



Lägesrapport

Projektname Utveckling av Kustvägen		Sökande Kustvägens ekonomiska förening	
Ärende ID 00117302		Åtgärd 1:3 Turism och upplevelsenärningar	
Tidsperiod 2009-05-01--2009-06-30	Rapport nr. 2	Bilaga nr.(till ansökan om utbetalning) 1	Belopp som söks för utbetalning 77 550

1. Nyskapande och innovativitet

Redogör och beskriv vad som är nydanande/nyskapande i projektet. Hur ser kopplingen till åtgärden respektive insatsområdet ut i detta avseende? Hur har de nyskapande aspekterna av projektet dokumenterats och kommunicerats?

Företag efter Kustvägen, som sträcker sig över två län och två landskap, gör en samordnad och gemensam satsning i detta projekt för att öka besöksunderlag och omsättning i respektive verksamheter. Det innebär marknadsföring, infrastruktur, produktutveckling och förbättrat värdskap. Infrastruktursatsningen sker i första hand på vägen mellan de olika företagen genom att man skapar rastplatser där turisterna får en chans att ta del av naturen och där man i lugn och ro kan tillgodogöra sig information om Kustvägen. Information ska bli tillgänglig via skyltar och en informationstjänst i mobiltelefon. Mobiltjänsten är särskilt nyskapande, och man kan dessutom "tagga" till den. Den marknadsförs både i de marknadsföringsinsatser som görs inom projektet och den turistbroschyr som företagen producerar årligen utanför projektet. Marknadsföringsinsatserna riktas till besökare i bl.a. Norge och spontanbesökare efter E4. Produktutvecklingen innebär att utveckla gemensamma profilprodukter och upplevelsepaket för området. Projektet har en mycket tydlig koppling mot åtgärden Turism och upplevelsenärningar och kommer att stärka attraktiviteten i området och konkurrenskraften för företagen efter Kustvägen. Särskilt nyskapande är den samsyn om potential och utvecklingsbehov som som skapas mellan politiker från de olika länen genom den bussaktivitet som genomförts, se under 2. Det kommer att innebära samordnade kommunala insatser på infrastruktur och marknadsföring och ett bättre gemensamt värdskap.

2. Periodens verksamhet och kostnader – Tidsplan

Redogör för hur projektet fortlöper såväl kostnadsmässigt som verksamhetsmässigt i förhållande till budget, aktivitets- och tidsplan. Ange vilka aktiviteter som har genomförts inom tidsperioden. Markera med ett x om budget hålls för respektive aktivitet. Redogör för ev. privata bidrag i annat än pengar.

Sammanfattning: Under perioden har projektet tagit fram ett skyltmaterial för området, infostationer har tillverkats och placerats ut på tio strategiska platser, ett frågeformulär har tagits fram för att utveckla värdskapskompetensen delvis utvecklat av deltagarna själva dvs privata resurser, cyklar har införskaffats och målats rosa för att testas som profilprodukter deltagarnas egna engagemang för att "hitta" cyklar och hjälmar. (Betalas i juli). En folder har tagits fram för marknadsföring i Norge, (betalas i juli). En Roadshow har genomförts i Trondheim och Östersund i samarbete med Sundsvalls kommun (betalas i juli). En överenskommelse om en rastplats efter stäcken är klar med markägaren SCA, och området vid rastplatsen är röjd (markarbeten utförs i juli). Ännu inga upparbetade kostnader för denna aktivitet, däremot deltagarnas egen insats för röjning.

En mycket uppskattad bussresa med företagen efter Kustvägen, kommunpolitiker från Sundsvalls och Nordanstigs kommuner, representanter för turistverksamheter och Almi etc genomfördes den 26:e maj. Ämnet var värdskafrågor. Tack vare denna gemensamma upplevelse förstår nu framför allt politikerna potentialen i utvecklingen av Kustvägen och i samarbetet över kommun- och regiongränserna.

Inspektion av presumtiva rastplatser har genomförts med markägare och förhandling med dem om nyttjande av områden.

Mer detaljerat:

Litteratur om det goda värdskapet har inköpts för att utbilda vår egen sommarpersonal på området.

Ett besök på Tur 2009 i Göteborg har genomförts där åtta personer från vår grupp deltog. Vi träffade där andra aktörer i branschen och fick inspiration som sedan bland annat ledde fram till en del nya maträtter och vår lyckade profilprodukt "de rosa cyklarna".



Vi har producerat ett 50-tal sk "Rosa cyklar" som med anspelning på "Rosa bussarna" skall profilera vårt område och gratis lånas ut till besökare så de kan göra utflykter i närområdet.

En förbättring av skyltningen efter vägen har gjorts för att visa ner besökare till havet och hitta rätt efter vägen.

Vi har utvecklat, producerat och placerat ut sk infostationer där vi på ett tydligt sätt kan exponera information om vår fina väg. Infostationerna har varit en av våra mest lyckade insatser som vi avläst på den ökade mängd infoblad som går åt på varje plats och givetvis på den ökade trafiken.

Vi har gjort Kustvägen "mobil" genom att producerat en webblösning anpassad för mobiltelefoner under sajten kustvagen.mobi

Vi har genomfört en roadshow i Trondheim och Östersund i samverkan med andra Sundsvallsföretag och organisationer för att på plats profilera Kustvägen. Vi "hängde på" en färdig marknadsföringsidé för att primärt nå den norska marknaden. På detta sätt fick vi mycket för pengarna.

En värdsresesresa där våra medlemmar har fått öva på att presentera sina verksamheter till de ledande politikerna i Sundsvalls och Nordanstigs kommuner. Uppslutningen var mycket god, främst från Sundsvalls sida. Resan bestod av en heldagstur i buss med åtskilliga stopp efter Kustvägen.

Vi har gjort en genomgång av hela området för att hitta lämpliga platser för etablering av de rastplatser som skall byggas efter vägen. Kontakt med markägare, entreprenörer och kommunerna har varit en del av arbetet. Resultatet hittills är att vi skrivit arrendeavtal med SCA om mark bakom Armsjön och även ansökt om bygglov för den första rastplatsen. För rastplats nr 2 som planerad till norr om Mellanfjärden har vi träffat berörda tjänstemän på Nordanstigs kommun för att utverka nödvändiga tillstånd och få information om vad som krävs.

Projektledaren har under perioden planerat för kommande aktiviteter och tillsammans med deltagarna genomfört aktiviteterna. Ex bussresa med politiker och besöket på Tur2009 med åtta projektdeltagare. (Lenny Johansson, Dave Hodless, Niklas Strid, Kenneth Sillman, Eva-Marie Omberg, Eva Eriksson, Tommy Brusell och Ulf Broman) Andra aktiviteter har krävt mindre direkt medverkan från de deltagande företagen och de har projektledaren drivit på egen hand, ex rastplatserna, infostationerna och upphandling av adm resurs.

Privat medfinansiering i tid till v 25: 1247 tim á 220 kr=274 340kr.

Aktivitet	Inom budget	Kommentar
Planering och installation av 4 rastplatser med toa, sophantering, infoskyltar	X Ännu ingen kostnad	Överenskommelse klar mellan markägare och Kustvägen för en rastplats vid Skarhållssjön/Armsjön. Röjning klar, utförd med privat tid. Markarbete och färdigställande i juli. Ännu ingen kostnad för aktiviteten.
Mobilanpassad info- och guidetjänst	X	Mobiltjänst http://kustvagen.mobi klar med text, bild och kartor. Kan även taggas.
Studiebesök och seminarier om det goda värdskapet, möten med företagen	X	Bussresa med politiker från både Nordanstig och Sundsvalls kommuner, Almi, turistorganisationer och företagen efter kustvägen. Succé! Bra mediabevakning.
Producera och sälja in infostationer/kit	X	10 st infostationer klara och utplacerade på strategiska platser.
Utveckling av material och marknadsföring mot nya marknader samt produktutveckling.	X	Roadshow i Trondheim o Östersund i samarbete med S-valls kmn och andra ftg. Påbörjad upphandling av lev för kokboksprodukt med Kustvägenrecept. Fotografering under sommaren för produktion senare. Profilprodukten "Rosa cyklarna" har bivit en succé! De används flitigt av besökarna
Projektledning och administrativa resurser.	X	Projektledning med administrativ resurs på



		plats.
Informationsspridning om verksamhet och resultat		Nyhetsbrev skickas kontinuerligt till projekt-deltagarna och projektets vänner. Ofta tas presskontakter för att berätta om projektet, pågående aktiviteter och om hur projektet finansieras, se bilagan om Kustvägen i media. I mobiltjänsten finns info om projektet och finansiärer. Projektinformation ska bli tillgänglig via hemsidan, inte klart i skrivande stund.
Projektutvärdering och slutredovisning		

3. Avvikelse från ansökan och beslut

Beskriv avvikelser från ansökan och beslut, verksamhetsmässiga, tidsmässiga och ekonomiska. Lämna en motivering/förklaring till hur avvikelser uppkommit och hur det påverkar projektgenomförandet. Beskriv vilka åtgärder som har vidtagits/ska vidtas med anledning av avvikelserna.

Arbetet med rastplatserna har tagit längre tid än beräknat. Det beror på att man inte bara ska identifiera lämplig plats utan även komma överens med markägare om att få disponera marken. Genombrott har skett för en rastplats, nu är överenskommelsen klar och markarbeten har inletts. Ytterligare två platser planeras för nästa år. Identifieringsarbetet och inledande kontakter med markägare har redan tagits. En DVD-spelare har köpts in för 2587kr för att visa en Kustvägenfilm i samband med turistmässor. Behovet av utrustningen förutsågs inte vid ansökan om projektmedel, men den ryms inom budget.

4. Uppnådda resultat

Beskriv här hur projektet uppfyllt de i beslutet uppställda målen. Redovisa de hittills uppnådda resultaten, utfall av indikatorer. Gör en bedömning om projektets mål kommer att vara uppnådda vid projektets slut.

Tack vare projektets insatser och i samverkan med Sundsvalls kommun och destinationsprojektet Norrlands huvudstad har Kustvägen nått ut till den norska marknaden. Profilprodukten De Rosa cyklarna är mycket populära bland besökare i de olika besöksmålen. Skärgårdspensionatet i Skatan har startat en glass- och kaffebar och investerat i en veranda med bord och stolar för sina gäster. Projektet har fått stor uppmärksamhet i media. Kustvägen har tillgängliggjorts genom mobiltjänsten och röjningsarbete. Se bilagan Resultat.



5. Indikatorer

Ange här projektets hittills uppnådda, sammanlagda utfall (se förväntade indikatorer i beslutet). Var uppmärksam på om indikatorn ska delas upp på kvinnor/män samt kvinnor/män med utländsk bakgrund.

Indikator	Kvinnor	Män	Varav kvinnor/män med utländsk bakgrund	Antal
Antal nya/skapade arbetstillfällen (fördelat kvinnor och män)	0, målet är 3	0, målet är 3		
Antal nystartade företag (fördelat på ägda av kvinnor och ägda av män)				
Antal nystartade företag med delat/mixat ägande				
Åtgärdspecifika indikatorer (se beslut om stöd)				
Antal deltagare	7	14	1	22
Andel nystartade företag, mixat ägande				målet är 3
Privat projektfinansiering				
Säsongsförlängning hos antal företag				målet är 4
Antal nya produkter eller tjänster				2, målet är 10
Antal marknadsföringskampanjer utanför Sverige				1, mål 2
Antal aktiviteter för att tillgängliggöra kustområdet				2, målet är 2
Privat projektfinansiering med arbetsinsatser i Skr.				
Privat projektfinansiering med anlägg/material/utrustn				0. Ska vara 0
Antal projekt med den samiska befolkningen som målgrupp				0. Ska vara 0

6. Jämställdhet/Integration och mångfald/Miljö/Folkhälsa

Vilken påverkan har projektet haft på jämställdhet, integration och mångfald, miljö och folkhälsa? Beskriv utförligt de insatser som gjorts inom dessa områden. Folkhälsa är ett obligatoriskt kriterium för samtliga projekt inom programområde Östra Mellansverige. Projekt inom andra programområden får gärna använda möjligheten att beskriva sin verksamhet ur ett folkhälsoperspektiv.

Projektledning med administration består av en man och en kvinna och är därmed i balans. Projektet har inga mätbara mål avseende jämställdhet i projektet. Projektet förväntas ha en neutral påverkan på jämställdhet utanför projektets ansvarsområde. Inom besöksnäringen finns både kvinnor och män som driver företag och som är anställda. Information och marknadsföring av projektet och dess resultat inspirerar både män och kvinnor till nytt företagande efter Kustvägen.

I mobiltjänsten uppmanas besökare att inte skräpa ned, istället ska de ta med sina sopor.

7. Informationsinsatser och offentliggörande

Beskriv hur intressenter och allmänheten fått kännedom om projektet och strukturfondernas medfinansiering. Trycksaker, annonser, inbjudningar, skyltar, webbplats o.s.v. skall alltid inkludera den europeiska flaggan tillsammans med text om Europeiska Unionen och Europeiska regionala utvecklingsfonden. (bifoga eget framtaget material) Ange adress till webbplats där information om projektet finns.

Projektet informerar media om aktiviteter efter Kustvägen. I samband med det informeras om att projektet är EU-finansierat och att det även finansieras från olika nationella offentliga organisationer. Det är tyvärr inte alltid media för informationen vidare.

I turistbroschyrer finns EU-loggan med, och i den nyligen producerade mobiltjänsten finns information om projektet och EUs finansiering. De rosa cyklarna har ett EU-embblem, och vid mässdeltagandet i Norge fanns en Roll up med logga. Även skyltarna efter Kustvägen har loggor.

På hemsidan och i den mobila innehållstjänsten informeras om att det genomförs ett EU finansierat projekt. Vi har förstått att informationen ska utökas och kommer snarast att ge läsarna tillgång till projektplan och progress i projektet.



8. Övrigt

Ange här planerad verksamhet och aktiviteter. Om avsikten är att projektet skall leda vidare till fortsatt verksamhet efter avslutad projektperiod, vilka åtgärder har vidtagits för att ordna finansieringen?

Just nu har företagen efter Kustvägen högsäsong. Därför pågår inte så många mötesaktiviteter mellan företagen och projektet. Istället tar man reda på vad besökarna anser om Kustvägen och dess olika aktiviteter för att ha ett underlag för fortsatt arbete. Dessutom fotograferas miljöer och maträtter som ska ingå i en kommande produktsatsning - en kokbok med kustmat.

Lägesrapporten ska undertecknas av projektledare eller person som har rätt att företräda projektägaren. Undertecknad intygar att ovan lämnade uppgifter är fullständiga och riktiga:

Datum
2009-07-12

Ort
Galtström

Underskrift

Namnförtydligande
Ulf Broman