

Slutrapport

Version 2.1 2010-11-11

Projektnamn		Ärende-ID
Utveckling av Kustvägen		117302
Stödmottagare		Organisationsnummer
Kustvägens ekonomiska förening		769618-5243
Redovisningsperiod		Total projektperiod
2009-01-01—2010-12-31		2009-01-01—2010-12-31
Insatsområde	Åtgärd	Sökt belopp för utbetalning
1	1:3	265 822 kr

1. Sammanfattning

Gör en sammanfattande beskrivning av innehållet i rapporten

Projektet Utveckling av Kustvägen drivs och ägs av företag inom besöksnäringen efter Njurunda- och Nordanstigs kusten. Projektet, som är ett resultat av en förstudie 2008, är det första offentligt finansierade projekt som dessa företag, organiserade i Kustvägens ekonomiska förening, genomför tillsammans för att utveckla "sin del av världen". I projektet har man genomfört ett antal strategiska insatser som att bygga rastplatser, skylta upp vägen, göra en besöksguide i form av en kokbok, marknadsföra sig mot nya marknader, höja värdskapet etc. i syfte att bli mer attraktiv för besökare. Målet för projektet har varit att

- skapa tio nya arbetstillfällen
- bidra till att tre nya företag startat
- skapa säsongsförlängning hos minst fyra företag
- skapa tio nya produkter eller tjänster
- genomföra en marknadsföringskampanj utanför Sverige

Det är projektledningens bedömning att projektet i mycket hög grad uppnått både syfte och mål. 24 verksamheter har direkt eller indirekt startat eller expanderat tack vare satsningen på Kustvägen! Det är allt från fiskaffärer med förädlad fisk och presentbutiker till båteventföretag, caféer, loppis och stuguthyrning. Omsättningen har ökat bland föreningens medlemmar med mellan 10-20% jämfört med 2008, och antalet säsongsarbetstillfällen har ökat med 11. Ytterligare ca 15 säsongsarbetstillfällen har tillkommit bland de verksamheter som etablerats men som inte är medlemmar i föreningen. Fyra av föreningens företag har dessutom förlängt säsongen. Tre av företagen - Skatans Pensionat och Restaurang Lörudden har slagit ihop sina påsar som operatörer av anrika Villa Marieberg i Sundsvall. Något som inte blivit aktuellt utan samarbetet i projektet. Kustvägen har under projekttiden utökats med Fläsians Camping, en etablerad verksamhet 4 km söder om Sundsvall.

En mängd nya produkter och tjänster har tillkommit både inom och utanför föreningen som förädlad fisk från fiskebutikerna, olika maträtter som serveras på restaurangerna, rosa cyklar, guide/kokbok, en mobiltjänst, olika fiskskinnsprodukter som servetteringar, armband etc, Kustvägenglass, uthyrningsstugor mm. Två marknadsföringskampanjer har genomförts i Norge och marknadsföring har även skett på bred front nationellt.

Förutom ovan har en ny hemsida med texter på engelska, tyska och svenska tagits fram, foton på besöksmålen och texter om dem finns också som kan användas i olika sammanhang.

Initiativet till projektet kommer från företagen själva och man har medverkat med ca 600 000kr i egen finansiering och lika mycket i egen tid. Förankringen bland företagen är också en stor anledning till projektets goda resultat liksom projektledningens kompetens. Det har dessutom varit en stor fördel att projektledningen varit lokalt förankrad, att de själva är egna företagare och har kunskap om utvecklingsprocesser. Företagens representanter har träffats under tre internkonferenser och i samband med andra evenemang. Det har

möjliggjort samsyn och reflektioner av projektets aktiviteter.

Projektet har förbrukat hela sin budget på 2 917 000kr + lite till trots svåra likviditetsproblem under kvartal 3-6. Dessa berodde i sin tur på Tillväxtverkets allmänt långa handläggningstider under 2009, med ett utdraget kompletteringsförfarande från TVV. Projektredovisningen hade också vissa brister från början eftersom det inte alltid framgick i bild eller text på verifikaten vad fakturorna avsåg. (På TVV delar man dessutom på lägesrapporten där projektaktiviteterna är beskrivna och ekonomiredovisningen genom fördelning på olika handläggare. Det gör det förmodligen svårare att förstå vad fakturorna avser). Det var först i juni 2010, 18 månader in i projektet, som TVV betalade ut de första projektmedlen. Såväl TVV som projektledningen har förbättrat sig under projektets gång och den senaste utbetalningen gick snabbt! Från föreningens sida har likviditeten hanterats genom stora checkkrediter i bank och genom att personalen inte tagit ut lön! Övriga finansiärer har varit snabba i sin handläggning, och det har haft avgörande betydelse för ekonomin. Detta sammantaget har varit avgörande för projektets överlevnad.

Föreningen gjorde en felaktig upphandling av projektledningen men efter en dialog med TVV övergick de köpta tjänsterna till att retroaktivt bli egen personal. Under ett par månader av osäkerhet stannade projektet upp, men tack vare att samma personer fick fortsätta kunde projektet snabbt återhämta förlorad tid.

Ekonomiskt har projektet alltså varit tufft för företagen och projektledningen, men tack vare de goda resultaten vill företagen fortsätta sitt utvecklingsarbete. Man välkomnar ytterligare etableringar av andra besöksnäringens företag till området och är inte oroliga för konkurrens. Ju mer reseanledning det finns, ju fler besökare får besöksmålen och ju mer tillväxt i företagen, anser företagen i Kustvägens ek förening. I ett kommande projekt vill man fortsätta att utveckla nya lokala produkter, bl.a. genom att skapa en entreprenörsbank. Vidare vill man se över vägen som förbinder besöksmålen för att så småningom både bredda och höja standarden på den, driva frågan om brun-vit turistvägsskyltning, skapa fler P-platser, filma och fotografera besöksmålen från helikopter. Det senare är för att besökare redan på hemsidan ska kunna "åka Kustvägen" och zooma in på platser från ovan. Kustvägen leder till fina besöksmål vid havet men många förväntar sig att Kustvägen följer strandlinjen. I verkligheten går den i skogs- och jordbruksbygd, ofta någon km från havet. Kustvägen i helikopterperspektiv ger besökaren mer realistiska förväntningar och inte en besvikelse för att man inte ser havet hela tiden. Ett kommande projekt ska också innehålla en aktivitet för att koppla ett idrottsevenemang till Kustvägen - det kan vara en återkommande triatlontävling, maraton, terrängritt eller dylikt. Allt för att nya besöksgrupper ska upptäcka besöksmålen. Det är ännu inte klart hur framtida projekt ska finansieras, men det är föreningens förhoppning att det kan bli ett nytt strukturfondsfinansierat projekt.

På alla annonser och trycksaker som projektet tagit fram finns loggan som signalerar att projektet finansieras av EU: s regionala fond. Den finns också på rastplatserna och de informationsstationer som tagits fram och placerats på mackar etc. På www.kustvagen.nu och i mobiltjänsten finns också information om projektet. Denna slutrapport kommer också att publiceras på hemsidan.

Lokala media har hjälpt till att berätta om projektet. Projektledningen uppfattar i kontakter med myndigheter och andra som arbetar med företags- och besöksnäringens utveckling att projektet och dess resultat är väl känt. Det är många som vill ta del av erfarenheterna och göra på samma sätt. Projektet används också som förebild av myndigheterna tack vare sitt goda resultat och förankring bland företagen.

2. Nyskapande och innovativitet

Beskriv vad som är nyskapande och innovativt i projektet. Hur har de nyskapande aspekterna av projektet dokumenterats och kommunicerats?

Företagen i Kustvägens ekonomiska förening skulle egentligen kunna nöja sig med att enbart vara konkurrenter efter en vägsträcka där var och en står för produktutveckling och marknadsföring. I stället har man gått samman för att marknadsföra en helhet där inget företag lyser vare sig starkare eller svagare än någon annan. Och det är inte ens företagen som marknadsförs. I stället är det de olika platserna efter besöksmålet Kustvägen. Många av de åtgärder och aktiviteter som genomförts har dessutom till stora delar genomförts i ingenmansland. Mitt i skogen. Rastplatserna med bord, bänkar och toalett, spångar för promenader i eländig men fantastisk terräng till havet och till utsiktsplatser. Små badplatser som annars endast lokalbefolkningen känt till har fått en skylt och därmed fler badgäster. På hemsidan, i mobilen och den kombinerade guide- och kokboken berättar man om de små fiskelägena, industriminnen, om människor som verkar där, runstenen, de släta klipporna vid havet eller rullstensåsar, badplatserna etc. Dessa aktiviteter gör att Kustvägen får fler besöksmål, upplevs som mer attraktiv, att besökarna blir kvar lite längre efter sträckan och behöver ta en måltid till eller övernattnings extra. Det handlar om att tillgängliggöra det vi har och om gott värdskap till dem som besöker oss. Mervärden för besökaren.

Projektet anses nyskapande och innovativt av andra organisationer som håller på med

besöksnäringens utveckling. Dels genom att projektet synliggör Kustvägen som marknadsplats vilket öppnat upp för nya entreprenörer som sett affärsmöjligheter och etablerat nya verksamheter efter sträckan. Dels genom att föreningens företag haft eget kundfokus och synliggjort det som skapar mervärden för kunderna. Man har frågat sig varför Kustvägen är ett alternativ till E4, och inte bara fokuserat på att det egna företaget vill sälja måltider eller husvagnsplatser. E4 är tråkig - Åk Kustvägen! Man har förstått att man måste erbjuda något mer än en väg och några matställen. Insikten om detta och förmågan att hitta lösningen utanför sitt eget företags väggar är innovativt. Den har man också hittat genom en medveten utvecklingsprocess. Den började i förstudien och har fortsatt genom aktiviteter där företagen fått en möjlighet att reflektera över nuläget och målet, hur man lyckats och vad man behöver korrigera. Företagen har träffats vid tre större internkonferenser - projektkick-off i Mellanfjärden, halvtidsutvärdering i Torpshammar och en slututvärdering i Tällberg. I samband med dessa har man också sett hur konferensanläggningarna klarar värdskapet, vilka produkter man erbjuder etc. Under andra evenemang som mässor, Kustvägendagarna med invigningen av vägen etc. har företagen också fått möjligheter att reflektera över hur man tillsammans ökar attraktiviteten.

Projektledningen har bjudits in till olika möten och konferenser för att berätta om erfarenheterna och om hur man burit sig åt för att skapa så goda resultat. Det är så erfarenheterna spridits och kommunicerats. Det är också många som efterfrågar support från projektledningen för att göra samma sak. Att ha en samsyn om utgångsläget och målet är viktigt, och ett seriöst engagemang.

Vad som egentligen är nyskapande kan vara svårt för projektets aktörer att se. Det kan vara betydligt enklare att se för dem som till vardags har ett regionalt utvecklingsperspektiv. Nyskapande kan ändå anses vara att projektet initierats av företagen själva och att man satsar så mycket eget kapital i något som ligger utanför den egna verksamheten - i ingenmansland. Projektet är inte ett offentligt initiativ, men det skulle inte vara möjligt att nå så goda resultat på så kort tid utan den offentliga finansieringen!

3. Projektbeskrivning, uppfyllelse av syfte, mål och målgrupp

Beskriv projektets syfte och mål samt om dessa har uppnåtts. Ange projektets målgrupp och ange om man nått fram till denna. Beskriv de verksamheter som bedrivits och finansierats inom projektet. Beskriv, förklara och kommentera eventuella verksamhetsmässiga och ekonomiska avvikelser från ansökan och beslut. I nedanstående tabell ska aktiviteter enligt beslut om stöd fyllas i. Markera med x om ungefärlig budget har hplits för respektive aktivitet. Ge en kommentar till respektive aktivitet vid behov

Projektets syfte har varit att genomföra ett antal strategiskt viktiga insatser för att göra Kustvägen mer attraktiv för turister och känd för att erbjuda intressanta besöksmål, väl värt en avstickare från E4, med konkurrenskraftiga produkter och tjänster, samt gott värdskap. Målet har varit att

- skapa tio nya arbetstillfällen
- bidra till att tre nya företag startat
- skapa säsongsförlängning hos minst fyra företag
- skapat tio nya produkter eller tjänster
- genomfört en marknadsföringskampanj utanför Sverige

Det är projektledningens bedömning att projektet i mycket hög grad uppnått både syfte och mål. 24 verksamheter har direkt eller indirekt startat eller expanderat tack vare satsningen på Kustvägen! Det är allt från fiskaffärer med förädlad fisk och presentbutiker, till båteventföretag, caféer, loppis och stuguthyrning. Omsättningen har ökat bland föreningens medlemmar med mellan 10-20% jämfört med 2008, och antalet säsongsarbetstillfällen har ökat med 11. Ytterligare minst 15 säsongsarbetstillfällen har tillkommit bland de verksamheter som etablerats men som inte är medlemmar i föreningen. Fyra av föreningens företag har dessutom förlängt säsongen.

En mängd nya produkter och tjänster har tillkommit både inom och utanför föreningen som förädlad fisk från fiskebutikerna, olika maträtter som serveras på restaurangerna, rosa cyklar, guide/kokbok, en mobiltjänst, olika fiskskinnprodukter som servetteringar, armband etc, Kustvägenglass, uthyrningsstugor mm. Två marknadsföringskampanjer har genomförts i Norge och marknadsföring har även skett på bred front nationellt.

Framtagandet av informationsstationer och att placera ut dem på strategiskt viktiga platser som välbesökta besinnmackar, matställen och turistinformationer har haft betydelse för att man nått ut till målgrupperna. Stationerna är ett slags bokhylla avsedd för den tidning, karta och de broschyrer som informerar om Kustvägen.

Omsättningsökningen är kvittot på att Kustvägen blivit mer attraktiv för bil- och bussburna turister och besökare som också varit projektets målgrupp. Att projektet också nått fram till sin andra målgrupp som är företagen själva märks på mängden nya produkter och säsongsförlängningen. Framför allt har projektet synliggjort Kustvägen så att fler entreprenörer startat verksamheter. Det har blivit en oväntat stor positiv effekt.

Arbetsfördelningen i projektledningen kan beskrivas såhär:

Projektledaren Ulf Broman har ständigt befunnit sig på fältet bland företagen och operativt sett till att många

utvecklingsidéer realiserats som exempelvis de rosa cyklarna, reseguiden/kokboken. Han har bl. a. arbetat med tillstånden och beställt schaktningsarbeten för rastplatser, beställt skyltar, spångar, bänkar, initierat annonser, deltagit i roadshow och mässor tillsammans med företagens representanter och i samverkan med exempelvis projektet Visit Sundsvall. Ulf har koordinerat Kustvägendagarna med invigningen av vägen och också informerat omvärlden via pressen, hemsidan eller direkt till entreprenörer och beslutsfattare om projektet och möjligheterna efter Kustvägen mm.

Politiker och de organisationer som arbetar med regional- och näringslivsutveckling i Sundsvall och Nordanstigs kommuner samt Västernorrlands län och region Gävleborg bjöds in till en bussresa efter Kustvägen våren 2009 för att de skulle få kunskap om de olika besöksmålen och att företagen samarbetade i projektet. Det var mycket värdefullt.

Projektadministratören Ingeli Gagner har förutom arbetet med lägesrapporter och rekvisitioner också hållit i workshops med fokus på utvecklingsprocessen med företagen under internkonferenserna i både Torpshammar, Tällberg och projektmöten om "kokboken". Där har man fått möjlighet att reflektera om projektsamarbetet, utvecklingsprocessen och vad man kan lära av "konkurrenter" i samma bransch. Reflektionerna kring kokboken/reseguiden har exempelvis hjälpt företagen att förstå hur turisterna ser på besöksmålen och man har lärt sig mer om varandras platser. Ingeli har också arbetet med texter och bilder till besöksguiden/kokboken, hemsidan, förslag till andra grafiska produkter mm.

Carita Ekernäs Husén har ansvarat för projektets bokföring.

Aktiviteter enligt beslutad tid- och aktivitetsplan	Inom budget	Kommentar
Planering och installation av rastplatser	X	Rastplatserna har blivit något billigare än planerat. Spångarna till havet och en utsiktsplats har uppskattats av såväl turister som lokalbefolkningen. Projektet har satt upp hyrtoaletter vid rastplatserna.
Utveckling och prototyper för nya produkter och säsongsförläggning		<p>Aktiviteten har blivit något dyrare än planerat. En prototyp för en kombinerad kokbok /reseguide har tagits fram och till det har det krävts mycket bilder och textbearbetning. Bild- och textmaterialet har i sin tur också kunnat användas på hemsidan och i andra marknadsföringssammanhang. Många produktprototyper har utvecklats i företagen och inte belastat projektet ekonomiskt.</p> <p>De flesta projektdeltagare är krögare. Därför finns förebilder och benchmarkingmöjligheter hos andra krögare. Många av de måltider som tagits som kostnader i projektet har varit för att få nya produktinflenser och är därför dyrare än de 90kr som är stödberättigade. Projektledningen har inte lyckats få fram det budskapet till TVV och därför har en del av dessa kostnader inte godkänts.</p>
Mobilanpassad info- och guidetjänst	X	Mobiltjänsten har blivit betydligt billigare än budgeterat.
Studiebesök och seminarier om det goda värdskapet	X	Aktiviteten har blivit billigare än planerat. Förutom ett seminarium om värdskap med Jan Gunnarsson våren 2009 köpte projektet böcker om värdskap i pappers-format och som ljudfil. Alla anställda klarar inte att läsa böckerna och då skulle de få lyssna på MP3-spelare istället. Tyvärr godkändes inte kostnaden för MP3-spelaren av TVV.
Producera och sälja in infostationer/kit	X	Inom budgeterad kostnad.

Utveckling av material och marknadsföring mot nya marknader	X	Olika typer och varianter av marknads-material som broschyrer och annonser har tagits fram. En hel del material översatt till engelska och tyska.
Möten mellan företagen efter Kustvägen		Internkonferenserna med utvärderings-aktiviteter har blivit mer omfattande och därmed dyrare än budgeterat. Det kompenseras av att resultatet och effekten av mötena och därmed också av projektet har blivit högt över förväntan! Till värds-kapsseminariet våren 2009 bjöds många företag från Kustvägenområdet in. De kom från olika branschområden. Det var ett utmärkt tillfälle att informera om projektet.
Invigning av nya Kustvägen	X	"Invigningsceremonin" den 13 juni på rast-plats Skarhållssjön ägde rum i samband med Kustvägendagarna. Dåligt väder och få deltagare men uppmärksammades i media. På varje besöksmål hölls olika aktiviteter.
Projektledning, administration, ekonomi och avrapportering av projektet, resor	X	En felaktig upphandling av projektledningen korrigerades och resurserna anställdes i projektet. Kostnadsposter omfördelades från köpta tjänster till egen personal. Stora negativa ekonomiska konsekvenser för konsultföretagen men utan ekonomisk betydelse för projektet. Pga utdragna granskningsprocesser har projektet haft dålig likviditet.
Informationsspridning om verksamhet och resultat	X	Projektet har uppmärksammats av lokala media genom tips från projektledaren om pågående aktiviteter. Det är också en viktig anledning till att entreprenörer sett affärs-möjligheterna och startat verksamheter. Projektet har också presenterats vid olika evenemang för besöksnäringen i länet och många andra besöksmål har tagit kontakt med projektledningen för att få coaching i sina utvecklingsprocesser. Det finns också informationen på hemsidan om projektet och dess aktiviteter men ännu inget om resultat. Det ska åtgärdas under januari 2011.
Projektutvärdering och slutredovisning	X	En projektutvärdering gjordes med hjälp av projektdeltagarna under internkonferensen i Tällberg i oktober 2010. Den genomfördes under ledning av Ingeli Gagner. Denna slutrapport fångar både deltagarnas syn-punkter på projektet och ledningens analys av utvecklingsprocessen. Att företagen vill fortsätta utvecklingen av Kustvägen i ett nytt gemensamt projekt, med egen ekonomisk insats, visar att företagen har tilltro till vad de kan skapa tillsammans och att de anser att detta projekt skapat stora mervärden till sina egna verksamheter.

4. Indikatorer

Beskriv i vilken utsträckning projektet har uppfyllt de i beslutet förväntade utfallet av uppställda indikatorer. Kommentera och analysera eventuella avvikelser. Ange namn och, om möjligt, organisationsnummer på eventuella nya företag samt beskriv vilken typ av nya arbetstillfällen som eventuellt har skapats som ett resultat av projektets verksamhet. I tabellen nedan redovisas det sammanlagda utfallet för den totala projektperioden för respektive indikator som finns angiven i ansökan och beslut. (Var uppmärksam på om indikatorn ska delas upp på kvinnor/män samt kvinnor/män med utländsk bakgrund)

Projektet har överträffat förväntningarna avseende indikatorerna. Bland de deltagande företagen har det skapats 11 nya säsongsarbetstillfällen. Många är timanställda men dessa siffror har omvandlats till hela

säsongsarbetstillfällena trots att antalet personer är fler. Arbetstillfällena har tillkommit efter expansion hos några företag och för att kunna upprätthålla en god service till en ökad mängd besökare. Arbetstillfällena har skapats hos: Bergafjärdens Camping 1, Skatans Skärgårdspensionat 2, Galtströms Café 1, Skatans Café & Krog 2, Skatans Rökeri 2, Restaurang Sjömärket 1, Restaurang Lörudden 2. Under projektperioden har Gnarnsbadens camping sålts och där bedrivs nu verksamheten Maskrosbarn, ett slags kollo för utsatta barn.

Bland de nya verksamheter som etablerats har minst 15 säsongsarbetstillfällena skapats. Entreprenörerna är ofta inblandade i andra verksamheter och därför räknar vi lågt på antalet nyskapade arbetstillfällena bland dessa. Fördelningen mellan kvinnor och män bland nyskapade arbetstillfällena är relativt lika. Det är fler kvinnor än män som startat de nya företagen.

Utökad säsong har uppnåtts hos Restaurang Sjömärket, Bergafjärdens Camping, Skatans Skärgårdspensionat och Restaurang Lörudden. För de två första handlar det om några veckor i anslutning till högsäsongen. För pensionatet innebär det konferensverksamheter som kan pågå året om och för Restaurang Lörudden är det både olika helgevent som räkfrossor under hösten och viss konferensverksamhet.

Antalet nya produkter och tjänster är fler än 10. De har som tidigare nämnts tillkommit både inom och utanför föreningen. Det är förädlad fisk med tillbehör från fiskebutikerna som rökta musslor, rökta laxfenor, olika sillinläggningar mm. Det är också olika maträtter som serveras på restaurangerna som lax på plankor, lokalt fiskad och tillagad abborre mm. De har tillkommit efter influenser i samband med mässbesök i bl.a. Göteborg och Stockholm. De rosa cyklarna har blivit enormt populära. De lånas ut till besökare som vill ta en tur i närområdet eller mellan olika besöksmål. En prototyp till en guide/kokbok har tagits fram. Det har varit en spännande process där företagen fått möjlighet att se hela Kustvägen som ett besöksmål. En mobiltjänst där besöksmålen presenteras i text och bild har också tagits fram. Den gör det möjligt för besökare på väg att snabbt ladda upp intressant info om Kustvägen. Tjänsten fungerar lika bra i telefoner som inte är s.k. smartphones. Av garvade och beredda fiskskinn har nya spännande produkter som servetteringar, armband, plånböcker, smycken etc, tagits fram. Den s.k. Kustvägenglassen i rånkorg med ett par kulor av jordgubbsglass, mjukglass eller vispgrädd, strössel, färsk jordgubbar och sås, har utvecklats i projektet. Den är god och en varumärkesbärare. Fisketurer med egen guide, kajak- och båtuthyrning är också nya produkter efter Kustvägen. Långt ifrån alla produkter har tillkommit med projektmedel. Det är istället insikten om att Kustvägen har många besökare och att det finns utrymme för mer försäljning som triggar produktutveckling i området och hos företagen.

Tillsammans med Sundsvalls kommun och Visit Sundsvall har projektet medverkat i två marknadsföringskampanjer för den norska marknaden. Det har varit roadshows till Trondheim med annonsering i norska tidningar och framtagande av marknadsmaterial till den marknaden.

För att tillgängliggöra kustområdet har tre rastplatser byggts med informationstavlor om respektive område, bänkar och bord. Ett par hyrtoaletter har också funnits i anslutning till rastplatserna. Spångar som leder över ett rullstensområde till havet och till en utsiktsplats har också byggts. Platserna som ligger mellan de större besöksmålen i ingenmansland har blivit mycket uppskattade av både turister och lokalbefolkningen. Olika slag av skyltningsinsatser har också varit betydelsefulla aktiviteter i projektet för att visa var badplatser, sevärdheter av olika slag, parkeringsplatser etc finns. Skyltar med pilar som visar Kustvägens sträckning har också satts upp.

Antalet kvinnor och män som deltagit i projektet har varit så många som man beräknade i projektansökan. I samband med försäljningen av Gnarnsbadens Camping försvann dock en deltagare.

Privat projektfinsiering med arbetsinsatser. Se rubrik 6. Privata bidrag i annat än pengar.

Indikator	Kvinnor	Män	Varav kvinnor/män med utländsk bakgrund	Antal
Antal nya/skapade arbetstillfällen (fördelat kvinnor och män)	5+7, mål=3	6+8 mål=3		
Antal nystartade företag (fördelat på ägda av kvinnor och ägda av män)	10, mål=0	4, mål=0		
Antal nystartade företag med delat/mixat ägande			3, mål=3	
Åtgärdsspecifika indikatorer (se beslut om stöd)				
Säsongsförlängning hos antal företag				4
Antal nya produkter eller tjänster				>10, mål 10
Antal marknadsföringskampanjer utanför Sverige				2
Antal aktiviteter för att tillgängliggöra kustområdet				2
Antal kvinnor och män som deltar i projektet	8, mål=7	14, mål=16		22, mål=23
Privat projektfinansiering med arbetsinsatser i Skr.				560 000kr
Privat projektfinansiering med anlägg/material/utrustn				0
Antal projekt med den samiska befolkningen som målgrupp				0

5. Jämställdhet/Integration och mångfald/Miljö/Folkhälsa

På vilket sätt påverkar projektets resultat och effekter jämställdhet/integration och mångfald/miljö/folkhälsa? Beskriv utförligt de aktiviteter som gjorts för att positivt påverka jämställdhet/integration och mångfald/miljö/folkhälsa. Har projektets genomförande och resultat påverkats av att de horisontella kriterierna har uppmärksammats? (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)

Projektet har inte haft några mätbara mål avseende Jämställdhet. Engagemanget i projektet har varit stort bland både män och kvinnor, och projektledningen har bestått av en man och en kvinna. Precis som förväntat har projektet inspirerat både män och kvinnor till nytt företagande efter Kustvägen.

Inte heller Integration och mångfald har omfattats av särskilda mål i projektet. Att marknads- och informationsmaterial har översatts till engelska och tyska underlättar integrationen. Deltagarna i projektet har välkomnat nya entreprenörer till området med nya produkter och tjänster. Mångfald och ett stort utbud gynnar utvecklingen av Kustvägen.

Trots att resande i sig är negativt för Miljön har inte projektet påverkat den totala mängden resande globalt och totalt. De besökare som kommer till området uppmanas genom information på skyltar att ta med sig sina sopor till närmaste återvinningscentral. Tack vare utlåningen av de rosa cyklarna, och många av de som köpts in är återvunna begagnade, kan besökarna lämna bilen för en miljövänlig cykeltur. De spångar som byggts på klapperstensfälten skyddar också området mot förorening och är sanktionerade av Nordanstigs naturvårdsförening.

Projektet har inte haft några Folkhälsomål men besökare som hittat till området säger allmänt att man uppskattar den fina och rena naturen och den avkopplande miljön. Det är faktorer som har en positiv påverkan på folkhälsan.

6. Privata bidrag i annat än pengar

Redogör för eventuella privata bidrag i annat än pengar som tillförts projektet. Ange vart bidraget kommer ifrån samt hur värdet på bidraget har beräknats. Beskriv om de privata bidraget i annat än pengar kan ha bidragit till att förstärka projektets uppnådda resultat.

Den tid företagen rapporterat som deltagande i projektet motsvarar den beräknade i projektansökan. Några av deltagarna har emellertid inte tagit sig tid att rapportera in den egen tiden pga att man haft så hög

arbetsbelastning, men berättat att de har lagt många timmar i olika aktiviteter. Därför kan man på goda grunder anta att företagets totala engagemang överskridit beräkningarna.

Projektets kostnader har överskridit budget men har tagits av de medverkande företagen som därmed medfinansierat projektet med drygt 550 000kr i stället för de budgeterade 410 000kr.

7. Projektets övriga resultat

Beskriv övriga resultat och effekter av projektet. Jämför med de övriga förväntade effekter som angetts i ansökan/beslut. Beskriv även andra positiva och negativa erfarenheter eller omständigheter som har varit viktiga för utfallet av projektet.

Förutom alla mätbara mål som nåtts i projektet så har även många andra positiva mjuka resultat och effekter uppnåtts. Exempelvis

- * Utvidgningen av Kustvägen till att även omfatta Fläsians Camping.
- * Samarbetet mellan Skatans Pensionat och Restaurang Lörudden i rollen som ny operatör av anrika Villa Marieberg i Sundsvall.
- * Satsningen på en om- och nybyggnad av Skatans Café och Krog samt Skatans Rökeri för ca 4 milj kr.
- * Ett förbättrat värdskap och förståelse för vad det betyder för kunden.
- * Att företagarna har insett att besökaren vill ha flera reseanledningar och ett större utbud att välja mellan. Det innebär att var och en gör sitt bästa för att motsvara och helst också överträffa kundens förväntningar, men att man hjälps åt att föra fram hela Kustvägen som sin gemensamma produkt. Företagarna har helt enkelt utvecklats och mognat som affärsmän/kvinnor.
- * I arbetet med besöksguiden/kokboken har man fått möjlighet att se respektive besöksmål med besökarens ögon och fått mer kunskap om vad varje plats kan erbjuda.
- * En Leaderfinansierad satsning på en upplevelsepark för barn pågår i Mellanfjärden. Tack vare det menatala stödet från Kustvägen som också kan erbjuda en utarbetad marknadskanal vågar man satsa på detta.

Projektet har också fått några negativa erfarenheter. Vid något tillfälle har projektledningen gått för snabbt fram och inte förankrat aktiviteter tillräckligt. Efter omtag har aktiviteterna fallit på plats med mycket goda resultat. TVV's brister i beredningen och handläggningen i kombination med föreningens brist på kunskap om LOU och affärsmässighet i offentligt finansierade projekt höll på att stjälpa projektet. Problemen gick att reda ut, och både TVV och föreningen lärde mycket för framtiden i denna process. Bristande likviditet har varit projektets största utmaning. Det verkar som att Strukturfondsprogrammet inte varit riktad till eller haft beredskap för att hantera utvecklingsprojekt som initieras och drivs på initiativ av små aktörer som företag och föreningar. Man ställer för höga krav på formalia. Handläggningstider på 18 månader är inte acceptabla. För projektledningen verkar det dessutom ofattbart ineffektivt att samtliga finansörer ska granska rekvisitionshandlingarna. Det borde räcka med att TVV, Länsstyrelsen eller en regional kontrollfunktion gör en granskning å alla finansörers räkning. Visserligen tycks man följa olika regelverk för stödberättigade kostnader men det kan man säkert lösa med utbildning. Problemet för projektägaren är att olika finansörer vill ha samma redovisning men på sina egna blanketter, och att det blir många kopior av samma verifikat. Och eftersom man har olika bedömningsgrund för vad som är godkända kostnader är det svårt att få redovisningen att stämma. Denna feedback skickar vi vidare till kommande Strukturfondsperioder.

8. Projektets förväntade effekter på sikt

Beskriv vilka aktiviteter som har genomförts för att projektets verksamhet eller dess resultat ska kunna leva vidare efter projektperiodens slut. Hur planeras den fortsatta verksamheten att se ut? Vilken mottagningskapacitet finns för projektets resultat? Hur ska framtida verksamhet finansieras? Hur planeras kommersialisering av eventuella nya produkter/tjänster?

Kustvägens ek förening har blivit en stabil ekonomisk förening med medlemmar som har samsyn om framtiden och är beredda att satsa egna medel för besöksnäringens gemensamma utveckling. I samband med att detta projekt utvärderades i Tällberg bestämde man också inriktningen för den kommande satsningen. Företagen vill satsa på ett nytt utvecklingsprojekt och i det vill man fortsätta att utveckla nya lokala produkter, bl.a. genom att skapa en entreprenörsbank. När man själva ägnar sig åt att servera goda måltider vill man att andra entreprenörer ska erbjuda äventyr och trevliga aktiviteter. Därför behövs ännu fler entreprenörer och deras produkter i Kustvägen.

Vidare vill man se över vägen som förbinder besöksmålen för att så småningom både bredda och höja standarden på den, driva frågan om brun-vit turistvägsskyltning, skapa fler P-platser, filma och fotografera besöksmålen från helikopter. Det senare är för att besökare redan på hemsidan ska kunna "åka Kustvägen" och zooma in platser från ovan. Kustvägen leder till fina besöksmål vid havet men många förväntar sig att Kustvägen följer strandlinjen. I verkligheten går den i skogs- och jordbruksbygd, ofta någon km från havet. Kustvägen i helikopterperspektiv ger besökaren mer realistiska förväntningar och inte en besvikelse för att man inte ser havet hela tiden. Ett kommande projekt ska också innehålla en aktivitet för att koppla ett idrottsevenemang till Kustvägen - det kan vara en återkommande triathlontävling, maraton, terrängritt eller dylikt. Allt för att nya besöksgrupper ska upptäcka besöksmålen. Det är ännu inte klart hur framtida projekt ska finansieras, men det är föreningens förhoppning att det kan bli ett nytt strukturfondsfinansierat projekt.

Även utan offentlig finansiering kommer föreningens medlemmar att fortsätta sin satsning men man kan då inte räkna med lika stora och snabba resultat. Utan möjlighet till att finansiera en projektledningsresurs blir det svårt att driva arbetet framåt lika effektivt som hittills. Men det är alltså ingen tvekan om att utvecklingen av Kustvägen kommer att fortsätta.

9. Resultatspridning samt information och offentliggörande

Beskriv hur intressenter och allmänheten fått kännedom om projektet och strukturfondernas medfinansiering. Beskriv även tillvägagångssättet för erfarenhetsspridning (när, var, hur). Bifoga eget framtaget material så som trycksaker, inbjudningar, kopior på annonser, fotografier på skyltar, skärmkopia på webbplats osv. Ange adress till webbplats där information om projektet finns.

På alla annonser och trycksaker som projektet tagit fram finns loggan som signalerar att projektet finansieras av EU: s regionala fond. Den finns också på rastplatserna och de informationsstationer som tagits fram och placerats på mackar etc. På www.kustvägen.nu och i mobiltjänsten finns också information om projektet. Denna slutrapport kommer också att publiceras på hemsidan.

Lokala media har hjälpt till att berätta om projektet, åtminstone om dess olika aktiviteter. Men det är tyvärr alldeles för sällan de nämner vilka som finansierar projektet trots att de får den informationen. Projektledningen märker i kontakter med myndigheter och andra som arbetar med företags- och besöksnäringens utveckling att projektet och dess resultat är väl känt. Det är många som vill ta del av erfarenheterna och göra på samma sätt. projektet används också som förebild av myndigheter tack vare sitt goda resultat och förankring bland företagen.

10. Kopplingar till andra projekt

Beskriv projektets kopplingar till/samverkan med andra projekt.

Projektet har samarbetat med följande

- * Kustnära Mötesplatser inom region Gävleborg för att identifiera samverkans- och utvecklingsområden
- * Trolska Skogen - en riktig sagoskog i Mellanfjärden för att etablera en dragare efter Kustvägen
- * Kanalprojektet mellan Galtström och Skatan för fler besökare till området
- * Ridvägar i Njurunda för att kunna utveckla företagandet inom hästnäringen och erbjuda fler aktiviteter efter Kustvägen
- * Visit Sundsvall för marknadssatsning i Norge

11 Projektföljeforskning (obligatoriskt för samtliga projekt som omfattas av följeforskning)

Beskriv hur följeforskningen påverkat projektets genomförande och målsättningar. I samband med att denna slutrapport lämnas in skickas en publiceringsbar slutrapport från utvärderaren till Tillväxtverkets beredningshandläggare i digitalt format (word).

12. Övrigt

Finns det ytterligare information om projektet och dess verksamhet och resultat som bör uppmärksammas?

Tack vare detta projekt finns Kustvägen på kartan!

13. Underskrift

Slutrapporten ska undertecknas av projektledare eller person som har rätt att företräda projektägaren.

Undertecknad intygar att ovan lämnade uppgifter är fullständiga och riktiga:

Datum

28 dec, 2010

Ort

Galtström

Underskrift

.....

Namnförtydligande

Ulf Broman