebesök till andra anläggningar både i och utanför kommunen som visar på goda exempel.
- Det finns både företag och föreningar som på olika sätt bidrar till produktutbudet. Kommunen ska arbeta för att vidareutveckla dessa produkter.

### Utbildning av arbetskraft till berörda näringsverksamheter

Restaurang och livsmedelsprogrammet på Eda Gymnasieskola är certifierat som servicecollege. Utbildningen ger en grundläggande yrkesutbildning för arbeten inom restaurang, bageri, charkuteri, delikatess och catering. Hotell- och turismprogrammet ska ge en grundläggande yrkesutbildning för arbete inom hotell-, konferens- eller turismområdet.

Exempel på aktiviteter:

- Kommunen fortsätter att stödja de utbildningar som gynnar näringen.

## 5. Infrastruktur och kommunikationer

Goda kommunikationer och en välfungerande kollektivtrafik är viktiga förutsättningar för lokal och regional utveckling samt höjer kommunens attraktivitet. En kollektivtrafikutredning har gjorts under 2012.

Enligt kommunens bredbandsstrategi är visionen att bygga ut den elektroniska infrastrukturen i syfte att värna om framtiden för medborgare och företag. Målet är att 90 % av hushåll och företag skall ha tillgång till minst 100 mbit/s år 2020. Detta är av stor vikt för att entreprenörer inom besöksnäringen ska kunna utveckla sin verksamhet och nya etableras.

Kommunen håller på att ta fram en ny översiktsplan. Den omfattar hela kommunen och är ett samlat beslutsunderlag som visar hur kommunen ser på framtida mark- och vattenanvändning samt bebyggelseutveckling. Den visar också vad medborgarna kan förvänta sig i framtiden. I planen ingår en plan för landsbygdsutveckling i strandnära lägen. Den ger möjligheter i någon mån att underlätta lokalisering av bostäder, fritidshus och arbetsplatser i attraktiva strandnära lägen.

En inriktning och prioritering för 2013 i kommunens strategiska plan är att:

- Fortsätta arbetet att genomföra en utbyggnad av bredband för kommunens invånare.
- Fortsätta arbeta för en förbättrad kollektivtrafik inom kommunen.
- Förstärka infrastrukturen och kommunikationer med särskild inriktning mot rv 61.

### **Kulturturism - besöksmål med historisk anknytning**

Kulturen står för unika värden och är identitetsskapande för platsen. Det finns flera föreningar som har tagit till vara den kunskap och de efterlämningar som finns kvar från historien och krigstiden med Danmark/Norge. Här finns intakta försvarsanläggningar, uppbyggda miljöer och föremål som är sparade för framtiden. Dessutom finns en unik kunskap om olika händelser på flera platser i kommunen. Attraktionerna är en del av kommunen och kan inte flyttas till andra kommuner. För att öka attraktionskraften hos dessa besöksmål måste man vidareutveckla och förädla produkterna. Förslagsvis så tillsätts en arbetsgrupp som arbetar vidare med utveckling av kulturturismen.

Exempel på aktiviteter:

- Öka tillgängligheten genom att förbättra skyltningen, sätta upp informationstavlor, se över parkeringsplatser, öka öppettider, handikappanpassning etc.
- Arbeta långsiktigt med berättartraditioner och utbilda guider.
- Arbeta aktivt för att utveckla kulturturismen på lång sikt.
- Ge möjligheter för dessa föreningar att marknadsföra sig och synas i olika sammanhang, de är en attraktion för kommuninvånarna och en reseanledning för turister.
- Öka samarbetet mellan näringslivet och föreningarna som driver dessa besöksmål.
- Anordna evenemang som knyter an till den unika platsen.
- Lärare och elever bör ha obligatoriskt besök på bl.a. museerna.

### **Befintliga anläggningar/produkter**

#### **Eda Glasbruk och Museum**

Området har ett stort kulturellt intresse med de gamla arbetarbostäderna, paviljongen, stenbron och bruksmiljön i stort. Eda är känt för sin glastillverkning under åren 1835-1953. Det är många gäster som vill besöka Eda Glasmuseum och gärna även köpa glas från den här tiden.

#### **Eda Skans och Museum**

Eda Skans är symbolen på Edas kommunvapen och var under en tid en av de viktigaste försvarsanläggningarna mot Norge. Genom att återställa byggnaderna som en gång stod uppe på skansen, och flytta Eda Skans Museum dit skulle det bli ett större besöksmål och en reseanledning. Evenemang och skådespel skulle göra platsen mer attraktiv. Det finns även rester av en pråm som ligger på sjön Hugns botten.

### Järnskog Hembygdsgård och Beredskapsmuseum

Beredskapsåra och hembygdsgården i Järnskog lockar mycket folk. Här finns även en lanthandel och en hitflyttad tågagn, där besökarna kan se på film från bygden. Under sommaren finns kaffeservering, evenemang och underhållning.

### Köla Hembygdsgård och Museum på Kiöln

Detta har blivit ett populärt besöksmål för både invånare och besökare. Hembygdsgården och museidelen, som ligger i ladan, kompletterar varandra och de har ett intressant program. Hembygdsföreningen Köla Stämman har flera byggnader och arrangemang på olika platser. De vill nu fokusera på att bevara och vidareutveckla kvalitén på de befintliga aktiviteterna innan de tar på sig nya utmaningar.

### Mosstakans Skolmuseum

Museet har öppettid under sommaren men kan även öppnas vid förfrågan på övriga tider. Här kan besökarna uppleva en skoldag som det var förr tiden, i sin rätta miljö och med tidsenliga läroböcker. Samlingssalen kan även användas till andra möten, aktiviteter etc.

### Skansen Hultet

Charlottenbergs Byalag har lagt ner mycket tid för att rusta upp den gamla försvarsanläggningen. Här kan besökarna få guidad visning eller gå på egen hand för att se på skyttevärn, pansarvagnsgarage o.s.v.

### Eda Hembygdsgård

Under sommaren kan besökarna se på de olika byggnaderna och delta på olika evenemang bl.a. Nationaldags- och Midsommarfirande, utställningar och kaffeservering.

### Skillingmark Hembygdsgård

Gården Där Framme ligger i Bön och drivs av Skillingmark Hembygdsförening. Spökafton arrangeras på hembygdsgården och det finns möjlighet till övernattnig.

### Kulturvandringen

Turistbyrån har lagt upp en kulturvandring i centrala Charlottenberg. Den ingår i Svenska Folkspportförbundets stadsvandringar, som också är medlem i IVV, Internationella Folkspportförbundet. Stämpling av deltagar- och kilometerkort sker på Morokulien Infocenter och Medborgarkontoret.

### Open Art

Sedan några år tillbaka arrangeras Open Art på flera platser i kommunen, under ca. två veckor i mitten av juli. Konstnärer och föreningar i samarbete med kommunen lägger ner ett fint arbete som stärker nätverket och drar folk till besöksmålen.

## 6. Naturturism – aktiviteter i eller med anknytning till naturen

Eda har goda förutsättningar för en ökad naturturism och naturnära aktiviteter är efterfrågade. I allt utvecklingsarbete inom turismen ska hänsyn tas utifrån ett hållbart miljöperspektiv; det handlar om att bevara naturområden och att låta ett värnande perspektiv prägla översiktsplaner. Skog, vatten och tystnaden är faktorer som kan ge säljbara produkter till en bred målgrupp. Förslagsvis så tillsätts en arbetsgrupp som arbetar vidare med utveckling av naturturismen.

Exempel på aktiviteter:

- Kommunens anläggningar badplatser, vandringsleder, naturreservat etc. ska säkerställas utifrån ”Lagen om skydd mot olyckor” samt WHO:s riktlinjer för ”Säker och trygg kommun”.
- Tillgänglighet, tydlig information och skötselplaner ska finnas.
- God kommunikation mellan kommunen, föreningar och markägare. Sprida information och kunskap om de produkter som efterfrågas.
- Hitta entreprenörer som kan göra produkter anpassade till målgruppen.

### Befintliga produkter

#### Vandring

En inventering av alla befintliga leder bör göras. Det ska finnas en huvudman och nyttjanderättsavtal med markägarna till de leder som ska marknadsföras. Leder med hög kvalitet kan certifieras som Värmlandsleder, exempelvis Kyrkleden och Säterleden.

Finnskogleden är ett ”dragplåster” till kommunen. Ett ökat samarbete mellan berörda kommuner och aktörer utefter leden stärker marknadsföringen och fler produkter kan erbjudas. En pilgrimsled genom kommunen förväntas vara klar i september 2013, detta genom ett samarbete mellan Eda, Arvika och Säffle kommuner. Leden kommer att gå på den gamla banvallen från Växvik upp till Skillingsfors och sedan vidare in i Norge. Produkten har både nationellt och internationellt intresse för en bred målgrupp. En broschyr över vandringsleder i Eda skulle vara bra för marknadsföringen.

#### Cykel

I Eda Karta finns en cykelled runt sjöarna Hugn och Bysjön markerad. Det finns även en textbeskrivning till denna som kan fås på turistbyrån.

#### Kanot

Inventering av befintliga kanotleder bör göras, gärna i samarbete med Arvika Kanotcenter som är den enda aktören som aktivt marknadsför och underhåller flera av lederna idag. Kanoter kan också hyras i Valfjällsbyn eller på Noresund.

## Fiske

Efterfrågan på fiske är stort och ett nära samarbete mellan kommunen, näringen samt fiskevårdsföreningarna är viktigt. Det finns möjligheter att ta fram fler produkter och vidareutveckla de som finns. Fisketurismen ökar och det är hög konkurrens mellan olika platser. De som har tillrättalagt för besöksnäringen och kan erbjuda enkla, färdiga paket, gärna med boende är vinnarna. Mycket stor efterfrågan på ett gemensamt fiskekort för Eda.

En förteckning med karta som beskriver, fiskevatten, fisksorter och ev. rastplatser.

Ett fiskeprojekt pågår i Värmland.

## Ridning

Frågor om ridmöjligheter på våra vandringsleder förekommer. CW's Natural Horsecare erbjuder ridturer med eller utan övernattnig. Besökarna kan också ta kontakt med ridhuset på Norra Mon för att prova på ridning eller ta ridlektioner.

## Badplatser

I kommunen finns 9 badplatser med varierad standard. Ett översynsarbete pågår. Eventuellt måste kommunen välja ut vilka badplatser det ska satsas på, och som ska hålla en viss kvalitetsnivå.

## Vrängsälven och Kölaälven

Dessa båda älvar är en resurs i kommunen och skulle kunna ge produkter till besöksnäringen, som till exempel bad, fiske, kanotleder, uthyrning av båtar eller servering på eller i anslutning till älven. I dag saknas entreprenörer som erbjuder dessa produkter.

## Vit Älg

Från början var det albino-älgar med röda ögon, som finns på flera platser i världen. Efter hand har dessa blivit en vit älgstam, med bruna ögon, som lever tillsammans med och bildar familj med den vanliga bruna älgstammen. Det är svårt att få se en vit älg bara genom att besöka kommunen, men genom att sprida information om älgar i allmänhet och den vita i synnerhet kan vi skapa ett intresse. Den vita älgen har uppmärksammats i olika media och finns bl.a. i Valfjällets logga samt på Vita Älgen i Åmotfors. Detta skapar en nyfikenhet som kommunen kan dra nytta av i marknadsföringen av kommunen. Produkter som älg safari och älgpark är efterfrågade, men även våra andra vilda djur är exotiska för utländska gäster t.ex. bäver, varg, lo, björn.

## Kiöln

Området vid Kiöln är känt för lokalbefolkningen, men skulle även kunna användas för besöksnäringen. Här finns äventyrsbanor, motionsspår och skidspår till Valfjället på vintern.

## Naturresevat

Eda är rikt på miljöer med unik och värdefull natur. Här finns 11 naturresevat. År 2010 antogs en Naturvårdsstrategi som ger en översikt över kommunens olika naturtyper med höga skyddsvärden samt kommunens vision för att bevara och utveckla dessa. En del av Glaskogen

Naturresevat ligger i Eda, men drivs av en stiftelse i samverkan med Arvika, Säffle och Årjängs kommuner.

Eda kommun har fått statliga pengar till att göra i ordning Naturresevatet Tallmon till ett frilufts-, motions- och rekreationsområde. Här finns nu skyltade leder, rast- och grillplatser samt en större raststuga som man kan hyra för större grupper. Området skulle kunna erbjuda produkter för flera olika målgrupper; motionärer, konferensgäster, föreningslivet; barnverksamheter etc.

#### Vinterbaserade produkter

Valfjället Skicenter är det största besöksmålet under vintersäsongen. Möjligheter till längdskidåkning, isfiske, skridskoåkning och långfärdsskridsko finns på flera platser i kommunen, men det saknas entreprenörer som kan vidareutveckla dessa produkter. Det samma gäller skoterleder, hyra av skoter och hundspanskorning. Produkterna efterfrågas men det finns för närvarande ingen leverantör.

## 7. Idrottsturism – i samarbete med lokala föreningar

Idrottsturismen är den snabbast växande sektorn i den internationella resebranschen. I Sverige har en påtaglig expansion skett, med en mängd nya aktörer och erbjudanden. Utvecklingspotentialen bedöms dock vara fortsatt mycket stor, såväl lokalt som nationellt.

Allt fler kommuner satsar på idrottsturism. Med det avses idrottsevenemang, såsom cuper, tävlingar, mästerskap etc. Förutom direkta ekonomiska effekter i form av gästnätter och annan konsumtion är det en del kommuner som ser det som ett sätt att rekrytera invånare.

Med idrottsturismen menas personer som besöker eller deltar i en idrottstävling, idrottsevenemang, idrottstävlingar/matcher och träningsläger som arrangeras inom i stort sett alla idrotter. Inom kommunen finns ett flertal goda grundförutsättningar för idrottsturism.

Redan idag väljer en del idrottsföreningar att lägga sina träningsläger till vår kommun. Här framträder således en särdeles spännande nisch, med plats för fler aktörer.

Idrotten bidrar till besöksnäringen med stora och mindre evenemang som drar mycket folk till kommunen. Kommunen bör verka för att stödja dessa evenemang och utveckla konceptet idrottsturism. Denna målgrupp är viktig och ofta återkommande samt lätt att mäta och få en utvärdering av, i och med att det oftast är föranmälda. I kommunen finns ett stort antal föreningsägda idrottsanläggningar som exempelvis fotbollsplaner, skytteanläggningar, motionsspår etc.

Förslagsvis tillsätts en arbetsgrupp som arbetar vidare med en utveckling av idrottsturism.

Exempel på aktiviteter:

- Inventera de evenemang som finns och samordna marknadsföringen, evenemang, boende och aktiviteter med föreningarna.
- Se till att anläggningarna har vad som krävs för att kunna anordna större evenemang.
- Engagera andra föreningar och lokalbefolkningen till de evenemang som anordnas.
- Arbeta med Värdskapet även hos föreningarna.

## **Befintliga anläggningar**

### **Gränshallen**

I Gränshallen finns en ishall med läktare, styrkehall och en skyttehall för luft- och krutvapen, omklädningslokaler, cafeteria, kontorslokaler, samlingslokaler och serviceutrymmen. Intill anläggningen finns ett motions-/skidspår och ett köpcenter, restauranger, hotell och motell.

I anläggningen bedrivs i huvudsak idrottsverksamhet, såsom träningar, matcher, tävlingar av det lokala föreningslivet. Det finns möjlighet till att arrangera större cuper och läger nära till både mat och logi, men här finns även potential till att anordna större evenemang under perioden då det inte är is, exempelvis dansgala, mässor, utställningar och marknader.

### **Gillevihallen**

I Gillevihallen finns en sporthall med läktare, en skyttehall för luftvapen, omklädnings-/samlingslokaler, kontorslokaler och serviceutrymmen. Intill anläggningen finns fotbollsplaner, ett motions-/skidspår, skidskyttestadion, tennisbana och skyttebanor.

I anläggningen bedrivs i huvudsak idrottsverksamhet, såsom träningar, matcher, tävlingar av det lokala föreningslivet. Det finns möjlighet till att arrangera cuper och läger, men den kan även nyttjas till andra evenemang, t ex dansgala, teater etc.

### **Gärdeshallen**

I Gärdeshallen finns en sporthall med läktare, omklädnings-/samlingslokaler och serviceutrymmen. Intill anläggningen finns även en mindre sporthall och en del skollokaler och Folkets Park.

I anläggningen bedrivs i huvudsak idrottsverksamhet, såsom träningar, matcher, tävlingar av det lokala föreningslivet. Det finns möjlighet till att arrangera cuper och läger, men den kan även nyttjas till andra evenemang, t ex dansgala, teater etc.

### **Gunnarsbyhallen**

I Gunnarsbyhallen finns en sporthall med läktare, omklädningslokaler, cafeteria, samlingslokaler och serviceutrymmen. Intill anläggningen finns en grusplan, en multiarena, basketplan, isbana och en del skollokaler.

I anläggningen bedrivs i huvudsak idrottsverksamhet, såsom träningar, matcher, tävlingar av det lokala föreningslivet. Det finns möjlighet till att arrangera cuper och läger, men den kan även nyttjas till andra evenemang, t ex dansgala, teater etc.



### Ridcenter vid Norra Mon

I Ridcentret Norra Mon finns ett ridhus med läktare och domarbås, utomhusbanor och hästhagar.

I anläggningen bedrivs i huvudsak idrottsverksamhet, såsom tävlingar av det lokala föreningslivet. Det finns möjlighet till att arrangera läger men den kan även nyttjas till andra evenemang.

## 8. Shopping turism – utnyttja gränshandeln

Handeln är av stor betydelse för besöksnäringen. Svensk Handel vill fortsätta att utveckla shoppingturismen som vuxit med över 200 procent på 15 år.

Gränshandeln ökar och är en tydlig reseanledning till att besöka Eda. Turismnäringen måste komma ikapp med aktiviteter, besöksmål och övernattningsalternativ för att göra shoppingen till en helhetsupplevelse. Hela resan är en upplevelse, där kommunen är destinationen och varje möte med gästen sätter sin prägel på hela upplevelsen. Utmaningen ligger i att kunna erbjuda en kombination av shopping och ytterligare en aktivitet. Förslagsvis tillsätts en arbetsgrupp som arbetar för en vidareutveckling av shoppingturismen.

Exempel på aktiviteter:

- Arbeta med utbildning och förmedla kunskap i det goda Värdskapet.
- Arbeta med merförsäljning.
- Samarbete och gemensam marknadsföring mellan handeln och övriga inom besöksnäringen.
- Hitta sätt som vi kan nå gästen innan den kommer hit.
- Lyfta anledningar till att stanna en natt, eller en natt extra.
- Arrangera gemensamma evenemang.
- En shoppingguide med detaljhandel, café- och restauranger, besöksmål, öppettider, boende etc. vore önskvärt. Karta, rabattkuponger är andra förslag.
- Ta fram säljbara shoppingpaket som är bokningsbara online.
- En digital turistbyrå, på Charlottenbergs Shoppingcenter är ett alternativ till bemannad turistbyrå som tar för mycket resurser. Här kan även andra delar av kommunen marknadsföra sig, ex. boende, inflyttning, skolor etc.

## Marknadsföring

Eda marknadsförs både som eget besöksmål och som en del av en större destination. Varumärket Eda behöver stärkas och bli tydligare. Genom information och kunskap kan vi stärka det lokala ambassadörsskapet, och därigenom nå en god marknadsföring med bra spridning. Attitydfrågan är viktig och kan utvecklas positivt med ökad kunskap.

Exempel på aktiviteter för en lyckad marknadsföring:

- En marknadsföringsplan ska upprättas och planerade aktiviteter genomförs.
- Gemensam marknadsföring mellan kommunen och bolagen.
- Arbeta aktivt med Värdskap.

## 9. Turistbyrån

Turistbyrån är ett nav för att samla hela besöksnäringen och marknadsföra den inom och utanför kommunen. Turistbyrån drivs i samarbete med Eidskog kommun och är placerad i Morokulien, mitt på riksgården vid riksväg 61. Turistbyrån tar årligen fram guide, karta och informationstavlor för att sprida information om sevärdheter, boende och restauranger inom kommunen. Denna information finns även tillgänglig på kommunens hemsida [www.eda.se/www.visiteda.se](http://www.eda.se/www.visiteda.se) samt [www.varmland.se](http://www.varmland.se). Här finns också de evenemang som har registrerats i databasen. Dessa kommer även att synas på den digitala skylten vid riksväg 61 i Morokulien. Turistbyrån erbjuder alla turistföretag och föreningar att lägga sina produkter bokningsbara online på [www.destinationvarmland.se](http://www.destinationvarmland.se). Turistbyrån medverkar gärna vid större tävlingar och evenemang som anordnas i kommunen.

Exempel på aktiviteter:

- Ta fram en handlingsplan för turistbyråverksamheten
- Arrangera nätverksträffar och skapa en bättre dialog med och mellan aktörerna
- Arrangera utbildningar i exempelvis, värdskap, prissättning, marknadsföring, mediahantering, kvalitetssäkring etc
- Arbeta för att få fler produkter bokningsbara online
- Erbjud turistinformation via Appar och sociala medier
- Vara en samarbetspartner vid större tävlingar och evenemang
- Skapa fler serviceplatser (info-points) i kommunen i samarbete med befintliga aktörer samt förse dessa med material och kunskap

## Omvärldsbevakning

Det som händer i omvärlden har blivit allt viktigare för kommunens utveckling. Därför är det viktigt att lyfta blicken och identifiera trender som kan komma att påverka vår framtid. I och med ett bra nätverk regionalt och

nationellt har vi tillgång till fakta och rapporter. Varje år köper kommunen en turistekonomisk analys som visar vad turismen genererar till kommunen.

Exempel på aktiviteter:

- Kommunen ska medverka i lokala, regionala, nationella och internationella utvecklingsprojekt.
- Kommunen ska samla in fakta och rapporter från relevanta aktörer, och sprida kunskapen internt och externt.
- Kommunen ska fortsätta att köpa en årlig turistekonomisk analys.

## Utvärdering och uppföljning

Årligen sker en uppföljning och utvärdering av handlingsplanen. Detta sker i samband med att budget och verksamhetsplan för följande år tas fram. I kommunens strategiska plan finns mål och indikatorer för turismverksamheten. Uppföljning sker även genom SCB-statistik, turistekonomiska modellen, projektutvärderingar, besöksundersökningar mm. De aktiviteter som tas fram i marknadsplanen följs upp och utvärderas. Marknadsplanen bör innehålla en tidplan samt vem som har ansvaret. Den ansvarige bör sedan ha en referensgrupp med både näringsliv/föreningsliv, politiker och tjänstemän.

## Källförteckning

Turismgruppen har träffat nedanstående grupperingar som underlag för arbetet med handlingsplanen. Vi informerade om Eda kommuns strategiska plan 2012-2014 där det bland annat står att: "Eda kommun skall erbjuda ett attraktivt kultur- och fritidsutbud som är berikande både för invånare och för besökare." Vi ska lyfta fram och utveckla det som finns. Besöksnäring och turism – utarbeta, tillsammans med näringslivet, en handlingsplan för hur besöksnäringen och turism kan utvecklas i kommunen".

Turismgruppen har vid två tillfällen haft en dialog med Utvecklingsberedningen, som har ett politiskt uppdrag att samla in synpunkter från medborgarna.

Följande möten har hållits:

- |                                     |                         |
|-------------------------------------|-------------------------|
| • Eda GK                            | 2012-10-16              |
| • Museumsgruppen                    | 2012-10-19              |
| • Aktörer i Morokulien              | 2012-11-06              |
| • Valfjället Skicenter AB           | 2012-11-09              |
| • Övrig turistnäring och föreningar | 2012-11-15              |
| • Noresunds Utvecklings AB          | 2012-11-27              |
| • Dialog med Utvecklingsberedningen | 2012-09-07 / 2012-11-16 |

Dokument som använts i arbetet:

- Strategisk plan 2012-2014
- Strategisk plan 2013-2015
- Turismstrategin
- Kommunikationsstrategin
- Bredbandsstrategi Eda kommun 2012-2020
- [www.eda.se](http://www.eda.se)