

**Destination Sundsvalls agerande räddade företag!**

*Nätverkandet försvann, inkomstmöjligheterna sjönk och framtiden såg mörk ut för de flesta inom besöksnärringsbranschen när pandemin slog till stenhårt. Många ställdes inför två val, ge upp eller fortsätta slåss för sin existens.*

Tillsammans med våra kollegor i Jämtland/Härjedalen och Höga Kusten agerade Destination Sundsvall snabbt för att skänka en strimma ljus och framtidstro för en hårt utsatt bransch. Det hela resulterade i affärsutvecklingsprojektet "Kunskapsinvestering". Inom några veckor från att pandemin lamslog Sverige hade projektet sytts ihop, finansieringen var säkerställd hos Regionen och anmälningarna började strömma in.

Destinationens företag kunde med löneersättning i upp till 8 veckor utbilda sin personal i olika ämnen från service och organisation till sälj och marknadsföring. Permitteringar kunde undvikas och nya samarbeten och kontakter mellan företag skapades.

Projektet gav företagen hopp som gjorde att man kunde kliva in starkare och mer rustade i en oviss sommarperiod, som trots allt visade sig bli en bra sommar – för många aktörer.

**Vi vågar påstå att några företag i vår destination räddades av denna insats!**

Den digitala utbildningsplattform som användes under projektet kommer att finnas kvar för ytterligare insatser om det behövs i framtiden. Vi kommer även att utveckla den ytterligare för dem som deltagit med nya vassa föreläsare som kommer fördjupa sig i högaktuella ämnen. Detta då det finns en stor efterfrågan på vidareutbildning från våra aktörer.

Vi kan bara konstatera att den respons som vi fått från deltagarna varit fantastisk och Kunskapsinvesteringsprojektet är bara EN av många saker som vår samverkan inom Destination Sundsvall har gjort för att stötta en hårt utsatt bransch under denna pandemi.

**Våra insatser för en stärkt besöksnäring.**

När pandemin slog till ställde vi snabbt om vårt gemensamma Destinationsmagasin som ges ut två gånger per år och riktade den mot hemester. Magasinet delades ut i hushåll i vår destination (Sundsvall, Timrå & Ånge) och även till närliggande kommuner.

För att visa på bredden – och säkra upplevelser trots pandemin rullade vi ut kampanjen "En Destination - 100 upplevelser" från mitten av maj. En ny upplevelse marknadsfördes varje dag i 100 dagar i våra sociala kanaler för destinationen (Visit Sundsvall). Kampanjen marknadsfördes även på bästa sändningstid i TV4 under perioden. Kampanjen var väl utarbetad och lyfte bredden i destinationen och våra fantastiska besöksmål. Totalt nådde kampanjen över 660 000 unika personer. Kampanjen har förlängts för att visa upp vårt utbud året om. Detta är en del av vårt strategiska arbete kring vår gemensamma destinationsmarknadsföring.

### **InfoPoints och ny destinationshemsida.**

Vi lanserade inför sommaren även våra digitala utlokaliserade "turistbyråer" så kallade InfoPoints hos flera av våra aktörer där vi vet att våra besökare rör sig. Detta för att på ett tillgängligt sätt ge service till våra besökare med information som ska möjliggöra en bra vistelse.

I slutet av 2020 lanserar vi en ny, modern mobilresponsiv hemsida med länge efterfrågade kartfunktioner för att öka tillgängligheten för våra besökare.

### **En stark besöksnäring skapar tillväxt.**

Nästa steg i vårt uppdrag är att vi ser över olika samverkansmöjligheter med våra aktörer. Detta för att våra besökare ska känna sig säkra på att det som vi marknadsför håller en hög kvalitet och för att vi på bästa sätt ska kunna samverka med våra aktörer för att utveckla destinationen och våra besöksmål. Vi fortsätter även vårt viktiga samarbete med Höga Kusten, Jämtland Härjedalen Turism och Region Västernorrland.

En stark besöksnäring med kvalitativa besöksmål och trevliga upplevelser för besökare skapar attraktiva miljöer, såväl i stad som på landsbygd. Att aktivt arbeta med besöksnäring skapar tillväxt och inflyttning till våra kommuner.

Inom Destination Sundsvall jobbar vi aktivt med att driva, stötta och medverka i olika utvecklingsprojekt. I dagsläget medverkar vi i en handfull olika projekt som handlar om allt från att bygga infrastruktur till att utveckla nya och hållbara besöksmål samt till att hitta marknadsföringskanaler för vår fantastiska matkultur och lokala producenter.

Det har precis blivit klart med ett nytt projekt som ska bidra till stärkt samverkan mellan länets två destinationer, Destination Sundsvall och Höga Kusten, och säkra en långsiktig struktur för utveckling av länets besöksnäring. Projektet genomförs med medel tilldelade av Tillväxtverket ur Europeiska regionala utvecklingsfonden och pågår till år 2023.

Ett ytterligare steg i vår gemensamma destinationsresa är att hitta aktörer som brinner lika mycket som oss för Destinations- och Besöksnäringens utveckling för att vi tillsammans ska kunna flytta fram våra positioner och göra Destination Sundsvall till det självklara valet att besöka när semesterplanerna skall sys ihop. Ett steg i rätt riktning är att vi vill starta ett branschråd.

Här finns bredden, under alla säsonger – året om.

*Hälsningar Anna Borggren, Fredrik Eriksson och Lena Gustafsson som representerar Destination Sundsvall (Sundsvalls kommun, Timrå kommun och Ånge kommun).*

