

**SAMMANTRÄDESHANDLINGAR  
REGIONALA UTVECKLINGSNÄMNDEN  
Extra sammanträde**

**14 juni 2016**

Jämtland Härjedalen Turism Ek. För.  
Rådhusgatan 44

831 34 ÖSTERSUND

### **Export 3.0 – Flera internationella gäster till JH**

#### **Beslut**

Region Jämtland Härjedalen beslutar inom den regionala utvecklingspolitiken, att till rubricerat projekt bevilja finansiering med 50,00 % av projektets redovisade och godkända totalkostnader, dock högst 2 500 000 kronor.

Projektet är prioriterat utifrån Regionalt Tillväxtprogram för Jämtlands län, insatsområde Innovation och förnyelse. Projektet drivs av Jämtland Härjedalen Turism (JHT) med org.nr. 769600-7686. Projektledare/kontaktperson är Karin Gydemo Grahnlöf

Beslutet gäller för tiden 2016-06-14 – 2017-05-30 och under förutsättning att övrig finansiering ordnas i enlighet med ansökningshandlingarna samt att projektet genomförs enligt ansökans angivna årstempo.

Efter verksamhetens genomförande skall en gemensam utvärdering ske innan beslut om en fortsatt verksamhet kan genomföras.

Region Jämtland Härjedalens motivering –

Att öka antalet utländska turister som besöker vårt län är en av de prioriterade insatserna i den regionala utvecklingsstrategin (RUS) som gäller för regionen. Detta projekts intentioner ligger därför helt i linje med gällande RUS och prioriteras därför av Region Jämtland Härjedalen.

Särskilda villkor –

Innan första flygningen genomförs skall modellen för avkastningsberäkning verifieras och redovisas.

Efter avslutat projekt skall en gemensam utvärdering av projektet ske som skall ligga till grund för framtida ställningstagande för fortsatt verksamhet.

## Bakgrund och projektbeskrivning

I gällande RUS är en av de prioriterade insatserna att öka antalet utländska gäster som besöker vårt län. Speciellt intressant är det för näringen att få fler internationella gäster som besöker vårt län under vintersäsong och bidrar till en tillväxt.

JHT har i föreliggande projekt blivit kontaktade av Swedavia med anledning av att en internationell flygoperatör har ställt frågor, till Swedavia, rörande lämpliga flygdestinationsorter som kan erbjuda deras gäster vinterupplevelse. Swedavia har i sin tur kontaktat JHT då Åre Östersunds Airport och regionens utbud anses ha ett tilltalande utbud av upplevelser.

I det fortsatta arbetet mellan JHT och flygoperatören, i ett joint venture projekt, har det blivit möjligt att under kommande vintersäsong, med möjlighet till förlängning, genomföra en inkommande charterliknande verksamhet med 14-15 turer mellan England och Åre Östersund Airport. Antalet passagerarplatser uppgår till 156 st per flyg.

Projektet genomförs i två insatser – 1 marknadsbearbetning, 2 kostnads-täckning per flyg.

Den inledande marknadsföringskampanjen uppskattas att kosta 1,5 mnkr.

Marknadsinsatserna omfattar bl.a. följande insatser –

- Information i ”In-flight broschyr” på EasyJets flygplan
- E-post bearbetning av EasyJets kunder
- Information på EasyJets websidor och andra websidor
- Information på EasyJets ”confirmation screen” som visas för EasyJets kunder när de har bokat ett flyg
- Bilaga till EasyJets bekräftelse e-post när kunden får bekräftelse på bokat flyg
- Bilaga till all fortsatt kommunikation med EasyJets kunder som köpt en flygbiljett
- Destinationsguider som promotar resmål
- Framtagande av posters, annonstavlor mm som promotar resmål
- Pressbearbetning genom annonsering i lokala och/eller nationella tidningar samt pressreleaser

Kostnadstäckningen är beräknad utifrån följande modell –

Summa	Antal passagerare*		Avkastning
SEK 0,5 mnkr	75 % - 85 %	endast om	Under £50
	50 % - 74 %	och/eller	Under £70
SEK 1 mnkr	< 49 %		Under £78

\* Antal passagerare beräknas utifrån planerade flygrotationer (14 – 15 st. ToR)

Projektets finansiering –

Projektet finansieras av Region Jämtland Härjedalen med max 50 % av redovisade och betalda utgifter dock max 2 500 000 kr.

Övrig finansiering görs av berörd näring i länet samt EasyJet.

Övrigt –

I samband med upphandling av tjänster och/eller varor överstigande fem basbelopp, förväntar sig Region Jämtland Härjedalen att sökande vänder sig till minst tre leverantörer för att få bästa möjliga pris-/leveransvillkor. Vid upphandling av tjänster och/eller varor, kan inte personer/företag närstående stödmottagaren delta i offertgivningen.

Projektägaren är momsredovisningskyldig och momskostnaderna utgör därför inte underlag för utbetalning av stöd.

Utbetalning av beviljade medel sker efter redovisning av betalda kostnader. Ansökan om utbetalning skall ske kvartalsvis. I bilaga - Redovisningsplan för ansökningar om utbetalningar av projektstöd - framgår när redovisningarna skall ske.

*Region Jämtland Härjedalen vill särskilt påpeka för stödmottagaren att med anledning av stramare villkor, som Näringsdepartementet lagt på Region Jämtland Härjedalen, vad gäller användningen av de regionalpolitiska medlen, är det av största vikt att stödmottagaren rekviderar sina projektmedel enligt den budget och den tidsplan som finns i den ansökan som ligger till grund för beslutet. Projekten skall minst var tredje månad redovisa kostnaderna för projektets genomförande till Regionförbundet.*

***Om större förseningar sker i projekt som överstiger 10 % per år av ansökt och beviljad medfinansiering kan Region Jämtland Härjedalen komma att minska medfinansieringen p.g.a. att inget anslagssparande får ske över åren.***

Redovisningen skall vara gjord på de blanketter som Regionförbundet tillhandahåller. Blanketter och anvisningar för rekvisitioner hämtas av stödmottagaren på Region Jämtland Härjedalens hemsida –

<http://www.regionjamtland.se/verksamhet/naeringsliv/finansiering-och-projektstod/blanketter>

I samband med att projektägaren informerar om projektet, i tryck eller i sociala medier, skall det framgå att Region Jämtland Härjedalen medfinansierar projektet. Regionförbundets logotyp hämta på följande adress –

<http://regionjh.se/hogerlist/press/grafiskprofil>

De sista 20 procenten av stödet betalas ut när slutrapporten och ekonomisk slutredovisning har mottagits och godkänts av Regionförbundet. Redovisningen skall vara Region Jämtland Härjedalen tillhanda senast 2017-06-30.

Om kostnaden för projektet blir lägre än vad som beräknats och som angivits i beslutet skall Region Jämtland Härjedalen andel av finansieringen reduceras i motsvarande mån.

Region Jämtland Härjedalen beslut om användning av medel för projektverksamhet får inte överklagas, SFS 2003:596, 14 §, Förordning om bidrag för projektverksamhet inom den regionala utvecklingspolitiken

Region Jämtland Härjedalen kontaktperson är Sven Winemark

Beslut i detta ärende har fattats av Regionala utvecklingsnämnden 2016-06-14.

Robert Uitto

Anders Byström

Bilaga:

Redovisningsplan för ansökningar om utbetalningar av projektstöd.

Bilaga:

Redovisningsplan för ansökningar om utbetalningar av projektstöd.

Redovisningsperiod	Redovisningsdatum
2016-05-13 - 2016-12-31	2017-02-28
2017-01-01 - 2017-05-31	2017-06-30*

\*Slutredovisning

## Samarbete mellan besöksnäringen i Jämtland Härjedalen & easyJet 2016/2017.

Ny modell Jämtland Härjedalen & easyJet 16/17

Då föreslagen riskmodell inte fungerat för easyJet, då de inte klarar av att hantera kostnadsredovisningen enligt krav har en ny modell arbetats fram, som samtliga parter upplever positiv på flera sätt, då den framförallt driver affärer i en högre grad än tidigare modell.

I nytt förslag blir maximalt belopp för regionen avsevärt mindre - dvs 1.75 mkr, maximalt 35% jämfört med 2.5 mkr och 50% enligt tidigare modellupplägg.

Ny modell bygger i högre grad på att öka kännedomen om våra reseanledningar och destinationer, genom intensiv marknadsföring på UK närmaste året i syfte att maximera planets load factor (LF).

Direkt kommer 1.5 mkr avsättas för marknadsföring med hjälp av easyJet, där såväl interna och externa aktiviteter kommer sjösättas inför och under vinter 16/17. Ett utkast på marknadsplan finns redan (bifogas).

Utöver detta kommer ett antal aktiviteter genomföras direkt av näringen genom egna kanaler som tidigare planerat, ex JH House, Roadshow, utskick kontakter, WTM. Detta kommer finansieras av näringen och till viss del genom Turism 2030.

Till detta kommer kostnadstäckning i efterhand göras möjlig för en mindre del av kostnadsbasen - maximalt 1 mkr av totala 5 mkr, dvs 20%, fördelat på 2 nivåer enligt nedan tabell.

Amount	Flown LF		Yield
SEK 0.5m	75%-85%	Only if	Below £50
	50%-74%	and/or	Below £70
SEK 1m	<49%		Below £78

Anledningen till detta upplägg är att easyJets primära syfte år 1 för att få en långsiktigt hållbar linje är att hellre fylla planet och sänka avkastningen. Dock kommer avkastningen bygga på genomsnitt över säsong. easyJet kommer redovisa LF och/eller avkastning enligt ovan tabell för att kunna få ersättning.

Ovanstående modell maximerar incitamenten för samtliga parter att skapa sälj och fylla planet då ersättningen kopplat mot LF är mycket mindre än tidigare upplägg. Marknadskommunikation gentemot UK är oavsett LF inte bortkastat utan kan med fördel långsiktigt öka intresset och kännedomen om våra reseanledningar.

Finansieringsmodell:

Marknadskommunikation 1.5 mkr = 750 tkr näringen+750 tkr 1.1(RJH)

1 mkr ”riskreducering = 1 mkr 1.1 (RJH) utifrån att easyJet visar på kostnader på minimum 2 mkr.



## Marknadsplan som leds av easyJet.

\* In-flight brochure - Promotion of the Location in easyJet's in-flight brochure (known, at the date of this Agreement, as 'easyJet Traveller').

\* Emails - Promotion of the Location in emails sent to customers on its Database.

If easyJet deems it appropriate, it may target the emails to certain customers on the Database (for example, by emailing only those consumers on the Database who have previously flown to the Airport on an easyJet flight, or by emailing only those consumers on the Database who have previously flown from a specified airport on an easyJet flight). easyJet's website and other websites - Promotion of the Location on its website ([www.easyjet.com](http://www.easyjet.com)) and, if it deems it appropriate, on any other website or webpage operated by easyJet or any third Party (including twitter and other social media sites).

\* easyJet's website and other websites - Promotion of the Location on its website ([www.easyjet.com](http://www.easyjet.com)) and, if it deems it appropriate, on any other website or webpage operated by easyJet or any third Party (including twitter and other social media sites).

Confirmation screens and confirmation emails

Promotion of the Location using one or more of the following:

\* The online confirmation screen shown to easyJet's customers after they have booked a flight to the Airport through [www.easyjet.com](http://www.easyjet.com);

-The confirmation emails sent to easyJet's customers after they have booked a flight to the Airport through [www.easyjet.com](http://www.easyjet.com); or

-Any further communications (in particular, emails) with easyJet's customers after they have booked a flight to the Airport through [www.easyjet.com](http://www.easyjet.com).

\* (Destination Guides - Promotion of the Location by producing and/or maintaining a Destination Guide covering the Location (either by itself or together with any other locations).

\* Posters - Promotion of the Location using posters, billboards and similar facilities at such locations as easyJet deems appropriate.

\* Press - Promotion of the Location by placing adverts in local and/or national newspapers and/or similar publications. Press releases - Promotion of the Location by publishing press releases.

## Marknadsplan som leds av JHT, Skistar & VisitSweden

\* JH House = workshop & reception på svenska ambassaden i London för agenter, media etc. (JHT)

\* How to sell Swedish Winter Wonderland = roadshow & skola för att ge säljare/turoperatörer rätt verktyg för att sälja våra produkter samt skriva kontrakt med säljare inför vinter.

\* Delta på World Travel Market i London, november månad i syfte att hitta fler köpare.

\* Bearbeta befintliga mediakontakter för publicitet.

\* Bearbeta befintliga gästlistor med erbjudande om köp.