

Datum: 2013-09-30

Avsändare: Swedish Lapland Tourism

Kontakt: Erica Mattsson, destinationsutvecklingsstrateg Swedish Lapland Tourism
erica@kirunalapland.se
070-388 60 25

Mottagare: Trafikverket
Bosse Andersson
Box 186
871 24 Härnösand

Remissvar Flygrapport 2015-2019

Bakgrund

Swedish Lapland Tourism är en näringslivsstyrd organisation och samverkansplattform som företräder besöksnäringen i Norrbottens län samt Skellefteå kommun. Swedish Lapland används som destinations- och platsvarumärke i marknadsföringen av Sveriges nordligaste destination. Tillväxten mellan år 2000-2010 var 74 % och antalet årsverken nära på fördubblades.

Besöksnäringen i Sverige har satt som mål att fördubbla omsättningen till år 2020. Swedish Lapland ställer sig bakom detta och målet är att fördubbla näringens omsättning från 4,1 miljarder år 2010 till 8,2 miljarder till år 2020. År 2012 hade regionen uppnått en omsättning på 4,6 miljarder kronor.

Turismens exportvärde, dvs. utländska besökares konsumtion i Sverige, är högre än exportvärdet för både personbilar (37,6 mdkr) och järn- och stålindustri (57,1 mdkr). Ett värde som genom åren ökat, år 2012 med 9,3 % till 106,5 miljarder kronor.

Turismen är en nätverksekonomi och innebär att många branscher i allt från transport, till handel, restaurang, aktivitetsföretag och hotell, får ta del av turistens konsumtion. Turismen skapar därmed intäkter och arbetstillfällen för många olika branscher och företag.

Besöksnäringen är sysselsättningsintensiv och ökad omsättning leder snabbt till att nya jobb skapas. Näringen skapar i stor utsträckning arbetstillfällen för både kvinnor, unga och nysvenskar. Vidare skapar besöksnäringen arbetstillfällen som stannar på platsen där genomförande ska ske, dvs. jobben kan inte flytta från orten. Därför är den också en viktig näring för utveckling av glesbygd.

Besöksnäringen har dessutom en viktig infrastrukturell roll för övriga näringslivet och samhället. Ökad tillgång på exempelvis hotell och aktiviteter kan stimulera tillväxten i övrigt

näringsliv men också skapa bättre tillgänglighet för orter som inte själv har tillräckligt underlag för kollektiv trafik.

Synpunkter på flygutredning 2015-2019

I den regionala turismstrategin för Swedish Lapland pekas kommunikationer kopplat mot tillgänglighet ut som en avgörande affärskritisk faktor för att nå målet om fördubblad omsättning i näringen till år 2020. God tillgängligheten till och inom destinationen Swedish Lapland är avgörande för tillväxt.

Utifrån besöksnäringens tillväxt i regionen och den internationella gästens krav på god tillgänglighet stödjer Swedish Lapland Tourism Trafikverkets förslag att förnya den allmänna trafikplikten på linjerna:

- Arvidsjaur – Arlanda
- Gällivare – Arlanda

Linjen Arvidsjaur – Arlanda trafikeras idag på kommersiell basis. Trots detta är det av vikt att Trafikverket förnyar den allmänna trafikplikten för linjen. Detta för att säkerställa robust och god tillgänglighet under hela perioden 2015-2019, som är samma period som besöksnäringen på orten satt som mål att fördubbla sin omsättning (år 2020).

Linjen Gällivare – Arlanda är den som linje som uppvisar högst kostnadstäckning och ligger relativt nära lönsamhet. Trots detta behöver linjen få fortsatt stöd för att säkerställa tillgänglighet in till kommunen. Turismen är en växande näring i Gällivare, och entreprenörer investerar i utbyggnationer och nya produkter. Den globala resenären, som är målgruppen regionen arbetar mot, har stora krav på god tillgänglighet. Av den anledningen, tillsammans med de turistiska satsningar som sker, skulle besöksnäringen gynnas av en direktlinje mellan Gällivare och Arlanda, utan mellanlandning i Kramfors.

För besöksnäringens del är det också av största vikt att upphandlad linje trafikeras av ett robust flygbolag, med en flygplansflotta där flygplan snabbt kan ersättas om något fel skulle uppstå.

/ **Erica Mattsson**

Destinationsutvecklingsstrateg
Swedish Lapland Tourism