

Rapport

Förstudie – "Hassela som destination"

Nordanstigs kommun

Att: Ingeli Gagner

Box 56

820 70 Bergsjö

Svensk Destinationsutveckling AB,

Regeringsgatan 60, 111 56 Stockholm

Org.nr 556318-2574

Stockholm 15/5 2017

1 Syfte

Svensk Destinationsutveckling AB (SveDest) har fått i uppdrag av Nordanstigs kommun att genomföra en förstudie - "Utveckla Destination Hassela". Förstudien syftar till att bedöma vilka möjligheter Hassela har att utvecklas till en hållbar året-runt destination.

Förstudien ska därför beskriva vad som behöver utvecklas och vilka möjligheter och eventuella risker eller svårigheter som kan förknippas med en sådan utveckling.

Parallellt med frågeställningen ovan har Hassela Ski Resort ställt frågan till kommunen huruvida kommunen är intresserad av att göra en investering i skidanläggningen.

Hassela Ski Resort har behov av att investera i en ny sittlift, ett moderniserat och uppgraderat snökanonsystem samt en del infrastrukturförbättringar, framförallt i anläggningens värmesystem.

Det finns således två anledningar till förstudien:

1. Vad krävs för att utveckla Hassela till en året runt destination.
2. Hjälpa kommunen Nordanstig att bedöma huruvida man ska medverka till en investering i Hassela Ski Resort så att anläggningen kan investera i en ny stollift samt ett uppgraderat snökanonsystem.

För kommunen hänger de två frågorna samman. Kommunen vill inte bara förstå vilka förutsättningar som finns i Hassela som en året-runt-destination utan även hur en sådan utveckling kan genomföras.

Därför är det viktigt att göra en helhetsbedömning som visar på vilka möjligheter som Hassela har och också beskriva vilka områden som kan utvecklas.

Underlaget för kommunens bedömningar är beroende på vad som framkommer i förstudien.

För att kommunen ska kunna göra en relevant bedömning och kunna ta frågan ovan vidare, behöver rapporten beskriva och tydliggöra:

- En definition av en destination
- Nulägesbeskrivning av Hasselaområdet
- Beskrivning av framtidsvision för Hasselaområdet
- Förslag på insatser, aktiviteter och investeringar för att göra området till en attraktiv och hållbar destination

- Sammanställning av de intressenter som inom en tvåårsperiod är villiga att realisera ovanstående aktiviteter. Detta kan till del vara konfidentiell information för projektägare och förstudiens finansiärer

Vidare ska förstudien i en helhetsbedömning söka svaret på:

- Utvecklingsmöjligheterna i och kring Hassela Ski Resort för att kunna bli en året- runt-destination
- Effekterna av att utvecklingsmöjligheterna tas tillvara och hur många arbetstillfällen som kan skapas
- Möjligheter och investeringsbehov för en sittlift och hur den i så fall kan realiseras
- Hur Hassela Ski Resort kan bli mer klimatsmart och energieffektivt
- Förutsättningar för genomförande av identifierade utvecklingsmöjligheterkostnader för genomförande
- Intressenter för att genomföra utvecklingen

2 Destinationen Hassela

Kommunen vill kunna bilda sig en uppfattning om hur framgångsrik Hassela kan bli som en hållbar året-runt-destination. Med det avses att identifiera och lyfta fram vad som krävs i form av, tillgångar med intressanta egenskaper eller attraktioner som tillsammans kan skapa en eller flera reseanledningar per säsong

Begreppsförklaring - Vad är en destination?

I grunden är en destination en plats man åker till för att besöka av en eller flera anledningar. Destinationens betydelse som fritidsturist eller för affärsmöten alternativt för evenemang är oftast olika.

Kännetecknen för en destination är att den har en eller flera tillgångar som besökaren vill ha. Tillgången är grunden till reseanledningen men tillgångarna behöver även ha ett antal egenskaper som ger destinationen en karaktär eller unik betydelse för besökaren.

Nedan ges tre exempel:

Skidort (alpin skidort)

En skidorts tillgång är backen eller backarna, medan egenskaperna är antal liftar, fallhöjd, antal nedfarter, antalet svarta pister, antalet röda pister, antal restauranger m.m. Egenskaperna ger skidorten en viss profil som besökaren direkt eller indirekt bedömer.

Möten (konferenser och kongresser)

Destinationens betydelse för möten är ofta den geografiska platsen då möteshallaren bedömer avstånd och tillgänglighet samt läge. Men även egenskaper som möteslokalernas utformning, standard och komfort och anläggningens läge samt kvalitet på mat. Ofta bedöms även egenskaper som destinationens möjligheter till avkoppling, shopping, nöjen m.m.

Evenemang

För evenemang är oftast platsen relaterad till hur den passar för evenemanget. Det kan gälla storleken på evenemanget eller under vilken tid det utförs. Kultur- och idrottsarrangemang av olika slag är de vanligaste evenemangen. Platsen för evenemanget av görs oftast av arrangören.

Inte sällan blir destinationens varumärke förknippat med evenemanget. Det gäller i synnerhet om evenemanget är återkommande.

En destination i sig är alltid fysiskt greppbar men ofta utan kraftigt dragna gränser. Det är upp till betraktaren att avgöra vad destinationen är och det är upp till de som äger

eller driver destinationen att formulera destinationens utformning – både vad gäller aktiviteter samt fysisk tillgänglighet.

Hållbara destinationer med attraktionskraft

Den diskussion som präglar svensk besöksnäringens attraktiva destinationer är förmågan till samverkan destinationsutvecklingsprocessen. Det gäller att utveckla exportmogna produkter som sätts i ett sammanhang så att de bildar en intressant reseanledning. Att marknadsföra produkterna och destinationen med att erbjuda en variation av boende, möjligheter att äta och att kunna utföra olika aktiviteter samt shopping tillhör de primära uppgifter som destinationen behöver utveckla för att skapa attraktionskraft.

Genom att arbeta med exportmognad som ledstjärna är ett bra sätt att även locka svenska turister och besökare.

Hållbarhet innebär inte bara att uppfylla externa krav utan även att det finns ett internt välmående i destinationen, där värderingar spelar överens med det lokala näringsliv som önskar etablera sig på orten. Att ha ett internt välmående skapar bästa möjliga förutsättningar att förverkliga den gemensamma handlingsplan som krävs i destinationsarbetet. Handlingsplanen i sig består av en väl utformad plan av aktiviteter som går i linje med de värderingar som man prioriterar lokalt. Utifrån värderingar sker tydliga och korrekta anpassningar mot den målgrupp och marknad som destinationen önskar arbeta mot.

För att sammanfatta begreppet destinationen - lyfter vi fram begrepp som präglar processen i ett välmående, lokalt arbete med näringsliv och lokala beslutsfattare. Dynamiskt, lyhört och progressivt är tre nyckelord som bäst belyser begreppet "En destination i utveckling". Att förstå de egenskaper som måste ligga grund för att starta processen räcker inte. Det lokala näringslivet tillsammans med de som specifikt ska utveckla destinationen måste samverka både värderingsmässigt och i överenskommelsen om vad som behöver utvecklas.

Utöver bo, äta, resa, göra och handla som är de klassiska områdena som måste till för att utvecklingen ska ske, behöver än den offentliga leveransen integreras i arbetet. Med de offentliga leveranserna innefattas frågeställningar som utveckling av tillgänglighet i form av flygplatser, tåg och busstationer och vägar m.m. men även effektivitet i form av beslut i t.ex. tillståndsgivning.

Övergripande beskrivning av Hassela som destination

Hassela är Nordanstig kommuns västligaste samhälle, drygt 3 mil väster om E4. Samhället är en typisk Hälsingebygd.

Hassela hembygdsgård är vackert belägen intill Hasselasjön, och består även samling gårdar och bostugor från 1700- och 1800-talen. Här finns också ruinerna av Hasselas

gamla kyrka från 1200-talet. En del av den gamla muren och kyrkans grundmur är bevarade. Ett gravfält från 500-talet ligger i anslutning till hembygdsgården.

Korset och S:t Staffans kapell ligger på en fantastisk plats högst uppe på Svartberget, med milsvid utsikt över Hassela och Hälsingeskogarna. Hit kan man komma för att uppleva stillheten, njuta av den underbara miljön och utsikten samt hämta ny kraft för hela människan. Hit vallfärdar även människor från olika länder, världen över, för att vara med på de olika gudstjänsterna och samlingarna som kontinuerligt anordnas eller på de guidade turer som erbjuds.

Här kan man också ta del av historien om Stenfinn, senare kallad S:t Staffan, Hälsinglands apostel som för tusen år sedan kristnade den här delen av Sverige, men även nutidshistoria om hur korset i Hassela kom till.

Hassela Ski Resort ligger söder om Hasselasjön och på norra sidan sjön ligger områdets centrum med livsmedelsaffär, mack, skola och olika samlingslokaler. På platsen finns också en badplats med poolområde och Nordanstigs största företag Plyfa AB. Strax utanför samhället ligger golfbanan.

Det är många, både besökare, boende och entreprenörer som under lång tid gett uttryck för att både Hassela som samhälle tillsammans med verksamheten kring Hassela Ski Resort har potential att bli något mycket större och mer attraktivt än det är idag - en destination.

Hassela Ski Resort är en vintersportanläggning med 15 nedfarter och 7 släpliftar, F.I.S.-godkänd backe, 14,5 km skidspår, 700 bäddar fördelade på 100 hotellrum och 62 stugor. En camping med 160 platser hör också till anläggningen. Här finns också ett inomhusbad, restaurang och konferensutrymmen.

Hassela Ski Resort

Hassela Ski Resort är i första hand en alpin skidanläggning och har lika bra eller t.o.m. bättre fysiska egenskaper än vad fler andra anläggningar har vad gäller fallhöjd, backarnas längd och även antal nedfarter eller åtminstone möjligheter till att utveckla fler nedfarter vid behov.

Anläggningen har även en del andra intressanta fördelar som t.ex. bad i form av inomhuspool och konferensfaciliteter.

Vidare finns för vinteraktiviteter även längdskidåkning med spårade leder.

Hassela har även en fördel genom sitt geografiska läge för en del kundsegment. Det gäller för de kunder som följer trenden om ovala weekends, d.v.s. att man föredrar hellre weekends med en extra dag snarare än att ta ledigt en hel vecka. Därför är det blir det geografiska avstående räknat i tid allt viktigare.

3 Visionen för destinationen Hassela

En vision kan med fördel starta genom att förstå sitt arv och sin historia. Genom att sätta historien om Hassela i sitt sammanhang tydliggörs oftast seder och traditioner som kan vara en bra utgångspunkt för att tydliggöra en framtida önskad bild – visionen, för Hassela.

Nordanstig är en koncentrerad version av landskapet Hälsingland. Det man upplever som typiskt för landskapet finner vi också här i en och samma kommun. Ett rikt utbud av kultur och historia med varierande natur av berg, sjö och hav.

Kommunen bär på historia flera hundra år bakåt i tiden som även lyckats leva vidare än idag i form av Hälsingegårdar och traditioner i konst och broderier m.m.

Historiskt har näringen drivits av entreprenörskap i lantbruk och företagande med utgångspunkt i naturresurser av skog och berg. Ett entreprenörskap som skapat stark företagsamhet och stolta lokala traditioner.

Säsongmässigt har Nordanstig tydliga skiftningar mellan säsongerna med i regel kalla och snösäkra vintrar och långa och blomstrande sommardagar tack vare sitt geografiska läge.

Visionen för Hassela

Hassela kan utvecklas till en naturskön destination med intressanta attraktioner. Reseansledningen till Hassela kan hålla internationell klass tack vare sitt geografiska läge, sin historia med levande seder och traditioner samt lokalbefolkningens entreprenörskap och värdskap.

Profilen på destinationen Hassela



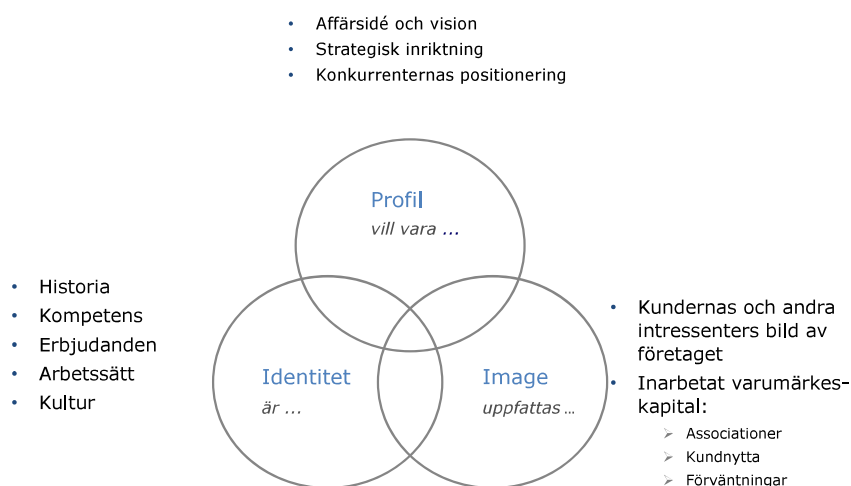
För att utveckla Hassela som en året-runt-destination behöver andra säsonger än vintersäsongen och den alpina prägeln spegla vad Hassela är.

Profilen beskriver vad Hassela vill vara medan identiteten beskriver mer vad eller vem man är. Den image Hassela har bygger på andras – gästernas bild av vad Hassela är. Vilken image Hassela har generellt går inte att säga utifrån förstudien.

Eftersom kommunens ambition är att utveckla Hassela till en året-runt-destination så vill man vara något annat än vad man är idag. Denna utveckling bör ske stegvis men utifrån en vision som utvecklas med de parter som är viktiga för området såsom ortsbor, entreprenörer och befintliga företag, kommunen och den part som ska driva destinationen framåt.

Därför behöver man arbeta med utveckling av destinationen och med allt vad det innebär alltifrån affärsidé (destinationsidé) strategiska utvecklingsplaner för koncept och produktutveckling samt marknadsplaner m.m.

(Hypotetisk skulle kunna vara där man vill vara men inte uppfattas som man vill. Då har man istället ett kommunikationsbehov)



Hassela behöver sticka ut

För att ta en position i den stenhårda konkurrensen om svenska och utländska gäster behöver Hassela profileras och skapa en image som appellerar till det som är äkta och hållbart.

Hassela bör arbeta för att väcka sympati för området och skapa uppmärksamhet för det som svenska gäster förknippar med Hälsingland

Genom all utveckling bör man tänka igenom hur man kan kommunicera det som är äkta. Vad som är äkta kan diskuteras men det bör allt kunna kommuniceras med en story eller sägen.

Exempel på sägens eller folkliga berättelser för Hassela kan knytas till:

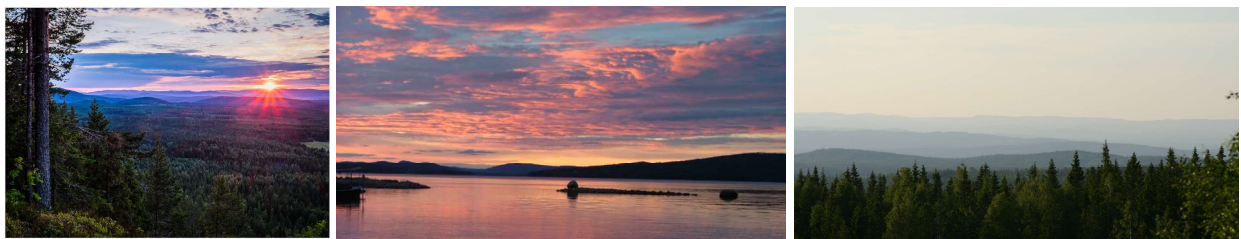
Kulturen och byggnadssätt



Hälsingebon



Trolsk och varierande natur



Vilda djur i naturen



Nedan görs en sammanfattning av vad som skulle kunna karaktärisera destinationen Hassela och successivt bli en del av varumärket Hassela.



Kärnan i Hassela

Det räcker givetvis inte med att bara väcka intressen utan produkter som ska vara kärnan i destinationen behöver också utvecklas.

Förstudien visar att det finns potential för tre separata utvecklingsområden

1. Outdoor (lättare utomhusaktiviteter). Det finns tillgångar som kan utvecklas för vandring och cykel men även fiske. Vandringsleder och cykelleder bör läggas i anslutning till boendeanläggningar. Alternativt utgår man från en anläggning och vandrar eller cyklar i området så att kommer tillbaka till anläggningen. Boendet som finns vid Hassela Ski Resort idag kan mycket väl fungera som en sådan utgångspunkt.

Cykel kan ta sig ut i olika former. Vid flera skidanläggningar utvecklas ofta downhill cykling, mountainbike banor med mera. Huruvida dessa former är möjliga att ekonomiskt försvara för anläggningen vid Hassela Ski Resort eller inte har inte gjorts i förstudien.

Förstudien pekar även på att det finns förutsättningar för fiske. Fiskare är dock ett speciellt segment där extremfiske utförs av s.k. tribes (nördar). Segmentet lägger relativt stora pengar på sitt intresse och kräver egenskaper som Hassela inte kan erbjuda. Dock finns ett annat segment som "vanliga fritidsfiskare" vilket det finns goda förutsättningar i Hassela.

Därutöver finns bra attraktioner för sol och bad och andra aktiviteter som passar för barnfamiljer under sommaren.

Paddling är en annan intressant aktivitet som går att utveckla vidare.

Outdoor sommar



Vinteraktivitet



Kultur året runt



2. Vinteraktiviteter finns i form av alpin skidåkning och längdskidåkning. Här finns även förutsättningar för t.ex. pimpelfiske. Samtliga områden är utvecklingsbara.

Hasselas störta besöksattraktion är dock Hassela Ski Resort med den alpina skidåkningen. Denna har mycket goda förutsättningar att utvecklas vidare och kan bli en konkurrenskraftig anläggning sett ur ett svenskt perspektiv. Ett antal områden

måste dock utvecklas vidare som till exempel stollift, snökanonsystem samt anläggningens faciliteter och komfort i hotellbyggnaden. Även infrastruktur i form av värmesystem behöver utvecklas

3. Kulturattraktioner är en skatt som Hassela kan utveckla vidare. Här bör man se Hassela ur ett vidare perspektiv – som ett besökscentra som driver besökare även till andra områden i kommunen.

Destinationen Hasselas roll i kommunen

Hassela har en roll att spela i kommunen, dels som en intressant dragare till området och kommunen men även som en nod som driver turismen till andra besöksmål i kommunen. Det senare gäller när Hasselas produkter har utvecklats för att bli en året-runt-destination.

Hassela bör utvecklas till ett starkare varumärke än idag. Genom den kraft som Hasselas varumärke kan skapa kan varumärket hjälpa till att dels attrahera gäster till Hassela men även vara motor i kommunen för andra besöksmål.

Det finns många sådana exempel i Sverige. T.ex. Umeå som är "Porten till Lappland. Lindshammar säger sig vara "Porten till Glasriket". Även mindre kända destinationer som den anrika skidorten "Isaberg Mountain Resort" i Småland fungerar, uttalat och medvetet, som marknadsförare av andra besöksmål i regionen.

Hassela som nod i kommunen och regionen

Hassela kan dra nytta av att vara marknadsförare av andra aktiviteter i kommunen och vice versa.

Nedan ges exempel på vilka besöksmål eller andra attraktioner där det finns en "vinna-vinna" funktion om Hassela utvecklas till en året-runt-destination och fungerar som marknadsförare åt Nordanstigs kommuns övriga besöksmål.

- De milslånga badstränderna efter kusten
- Kommunens sjöar med bad och bryggor
- Fiskevatten året runt – med både insjöfisk och havsöring
- Kulturområden som anrika Gränsfors Bruk med tillverkning av yxor på samma sätt som för hundra år sedan
- Många konstnärer och konsthantverkare
- Musik evenemang
- Skridskor i Gällsta ishall.
- Trolska Skogen i Mellanfjärden

Listan kan göras längre men bör utvecklas vid senare tillfälle.

4 Åtgärder för att stärka Hassela

Hassela främst en vinterdestination i och med skidanläggningen Hassela Ski Resort. Sport- och påsklov är tider då många familjer tar ledigt och använder en del av sin semester. Men även för de som firar julen i skidanläggningen ser det som en vintersemester.

Därför är drömmen om en vit jul eller snörik vintersemester viktigt. Men därför är tillgången på snö viktigt. Ett nytt snökanonsystem är viktigt för att lägga snö tidigare än konkurrenterna. Vilket snökanonsystem som möjliggör tidigare skotillverkning än konkurrenterna är viktigt att utreda och försöka inskaffa.

”Alltid snö i Hassela ” ska bli ett mantra för gäster som för de personer som driver anläggningen.

Att ha en stollift är i princip ett måste för att locka gäster. Väsentligt mindre anläggningar som t.ex. Isaberg, Funäsdalen etc. har alla införskaffat stolliftar. (Funäsdalen har t.o.m. skaffat en Gondollift för att ”sticka ut” och visa marknaden nyheter).

När de väl införskaffat nya liftar kommer en automatisk en koncentrerad publicitet under en tid som lyfter anläggningen där man det skrivs om investeringen i liftsystemet.

Vad som möjligtvis är värre är när anläggningar inte har stollift. Då finns det en risk att effekten av publiciteten den blir den omvända. ”Dessvärre har anläggningen ännu inte sittlift” (Bydalen i Jämtland är ett sådant exempel)

Ovanstående beskrivningar belyser vikten av att en så snösäker destination som möjligt som att det är viktigt att ha en stollift.

Använd isen – den är gratis!

Nedan ges några förslag på aktiviteter som kan sättas igång till låg kostnad på vintern.



Utvecklingsmöjligheter för året- runt- destinationen

Utbudet är stort oavsett när på året man väljer att besöka Hassela.

Hassela kan utveckla aktiviteter som fiske, paddla kanot, bada (sjö och hav), spela golf, besöka hälsingegårdar, äta lokal-producerad mat, lära sig om naturen, m.m. att välja bland.

Hassela föreslås därför pröva möjligheten att starta ett destinationsutvecklingsarbete som prioriterar vilka områden som ska utvecklas först.

Som ett exempel kan nämnas Svedjefinngården/hälsingegården Ersk-Mats kan/bör rustas av kommunen för att vara ett öppet besöks/utflyktsmål även vintertid för bl.a. skid- och skoterturer och cykel- och bilburna besökare. Men även platser som Joris och Kölsjön kan utvecklas.

Utvecklingsmöjlighet för – Kockutbildning vid Hassela Ski Resort

En idé som vuxit fram och som bör prövas är att skapa en utbildning för framtida kockar i Sverige. Argumenten är flera. Bl.a. så uppskattas det saknas ca 5000 kockar de närmsta sju åren (Källa: Visita). Dessutom finns en risk om akut kockbrist i området eller i Nordanstigs kommun.

En profilering - vilken typ av utbildning som behövs bör av undersökas vidare. Här finns exempel som specialist på vilt, fisk eller hållbara produkter m.m.

Destinationsorganisation

Utmaningen för Hassela som destination är inte att det saknas möjligheter till aktiviteter utan snarare är risken bristen på entreprenörskraft och kompetens att driva Hassela som en konkurrenskraftig destination.

Det betyder inte att det nödvändigtvis saknas kunskap inom vissa områden som t.ex. värdskap eller kompetens inom paddling eller andra områden. Utmaningen är att få ihop helheten och driva utvecklingen av produkter och aktiviteter samt marknadsföring i samverkan med de organisationer som kan tänkas bli involverade i ett sådant arbete.

Hassela föreslås starta en året-runt-destination med start redan 2018. Arbetet under första året ska ses som ett planeringsarbete.

Verksamheten bör senare ha sin utgångspunkt vid anläggningen i Hassela Ski Resort som också blir en info-point för turismen.

Den organisation som driver utvecklingen av året-runt-destinationen ska söka så breda samarbeten som möjligt. Det innebär att man samarbetar med Hassela Ski Resort vad gäller marknadskampanjer men även för planering av resterande tider på året.

Vidare ska en sådan organisation samverka med "Upplev Nordanstig" och regionala turistorganisationer samt om möjligt med VisitSweden. Eventuellt kan organisationen vara en del av "Upplev Nordanstig"

6 Hur kommunen kan gå vidare

Kommunen föreslås gå vidare med att söka använda Hassela Ski Resort som en arena med året runt aktiviteter och därifrån utveckla Hassela som en året-runt-destination.

För att klara uppgiften behöver Hassela få med sig byborna och det engagemang som dessa kan antas utgöra.

Det har dock funnits och kan eventuellt fortfarande finnas en viss skeptism från bybornas sida mot Hassela Ski Resort. Skeptismen kan bero på flera olika skilda saker men bottnar sannolikt i att man anser att Hassela Ski Resort inte utvecklat skid-anläggningen i den omfattning som förväntats.

En ytterligare orsak är sannolikt bristen på kommunikation. Ledningen från Hassela Ski Resort har själva uppmärksammat och framfört att de till del varit bristfälliga i kommunikationen. Det gäller främst den kommunikation som riktar sig lokalt men även regionalt och nationellt.

Ett exempel på kommunikationsbristen är man inte tillräckligt tydligt kommunicerat de förbättringar i restaurangen m.m. som gjorts inför kommande säsong. Andra saker är t.ex. upprustning av rum, reception m.m. som gjorts under senaste åren.

Kommunen och Hassela Ski Resort är överens om att kommunikationen både från Hassela Ski Resort men även från kommunen behöver bli bättre. Ett samarbete kring detta förespråkas av både Hasselas Ski Resort och kommunen.

Ett större engagemang hos byborna är nödvändigt för att få igång en året-runt-destination. Därför föreslås byborna bjudas in och medverka till en utveckling av Hassela där året-runt-aktiviteter ska känneteckna Hassela som destination i framtiden.

Nytt upplägg för Destinationen Hassela

För att klara alla utmaningar, dels att få bättre omsättningen under vintern för den alpina verksamheten, men även att få igång övrig vinterverksamhet och dels för att kunna utveckla de aktiviteter som krävs för en året-runt-verksamhet, föreslås ett nytt organisatoriskt upplägg. Upplägget har två syften.

- Möjliggöra en investering i liftanläggning och snökanonsystem.
- Säkerställa ett engagemang från byborna i Hassela med omnejd för att medverka till att utveckla trakten.

För att gå vidare föreslås en ny företagsstruktur där hela eller delar av Hasselas operativa verksamhet lyfts ur och ingår i en ny konstellation i ett nytt bolag.

Anledningarna är flera men några av huvudargumenten är att möjliggöra statliga bidrag för utveckling av liftar, snökanonsystem och eventuellt nytt boende.

En ny struktur är också nödvändig för att kommunen ska kunna ingå eller göra de investeringar som anses nödvändiga där kommunen kan medverka. Men det gäller även att utveckla en struktur där ortsborna och entreprenörer från trakten kan medverka för utvecklingen av året-runt-destinationen.

För att lyckas lyfta Hassela som destination krävs inte enbart ett större engagemang från nuvarande ägare till Hassela Ski Resort och kommunens medverkan, utan i högsta grad även på lokalbefolkningens och de lokala entreprenörernas stöd och egna initiativ.

Två utmärkande frågeställningar är viktiga i sammanhanget. För det första, behöver samtliga parter fokusera på möjligheterna av att tillsammans bygga destinationen och inte fastna i tankar om vad som borde ha gjorts fram till idag. För det andra kommer förmågan att samverka med andra besöksmål både i Nordanstig och närliggande kommuner var viktig för framgången.

Idé till tillvägagångssätt

Bybor eller entreprenörer som vill medverka till utvecklingen kan genom t.ex. genom att bilda en ideell eller ekonomisk förening vara aktieägare i det nya bolaget.

Vidare bör strukturen vara utformad så att den inbjuder till externa investerare.

En gemensam styrelse med representanter från samtliga parter bör erbjudas i den nya konstellationen.

I en ny företags struktur ingår skapandet av ett destinationsbolag som driver och marknadsför utvecklingen av destinationen.

Initialt beräknas en investering i storleksordningen ca: 60 mkr för att täcka lift och snökanonsystem.

Vidare behöver anläggningen (hotell, stugor och toppstuga med mera) reinvestera för att öka attraktionsvärdet.

Kommunen förslås medverka till ett strukturellt upplägg som tjänar ovanstående syften och samtidigt medverka så långt det är möjligt till att investeringarna i främst lift- och snökanonsystem går att genomföra.

I utbyte bör kommunen kräva en motprestation genom att nuvarande Hassela Ski Resort medverkar till en långsiktig satsning för att öka attraktionsvärdet främst i hotellanläggningen.

Letter of intent - avsiktsförklaring

Förstudien föreslår att en avsiktsförklaring mellan kommunen och Hassela Ski Resort kring ovanstående frågor utformas i en nära framtid.