

Naturvårdsverket
106 48 Stockholm

Diarienummer
NV-04878-13

2014-03-28

Remissvar gällande ändrade föreskrifter för Abisko Nationalpark

Swedish Lapland Tourism är en näringslivsstyrd organisation och samverkansplattform som företräder besöksnäringen i Norrbottens läns samtliga kommuner samt Skellefteå kommun. Begreppet Swedish Lapland används gemensamt som destinationsvarumärke i marknadsföringen av regionen, som är Sveriges nordligaste destination.

Swedish Lapland Tourism ser positivt på Naturvårdsverkets översyn av föreskrifter för Abisko Nationalpark med mål att skapa förutsättningar för kommersiell verksamhet i nationalparker. Besöksnäringen är idag en strategiskt viktig näring i regionen gällande tillväxt och sysselsättning. Den är en nätverksekonomi, bestående till stor del av många små företag, där allt från transport till handel, restaurang, aktivitetsföretag och hotell tar del av besökarens konsumtion. Besöksnäringen är sysselsättningsintensiv och ökad omsättning leder snabbt till att nya jobb skapas. Näringen skapar arbetstillfällen som stannar på platsen där genomförande ska ske. Därför är den också en viktig näring för utveckling av glesbygd.

Besöksnäringen i Swedish Lapland har satt som mål att fördubbla 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 och 2 500 000 kommersiella gästnätter.

Swedish Lapland är en internationell destination med 34 % utländska gästnätter, något som också ställer krav på en utökad service och värdskap samt skapar affärsmöjligheter för företagen, till exempel guidade natur- och kulturupplevelser.

Destinationens reseanledningar är till stor del kopplade till regionens unika natur och nationalparkerna blir därför en reseanledning. I och kring Abisko har det under senaste åren skett en enorm utveckling med besökare året runt. Till exempel kring satsningen på norrskensturism och Aurora Sky Station som drivs av Svenska Turistföreningen. De internationella gästerna till destinationen ökar och dessa efterfrågar än mer guidade turer i området. Denna ökning har skapat nya företag, produkter och fler arbetstillfällen. Genom att skapa förutsättningar för kommersiell verksamhet i Abisko nationalpark, och andra nationalparker, kan tillväxt skapas hos företag på platsen.

Potentialen för fler gäster in till destinationen Swedish Lapland är mycket stor. Enligt Visit Swedens fördjupade målgruppsanalys planerar 71 % av den globala resenären med sverigeintresse att åka till Sverige och av dessa rankar 8 av 11 marknader Swedish Lapland som det resmål, näst efter Stockholm, som man helst vill besöka i Sverige. Målgruppsanalysen visar också på en stor efterfrågan av naturupplevelser.

Gällande uppdraget att se över föreskrifterna för landets nationalparker avseende kommersiell verksamhet anser Swedish Lapland Tourism:

Att det är av största vikt att det sker åtgärder för att underlätta för kommersiell verksamhet, under ordnade former, i nationalparkerna.

Att dialog ska ske med berörda turistföretag för att skapa en förståelse för företagens behov. Detta är starkt kopplat till behovet av ett effektivt och enkelt handhavande av tillståndsprocessen för företag som vill verka inom nationalparken.

Att dialog sker med turistföretag och destinationsbolag för att höja kunskapen om turismen i området och gästens efterfrågan.

Att det finns en tydlig koppling och dialog med alla näringar och intressenter inom området där arbetssättet med Laponiatjuottjudus kan fungera som modell för samverkan och dialog.

/ Annika Fredriksson
VD Swedish Lapland Tourism

annika.fredriksson@swedishlapland.com

+46 (0)70-512 23 46

www.swedishlaplandtourism.com

www.swedishlapland.com