



Nyhetsbrev från Svensk Turism AB

Februari 2016

Vad händer på Svensk Turism AB?

Svensk Turisms uppgifter är att förvalta näringens del av ägarskapet i kommunikationsbolaget VisitSweden, vara huvudman för "Nationell strategi för svensk besöksnäring" och att utgöra ett forum för den svenska besöksnäringens strategiska utveckling.



I mars förra året samlades ca 500 deltagare till premiären av Svensk Besöksnäringkongress i Göteborg. Den **17 mars** är det dags igen!

Till grund för kongressen ligger den nationella strategin. Målet är att samla näringen för att inspirera samt skapa action och samsyn kring hur vi kan kraftsamla och öka tempot för att nå visionen i den nationella strategin så tidigt som möjligt. Ämnen som kommer att belysas är bl.a. UNWTO:s hållbarhetsarbete, FN:s syn på besöksnäringen som en del av lösningen på dagens samhällsutmaningar, effekterna av digitalisering och sharing economy, resultaten av halvtidsanalysen av den nationella strategin samt hur olika typer av reseanledningar kan och behöver utvecklas.

Program och anmälningsinformation finns på www.besoksnaringskongress.se

Halvtidsanalys "Nationell strategi för svensk besöksnäring"



Nu är halvtidsanalysen av den nationella strategin klar. Fem år har gått sedan strategin lanserades och Svensk Turism har

under hösten gjort en avstämning av arbetet hittills: Hur ligger näringen till i förhållande till de kvantitativa mål som sattes, vilka insatser har gjorts under den senaste femårsperioden i syfte att fortsätta skapa positiv tillväxt inom svensk besöksnäring, vilka insatser behöver vi fokusera på de kommande fem åren och vem kan påverka och ta ansvar för de olika insatserna?

[Halvtidsanalys "Nationell strategi för svensk besöksnäring"](#)

Framtidens besöksnäring - förutsättningar för ny strategisk position

Som ett nästa steg i det strategiska arbetet kommer Svensk Turism under 2016 låta genomföra en studie om besöksnäringens villkor och förutsättningar med avseende på de stora förändringar som skett under senare år



och som väntas ske framöver inom näringsliv och samhälle. De globala trenderna och pågående stora strukturförändringarna i Sverige behöver synliggöras och fortsätta hanteras i den strategiska planeringen av den svenska besöksnäringen. Studien är tänkt att utgöra en grund för kommande strategiarbete för svensk besöksnäring. Projektet finansieras av Tillväxtverket.

Turismen till Sverige ökar mer än i övriga Europa

Enligt FN:s världsturismorganisation ökade turismen i världen med 4,4 procent och med 5 procent i Europa under 2015. I Sverige ökade antalet utländska övernattningar med 10,5 procent och antalet långväga besökare från länder utanför Europa med drygt 20 procent under 2015. Nästan samtliga regioner fick fler besökare, flest kom till Stockholm och Västra Götaland. Totalt ökade antalet övernattningar i Sverige med 7,1 procent under 2015.

Under de senaste sex åren har de långväga besökarna ökat sin andel av de utländska övernattningarna i Sverige från drygt tio till drygt 20 procent, vilket betyder att var femte utländsk övernattning i Sverige var från ett utomeuropeiskt land under 2015.

[Turismåret 2015](#)

Trender som driver handelns utveckling

Handeln genomgår en strukturuomvandling driven av nya konsumentvanor, digitalisering och internationalisering. Detta öppnar upp för nya möjligheter men sätter också press på

handelsföretagen, inte minst genom större global konkurrens. Svensk Handel presenterade nyligen tio av de trender som driver utvecklingen, och som kommer att ha betydelse för handelns framtida kompetensbehov.

[Handelns trender och kompetensbehov](#)

SCR Svensk Camping laddar inför säsongen

Årgång 33 av campingkatalogen Svensk Camping landar inom kort i brevlådan hos 200 000 hushåll i Sverige och Norge och delas även ut på campingplatser, turistbyråer, mässor och hos återförsäljare av husvagnar och husbilar. Katalogen finns på svenska, engelska och tyska och innehåller information om campingplatser och spännande destinationer i hela Sverige. I utskicket ingår även Gone Camping Magasin som lockar till camping genom inspirerande reportage. Magasinet är nära knutet till reseprogram Gone Camping, som nu är inne på sin fjärde säsong och som finns på Camping.se, Youtube och även visas på TV8. Årets säsong har premiär i april.

[Svensk Camping 2016 & Gone Camping Magasin](#)

Följ oss på hemsidan och twitter

Glöm inte att hålla dig uppdaterade om vad som händer på Svensk Turism och inom svensk besöksnäring på svenskturism.se Där hittar du även tidigare nyhetsbrev. Du kan också följa oss på twitter genom @besoksnaring <https://twitter.com/besoksnaring>



Kalendarium

- Besöksnäringens Sverigeturné, februari - april, [orter och datum](#).
- Svensk Besöksnäringkongress 17 mars.
- Svensk Turisms bolagsstämma 26 april.

Svensk Turism AB

Sveavägen 25

Box 3546

103 69 Stockholm

Tel: 08-762 74 00

info@svenskturism.se