

Indstillingsskema til vækstforum

Bilag 32b

	Ansøgt beløb	Indstillet beløb
Ansøger om Mål 2 midler – Socialfonden	0 kr.	0 kr.
Ansøger om Mål 2 midler - Regionalfonden	16.065.923,50 kr.	0 kr.
Ansøger om Regionale Udviklingsmidler	8.032.962,00 kr.	0 kr.

J.nr.:	10/13343
Projekt navn:	Destinationsudvikling
Ansøger:	Syddansk Turisme
Adresse:	Teglgårdsparken 101, 5500 Middelfart
Kontaktperson:	Hans Jørgen Simonsen
Kontaktpersons e-mail adresse	hjs@syddanskturisme.dk
Kommune:	Middelfart
Juridisk status og CVR nr.:	Erhvervsdrivende fond 31514835

Partner i projektet og partners relation og rolle:	<p>Syddansk Turisme CVR: 31514835 Syddansk turisme er leadpartner og projektleder på projektet.</p> <p>Kommunerne i Syddanmark er partnerne i projektet. Kommunerne skal sikre sammenhæng til øvrige kommunal planlægning og implementering af Masterplanen og implementeringsplanerne.</p> <p>Status for indhentning af partnererklæringer: Processen med at indhente partnererklæringer hos kommunerne er igangsat, men endnu ikke afsluttet.</p> <p>Der ligger på nuværende tidspunkt partnerskabserklæringer fra:</p> <p>Langeland Kommune CVR: 29188955 Fredericia Kommune CVR: 69116418 Vejle Kommune CVR: 29189900 Nordfyns Kommune CVR: 29188947 Sønderborg Erhvervs- og Turistcenter CVR: 32816940 Udvikling Odense CVR: 35209115 Assens Kommune CVR: 29189692 Svendborg Kommune CVR: 29189730</p> <p>Der er ikke indkommet partnererklæringer fra de resterende kommuner. Pt. ligger partnererklæringerne til beslutning i kommunerne.</p> <p><i>Andre partnere</i> HORESTA CVR: 17 01 48 11</p>
Øvrige netværksdeltagere:	Erhvervet skal være rådgivende i projektets udvikling for at sikre, at erhvervets behov tilgodeses. Der nedsættes et regionalt advisory board samt fire advisory board på destinationsniveau.

	Advisory Boardet skal sikre det lokale engagement og involvering, og repræsenterer: Syddansk Turisme, Region Syddanmark, Syddansk Vækstforum, turistorganisationer, kommunernes tekniske forvaltninger, turisterhvervets brancheorganisationer; attraktioner, hoteller, campingpladser, vandrerhjem, feriehusudlejning og transportbranchen m.m. Her skal erhvervets stærke kompetencer rådgive i forhold til udviklingsarbejdet på destinationerne.	
Projektstart / Projektslutning:	1.1.2011	31.12.2013
Vækstforums forretningsområde eller særlig indsatsområde	Oplevelseserhverv	
Strukturfonds indsatsområde:	Regionalfonden: Prioritet: 1.1 Innovation, videndeling og videnopbygning 1.1.1 Regional innovationskapital	
Relation til den regionale partnerskabsaftale, tema:	Tema IV. Branding og markedsføring af Danmark	
Indsatsområde i forhold til partnerskabsaftale:	Indsats nr.16. Styrket udvikling og international markedsføring af Danmark som turistmål	

<p>Vækstforumsekretariatets kommentar:</p> <p><u>Forholdet til Vækstforums målsætninger</u> Projektet falder inden for Vækstforums forretningsområde oplevelseserhverv, da det har fokus på at skabe højere værditilvækst og flere arbejdspladser i turismeerhvervet.</p> <p>Projektet har på lang sigt fokus på eksport, da turismeudviklingen styrker regionens konkurrencefordel.</p> <p><u>Forholdet til de tværgående kriterier</u> Projektet har et begrænset offentligt/privat samarbejde. Erhvervslivets rolle er udelukkende rådgivende.</p> <p>Planprocessen, der skal udvikle destinationerne er ny i Danmark. Processen benyttes internationalt.</p> <p>Projektet yder ikke en særlig indsats i forhold til yderområderne, men er med til at styrke turismeudviklingen i områderne.</p> <p>Projektet styrker på lang sigt den økonomiske og sociale bæredygtighed gennem øget vækst og flere lokale arbejdspladser.</p> <p>Projektet har en mindre miljømæssig påvirkning gennem den øgede trafik fra turister.</p> <p>Projektet er en samlet fælles regional satsning som skal sikre turismeudviklingen de næste 20 år. Projektet er tiltænkt samordning og koordinering af turismeplanlægningen med anden regional og kommunal planlægning, men har ikke opbakning fra alle 22 kommuner. Der er på nuværende tidspunkt indkommet partnererklæringer fra 8 kommuner.</p> <p><u>Projektets effekt</u> Projektet belyser ikke tilstrækkeligt, hvorledes det vil opnå effekterne, eftersom aktiviteter i år 3 ikke er klart beskrevet.</p> <p>Sekretariatet har været i dialog med Syddansk Turisme og påpeget punkterne om den manglende belysning af aktiviteterne samt de manglende partnererklæringer fra kommunerne.</p> <p><u>Konklusion</u> Projektet lever op til Vækstforums målsætninger, og delvist til Vækstforums tværgående kriterier.</p>

Størstedelen af de beskrevne aktiviteter vurderes at være planlægnings- og undersøgelsesaktiviteter. Projektets udviklingsaktiviteter er derimod ikke tilstrækkeligt beskrevet, og det er dermed ikke sandsynliggjort, hvordan projektet vil opnå de anførte effekter.

Projektet har ikke tilstrækkelig deltagelse af kommunale partnere. Dette medvirker til, at der ikke er et bredt ejerskab og fælles forankring af projektet hos kommunerne.

Det indstilles:

- At ansøgningen indstilles til afslag, herunder
 - at Vækstforum indstiller til Erhvervs- og Byggestyrelsen, at projektet modtager afslag fra Den Europæiske Regionalfond og at projektet ikke indstilles til støtte fra de regionale erhvervsudviklingsmidler,
 - at afslaget begrundes med, at størstedelen af de beskrevne aktiviteter vurderes at være planlægnings- og undersøgelsesaktiviteter. Projektets udviklingsaktiviteter er derimod ikke tilstrækkeligt beskrevet, og det er dermed ikke sandsynliggjort, hvordan projektet vil opnå de anførte effekter.
 - at afslaget er desuden begrundet i projektets utilstrækkelige deltagelse af kommunale partnere.

Her vurderes ansøgningens placering i A, B og C-kategorien. (A: tilsagn, B: til drøftelse, C: afslag)

Kategori

C

Ansøgers korte resumé af projektet:

Projekt destinationsudvikling i Syddanmark lægger op til en treårig proces med fokus på fire destinationer i Syddanmark, som tilsammen omfatter hele regionen. De fire destinationer er Fyn-Langeland-Ærø, Sydvestjylland, Sønderjylland og Trekantområdet. Hver destination er et partnerskab mellem destinationens kommuner og Syddansk Turisme.

Organisatorisk vil der være et advisory board i hver destination, der repræsenterer destinationens interesser samt et advisory board for regionen som helhed.

Projektet destinationsudvikling omfatter en masterplan med tilhørende implementeringsfase. Masterplanen skal være det bærende værktøj og beslutningsgrundlag for fremtidige udviklingstiltag i hver destination. Den er en helhedsorienteret plan for udvikling af hver destination, som bygger på analyser af barrierer og styrker. Målet er at udvikle bæredygtige destinationer, der kan tiltrække fremtidens turister og tilfredsstille deres behov. Masterplanen består af fem faser, som gennemføres i løbet af projektets første år:

Fase 1: Undersøgelser og analyser af turismens ressourcer og nuværende situation i de fire udvalgte destinationer.

Fase 2: Analyser af markeder og produkter, herunder evaluering af markedet/målgrupper, benchmarking med andre destinationer i EU og en SWOT analyse.

Fase 3: Udviklingskoncept, hvor vision, mission og strategiske formål belyses.

Fase 4: Udviklingsstrategi/strukturplan, hvor tiltag med stor betydning for udvikling af turismen, beskrives.

Fase 5: Aktivitetsplan og budget, hvori aktiviteterne under hver af de syv kategorier prioriteres.

I projektets andet og tredje år vil udvalgte aktiviteter blive implementeret via destinationsudviklingsprojektet. Herudover vil mulighederne for forankring og gennemførelse af øvrige tiltag blive undersøgt og så vidt muligt søgt iværksat. Det kan f.eks. være tiltag, der kræver massive investeringer.

Den færdige masterplan indeholder forslag til tiltag, der forbedrer hver destinations muligheder for at skabe værditilvækst, tiltrække og fastholde forskellige målgrupper samt på sigt øge gæsternes døgnforbrug og antallet af overnatninger i hver destination. Masterplanen består af syv indsatsområder, der skal give inspirati-

on til turismens aktører, kommunerne, brancheorganisationer m.fl. til at investere i nye, innovative tiltag. Masterplanen skal tillige være inspiration til tværgående samarbejder indenfor forskellige brancher i turist- erhvervet og mellem offentlige og private partnere. Målet er, at hver destination opleves som en helstøbt destination med mange facetter og stor sammenhængskraft.

De syv indsatsfelter er:

1. Innovation og produktudvikling,
2. Destinationsudviklende aktiviteter,
3. Organisering og rammevilkår,
4. Investeringer og finansiering,
5. Menneskelige ressourcer,
6. Service og informationsteknologi,
7. Entreprenørskab.

De syv indsatsfelter er udvalgt på baggrund af internationale erfaringer med udarbejdelse af masterplaner, som har været almindelig praksis på såvel europæiske som oversøiske destinationer i gennem flere år, men som endnu ikke er gennemført i Danmark.

Projektets formål:

Destinationsudvikling i Syddanmark har til formål at styrke turismen som erhvervssektor i Syddanmark via en målrettet strategisk indsats, hvor de fire destinationers turismæssige styrker understøttes (se bilag A, afsnit V) på såvel politisk, som erhvervsmæssigt niveau. Når processen er gennemført, har hver destination igangsat processer og fået guidelines til udviklingsaktiviteter, som kan gennemføres på kort og langt sigt. Gennem en integreret masterplanproces opnås en systematisk udvikling af turismen i Syddanmark og for de fire destinationer i særdeleshed. Masterplanprocessen skal vende det sidste årtis negative udvikling og tilføre øget volumen og værdi til turismen. Projektindsatsen skal medvirke til at:

- Turismeerhvervet kan indfri regionens vækstsmål.
- Turismeudviklingen sker i overensstemmelse med regionens politikker.
- Turismens sammenhængskraft til andre økonomiske sektorer styrkes.

Masterplanen er et værktøj til en mere fokuseret turismeudviklingsindsats, og dermed indeholder masterplanlægning også en proces, hvor regionens offentlige og private aktører arbejder tæt sammen om at skabe vækst og udvikling. Første skridt i masterplanlægningen er detaljerede analyser, baseret på et velfunderet datagrundlag og identificerer de enkelte destinationers muligheder og udfordringer.

På den baggrund formuleres de strategiske rammebetingelser og målsætninger for den fremtidige udvikling af turismen med fokus på at:

- Styrke kendskabet til Syddanmark som feriedestination bl.a. gennem øget offentligt-privat samarbejde.
- Forøge innovation i produktudvikling bl.a. gennem samarbejder på tværs af brancher og mellem virksomheder med direkte og indirekte tilknytning til turismen.
- Højne investeringsniveauet generelt i turisme- og oplevelsesøkonomien, bl.a. gennem en overordnet indsats, der involverer flere brancher og har et internationalt perspektiv.

Masterplanen indeholder syv områder, der hver især bidrager til at danne bedre destinationer. Målsætningerne for de syv indsatsfelter er:

1. Innovation og produktudvikling

- Fremme mulighederne for en generelt højere vækstgenerering hos virksomheder med direkte og indirekte interesse i turisme- og oplevelsesøkonomien. Projektet vil igennem innovation og produktudvikling arbejde målrettet mod en overordnet styrkelse af de kommercielle muligheder for hele turismeerhvervet.

2. Destinationsudviklende aktiviteter

- Destinationerne skal tiltrække flere relevante købestærke målgrupper, som kan sikre en bæredygtig volumen og et højere døgnforbrug. For at det kan lade sig gøre, er der behov for flere stærke destinationer, som kan indfri de købestærke segmenters behov og forventninger.

- Højere kendskabsgrad til de fire destinationer. Projektet sætter derfor fokus på udvikling af nye metoder til at understøtte destinationernes natur- og kulturværdier igennem brug af nye medier, muligheder og innovative løsninger.

3. Organisering og rammevilkår

- En større koordination og sammenhængskraft mellem turismeerhvervet og den offentlige forvaltning, brancheorganisationer og andre erhverv.
- At turismen fremadrettet tilgodeses i den regionale og kommunale planlægning.

4. Investeringer og finansiering

- At fremme investeringer i turismen i regionen og de enkelte destinationer, så vækstpotentialt i hele regionen udnyttes.
- Forbedre tilgængeligheden til hver destination og mulighederne for investeringer i bedre infrastruktur ud fra et turistmæssigt synspunkt.

5. Menneskelige ressourcer

- Målet er at fremme turismen som en attraktiv branche at arbejde i.
- Afklaring af erhvervets fremtidige behov for ufaglært arbejdskraft og medarbejdere med videregående uddannelser, og hvordan dette tilgodeses på kort og langt sigt.
- Samarbejdet skal øges mellem de forskellige delbrancher, så relevante kompetencer udnyttes bedre i hele turismens værdikæde og hos branchernes aktører.

6. Service og informationsteknologi

- Opretholde kvalitet og kontinuitet i serviceydelse.
- Fremme den gode service via personlig betjening og nye, teknologiske løsninger.
- Afklaring af turistorganisationernes kompetencekrav- og behovet koblet med teknologiske muligheder.

7. Entreprenørskab

- Øget fokus på nye iværksættere og tiltrækning af virksomheder til destinationen.
- Forbedring af mulighederne for nye samarbejder mellem forskellige brancher, eksempelvis mellem friluftorganisationer, kunsthåndværkere, camping, feriehus- og hotelbranchen.

Projektets målgruppe:

Syddansk Turisme og kommunerne, og gennem påvirkning af rammerne for udvikling af turismen, turismeaktører, turismeerhvervet på de enkelte destinationer samt såvel nationale som internationale turister.

Projektets forventede effekter:

Størstedelen af de beskrevne aktiviteter vurderes at være planlægnings- og undersøgelsesaktiviteter. Projektets udviklingsaktiviteter er derimod ikke tilstrækkeligt beskrevet, og det er dermed ikke sandsynliggjort, hvordan projektet vil opnå de anførte effekter.

Den gennemsnitlige effektscore er 1,9

Ansøgers angivne effekter i forhold til Vækstforums effektmodel:

Vækst i antallet af ferieovernatninger og forretningsovernatninger [5.3.1] og [5.3.3]

- I projektperioden forventes overnatningstallet i den syddanske region at stige med 2% pr. år fra ca. 13,5 millioner i 2009 til ca. 14 millioner i 2012.
- Efter projektperiodens udløb forventes overnatningstallet at stige i samme takt. Dvs. at overnatningstallet forventes at runde 15 millioner i 2015.
- På grund af finanskrisen, der senest er estimeret til at fortsætte endnu 10 år, forventes den langsigtede udvikling i overnatningstallet at følge dette niveau, så tallet i 2018 er 16 millioner

Vækst i turisters døgnforbrug [5.3.5], [5.3.6], [5.3.4]

- a) I projektperioden frem til 2013 forventes turisternes gennemsnitlige døgnforbrug at stige med 1% årligt,. Dermed vil døgnforbruget stige fra det nuværende 532 kr. til ca. 553 kr. ved udgangen af 2013,
 b) Efter projektperiodens udløb forventes døgnforbruget at stige med 2% årligt til 587 kr. ved udgangen af 2016.
 c) I 2018 forventes døgnforbruget at være stedet til ca. kr. 630, svarende til en årlig stigning på 3,5% p.a. efter 2016.

Stigning i antal ansatte indenfor oplevelseserhvervene [5.4.1]

- a) I projektperioden frem til 2013 forventes turismeerhvervets direkte og afledte beskæftigelse at stige med ca. 1% årligt til ca. 25.600 heltidsbeskæftigede.
 b) Efter projektperiodens udløb forventes den samlede beskæftigelse som følge af turismen i regionen at stige yderligere med 2% årligt til ca. 27.200 ved udgangen af 2016.
 c) Efter projektets udløb og implementering af væsentlige tiltag defineret i masterplanen forventes vækstraten at følge den internationale, som er 3,5% p.a. Dvs. ca. 28.000 personer beskæftiges i turismeerhvervet i 2018.

Ansøgers angivne effekter i strukturfondsansøgningen:

5 samarbejder internt i virk./inst./org. forventes projektet at generere.

44 samarbejder mellem virk./inst./org. forventes projektet at generere.

44 virk./inst./org. forventes at udvikle/implementere nye produkter og/eller processer.

Ansøgt finansiering:	Ansøgt:	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter:	32.131.847,50 kr.	100 %	
Ansøgte Mål 2-Midler:	16.065.923,50 kr.	50 %	
Kontante regionale tilskud:	8.032.962,00 kr.	25 %	
Egenfinansiering:	4.630.509,00 kr.	14 %	Kommunalt betalte arbejdstimer
Finansiering via deltagerunderhold:	kr.	%	
Statslige indirekte tilskud:	kr.	%	
Indtægter fra projektet:	kr.	%	
Kontante kommunale tilskud:	3.402.453,00 kr.	11 %	
Kontante private tilskud:	kr.	%	
Kontante tilskud fra offentligt lignende:	kr.	%	

Indstillet finansiering:	Indstillet:	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter:	0 kr.	%	
Ansøgte Mål 2-Midler:	0 kr.	%	
Kontante regionale tilskud:	0 kr.	%	
Egenfinansiering:	kr.	%	
Finansiering via deltagerunderhold:	kr.	%	
Statslige indirekte tilskud:	kr.	%	

Indtægter fra projektet:	kr.	%	
Kontante kommunale tilskud:	kr.	%	
Kontante private tilskud:	kr.	%	
Kontante tilskud fra offentligt lignende:	kr.	%	

Kommentarer til budgettet:

Det kommunale bidrag til projektets finansiering består dels af arbejdstimer og dels af kontante bidrag. Summen af disse bidrag kan ikke ændres men fordelingen på ”arbejdstimer” og ”kontante bidrag” kan tilpasses de enkelte kommuners muligheder og ønsker i samråd med Syddansk Turisme.

Kommunernes bidrag til projektet skal i alt udgøre mindst 25 % af de støtteberettigede udgifter.

Statsstøttevurdering:

Projektets partnere:

Projektet har forventelig deltagelse af samtlige kommuner og har Syddansk Turisme som ansøger. Der er således tale om offentlige myndigheder. Partnererklæringer foreligger p.t. fra Langeland Kommune, Fredericia Kommune, Vejle Kommune og Nordfyns Kommune, og ansøger har mundtligt oplyst, at der ikke vil være deltagelse af private virksomheder. Yderligere foreligger en partnerskabserklæring fra HORESTA.

Projektets aktiviteter – bemærkninger i relation til statsstøttevurderingen:

Der skal laves en masterplan bestående af fem faser, disse er nærmere beskrevet i ansøgningen. Masterplanen består af syv indsatsområder, der er udvalgt på baggrund af internationale erfaringer.

Målet er bl.a. at hæve det lave døgnforbrug pr. turist, at øge antallet af overnatninger, at vende den negative udvikling og lave kapacitetsudnyttelse og at skabe øget helårsbeskæftigelse i turisterhvervet.

Masterplanen skal se på kundegrundlag, styrkepositioner, muligheder og ressourcer, herunder:

1. Innovation og produktudvikling
2. Destinationsudviklende aktiviteter
3. Organisering og rammevilkår
4. Investering og finansiering
5. Menneskelige ressourcer
6. Service og informationsteknologi
7. Entreprenørskab.

Masterplanen skal skabe struktur og overblik over barrierer for vækst, og den identificerer hvilke tiltag, der bør iværksættes og prioriteres i destinationerne. Et værktøj til at igangsætte strategiske initiativer.

Projektets aktiviteter er til generel gavn i destinationerne, kommunerne, hos aktørerne i det eksisterende turisterhverv og motiverende overfor nye investorer, fra ind- og udland. Projektet skal alene skabe rammer for erhvervsudvikling inden for oplevelsesøkonomien.

Konklusion:

Der er udelukkende deltagelse af offentlige myndigheder i partnerkredsen, der er tale om offentlige midler, men projektet indrømmer ingen fordele for private virksomheder, ej heller er der tale om selektivitet, ej heller at der fordrejes eller trues med at fordreje konkurrencevilkårene, og der er ingen påvirkning af sammenhængen mellem medlemsstaterne.

Som følge af den måde, hvorpå projektet er opstillet og sammenfattet, herunder det forhold, at projektet alene skal skabe rammer for erhvervsudvikling i oplevelsesøkonomien, vurderes det, at projektet ikke indehol-

der statsstøtte. På den baggrund er det ikke nødvendigt at forholde projektet til den generelle gruppefritagelsesforordning og de minimis.

Det bemærkes, at ovennævnte statsstøttevurdering naturligvis forudsætter, at vilkårene og rammerne for projektet overholdes. Det er vigtigt, at der ikke med projektet skabes en konkurrencemæssig eller markeds- mæssig fordel for enkeltvirksomheder eller tilsvarende, idet dette indebærer statsstøtte, og at denne fordel i givet fald må vurderes i relation til de minimis. En støtteprocent på samlet 75% kan ej heller forventes op- retholdt i den givne situation. Dog skal præciseres, at således som projektet foreligger, er der p.t. intet der tyder på, at nævnte bemærkning aktualiseres.

Udviklingsområde procent:

Projektet er til generel nytte, og effekterne forventes derfor også at nå regionens yder- områder.

14 %