

Statusrapport

2020-10-19

En kortfattad nulägesbeskrivning av projektets genomförda och kommande aktiviteter.

Vad som gjorts

Arbetsgrupp	Ett möte genomfördes i mitten av september och ett i början av oktober.
Arenahuset	<p>Den 14 oktober genomfördes workshop nr. 2 med styrgrupp och medfinansierare. Arbetet leddes av Stina Haglund, Your Will AB och Jan Bidner, Bidnerdonethat AB som även är projektets digitala innovationsaktör.</p> <p>Projektet ska skapa en upplevelsearena. Då nuvarande plan inte längre är genomförbar behöver nya alternativ tas fram. Mötets fokus var därför att generera 2-3 konceptförslag för VAD dragplåstret kan vara.</p> <p>Under kvällen röstades 9 koncept fram som de mest intressanta förslagen. Bland dessa röstades 3 med högst sannolikhet att bli en stor publikdragare fram; Betasjön, Granen och Betaarken. Dessa 3 koncept kommer styrgruppen att arbeta vidare med, med fokus på vad som är genomförbart inom befintliga ramar.</p>
Styrgrupp	<p>Innan mötet om Arenahuset hölls ett styrgruppsmöte. Huvudfokus var Projektlogiken samt styrgruppens roll och ansvar. Annika Fälldin, en av våra två externa utvärderare höll i rodret för dessa frågor.</p> <p>”Projektlogik är ett sätt att beskriva projektets förutsättningar, genomförande och förväntade resultat. Den kan användas både för att planera och för att följa upp projekt.”</p> <p>”Logiken ska beskriva hur saker och ting antas hänga ihop och illustrera en gemensam syn på projektet och dess syften. Men också hur ni kopplar ihop aktiviteter med incitamenten/bakgrunden för projektet, förväntade resultat, utfall på kort sikt och effekter på lång sikt. Alltså en tydlig koppling mellan programmets mål – <i>Europeiska regionala utvecklingsfonden och Regional utvecklingsstrategi</i>, projektets syfte och mål, projektets aktiviteter och de resultat- och aktivitetsindikatorer som angetts.”</p> <p>Under perioden har en intern kommunikationsplan och aktivitetsplan arbetats fram.</p> <p>Då Tove Lager och Elaine Callicot måste lämna styrgruppsarbetet tackar vi dem för gott arbete! Arbetet med att hitta ersättare påbörjas.</p>
Projektaktiviteter	<p><u>Digital Innovation:</u></p> <p>Mellan 5-8 oktober genomfördes designsprint nummer två. En designsprint är en 4-dagarsprocess för att snabbt lösa stora</p>

utmaningar, skapa nya produkter, eller förbättra befintliga. Den kortar ner, potentiellt, månader av arbete till några dagar.

Deltog gjorde Marcus Strömsten HK Dest, Micke Englund HK Turism, Elaine Callicoat Din Egen Resa, Jennifer Nylén Junsele B & B, Karin Strand projektledare samt Jan Bidner och Emma Fernerud Binderdonethat och Johan Holmlund Floe.

Under dagarna tog vi fram underlag för, prototypade och testade en app "Komboost" vars långsiktiga mål är "att inom 2 år ha genererat 5 nya upplevelser/tjänster i Junsele och Västra medan appen har blivit en snackis". Resultatet är att vi kunde identifiera både mönster och olikheter och att konceptet behöver vidareutvecklas och valideras innan det med säkerhet går att avgöra om det kommer att fungera.

På kvällen den 5 oktober genomfördes ett publikt möte på Corner House där vi berättade vad vi hittills arbetat med och vad en designsprint är. Sex entreprenörer deltog på träffen som avslutades med en gemensam middag.

Vad som är på gång

Leder

Åsa Hedman levererar slutrapporten i slutet av oktober. Planering av genomförande och uppstart av arbetet med leder fortgår.

Koncept Höga Kusten Inland

Arbetsgruppen bestående av Rasmus Johansson Junsele, Ann-Sofi Känngård Näsåker, Maaïke Smit Resele, Mattias Nordin Ramsele och Lena Strandqvist Edsele arbetar med tre parallella spår:

- Lokal förankring
- Samverkan i praktiken
- Strategiskt arbete

Arbetsgruppen pausar arbetet med en långsiktig kommunikationsstrategi för Höga Kusten Inland då arbetet med ett eventuellt undervarumärke till Höga Kusten lyfts till HK Dest och Näringslivsenheten. Gruppen arbetar dock vidare med en gemensam kommunikationsstrategi för området.

Konkret samverkan sker genom samarbete kring **Eldveckan**. De entreprenörer och föreningar som ville delta erbjuds gemensam marknadsföring i Sollefteåbladet, tidningen Ångermanland, på högakusten.com och högakusteninland.com. Ett pressmeddelande om samarbetet kommer också att skickas ut från Sollefteå kommun.

Idéutveckling

Arbetet med planering för ett upplägg av aktiviteten pågår och vi söker fler som vill delta.

Har du eller känner du någon som har en idé till produkt eller tjänst som riktar sig till turister och inte vet hur du/de ska gå vidare? Kontakta då projektkontoret, karin.strand@solleftea.se eller 070-712 75 14.