

Evenemangsstrategi

Antagen av: Kommunstyrelsen § 100/2017 2017-06-07	Dokumentnamn: Evenemangsstrategi Örnsköldsviks kommun	Ärendebeteckning: Kst/2014:476
Dokumentägare: KLF Tillväxtavdelningen	Dokumentansvarig: Näringslivschef	Publiceras: Örnkom www.ornskoldsvik.se
Ersätter dokument: -	Revideras: Per mandatperiod	Utvärderas: Årligen
Relaterade dokument: Näringslivspolicy och näringslivsstrategi		
Målgrupp: Kommunens nämnder och förvaltningar		

Inledning

Evenemang som har ett stort internationellt eller nationellt medialt intresse och som särskilt synliggör konkurrensfördelar är betydelsefulla för en ords utveckling. Evenemang i närområdet lockar tusentals besökare till Örnköldsvik och Höga Kusten. De bidrar till en stads och en regions identitet och ger arrangörsorten en kulturell och idrottslig attraktionskraft, samt skapar gemenskap för såväl boende som besökare. Ett väl genomfört evenemang utvecklar en stolthet hos både arrangörer och innevånare i kommunen och bidrar också till en positiv utveckling på orten.

Evenemangsbesökare och deltagare väljer ofta flera besöksmål under sin vistelse, exempelvis handelscentrum, upplevelsearenor och andra turistattraktioner, men även naturupplevelser i några av många fina naturområden. Detta stärker givetvis såväl de lokala entreprenörerna som föreningarna och ger turistekonomiska intäkter. En vistelse som varar längre än själva evenemanget, ger ökad omsättning inom kommunikation, handel, hotell samt service- och turistnäringar i stort. En positiv evenemangsupplevelse i Örnköldsvik och Höga Kusten kan innebära såväl återbesök som inflyttning, företagsetableringar och ett starkare föreningsliv.

I Höga Kusten Destinationsutvecklings målformulering sägs att omsättningen ska öka inom upplevelseaktiviteter, affärsturism, konferenser och evenemang. En satsning på ett specifikt evenemang blir en naturlig del i besöksnäringens utveckling. När flera aktörer i samband med evenemanget paketererar erbjudanden, attraherar det fler besökare vilket gynnar den turistiska omsättningen.

Syfte

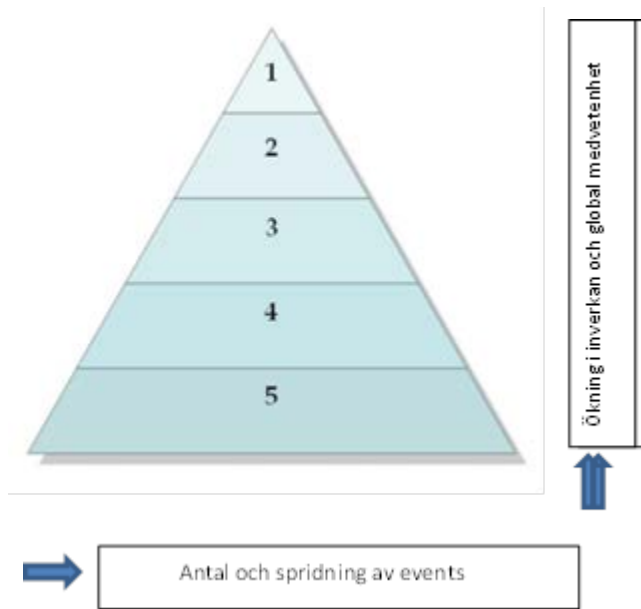
Evenemangsstrategin är Örnköldsviks kommuns verktyg för att enhetligt koordinera och hantera evenemangsfrågor. Syftet är att tillföra såväl kommunens invånare som besökare positiva kultur- idrotts- och friluftsupplevelser samt långsiktigt förstärka Örnköldsviks och Höga Kustens attraktivitet. En kommun att besöka, bo och arbeta i och samtidigt bidra till ortens och regionens tillväxt.

Med en evenemangsstrategi samordnas engagemang och resurser i kommunen för att generera fler möten och evenemang, samt skapa återkommande evenemang med större besökspotential. För att kunna stötta Örnköldsvik i att prioritera och välja möten och evenemang som är de strategiskt rätta, tar strategin upp de verktyg och kriterier som ska användas för att uppnå målen. Strategin är också kopplad till kommunens näringslivspolicy som ska gynna företagsklimatet genom att påverka förutsättningarna för det lokala näringslivets konkurrenskraft och ekonomiska aktiviteter på ett positivt sätt. Strategin tar även hänsyn till kommunens handelspolicy, vars avsikt är att skapa förutsättningar för handeln att växa genom tydliga riktlinjer, bättre infrastruktur och tillgänglighet. Evenemang på internationell och nationell nivå bidrar också till att stärka Örnköldsviks platsvarumärke.

Urvalsverktyg

Evenemang prioriteras som attraherar besökare och deltagare, är framtidsinriktade och bidrar till att utveckla platsen Örnsköldsvik i linje med utvecklingsarbetet Världsklass Örnsköldsvik. Kommunen förbehåller sig rätten att avgöra vilka evenemang som bedöms vara av betydelse för Örnsköldsviks varumärke. För att utnyttja befintliga resurser utifrån uppsatta mål, prioriteras de evenemang som ryms i kategori 2 och 3 i evenemangspyramiden. Som stöd i detta används ett antal urvalsverktyg som beskrivs nedan.

Evenemangspyramiden (Shank)



1) Globala/mega evenemang

Exponeras över hela världen och genererar ett intresse över hela världen. I toppen av pyramiden återfinns de internationellt allra största idrottsevenemangen. Här finns också världsutställningar, olympiska spel och andra stora och unika internationella projekt. Dessa evenemang är viktiga för att visa på stadens och nationens unika möjligheter, stärka stadens, regionens och nationens varumärken, ge staden en kvalitetsstämpel som evenemangsstad internationellt, skapa tillväxt och turistekonomiska inflöden, skapa arbetstillfällen, erbjuda regionens invånare livskvalitet samt stimulera och inspirera ungdomar till att själva aktivt delta i kultur- och idrottsaktiviteter.

2) Internationella/större nationella evenemang och konferenser

Har en hög nivå av intresse från konsumenter i en bred geografisk region. Här återfinns EM och VM inom många idrotter, vissa andra stora idrottsevenemang och de allra största årligen återkommande kultur- och idrottsevenemangen. Här finns även stora kongresser, utställningar, uppsättningar och konserter. Har samma påverkan på en region och arrangörsort som Mega evenemang.

3) Nationella evenemang

Genererar intresse inom ett eller eventuellt två länder, På denna nivå handlar idrotten om landskamper, svenska mästerskapstävlingar samt cuper och turneringar som vuxit sig stora. Inom kultur och nöjen återfinns större festivaler, större gästspel, och utställningar, konserter i arenor i regionen, samt shower och musikaler. Ett stort antal mässor och kongresser återfinns också på denna nivå.

4) Regionala evenemang

Har en smalare geografisk publik. Lag och spelare, sångare, skådespelare och dansare ger upplevelser till boende i regionen och är förebilder som unga utövare ser upp till och som stimulerar dem att själva aktivt delta.

5) Lokala evenemang.

Har en liten geografiskt utbredd publik, med ett högt intresse för evenemanget. Ur bredden växer professionella utövare fram. Det lokala kulturlivet och idrotten utgör med hela sin bredd och rikedom den nödvändiga basen för evenemang.

Kriterier för prioritering av evenemang

Kriterierna bör uppfyllas för att erhålla finansiella och/eller personella resurser. Hur kriterierna uppfylls blir en beräkningsgrund för den kommunala insatsen.

Omfattningen på samarbetet och ett eventuellt ekonomiskt evenemangsstöd från kommunen beror på hur evenemanget uppfyller kriterierna. Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som övervägs, desto hårdare ska vägningen av kriterierna tillämpas. Alla samarbeten styrs genom avtal.

För att prioriteras bör ett evenemang:

1. Bidra till Örnsköldsviks ekonomiska tillväxt

Evenemanget ska attrahera besökare/publik och deltagare för ökad turistekonomisk omsättning i form av övernattningar, restaurangbesök m.m. och där igenom fler arbetstillfällen.

I kalkylen ska följande tas med:

- Antalet gästnätter.
- Internationell eller nationell eller lokal publik.
- Graden av arrangörens egen finansiering och hur planen för externa finansiärer ser ut.
- Hur utvecklingsbart arrangemanget är ur ett långsiktigt och affärsmässigt perspektiv.

2. Bidra till att öka och fördela Örnsköldsviks besöksantal och årsbeläggning över året

3. Bidra till och stärka Örnsköldsviks varumärke

Evenemanget ska vara medialt intressant och ge PR för kommunen, lokalt, nationellt och internationellt. Det ska även stärka Örnsköldsvik som en plats i utveckling samt tydliggöra kommunens roll som en del i regionen Höga Kusten, Umeåregionen och Sverige nationellt.

4. Vara unikt

Platsen och innehållet i evenemanget ska skapa en unik upplevelse i Örnsköldsvik och Höga kusten och även locka producenter/arrangörer att välja Örnsköldsvik eller annan plats i Höga kusten.

5. Verka för Örnsköldsviks långsiktiga hållbarhet

Evenemanget ska bidra till såväl social som miljömässig och ekonomisk hållbarhet.

6. Lämna bestående värden i kommunen och bidra till destinationsutvecklingen.

Evenemanget ska bidra till att Örnsköldsvik utvecklas som besöks-, mötes- och evenemangsstad, där evenemanget ska lämna ett avtryck i form av vidareutveckling av befintliga erbjudanden, produkter och tjänster. Möten och evenemang som utmanat och utvecklat befintliga produkter och tjänster prioriteras, liksom evenemang där arrangören har framtidsplaner med evenemanget som ett flerårsevenemang.

7. Engagera den kommunala organisationen

Arrangören ska i ett tidigt skede engagera och förankra den kommunala organisationen i planering för bästa utfall av evenemanget. Hänsyn tas till om annan kommunal finansiering och stöd redan beviljats.

De upplevelser vi vill utveckla och värva ska:

- Följa ovan angivna kriterier.
- Klara kriterierna ovan där man väger in investeringskostnad mot turistekonomisk intäkt/värde.
- På ett tidigt stadie vara förankrad hos Örnsköldsviks kommun, alternativt Höga Kusten Destinationsutveckling AB med den gemensamma beslutsgruppen för evenemang.
- Förhålla sig till de framtida redan förutsedda investeringar som arenor, infrastrukturella utvecklingar och stadsplanering.

Det turistekonomiska värdet ska mätas genom exempelvis ett webbaserat dialogverktyg, Event Impact Calculator (EIC), som gör att arrangörer kan göra en prognos av ett evenemangs värde ur ett ekonomiskt, socialt och miljömässigt perspektiv.

Kommunens roll och ansvar

Örnsköldsviks kommun ska utveckla och synliggöra det som befäster Örnsköldsvik som evenemangsstad och därigenom även medverka till att stärka regionen. Kommunen ska även visa potentiella producenter och arrangörer de goda möjligheter som finns i Örnsköldsvik för att genomföra och attrahera evenemang som ligger i linje med målen. Det ska vara tydligt att arrangören står för den ekonomiska risken. Kommunens roll kan vara medarrangör eller

bidragsgivare, men med tydliga resultatkrav i form av exempelvis synlighet, antal besök m.m. Kommunen ska inte verka genom garantier för förlusttäckning av evenemang i de prioriterade kategorierna 2 och 3.

Utifrån ovanstående och med hänsyn till kommunens GPS- övergripande styrkort, näringslivspolicy och handelspolicy ska kommunen:

- Agera koordinerat och serviceinriktat genom en tydlig intern organisation. Hålla en välfungerande infrastruktur samt initiera samverkan kring evenemang. I den interna organisationen ska en bredd av kompetens, som tar tillvara kommunens kunskapsområden, finnas representerade.
- Attrahera och utveckla existerande och nya evenemang enligt evenemangspyramiden, kategori 2 och 3, i egen regi och i samarbete med Höga Kusten regionen, Umeåregionen, eller på uppdrag.
- Tillhandahålla tydliga regler och riktlinjer för evenemangens placering och genomförande, med hänsyn till t.ex. miljöpåverkan, sociala aspekter, tillgänglighet, trygghet, säkerhet och ordning.
- Kommunicera evenemangsstrategin samt hålla den levande.
- Genom tydliga avtal och överenskommelser tillgängliggöra mötes- och evenemangsplatser i form av upplåtelse av mark och arenor samt logistiklösningar.
- Ha ett öppet förhållningssätt som kännetecknas av service och enkla beslutsvägar.
- Verka för att översiktsplanering och stadsutvecklingen främjar och möjliggör publika upplevelser.
- I sina planer prioritera de evenemang som kommunen bedömer vara av stor betydelse för Örnsköldsvik, som kräver utökade resurser än avsatta samt där de flesta av kommunens förvaltningar och bolag berörs.

Mål

Övergripande mål

- Medverka till att uppnå turistnäringens uppsatta mål till år 2025 enligt besöksnäringens strategi, genom att öka antalet internationella/nationella evenemang inom bl.a. kultur, idrott, konferenser/kongresser.
- Bidra till näringslivsutveckling och ett starkare föreningsliv genom att stärka utvecklingen inom profilområden som – handel, hotell & restaurang, idrott, musik, upplevelser, transport & kommunikationer, teknik.
- Ta fram en topplista på evenemang och aktivt medverka till att dessa förläggs i Örnsköldsvik alternativt i Höga Kustenregionen.
- Ge utvalda återkommande evenemang i kategori 2 och 3 i evenemangspyramiden möjlighet att växa.
- Ge utvalda regionala evenemang i kategori 4 i evenemangspyramiden möjlighet att växa för att nå kategori 3.

Konkreta mål med mätbara indikatorer

- Värva kultur- och idrottsevenemang och konferenser på nationell eller internationell nivå, enligt kategori 2 och 3 i evenemangspyramiden. Genomföra minst fyra evenemang per år.
- Boendekapaciteten behöver förstärkas, varför ett strategiskt urval av evenemang ska innebära en påverkan på att ett hotell etablerar sig i Örnsköldsvik.
- Strategiskt placerade kommunala skolor ska anpassas för att kunna hyras ut för attraktivt och tryggt enkelt boende i samband med evenemang i kategori 2, 3 och 4.
- Förenkla för arrangörer att boka och få tillgång till kommunala lokaler (ex. idrottsanläggningar, klassrum, skolmatsalar, etc.) och tjänster kopplat till evenemang i kategori 2, 3 och 4.
- Antalet nationella och internationella konferenser ska öka med minst en varje år under perioden till 6 konferenser 2021.

Målen nås genom att samla beslutsmandat, samt personella och finansiella resurser till en part, där en ledningsgrupp bildas med beslutsmandat för att förenkla beslutsvägarna mot satta mål.

Åtgärd/aktivitet	Ansvarig	Klart
<p>Etablera ledningsgrupp Det strategiska ansvaret för styrning och samordning i kommunen i samband med evenemang, förläggs till Kommunledningsförvaltningens tillväxtavdelning, där en ledningsgrupp bildas för detta ändamål.</p> <p>Utöver Kommunledningsförvaltningen kan även representanter från kommunens förvaltningar och bolag ingå i gruppen. Exempelvis de som idag engageras i anslutning till evenemangsfrågor, som Samhällsbyggnadsförvaltningen, MIVA och Ö-vik Energi.</p> <p>Ledningsgruppen ska arbeta med evenemang utifrån den strategiska kommunikationen om Örnsköldsvik samt utveckla former för att förbättra samordningen i kommunen och göra det enklare att genomföra evenemang</p>	Tillväxtavdelningen	
<p>Pröva prioriterade evenemang mot fastställda kriterier.</p> <p>Alla evenemang där kommunen deltar, i egenskap av arrangör eller finansiär, ska prövas mot fastställda kriterier och kärnvärden för att säkerställa kopplingen till vision och övergripande mål</p>	Tillväxtavdelningen	

<p>Utarbeta en långsiktig aktivitetsplan.</p> <p>Arbetet med att attrahera evenemang är en långsiktig process, där grunden läggs redan idag för många av de evenemang som blir verklighet om exempelvis fem år. Ett långsiktigt perspektiv innebär att man i god tid analyserar ett evenemangs utvecklingspotential och kringeffekter som uppnås.</p> <p>För att identifiera prioriterade evenemang för Örnsköldsvik och i vilken omfattning kommunen ska stödja dessa, ska ett systematiskt arbete inledas. Prioriteringen bör utgå från kriterierna beskrivna på sid 6. Exempel på strategiska evenemang med utvecklingspotential är verksamheter inom vinteridrotter, ungdomsidrott, äventyrsidrott, musik- och konsertverksamhet, friluft- och vattensporter.</p>	Tillväxtavdelningen	
<p>Genomföra en fördjupad benchmark</p> <p>För att kunna göra rätt prioriteringar krävs kunskap om hur konkurrerande orter/regioner arbetar. En fördjupad benchmark bör därför ske på lämpliga jämförbara platser.</p>	Tillväxtavdelningen	
<p>Förstärka samarbetet med näringsliv och evenemangsindustrin</p> <p>Samarbetet med kommunens/regionens företag har utvecklats, men för att nå önskad effekt att stärka Örnsköldsviks varumärke, krävs uthållighet och att samarbetspartners och övriga aktörer bidrar till marknadsföring av Örnsköldsvik, till exempel genom att använda ortens/regionens varumärke i sin kommunikation.</p>	Tillväxtavdelningen	
<p>Involvera boende i Örnsköldsvik och Höga Kusten</p> <p>En betydelsefull framgångsfaktor är att våra egna innevånare upplever det som angeläget och positivt att Örnsköldsvik är en attraktiv evenemangsstad. Det är därför viktigt att tydligt visa vilken betydelse evenemangsindustrin har för ekonomin och sysselsättningen samt vad det betyder för platsens utveckling. För att Örnsköldsvik ska lyckas med att</p>	Tillväxtavdelningen	

värva internationella evenemang krävs att man har lokalbefolkningen med sig.		
<p>Aktivt medverka till att ett högprestigeevenemang förläggs till Örnsköldsvik</p> <p>Som ett startskott för en utökad satsning på evenemang bör Örnsköldsvik aktivt medverka till att ett internationellt högprestigeevenemang förläggs till Örnsköldsvik. Arbetet med att värva mega event som ESC och Tall Ships Race, internationella mästerskap som EM och VM ska fortsätta. Även internationella eller nationella kulturevenemang och konferenser/kongresser som kräver längre framförhållning vad gäller ansökan, investeringar, planering och infrastruktur.</p>	Tillväxtavdelningen	

Uppföljning och utvärdering

Ledningsgruppen som är ansvarig för evenemangsutveckling och koordination ska genomföra uppföljning varje år enligt den årliga verksamhetsplanen. Uppföljning och utvärdering av specifika evenemang ska ske kort tid efter evenemangets slut.

Årlig budget samt verksamhetsplan ska upprättas och revideras varje år.

Evenemang och projekt ska ha mål som är mätbara och kan utvärderas. Målen ska ha både kvantitativa och kvalitativa dimensioner.