

Verksamhetsrapport **2021/2022**



Vårt uppdrag är att skapa förutsättningar för Åres företag att verka året om.

ÅRE DESTINATION

Åre Destination ägs av näringslivet i Åre och fungerar som företagens plattform för samverkan och utveckling. Åre Destinations uppdrag är att via olika insatser skapa förutsättningar för företag att verka i Åre året runt.

Åre Destination har sex helårstjänster, varav fem aktiva under året, finansierade i huvudsak av serviceavgifter från företag samt intäkter via projekt. Vi arbetar med utveckling inom åtta verksamhetsområden.

Under verksamhetsåret har 19 nya företag skrivit serviceavtal med Åre Destination. Vid slutet av verksamhetsåret hade vi ca 230 företag som med gemensamma krafter och resurser arbetar för att utveckla Åre.



Fyra förhållningssätt som genomsyrar Åre Destinations arbete för att utveckla ett långsiktigt hållbart Åre.

- » **Nya säsonger.** Genom att utveckla nya perioder nyttjas Åres kapacitet mer jämnt över hela året vilket skapar samhällsstabilitet genom helårsjobb, jämn samhällsservice, bredare bas för företagande, m.m.
- » **Relationer & nära marknader.** Till Åre är alla gränslöst välkomna men med värdet i återkommande gäster och relationsbyggande som bas finns fortsatt mer potential i våra nära marknader och flera alternativ till transporter.
- » **Följa utvecklingen.** Genom statistik och analys mäter och analyserar vi utvecklingen av Åre som destination vilket fungerar som input för underlag och kloka vägval i framtida beslut.
- » **Ta hand om.** Genom utvecklingsinsatser, information och att kanalisera besökare rätt bidrar vi aktivt till att värna om vår natur och miljö.

MARKNAD & KOMMUNIKATION

Åre Destinations roll är att under varumärket Åre Sweden kommunicera helheten av Åres utbud av aktiviteter, restauranger, boende, med mera i flera kanaler. Med målsättningen att inspirera skapar vi för företagen en gemensam, extern kommunikation från och om Åre – året runt.

PRIORITERADE PERIODER

Tre perioder kvarstår som prioriterade och där satsar vi extra resurser för att förstärka och utveckla: September: Det goda livet, November: Höstlov i Åre – tid tillsammans och April: Vår vinter i Åre. För dessa perioder tar vi fram ett gemensamt ramverk och kampanjmaterial för oss själva och för företagen att använda i sin kommunikation för att locka fler gäster till dessa perioder.



SEPTEMBER

För andra året i rad kunde Åre Höstmarknad inte genomföras p.g.a. pandemiskäl. Vi fortsatte förra årets lyckade insats där vi i stället satsade resurser på att stärka alla fyra helger i september. En satsning som också långsiktigt är både önskvärd och hållbar även när höstmarknaden återigen kan arrangeras.

Inför september visade bokningsläget +17% mot samma läge 2020. Utfallet blev lyckat och vi nådde i år en jämn beläggning alla fyra helger – och totalen överstiger nu en septembermånad med höstmarknad inräknad. Det innebar att vi nådde vårt mål med toppnotering på september redan efter två års satsning.

Det lyckade resultatet beror också på alla företagens vilja att hänga på upplägget och använda samma budskap, men med sin egen tonalitet i sina egna kanaler.

APRIL

Med grundtemat Vår vinter i Åre lyfter vi fram Åres bästa vinterperiod med långa och ljusa dagar i skidbacken, solgropar, toppturer och evenemang.

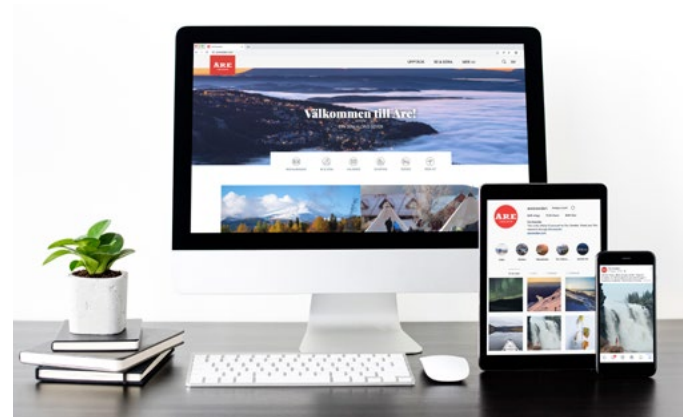
Åre Sessions gjorde återtåg i slutet av april 2022 efter två års uppehåll p.g.a. pandemin. Närmare 7 000 skipass hämtades ut – i vilka festivalbiljetterna ingick. Redan i år såg vi hur flera verksamheter hänger på denna helg med alternativa scener samt att flera utställningar tillkommer. Detta är på flera sätt en väldigt viktig avslutningshelg för Åres liftburna vintersäsong.



NOVEMBER

Höstlov i Åre genomfördes i månadsskiftet oktober och november. Även detta år arrangerades med stor lyhördhet och lämpliga anpassningar till pandemiläget. Arrangemanget gick sammantaget bra och var mycket välbesökt då många fortsatt valde att semestra på hemmaplan. Beläggningen på några anläggningar visade på siffror motsvarande en välbokad vintervecka. Många av höstlovsgästerna är förstagångsbesökare vilket ger potential för andra delar av året.

Företagen är mer än någonsin med på tåget med många verksamheter öppna, programpunkter och aktiviteter såväl som marknadsföringsinsatser i egna kanaler.



WEBBPLATS

På våra medlemsföretags uppdrag driver Åre Destination webbplatsen aresweden.com – Åres officiella besöksguide. Sajten har ett fokus på alla säsonger och en tydlig koppling till Åres kalender och event – året runt.

Målet är att genom tips och inspiration snabbt leda besökarna rätt – alltså ut till respektive medlemsföretag där affären sedan görs i form av bokning av bord, boende, aktiviteter, hitta öppettider osv.

Uppskattat innehåll på aresweden.com är olika tematiserade artiklar gällande t.ex. vinterns och sommarens nyheter som vi samlar in från alla aktörer och sammanställer.

Det är även stort intresse från press och skapar bra marknadsföring inför kommande säsong. Andra exempel på artiklar som skapas på aresweden.com är: sportlovstips, evenemangsartiklar, julbordsguiden, smultronställen för sommaren, med mera.

Sajten skickar nu på årsbasis vidare ca 180 000 besökare ut till våra medlemsföretag. Det motsvarar 493 unika "konverteringar" per dag där en gäst hittar ett företag/organisation via aresweden.com.

Vi använde pandemitiden där alla event utgick till att jobba om vår evenemangskalenderfunktion på sajten, som vi som senare kunde lansera under våren.

Under året kunde vi glädjande nog återigen se en ökning av internationella besökare på sajten och då främst från Norge, Danmark, Finland och UK, men även en ökning från exempelvis USA.

SOCIALA MEDIER

Vi jobbar i dagsläget med Facebook och Instagram för att skapa engagemang kring platsen Åre, med målet att på längre sikt fortsatt stärka värdet på varumärket och öka antalet besökare.

- » Vi bygger relationer med våra följare löpande över året.
- » Gestaltar hur Åre ser ut just nu för att bygga upp längtan hit.
- » Bjuder på tips och aktuella nyheter.
- » Använder kanalerna för att genomföra och/eller driva trafik till kampanjer, aktiviteter och event.



FILM- & BILDMATERIAL

Åre Destination tar löpande fram film- och bildmaterial som främst används i egna kanaler men som också kan användas som pressmaterial. Det finns också en film- och bildbank samt kampanjmaterial för våra prioriterade perioder som medlemsföretagen kan använda i sin egen kommunikation.



ÅRE TRAILS

Åre Trails är Åres digitala kartguide med alla leder för vandring, cykling, löpning, längd- och turskidåkning i Årefjällen samlade på en plats. Åre Destination driver aretrails.com då det finns ett behov att visa på de officiella lederna samt att visa på ledernas olika karaktärer under året.

I Åre driftar och sköter SkiStar alla leder samt ansvarar för en tryckt karta samt skyltning. Södra Årefjällen, via dess förening, gör samma sak i det området. Åre Trails hänvisar vidare ut till respektive parter gällande alla operativa frågor kring öppet/stängt mm.

ANNONSERING

Inför sommaren såg vi relativt tidigt att bokningstrycket var lägre jämfört med 2020 och 2021, och vi prioriterade då att ta fram en kampanj för att sätta sommar-Åre på kartan.

- » En printkampanj i Bonniers sommartidningar i Västernorrland, Medelpad och Jämtland/Härjedalen samt satsning i Mälardalen gjordes.
- » I våra digitala kanaler annonserade vi på tre teman; cykling, vandring och trailrunning, mot valda målgrupper samt kompletterade det med en bredare sökordsannonsering på Google.
- » Väl på plats skapade vi synlighet via receptioner, i Station Åre, lokal press och genom en infobod på Åre torg med hänvisning till aresweden.com – Åres officiella besöksguide. Detta blev speciellt viktigt detta år då Åre kommun lade ned turistbyrån och deras digitala lösning inte kom på plats till sommaren/hösten.



PRESS & PR

Åre Destination hanterar löpande förfrågningar från svenska och internationella journalister, influencers, tv-produktioner och andra format som önskar publicera om eller producera i Åre. Detta år ökade antalet förfrågningar.

För journalister och influencers koordineras vanligtvis ett program och boende utöver bilder, och för produktioner är det allt ifrån lokala kontakter till att hitta rätt miljöer.

Det största genomslaget fick filmsekvenser med influerarna Emil Stegfeldt och Wilma Holmqvist. Besöket gick relativt obehärdat förbi i byn när det begav sig men skapade årets största besöksstopp på aresweden.com.

Ett annat exempel är när Bianca Ingrosso lanserade sin julkalender från Åre via 16 inlägg på Instagram med 1,2 miljoner följare, 10 inlägg på Tiktok på 5 dagar vilka vardera fick mellan 130 00 och 430 000 visningar.

I oktober kom Viveca Stens andra bok i serien Åremorden ut på marknaden.

På World Travel Award nominerades inte mindre än sex av Åres hotell och boendeanläggningar inom kategorierna Swedens Best Ski Hotel och Swedens Best Boutique Hotel. Och för sjätte gången i World Ski Awards nio år långa historia kammar Åre hem priset som "Sveriges bästa skidort".

Åre Destination medverkar med innehåll i varje nummer av den svenska upplagan av Magasin Åres sommar- respektive vinternummer. Innehållet kan vara i form av bild, text, kommande händelser/satsningar, inspiration för kommande säsong.

Under flera år har Magasin Åre på uppdrag av Åre Destination producerat ett engelskt helårsmagasin. Detta är andra året det uteblir pga. pandemin och en minskad andel internationella gäster.

EXEMPEL PÅ UTFALL FRÅN ÅRETS PRESSBESÖK:

"Ski resorts – just as appealing in the summer"
Loveexploring.com

"Guide skiing hotels"
Scandinavian Minds

"Best Ski Trips for the holidays"
CNN.com

"Åres utveckling och satsning på Året runt" Tidningen Aktiespararen

"Maten i fjällen – krogarna du inte får missa"
Expressen/Allt om Resor

"20 bästa hotellen i fjällen"
Vagabond

"Åre – Sveriges skidhuvudstad"
Alt.dk

"Skihotels close to slopes"
Tripstodiscover

MEDLEMSKOMMUNIKATION

Inget av det vi gör kommer till sin fulla rätt om våra medlemmar inte känner till det, och vi kommunicerar med våra medlemsföretag på en rad olika sätt.

FRUKOSTMÖTEN

Glädjande kunde vi under året övergå från enbart digitala frukostmöten till att återigen mötas på plats hos olika företag. Frukostmötena är välbesökta och bedöms fortsatt vara ett värdefullt forum för utbyte, information och samverkan.

SÄSONGSKICKOFF

Vid två tillfällen per år genomför vi upptaktsträffar inför vinter- respektive sommarsäsong. Vinterns kickoff 2 dec 2021 genomfördes helt digitalt med ca 500 medverkande. Den 21 juni 2022 bjöd vi in till en kickoff inför sommaren som glädjande nog kunde ske live och samlade ca 175 personer.

ÅRSKALENDER

För att hjälpa till med den årliga planeringen hos företagen och dess medarbetare sammanställer vi en översikt i form av en Årskalender över event, skollov, SkiStars driftsplaner mm.

ÖVRIG MEDLEMSKOMMUNIKATION

Vi kommunicerar via nyhetsbrev om aktuella händelser, insatser och information. I dessa delar vi även inbjudningar, utbildningar och tips som vi bedömer har relevans för företagen. Nyhetsbreven skickas ut ungefär varannan vecka, dvs. ca. 25 st under 21/22.

Utöver detta distribuerades specifika utskick under året som var relaterade till pandemin och dess konsekvenser/restriktioner. I dessa sammanfattas också det arbete som skett i den lokala samverkansgruppen som sattes samman i starten av pandemin och som består av Räddningstjänst, Åre kommun, Polisen, Ambulansen, Hälsocentralen, Länsstyrelsen, SkiStar och Åre Destination. I denna grupp koordineras alla typer av frågor med relevans för helheten i Åre och nu specifikt med fokus på pandemifrågor.

Belägningsprognoser har under året blivit ett av de viktigaste verktygen där vi kan jämföra bokningsläget mot samma läge föregående år – dessa distribueras till företag och samverkanspartner 12 ggr/år.

Via utskicket "Medlem till medlem" kan företagen internt möjliggöra erbjudanden till varandra. Utöver detta administrerar Åre Destination sin medlemsgrupp på Facebook.

För att visa såväl företagare som bybor exempel och beskrivning av Åre Destinations verksamhet så publicerades i juni ett uppslag i Årebladet som visar på de satsningar verksamheten gör samt vad som är på gång framåt.



EVENT

Event fyller en viktig funktion för Åre och inte minst som bra verktyg för att stärka svagare perioder (ex. Åre Sessions i april) eller som en injektion att starta upp nya perioder (ex. Höstlov i Åre i november). Under ett år utan pandemi genomförs ca. 35 event per år i Åre.

Åre Destination arbetar i någon form med i stort sett alla de arrangemang och event som genomförs i Åre. Vi berörs genom olika funktioner genom till exempel markägarfrågor, kontakter rörande marknadskommunikation, mm.

Tanken är i grunden att vi inte själva genomför arrangemang utan överläter det till experter och eldsjälar inom respektive område. Men event som stärker nya perioder, där vi sätter ramverket, är den typen av event Åre Destination genomför.

2021 ställdes Åre Höstmarknad in för andra året i rad, men vi gjorde i stället satsningar på de fyra septemberhelgerna. Höstlov i Åre genomfördes som vanligt och vi planerade och riggade för julfirande på torget, men som pga. ökat smittläge vid jul fick ställas in med enbart någon dags varsel.

I övrigt var detta året då alla event kom tillbaka med en stor tonvikt på slutet av vintersäsongen och sommaren. I mitten på mars genomfördes Alpina världscupen och under april slog Åre sedan eventrekord med: Åre Business Forum, Freestyle SM, Åre Gastronomy Week, RIX FM, This is Timmerstugan, Red Bull Homerun, Skistar Winter Games/Skutschjutet, Trilletturen och Åre Sessions.

Under sommaren var alla ordinarie event tillbaka. Åre Extreme Challenge utökades och bytte namn till Åre Extreme Week, Åre Bike Festival hade kvar en del digitala moment som hade gett bra spridning under de tidigare två år det genomfördes. Övriga arrangemang var: Västgård Game Fair, Fjällmaratonveckan, Åre Golfvecka, Swedeman Xtreme Triathlon och Järv Äventyr.

Den 19 juni genomfördes Locals Day då aktörerna, framför allt inom cykel, hyr ut till rabatterat pris och alla liftpass är via Skistar gratis för att kommunbor ska få prova på. Ett lyckat arrangemang med potential att växa.

UTVECKLINGSGRUPPER

Åre Destination samlar företagen i de olika branscher som finns representerade bland våra medlemmar. Detta är värdefulla forum där företagen, som är experterna, delar med sig av sina erfarenheter och vi lär av varandra.

Genom dessa möten kan vi skapa en samlad bild av utvecklingen och göra prioriteringar framåt. Under året har nedanstående grupper varit aktiva och taxigruppen har utökats till att bli en transportgrupp:

- » **Boendeanläggningar**
- » **Handel**
- » **Biking Åre**
- » **Spår och leder**
- » **Restaurang**
- » **Transport**
- » **Mäklare**

Värdsgrupper har inte träffats i denna form under året, dock sker avstämmningar med företagare/ledarna inför vägval och prioriteringar inom området.

Gällande mötes- och konferensmarknadsgruppen har vi beslutat att den går upp i gruppen för boendeanläggningar då det är där ev. säljare finns representerade. Gemensamma säljaktiviteter koordineras inte längre, men Åre Destination bistår de som åker ut på säljaktiviteter med marknadsföringsmaterial, giveaways och montermaterial.

Bokningsprognoserna som tagits fram i boendeanläggningsgruppen har nu blivit ett mycket viktigt verktyg även för övriga grupper att analysera. Vi kan nu också använda dessa för att jämföra samma perioder tidigare år.

Andra exempel på teman under året har varit gästundersökningarna från vinter 21/22 och sommaren 2022 som analyserats tillsammans och konkreta insatser och tips har delats med varandra.

VÄRDSKAP

Åres värdskap består av många olika delar, levererat av många olika verksamheter och personer, och tillsammans skapar vi upplevelsen av Åre. Gästens uppfattning av varumärket Åre är summan av alla aktörers leverans i varje givet ögonblick. "Atmosfären", helheten av alla delar tillsammans är en av de saker som främst utmärker Åre i de gästundersökningar vi genomför.

Åre Destination arbetar med en koordinerande roll gentemot företagen gällande värdskapet inom två områden, dels hur vi bemöter våra gäster på ett professionellt sätt samt hur vi bidrar till värdskapet i den fysiska miljön i form av gestaltning och miljöer.



“I would say the spirit of the people living and working here; no matter where you go, you’ll meet friendly people, always going that extra mile to help you out — no matter if you are a tourist or a local. A lot of effort is put from a central organizational level in Åre to educate and spread hospitality to guests. It has surely paid off”.

Scandinavian Mind 12 jan 2022

– A magazine and a platform covering the intersection of lifestyle and technology.

VÄRDSKAP – BEMÖTA GÄSTEN

Vår årliga vinterupptakt med värdskapsfokus fick även detta år ske digitalt, i ett format där arbetsledare bjuder in sina medarbetare att tillsammans eller individuellt följa sändningen, och i år deltog ca. 500 st.

Vi gick igenom årets nyheter samt riktade in oss på vikten av vårt gemensamma värdskap. Vi använde oss av vårt filmmaterial med Hans Olsson som värd, samt den historiska Årefilmen med payoffen "Tillsammans är vi Åre".

Till det värdskapspaket som Åre Destination lägger ut till medlemsföretagen inför vintersäsongen finns förutom filmmaterial också Årepresentationer samt ett Årequiz som går att använda i verksamheterna. Allt material finns på både svenska och engelska.

Målet med underlaget är att ge konkreta och gemensamma verktyg till företag och arbetsledare inför deras respektive introduktioner med personal.

Kopplat till företagets anställda erbjuder också SkiStar 25% rabatt på liftkort genom medlemskapet i Åre Destination.

Till sommarens kickoff den 21 juni kunde vi träffas fysiskt igen, och vi samlade då 175 arbetsledare och medarbetare för en introduktion.

Åre Destination var under året en del av nätverket "Trygg i Åre" som leds av Åre kommun. Där hanteras frågor om psykisk ohälsa, sexuella trakasserier, drog- och alkoholpolicy med ett gemensamt manér för hela Åre och är främst ett starkt stöd för arbetsledare att luta sig mot i viktiga frågor. Ett mycket värdefullt samarbete.

Vinterns högttryck var välkommet, men som alltid finns det två sidor av ett mynt. I vår gästundersökning visade det sig att högttrycket skapade kapacitetsbrist i flera led och i kombination med mycket ny personal efter pandemin så vek samtliga parametrar något nedåt, allt från prissärdhet, service- och bemötande samt helhetsupplevelse.

Inga starka förändringar men då ingen av dessa parametrar har sjunkit det senaste åren, är det av stor vikt att analysera läget djupare. Denna analys har under året skett i flera forum och då främst inom utvecklingsgrupperna.

Sommarens gästundersökning visade samma typ av nedgång och där prissärdheten var den som analyserades tydligast.

VÄRDSKAP – I DEN FYSISKA MILJÖN

Säsongsbaserade dekorationer: Tematisk och säsongsbaserad dekoration till jul, påsk, vår, sommar och höst. I avsaknad av Åre Höstmarknad gjordes även en extra insats för höstmiljön detta år. Den utökade julsatsningen som hade premiär förra året fortsatte även detta år, vilket innefattar:

- » Stor julgran på Åre Torg.
- » Över 200 granar som dekoration i centrala Åre, Duved (Kärleksparken) samt vid uppfarten till Björnen.
- » Julpyntad bod på torget.
- » Duveds julmarknad 18 dec arrangeras av Duveds Byförening och är praktiskt uppbackad av Åre Destination.
- » Julstämning på Åre Torg planerades med tomte, glögg och kör till den 23-24 dec, men fick med kort varsel ställas in pga. pandemin och för att undvika folksamlingar.

Höstlov: Till Höstlov i Åre byggs ett stort vildmarkscamp på Kyrklägdan vid Åre gamla kyrka.

Ljusslingor i träden: Fortsatt investering i ljusslingor, drift och underhåll av dessa för Åre och Duved.

Infobod: Åre Kommun stängde Turistbyråns fysiska verksamheten i Station Åre i samband med avslutning av vintersäsongen 21/22. Åre Destination ställde i ordning vår bod på torget till en enklare obemannad informationsbod med kartor och broschyrer m.m. Den går givetvis inte jämföra med turistbyråns roll men vi har bedömt att den har ett så pass stort värde att den sannolikt återkommer även nästa år.

Blommor: Planteringar av blommor i centrala Åre och Duved.

Åre Strand: Sommarfix med solbänkar, grillar, gångväg m.m. Samarbete med andra utvecklingsprojekt som drivs av privata aktörer och föreningar runt området. Detta år med fokus på den framtida driften och ev. bildandet av en samfällighetsförening.

Mobil pumptrack: Placerad på Åre Torg.

Parkeringar: Hanterar och erbjuder serviceparkeringar till medlemsföretagen.

Skyltar & flaggstänger: 14 flaggstänger samt 12 skyltar i Åre by samt längs E14.

Samarbete med Polisen: Minska cykelstölderna i Åre – vilket lyckades!

Eventvärd: Praktisk hjälp och utlåning av utrustning; bodar, gärdesgårdar, elutrustning, m.m.

Valborgsfirande: Ett samlat arrangemang tillsammans med Åre By- och Turistförening den 30 april i Duved.

Städdagar: Genomförande av vårens städdagar tillsammans med Åre By- och Turistförening (12 & 14 maj). Städdagarna tidigarelades detta år då "det som göms i snö..." syns tidigt. Vi har också en löpande kommunikation med företagen om att prioritera att hålla fint runt sina verksamheter som ett led i att skapa ett fint helhetsintryck.

Flera av satsningarna möjliggörs genom ett projekt via Tillväxtverket med stöd av den Europeiska Regionala Utvecklingsfonden - ERUF gällande värdskap i de fysiska miljöerna. Projektet avslutas i feb 2023.

UTVECKLINGSPROJEKT

Åre Destination kan ta initiativ till att leda och driva utveckling inom strategiskt valda utvecklingsområden där det finns potential, kan ge nytta för många samt oftast inte finns någon given aktör som kan driva. Det kan exempelvis vara ett geografiskt område (t.ex. Åre Strand), nya reseanledningar (t.ex. Aktivitetshallen/JumpYard) eller säsongsutveckling (t.ex. satsning på cykel). Vi driver därför olika utvecklingsprojekt med syftet att vidareutveckla Åre året runt.

Vi samarbetar med lokala företagare, markägare, föreningar, kommunen och andra intressenter för att hitta, forma, finansiera och driva de projekt som har stor potential att förbättra destinationen.

Med utgångspunkt från företagens årliga serviceavgifter till Åre Destination kan vi "växla upp" dessa resurser genom att använda dem som medfinansiering i olika projektutlysningar från t.ex. Tillväxtverket, EU, Leader och Jordbruksverket.

Det är nu tredje och sista året i projektet "Åre – en cykeldestination i världsklass" vilket nu bl.a. skapat ett helt nytt aktivitetsområde i Björnen. I år kompletterades detta av en ny satsning med Åre Bergscyklister gällande en asfaltspumtrack i Nationalarenan.

Värt att notera är att projekten är en viktig del av vår verksamhet och möjliggör i storleksordningen motsvarande 2 anställda under året.

Vid utgången av verksamhetsåret 2021/2022 drev Åre Destination fyra projekt:

ÅRE – EN CYKELDESTINATION I VÄRLDSKLASS 2.0

16,5 mnkr/3 år till 2023

Medfinansier: Europeiska Regionala Utvecklingsfonden, Region Jämtland Härjedalen, Skistar Åre, Åre kommun, Åre Bergscyklister

ÅRE STRAND

850 tkr/3 år till 2023

Medfinansier: Ett 50-tal privatpersoner och företag.

ÅRE - ÅRET RUNT – ATT TA STEGET UPP I NÄSTA VÄRDSKAPSDIVISION

3 mnkr/3 år

Medfinansier: Europeiska Regionala Utvecklingsfonden, Jämtkraft och Diös.

(NYTT) ANBUD – SÄRSKILT INVESTERINGSSTÖD TILL BESÖKSNÄRINGEN UTIFRÅN CORONAPANDEMIN

750 tkr/2 år till 2023

Medfinansier: Region Jämtland Härjedalen, Europeiska Regionala Utvecklingsfonden.

Beskrivning: Insatser inom fyra områden som berör utveckling inom digitalisering, nya trender, hållbarhet och destinationsutveckling samt nya affärsmodeller post corona i besöksnäringen.



Det nya aktivitetsområdet i Björnen.



REPRESENTERA PLATSEN ÅRE

Varumärket Åre är det som vi alla är stolta av att vara en del av – i det finns ett löfte och förväntningar om upplevelser, miljö och ett välkomnande med hög kvalitet.

Ingen enskild kan ensamt representera platsen Åre och därför har Åre Destination en viktig funktion i att tillvarata sina medlemmars intressen och driva frågor som driver och utvecklar Åre framåt. Alla medlemmar kan påverka vilka frågor som ska prioriteras. I Åre Destinations roll att representera platsen Åre söker vi och vill medverka till lösningar i frågor som ”någon” borde ta tag i och som ofta faller mellan stolarna.

Som representant för Åre har vi en dialog med allt ifrån kommun och region till tåg- och flygoperatörer, markägare, eventarrangörer, fastighetsägare, branschrepresentanter såväl som nationella myndigheter och beslutsfattare för att föra Åres talan i frågor som påverkar dalgången i stort och smått.

Några exempel på områden och organisationer vi arbetat med/inom under året:

- » Jämtland Härjedalen Turism - Besöksnärlingsfrågor på länsnivå.
- » Åre kommun
- » Svenskt Näringsliv, Handelskammare, Företagarna, Svenskt Näringsliv, Visita, SLAO – branschens branschorganisationer.
- » Region Jämtland Härjedalen.
- » Myndigheter – t.ex. Tillväxtverket, Vinnova, SCB, Folkhälsomyndigheten, Trafikverket, m.fl.
- » Visit Sweden - Marknadsföringsbolaget som har det officiella nationella uppdraget att marknadsföra Sverige
- » Press och mediekontakter.

- » Destinations VD-nätverk.
- » Lokala samverkansråd (kommunen, räddningstjänst, vård, m.fl.).
- » Platsmarknadsföring och utvecklingsgrupper (t.ex. SNDMO, Destination Think).
- » Intervjuer, forskning, studier, etc.
- » Regionala projekt.
- » Studiebesök.
- » Transport och Infrastrukturmöten med lokala, regionala, nationella och internationella parter.

I oktober lanserades en ny svensk besöksnärlingsstrategi med målet att vara det attraktivaste resmålet 2030. Denna strategi kommer påverka inriktningar och prioriteringar i branschen framöver.

SAMARBETSPARTNERS

Åre Destination har samarbetsavtal med transportpartners (Audi, SJ och Snälltåget) och hanterar och säljer under året ett 10-tal skyltplatser runt om i dalgången.

UTVECKLINGSFRÅGOR MED ÅRE KOMMUN

Åre Destination driver för sina företags räkning många utvecklings- och samarbetsfrågor med Åre kommun där många kontaktpunkter finns. Exempel på frågor med stort fokus detta har varit brist på personalboende, webb/turistbyrå, drift & skötsel av allmänna ytor.

ÖVRIGA SAMARBETEN OCH FRÅGOR

Åre Destination samarbetar med många olika aktörer på lokal, regional och nationell nivå. Vi driver frågor i samarbete med lokala och nationella politiska och offentliga organisationer inom besöksnäringen företrädesvis. Vi har också mycket kontakt med lokala föreningar och intressenter rörande projekt och utvecklingsfrågor där vi ofta kan hitta synergieffekter och draghjälp mellan verksamheterna.

Åre Destination hanterar också studiebesök och mediebesök och frågor från lokala, nationella och internationella aktörer som intresserar sig för Åre.

Den 24 februari arrangerade Åre Destination tillsammans med Åre kommun och Åre Slk en hyllning till våra hjältar från OS i Peking. Åre har representerades i OS av inte mindre än 13 atleter varav 4 kom hem med medaljer.

HANTERING AV PANDEMIN

”I 23 månader har regler för att bromsa smittspridningen styrt våra liv in i minsta detalj. Vad som hjälpte bäst är osäkert men en sak är säker: det finns saker som vi sent ska glömma”
Sydsvenskan feb 2022)

Under senhösten inväntade vi lägesutvecklingen inför vintern. Restriktionerna minskade stegvis under hösten men begränsningar fanns fortsatt kvar. Tidigare under hösten var höstmarknaden exempel på arrangemang som inte kunde genomföras, medan Höstlov i Åre gjorde det. Skidtestarhelgen gick av stapeln i vanlig ordning men direkt efteråt var vi tvungna att återigen förbereda för att fullskaligt hantera restriktioner, anpassningar – och för Åre Destinations del också stor del koordination och kommunikation såväl internt som ut till gäst.

Den 21 december 2021 presenterades de nya restriktionerna och vi återupptog löpande covidinfo via aresweden.com. Restriktionerna gav naturligt respons i avbokningar i januari och början av februari, vilket sedan återhämtade sig men var ett stort stressmoment. Internt bland företagen hade de allra flesta utmaningar med hög sjukfrånvaro bland personal efter jul/nyårshelgerna.

Redan ett dygn efter införda restriktioner kom företagen ut med nya justerade koncept som visar på den fortsatta drivkraften och viljan att hitta lösningar för att kunna hålla verksamheterna i gång.

Åre Destination bidrog även detta år med samordning och koordination av frågor inom många områden, med målet att hålla Åre öppet. Enkel och smidig provtagning och vaccinationsmöjligheter med drop-in är några exempel, samt att företagen gavs möjlighet till utökad smittspårning inom företaget. Allt i mycket gott samarbete med de regionala aktörerna som hade stor förståelse för företagets behov. Vecka 5 avvecklades sedan restriktionerna i relativt snabb takt.

OMVÄRLDSBEVAKNING

STATISTIK & ANALYS

Detta är ett verksamhetsområde vars vikt i verksamheten och för Åre som destination ständigt ökar. Vi samlar in vad vi kallar data- och relationsdriven data, dvs. mätbar statistik (datadriven) i kombination med en nära relation och löpande dialog med företagen och vår omvärld om utfall, prognos och trender (här kallat relationsdriven data). Detta skapar en bra och samlad bild av var vi står och var vi är på väg.

Vi samlar in och delar kunskap från:

- » **Gästundersökning** (3 tillfällen – vinter, sommar, höst via Åre Swedens digitala kanaler). Denna undersökning stäms även av mot främst Skistars gästundersökning som sammanställs vid två tillfällen per år vinter och sommar).
- » **Gästnattsstatistik**, utfall (månadsvis).
- » **Framtidsprognos/bokningsläge** (månadsvis).
- » **Handelsindex** (månadsvis).
- » **aresweden.com** (löpande om utveckling och rörelser i de digitala kanalerna).
- » **Telias Rörelsedata** (följer dygnsvis antalet mobiler och dess rörelser i destinationen).
- » **Rörelsedata Station Åre** (tar del av data via Diös).
- » **AllEars** (en tjänst som bevakar och analyserar talande medier).

Vi förhåller oss också aktiva i att följa utvecklingen bland våra kollegor nationellt och internationellt. Och vi följer också aktivt branschens utveckling (t.ex. AirBnB, transporter, marknads-satsningar nationellt m.m.)

Allt ovan ger underlag för allt vårt arbete och stödjer oss i vägval och prioriteringar framåt.

GÄSTNATTSSTATISTIK

Efter två mycket speciella pandemivintrar återhämtade sig vintern 21/22 till nivåer som gästnattsmässigt motsvarar tidigare rekordår 19/20. Som helhet i destinationen upplevs en större ökning besökare, vilket bl a kan ses via sålda skipass, och den stora andelen gäster i eget privat boende var väl nyttjat alla perioder denna vinter.

Jul- och nyår blev mycket välbesökt. Det var något lugnare i januari och februari baserat på fortsatt oro för restriktioner, men ändå mer intensivt än vad Åre vanligtvis är under årets första månad. Den perioden är vi vana att få lite återhämtning efter intensiv säsongsuppstart vid jul och nyår.

V. 6 har tidigare varit en mellanvecka och v. 7 en lugnare sportlovsvecka, men i år hade vi betydligt mycket fler besökare. V. 10 som är Norrlands sportlovsvecka stack tydligt ut och blev nära nog lika stark som v. 9 – vilket vi tidigare aldrig varit i närheten av. Februari ökade med +24% jämfört med 2020 och sportloven hade ca. 95% beläggning. I april var det ett snitt på 67% bokat över hela månaden. Dessutom hade vi det unika året då alla stora lovperioder (jul/nyår, sportlov, påsk) dessutom förärades med fint väder. I april kunde till och med vi se en ökning från det senast kända rekordåret 2019.

Maj bars sedan upp av återkomsten av grupp- och konferens vilket gjorde att den månad- en ökade – från låga nivåer – med +82%. En målgrupp som sedan också fick stort genomslag i augusti-oktober och bar upp en annars svagare sommar och tidig höst.

Mellan vinter- och sommarsäsong var liftarna enbart stängda 32 dagar, vilket är ett mått på hur säsongerna har utvecklats.

Den väntade pendeleffekten när pandemin släppte och intresset att resa utomlands igen kom med besked till sommaren 2022. Detta var också sommaren då alla inställda konserter och alla idrottscuper m.m. skulle komma åter, vilket framförallt storstäderna fick starka bokningseffekter av.

Prognosen inför sommaren visade ett beläggningstapp på ca -15% för juli jämfört med 2021, men med flera bokningar nära inpå – likt tidigare bokningsmönster för sommaren – så slutade det enbart med ett tapp på -3%. Framför allt ökade utlandsmarknaden, och då främst den norska marknaden vilket kompenserade för den svenska marknaden som backade -22% efter två mycket starka år.

Dock upplevdes sommaren som betydligt lugnare, vilket har sin förklaring i att privata stug- och lägenhetsägare som står för ca ¾ av Åres totala antal bäddar, och som heller inte syns i statistiken, inte besökte Åre i samma utsträckning.

Sätter vi sommaren i ett mer långsiktigt perspektiv och jämför med det senast kända "vanliga" året som är 2019, så är juli upp +25%. Jämför vi hela perioden juni-augusti mot samma period 2021 blev utfallet -1%. Jämför vi perioden mot 2019 är utfallet +27%.

För helåret 2021 ökade de kommersiella gästnätterna +14%, där den svenska marknaden var mycket stark med + 33%. Först under sommarmånaderna såg vi en stor återkomst av utländska gäster och då framför allt Norge som ökade med +27% under juni.

aresweden.com

Foto: Anette Andersson, Niclas Vestefjell, Emrik Jansson, Åre Sessions, Åre Destination

