

## Fisketurism Nedre Dalälven



*Projektet har arbetat målmedvetet för bättre hållbarhet och kvalitet i fisket.*

<b>Projektägare:</b>	Leader Nedre Dalälven
<b>Projektledare:</b>	Kalle Hedin
<b>Kommuner:</b>	Hela området
<b>Dnr:</b>	72
<b>Jnr:</b>	2010-5923
<b>Projektid:</b>	2010-09-15 – 2014-12-31

<b>Beviljade stödmedel:</b>	1 657 000 kr	<b>Använda stödmedel:</b>	1 657 000 kr
-----------------------------	--------------	---------------------------	--------------

<b>Totalt använda resurser i projektet:</b>	2 201 289 kr
---	--------------

*”Ett antal exportmogna företag har tillkommit genom projektet. I slutfasen av projektet kom glädjande kommentarer från researrangörshåll att områdets status som fiskedestination för gädd- och gösfiske är på väg uppåt efter några års svacka.”*

**Kalle Hedin, projektledare**  
**Henrik Thomke, projektmedarbetare**

## Verksamhet enligt projektplanen

### **BAKGRUND**

Fisketurism är den enskilt viktigaste utvecklingsmöjligheten inom turism i Nedre Dalälvsområdet. Goda naturliga förutsättningar finns dock även på många andra platser i Sverige. Den europeiska marknaden är mycket stor med ca 50 miljoner fiskeintresserade individer. För att klara produktutveckling och en resurskrävande marknadsföring gentemot den europeiska marknaden behövs ett organiserat samarbete. På initiativ från Nedre Dalälven har ett nätverk bildats mellan ett flertal leaderområden i landet och ett nationellt turistfiskeprojekt (Ntf) har startats med Nedre Dalälvens Intresseförening som projektägare och finansiering direkt från Jordbruksverket. För att kunna medverka i Ntf förutsätts att alla medverkande leaderområden fattar beslut om ett eget leaderprojekt, som samverkar med det nationella projektet. F.n. ser det ut att bli minst 20 områden som deltar i samarbetet och tecknar avtal med Nedre Dalälvens Intresseförening.

### **SYFTE**

Projektets syfte är att i enlighet med avtalet samverka med Ntf och bidra till

- en kraftig ökning av utländska turistfiskegäster till Nedre Dalälvsområdet
- en kraftig ökning av antalet turistfiskeentreprenörer (logi, guidning, båtuthyrning, m.m.) med mognad att ta emot internationell fisketurism
- produktutvecklingsarbete för att öka konkurrenskraften hos områdets turistfiskeprodukter

### **MÅL**

Projektets mål är att det inom Nedre Dalälvsområdet etableras 2-4 nya företag med exportmognad inom fisketurism. Att det skapas minst 6-8 nya jobb enligt TEM (Turistekonomiska modellen) och att fisketurismen är väl förankrad i bygden

### **GENOMFÖRANDE**

Enligt det avtal som träffats med Ntf ansvarar det lokala projektet bl.a. för förankring och etablering av Ntf i det egna området samt förmedling av information och kontakter mellan projektsamordnaren och lokala aktörer i det egna området. Enskilda entreprenörer i Nedre Dalälven erbjuds delta i mässor m.fl. marknadsaktiviteter till faktisk kostnad.

## Projektets kommentarer om ev. skillnader mellan planerad och genomförd verksamhet

Deltagandet i Nationella turistfiskeprojektet (Ntf) innebar ett nationellt samarbete med 24 medverkande leaderområden.

Det lokala projektet har som företrädare för hela området tillsammans med fisketurismföretagare i området medverkat i flera marknadsaktiviteter såväl utomlands som i Sverige för att marknadsföra utbudet. Egna visningsbesök har genomförts till området och olika anläggningar. Det internationella arbetet har också möjliggjort för enskilda företag att genomföra olika visningsbesök i egen regi.



## Sammanfattning av svar i utvärderingen

*Uppgiftslämnare: Kalle Hedin och Henrik Thomke*

### **Första kontakten med Leader**

Projektet är initierat och ägt av LAG.

### **Leader som metod**

Upplever att metoden är utmärkt för nätverksprojekt där man vill samla många som drar åt samma håll. Tycker dessvärre att Leader med åren blivit successivt mer byråkratiskt med en administration som tar tid från det man vill jobba med.

### **Leaders betydelse för projektet**

Tror inte att projektet hade blivit av i samma omfattning utan Leader.

### **Genomförande**

Tycker att projektet lyckades bra totalt sett. Vissa delar gick bättre och andra delar något sämre. Intresset var stort för att på olika sätt delta i ett aktivt nätverkande och att ha en öppenhet i dialogen med projektledningen och mellan olika konstellationer av nätverkets deltagare. Vidare fanns ett stort intresse för att knyta kontakter och hitta samarbetslösningar. Att lyfta och framföra frågeställningar rörande resursen och hur regelverk för hushållningen av resursen kan formas och implementeras har mottagits bättre än förväntat hos berörda. Intresset för att arbeta med planering för biotopvårdande frågor var större än förväntat. Däribland frågor som ökad medvetenhet och intresse för att möjliggöra vandringsmöjligheter för havsvandrande fiskarter till/från området. Även intresset för att delta i utåtriktade marknads- och säljaktiviteter var bra.

### **Innovation**

När det gäller biotopvårdande frågor finns många inovativa framtidsplaner. Projektet har haft fokus på hållbara affärsmässiga tjänster med utgångspunkt från biosfärtanken. Marknadsföringen har varit marknadsorienterad och följer vad marknaden efterfrågar. Innovativt i denna del är satsningar på helt nya marknader.

### **Samverkan och nätverkande**

Ett stort antal nya företag och organisationer deltog i projektet. Totalt var drygt 50 personer aktivt deltagande, varav närmare 20 kvinnor. De tillhörde kategorierna: entreprenörer, företagare, vattenupplåtare, guider, markägare och företrädare, logiägare och rådgivande regionala myndigheter

### **Ökad affärsmässighet**

Projektet har bidragit till ökade affärsmässiga tjänster och produkter. Detta har varit kärnan i projektet. Ett antal exportmogna företag har tillkommit genom projektet. De 13 logi- och guideföretag man arbetat med har alla nyttjat möjligheten att få fram företagspresentationer som är exportmogna. Flertalet har också fått fram produktpresentationer (grundspråk engelska/svenska, i vissa fall även holländska/tyska) som presenteras på bl.a den nationella marknadsföringssiten SwedenFishing.

### **Långsiktighet**

Med något enda undantag är alla kvar på den nationella marknadsföringssiten

SwedenFishing och fortsätter att samverka där. I Nedre Dalälven fortsätter nätverkanterna inom ramen för NeDa. Effekter som kan ses av projektet idag är framför allt höjd kvalitet, exportmognad i marknadsföringen och därmed säkrare utveckling av företagets omsättning vad gäller bokningar. Vidare ökad beredskap och ökat intresse för att gemensamt verka för framtida fiskevård i linje med den stora Vattenverksamhetsutredningens förslag och ambitionerna i EU:s Vattendirektiv.

### **Framtidsutsikter för projektet**

I slutfasen av projektet kom glädjande kommentarer från researrangörshåll att områdets status som fiskedestination för gädd- och gösfiske är på väg uppåt. De senaste 2-5 årens nedgång tros ha berott på utländska fiskegästers allmänna attityd att området haft icke marknadsanpassade eller icke efterlevda fiskeregler och därmed överfiskade huvudvatten. Projektet som sådant är nu avslutat, men nätverkanterna fortsätter genom NeDa och SwedenFishing samt i de nya möjligheter som öppnar sig i kommande programperiod i EU, där området bl.a. ingår i ett av de 13 utvalda områden som får stöd från Fiskefonden.

### **Spridning**

Fisketurismen är något av spets i Nedre Dalälvens turism och därför känt i området. Nationellt och internationellt är det mer de enskilda aktörerna som blivit mer kända, vilket också var ett av projektets huvudsyften. Projektets budskap har nått ut genom media, främst fiskemedier, hemsidor och sociala medier nationellt och internationellt. Kontakterna har skett genom projektets olika medarbetare. Projektet har själva spridit information fortlöpande till interna intressenter i området inför olika aktiviteter såsom seminarier och marknadsaktiviteter.

### **Attitydförändring**

Projektet har bidragit till attitydförändringar både när det gäller miljöfrågor och marknadskunskap angående turism.

### **Försörjningsmöjligheter**

Projektet har bidragit till fem nya exportmogna företag. Ett av de befintliga företagen har investerat i ny anläggning vid sidan av den befintliga och har ändrat sin marknadsföring nationellt och internationellt. Någon turistekonomisk beräkning TEM har inte genomförts. Man kan dock se att antalet fiskedagar i området, trots flera motverkande faktorer, fortsätter att ligga på en mycket hög nivå med 83 300 fiskedagar år 2014. De förhållanden som varit negativa för fisketurismen är främst att det vissa år under projektperioden varit stora problem med stickmyggor, samt att det inför och i samband med projektstarten skedde en kraftig minskning av logikapaciteten p.g.a. avveckling av tidigare välfrekventerade anläggningar för fisketurister (Gysinge Wärdshus och Östa stugby).

### **Koppling till andra projekt**

Projektet har kopplingar till lokala turismprojekt, nationella projekt (SwedenFishing) och övergripande leaderprojekt som "Turismsamverkan", "Kommunikation om biosfärområdet Nedre Dalälven" och inte minst "Attraktiv Logi".

### **Leaderprojekt**

Kan absolut tänka sig att driva leaderprojekt igen!

## Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

<b>Nya försörjningsmöjligheter</b> , uttryckta som helårsarbeten	<b>3</b>
<b>Antal personer</b> som fått del av nya försörjningsmöjligheter	<b>6</b>
<b>Bevarade försörjningsmöjligheter</b> , uttryckta som helårsarbeten	<b>2</b>
<b>Antal personer</b> som fått del av bevarade försörjningsmöjligheter	<b>6</b>
<b>Nystartade företag</b>	<b>5</b>
<b>Antal nya nätverk</b>	<b>3</b>

### **Nya marknader:**

Tjeckien, Holland och Baltstaterna. Fisketurister som är inriktade på ett hållbarhetsbaserat fritidsfiske. Fiskare inriktade på flugfiske efter gädda.

### **Efterlämnade fysiska resurser:**

Fiskekarta över området uppsatt på utställningsskiva. De medverkande företagens fakta- och produktblad. Fiskekortsförsäljning hos flera kanaler på Internet och för mobila enheter.

## Uppnådda mål, kvalitativa

<b>Affärsmässighet/ Entreprenörsanda:</b>	<i>Stor förbättring</i>
<b>Exempel:</b>	Färdiga prissatta bokningsbara produkter finns nu framtagna från de medverkande anläggningarna. I området generellt har fokus ökat kraftigt kring affärsmöjligheter kopplade till fiskets kvalitet och hållbarhet. Fiskevårdsområden har börjat utnyttja ny teknik för försäljning av fiskekort.

<b>Framtidstro:</b>	<i>Stor förbättring</i>
<b>Exempel:</b>	Det målmedvetna arbetet för bättre hållbarhet och kvalitet i fisket skapar ökad framtidstro. Områdets varumärke på den internationella marknaden växer i styrka.

<b>Miljöanpassning/ Ekologiskt fotavtryck:</b>	<i>Stor förbättring</i>
<b>Exempel:</b>	Ett ökat fokus och en ökad förståelse för betydelsen av fiskets och beståndens hållbarhet i området. Engagemang för förverkligande av EU:s vattendirektiv och den stora Vattenverksamhetsutredningen.