

Lysande Lofsdalen 2019



Lysande Lofsdalen 2019	1
Lofsdalen - visionsarbete	3
Karta över Lofsdalen	4
Bakgrund Destination Lofsdalen	5
Varumärket Lofsdalen	6
Logotyp som även finns på majoriteten av alla vägs skyltar	6
Typsnitt - webb och tryck	7
Profil	8
Vision (2009)	10
Boende	11
Aktiviteter och upplevelser året runt	13
Resanledningar	14
Alpin skidåkning	15
Längdåkning	16
Snöskoter	17
Barmarkssäsongen	18
Vandring	18
Cykling	19
Fiske	19
Bykärnan	20

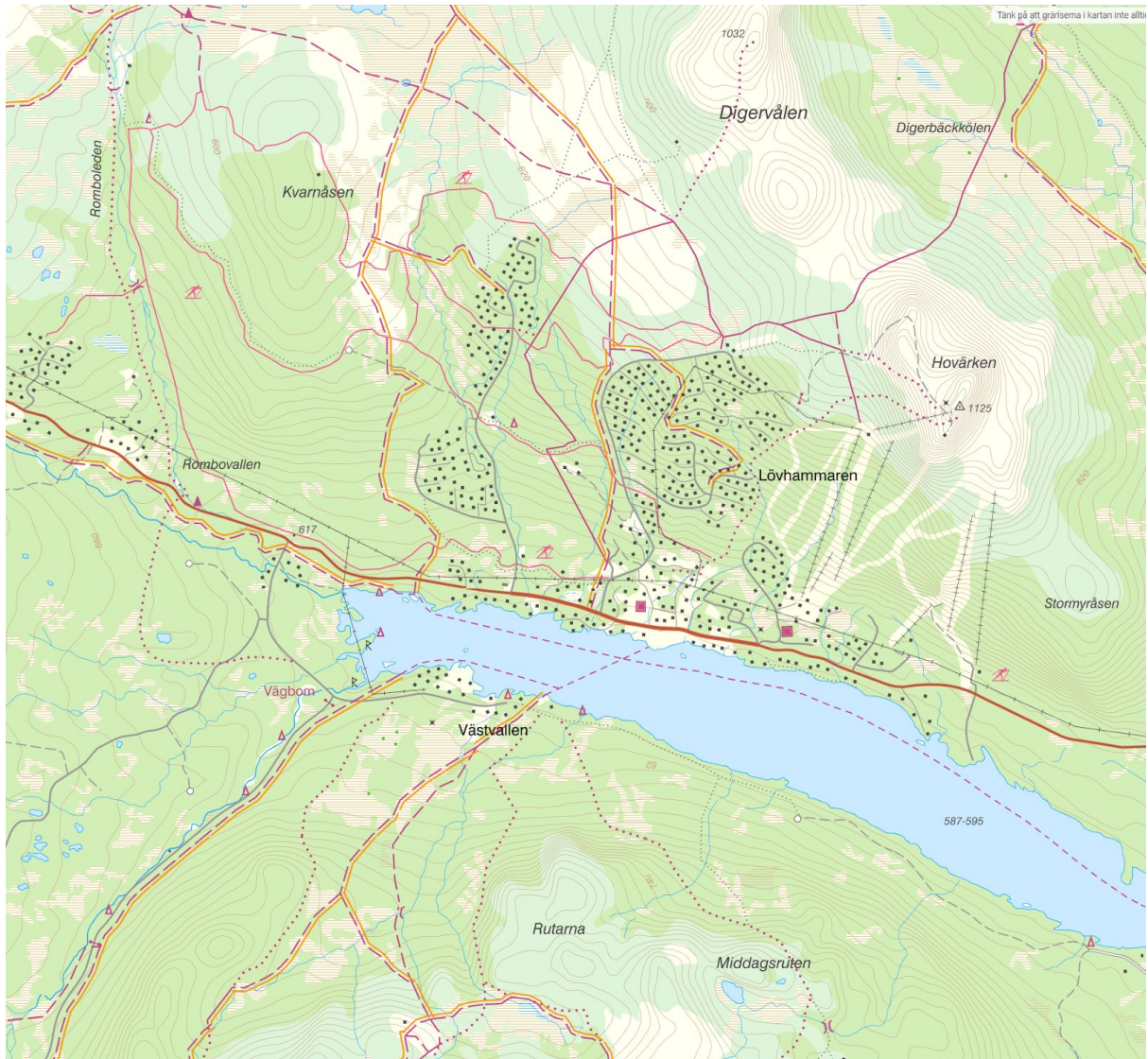
Lofsdalen - visionsarbete

Under 2009 påbörjades ett visionsarbete där näringslivet i Lofsdalen och Härjedalens kommun enades om att ta fram en Masterplan-Vision. Tanken var att hitta ett gemensamt ramverk för turismens utveckling under den kommande 10-årsperioden, samt hitta en arbetsmetod som håller visionen levande under en längre tid. Masterplanen blev då en utvecklingsplan/viljeyttring, som gäller dels ur gäst perspektivet men också för oss som jobbar och lever här. Här finns mål och riktlinjer som kan revideras den dag behovet uppstår.

2019 förnyades masterplanen med aktuella siffror som nu kan stå i jämförelse med visionsarbetet som gjordes mellan 2009-2011.



Karta över Lofsdalen



Masterplan Lofsdalen avgränsas geografiskt från Strådalen till Jönshåvågen

Bakgrund Destination Lofsdalen

Lofsdalen ligger i sydvästra Härjedalen och omges av fjäll över 1000 meter samt Lofssjön nedanför byn. I byn Lofsdalen finns 170 bofasta invånare (år 2019), men med en bäddkapacitet på ca 10 500 bäddar.

Totalt inom destinationen bor 262 invånare (2019). I byn finns bland annat Ica, en obemannad mack, 8 matställen och boende både i kommersiell och privat form. I omgivande byar, Glöte, Strådalen och Sörvattnet finns också fritidshus men inte i samma utsträckning som i Lofsdalen. Vintertid är största anledningen för besökande gäster utförsåkning, tätt följt av längdåkning och skoteråkning. Största delen av besökarna är barnfamiljer, upp emot 70% av gästerna. I genomsnitt stannar man en vecka under vintern.

Under sommaren erbjuder Lofsdalen vandring tillsammans med fiske och den fina naturen. Vi har även Lofsdalen Bike Park och utvecklar stigcyklingen genom Pilgrimsleden MTB och ett nytt teknikområde vid elljusspåret. Lofsdalen fortsätter satsa på cykling och kommer utveckla ett nytt cykelområde ovanför Panorama för att kunna möta efterfrågan från de aktiva familjerna.

Sommartid har det skett en stor ökning av antalet besökare men fortfarande är beläggningen en väldigt liten del av den totala beläggningen under året. I jämförelse är beläggningen under hela juni, juli och augusti motsvarande v9 under högsäsong. Det här gör att det blir väldigt högt tryck på företagen under högsäsong för att under lågsäsong sedan ha svårt att gå med lönsamhet.

Under sommaren har vi till skillnad från 2009 nu flera matställen öppna som Trapper och Skoterköket.

Från 2009 har det fortsatt byggts väldigt många fritidshus, dock inte så många bostäder för permanent boende vilket i sin tur har gjort att fler bofasta väljer att bo i Glöte.

Vi har fått ett nytt liftnära boende med Ski Lodge som ligger ovanför Fjällterrassen. Hotellet håller tyvärr stängt men ligger ute till försäljning.

Vi har inte lika mycket kommersiellt boende som 2009 och det beror på att Fjällripan samt Lofsboten har sålts av som bostadsrätter.

Gästnätter (enligt JHT)

2019: 131 317 t.o.m. oktober

2018: 134 899

2017: 99 624

Kommersiella bäddar 2000

Bäddar i fritidshus 8000

Skiddagar enligt SLAO

2019: 135 467

2018: 143 242

2017: 129 033

Varumärket Lofsdalen

Varumärket för en destination eller ett samhälle är idag lika viktigt som varumärket är för ett stort företag. Om vi ska vara framgångsrika i morgon beror på om vi idag lyckas ladda vårt varumärke med rätt värden. I framtiden krävs också ett gemensamt ansvarstagande, både om t ex miljöpolicy som rent etiska och kommersiella beslut. Vi talar om Community Design - en destinations- eller ett samhälles totala varumärkesplattform.

Det är många delar i en varumärkesplattform. Om vi tänker helhet från början kan varje nytt projekt länka in i de övriga för att till slut bilda en homogen plattform.

Lofsdalens grafiska profil bör bestå av några få men viktiga ben. Logotypen, färgerna, typografin och bildspråket utgör minsta gemensamma nämnare - eller skelettet – för att Lofsdalen ska uppfattas på ett kvalitativt, positivt och homogent sätt.

För att gästerna ska känna igen sig på destinationen krävs en gemensam profil och bra informationskällor såsom skyltning och övrig information. Ett stort arbete med att förbättra det här påbörjades 2009 och vi har nu en ny logotyp, typsnitt och färger som används både på webben och i tryck kommunikation. Däremot behöver en hel del informationsskyltar och hänvisningsskyltar uppdateras och det saknas en tydlig skyltnavigering i bykärnan som t.ex. finns i Idre Fjäll eller Åre torg.

Logotyp som även finns på majoriteten av alla vägskyltar



Typsnitt - webb och tryck

I all kommunikation används dessa typsnitt och färger. Både rubrik och underrubrik skrivs med versaler.

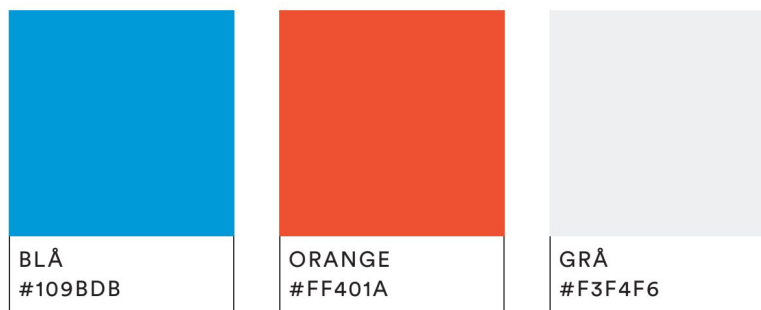
RUBRIK / UNDERRUBRIK

BOURGEOIS BOLD CONDENSED

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET CONNECTUR LOREM IPSUM DOLOR

BRÖDTEXT

Fabrikat Regular – Icium ea sitaept atemquos volor as dolent qui odi ut asimus ium quidige nitiate moluptam quis adist rerspid quatqui deriae et rerum, eatur alit arum, ut dolecum sum quo omniend istrum dolupta spedis et facest, ium auditatiur, que non.



Typografi exempel

Profil

2009 beskrevs Lofsdalen som en trygg Volvo V70 och det är fortfarande en profil som stämmer, enligt tabellen nedan kan vi även konstatera att Lofsdalen är en traditionell fjällanläggning som är prisvärd men ändå känns exklusiv tack vare sitt enskilda läge och vackra natur.



De kärnvärden som myntades 2009 som skulle genomsyra all förändring var:

- Familjevänligt
- Personligt bemötande
- Miljövänligt

De två första kärnvärdena är något som arbetas kontinuerligt med, däremot behöver fokus på miljö förbättras.

Lofsdalen skall utstråla en välkomnande känsla, en estetisk miljö och ett professionellt värdskap som kombineras med aktiviteter som våra gäster vill ha/uppleva. Resultatet blir ett besök att minnas och rekommendera till andra. Därmed måste detta bygga på att vi i Lofsdalen tänker på en ekologisk hållbarhet och att verksamheterna drivs med ett gott ekonomiskt resultat. Först då får vi en framtid med stora möjligheter och därmed fler bofasta/årsanställda.

Specifika fördelar med Lofsdalen 2009:

- Närhet till allt, lätt att hitta varandra, liten sammanhållen bykärna
- Familjärt
- Bra utförsåkning i kombination med längdskidåkning och skoteråkning
- Skotervänligt där skidåkare och skoteråkare är separerade
- Högzon och lågzon ger två klimat
- Fallhöjd ner till byn
- Familjevänligt
- Personligt bemötande
- Miljövänligt

Specifika fördelar med Lofsdalen om 10 år:

- Sveriges Bästa Cykelområde
- Utförsåkning utvecklas vidare till att bli "bäst i Norden familjer med barn 3-14 år" Kommersiellt boende byggs aktivitet snära.
- Lofsdalens skall ses som en väl utvecklad längd- och skoterdestination
- Fiskeprodukten bör utvecklas till att bli en attraktion i sig.
- Hela Hovärken bjuder på utförsåkning i alla väderstreck

Lofsdalen 2019:

- Har påbörjat en stor satsning på stigcykling
- Etablerad Bike Park
- Välbesökt fjällanläggning med bra barnbackar
- Förbättringar har gjorts i längdssystemet med tidig snö, bättre belysning, skidtunnlar och skidbroar.
- Lofsdalen har fått ett regleringsområde och ett friåkningsområde

Specifika fördelar med Lofsdalen om 10 år:

Vision (2009)

“Nöjda, återkommande gäster året runt.”

Målområden

Vinter: En levande, attraktiv vinterdestination med ett brett utbud och personlig omtanke om gästen.

Sommar: Sveriges bästa cykelområde



Boende

2009 delade vi in boendet i fyra kategorier, budget, standard, status och lyx. 2019 har vi tre kategorier vi arbetar utifrån:

- **Budget** Tallbacken 80 bäddar, Lofsens Fjällby 642 bäddar, Fjällhotellet (själva hotellet är stängt 2019) ca 220 bäddar, Länergården, Enklare, äldre boende, våningssängar, dusch, wc, kokmöjligheter.
- **Standard** Höglandet 24 bäddar, Björnidet 81 bäddar. Lofsboten 68 bäddar Hjortronet 80 bäddar. Boende av bra kvalitet med dusch, wc, bra kök, bastu, spis med ugn. Fjällterrassen 448 bäddar (liftnära boende, basu, diskmaskin, torkskåp och kaklade badrum.
- **Lyx** Fjällripan 102 bäddar, Ski Lodge 140 bäddar, Nya Höglandet (rödingvägen och forellvägen). Högsta klass på inredning och design. Golvvärme, skotorkare, en wc/4 personer. Bästa läge ur målgruppens önskemål. Fin utsikt. De flesta sängarna på golv, ej våningssängar.

Ett lyxboende finns och behövs. Lyxboendet drar gäster till det näst bästa boendet och är därmed till mycket god hjälp för skikten närmast under.

Lyx behöver alltid finnas för att locka den stora gruppen som väljer ett något bättre alternativ anpassade till deras plånbok.

Helt klart måste all tillväxt ske inom området Lyx och Status oavsett om vi pratar stugor, lägenheter eller hotellbäddar.

Vi når därmed en kategori människor som kan spendera lite extra i affärer och på restauranger vilka gynnar hela byn. Dessutom bokas dessa alltid först medan det fortfarande finns plats på Standard och Budget.

I kommersiellt strategiska lägen bör "varma" bäddar prioriteras, exempelvis liftnära boende, varmed avses gång/åkvstånd på mindre än 500 m från liften. Övrigt kommersiellt boende byggs för den målgrupp den är avsedd för.

Ett ökat miljöansvar kräver också ett boende anpassat efter våra gästers ökade miljöengagemang. Därför är det angeläget att framtidens boende är ett "ekoboende" där, så långt möjligt, ekologiska hållbarhetskrav tillgodoses.

Liftnära boende

Liftnära boende samt strandtomter är det som är mest eftertraktat i Lofsdalen. Här ser vi också de högsta fastighetspriserna och dessa är därmed prisledande för området. Ett sätt att öka attraktionskraften är därför att befintligt boende kan bli liftnära genom nybyggnation av liftar i anslutning.

Hotellboende

Hotellboende måste skapas för att nå de målgrupper som motiverar aktivitetsföretag att satsa mera. Dagens befintliga hotell är tyvärr stängt men är annars av normal standard. Ett nytt hotellkoncept bör förslagsvis vara ett "Designhotell" eller något med en viss dragningskraft, läge, tema och unikiteten i sig själv. Ett nytt hotell finns planerat ovanför Panorama.

Övrigt boende

Nytt boende för permanent användning saknas till en prisnivå som dagens löntagare har råd med - såväl tomtmark för villabebyggelse som lägenheter. Denna situation är likadan nu (2019) som 2009, fränsett att bostadspriserna har stigit ännu mer.

Detta hindrar inflyttning till destinationen. Därför är det mycket viktigt att kommun och näringsliv samverkar för att förbättra möjligheterna för anställda i näringen att få ett bra boende. Vill man ha väl kvalificerad personal krävs att man kan erbjuda detta. Det är därför viktigt att kommunen och näringslivet tar ett ansvar med konkreta åtgärder, annars hämmas utvecklingen i Lofsdalen.



Aktiviteter och upplevelser året runt

För att få ett bättre säsong utnyttjande bör fokus sättas på ytterligare upplevelser året om exempelvis:

- Bra aktivitetsföretag saknas som lever på sin verksamhet året om.
- Ett bättre/ större restaurangutbud är nödvändigt.
- Eko-närproducerad mat.
- Vi behöver utnyttja kända personer och varumärken för att sprida storyn om Lofsdalen.
- Använda sjön som arena för olika vinteraktiviteter.
- Bowling (byggts).
- Mountainbike (byggts).
- Äventyrspark för åretruntbruk.
- Samiska äventyr.
- Färdledda turer.
- Motorburna aktiviteter.
- Bättre utnyttjande av naturliga förutsättningar (Björnskådning (finns), blomsterveckor, träningsgrupper).
- Tematiska produkter (typ hundprov, vasaloppsträning, tiejcarving, fotoveckor etc).
- Evenemang (typ körstämma, fjellrock,marknad, tävlingar).
- Friåkningsområden för skoter (finns).

Oavsett vad man adderar till upplevelseutbudet måste man se till att upplevelsen genererar intäkter, antingen direkt eller genom ett ökat antal gäster. Givetvis finns saker man inte kan få betalt för direkt men genom att se till att ordna en attraktiv helhet så skapas den totala intäkten till området.



Resanledningar

	Natur & upplevelser	Kultur	Evenemang
Resanledningar	Alpinskiåkning Längdskidåkning Snöskoter Cykling Vandring Fiske	Möjlighet?	Möjlighet?
På plats aktiviteter	Lofsdalen Skybar Bears Den Solgropen Friåkningsområde Bandvagn Våffelstugan Lofsdalen BikePark Vattenaktiviteter Hovärken Slädhundar Trolludden Stenrutsleden MTB Uppvallens Fäbod	Erik Lindblom Rombovallen Romboleden Gamla bykärnan (sjön)	Pilgrimsloppet Julmarknad Påskmarknad Lofsdalsdagarna Bikeweekend Bon Fire
Marknader	Sverige (90%), Danmark (7%), Norge (1%), Tyskland (0,6%), Belgien, Holland (1%)	Sverige, Norge, USA	Sverige
Målgrupper	Active family, DINKS (double income no kids) WHOOPS (Wealthy Healthy Older People) Nischade målgrupper (fiskare, björnskådare, fågelskådare)	DINKS (double income no kids) WHOOPS (Wealthy Healthy Older People) Kultur & historia intresserade	Active family, DINKS (double income no kids) WHOOPS (Wealthy Healthy Older People) Nischade målgrupper beroende på evenamng

Alpin skidåkning

Lofsdalen erbjuder idag 25 nedfarter och 9 liftar, varav två sittliftar. Kvällskidåkningen är en av Sveriges längsta och skidbackarna erbjuder varierad åkning med roliga inslag som den opreparerade Äventyret och en av Sveriges tredje brantaste nedfarfter Rännan. Samtidigt kan hela familjen njuta av bra skidåkning då sittliften tar dig till både gröna, röda och blå nedfarter.

Utvecklat alpint område

Fjället Hovärken bör nyttjas så att skidåkning även kan ske på hela fjället. Ökad svårighetsgrad ingår då som ett baskrav. Den skidåkningen skall hänga samman med befintligt system idag. Här ingår givetvis ett krav att, oavsett vem som äger, bygger eller förvaltar nybyggda liftar skall dessa ingå i ett gemensamt liftkort, annars försämras kvaliteten på destinationen.

Utbyggnad av boende och liftar på nordöstra samt östra sidan om Hovärken är beläget långt från Lofsdalens centrum. Servicetjänster bör därför byggas i anslutning till boendet. Det är angeläget att utbyggnadstakten av liftar och boende i området verkligen stimuleras så att boende och liftar faktiskt byggs, vilket behövs för hela områdets framtida expansion och utveckling.

Exploateringen av bäddar respektive liftar är oberoende av varandra i tid varför ett dröjsmål i exploateringen bäddar där får inte hindra en utbyggnad av liftsystemet på norrsidan och vice versa.

Lofsdalen har även möjlighet att satsa på offpist skidåkning då det finns bra, lättillgänglig skidåkning bortanför Tvären.



Längdåkning

Längdskidåkning 2019 erbjuder skidspår i både skog och fjällterräng, förbättringar har gjorts sedan 2009 med ett system för tidig snö vilket gör att vi kan ha längdpremiär 1 november, och att vi nu har ett belyst skidspår (elljusspår) samt att det har grusats upp så det även kan användas året runt

Det har även investerats i en skidbro och en skidtunnel, en digital karta samt nya skyltar.

Idag erbjuds 122 km preparerade skidspår för klassiskt och skate.

Det är fortsatt viktigt att utveckla skidspåren och arbeta vidare med att förbättra skidåkning över bl.a. vägkorsningar. En skidarena skulle även göra det möjligt att hålla större arrangemang samt skidskyttetävlingar.

Det går även att utveckla betalsystemet till att innefatta digitala spårkort och betalning via swish.

Längdskidåkning är en mycket väsentlig del av den totala produkten i Lofsdalen. Lofsdalen ska erbjuda Sveriges bästa skidspår. Näring och nyttjare ska gemensamt finansiera preparering och arrende.



Snöskoter

Skoterturismen i Lofsdalen utgör en viktig inkomstkälla för turistnäringen. Det är angeläget att utveckla produkter så att övernattningsmöjligheter med tillhörande aktiviteter utvecklas för att få gästen att stanna längre och därigenom spendera mera.

De skoterleder som finns idag fyller de krav som skotergästen har men i framtiden bör en ständigt utvärderande verksamhet kunna leda till förändringar i nätet av skoterleder.

Det finns ett behov av att förbättra transporter för skotrar inom Lofsdalen by, samt att undersöka vad den här målgruppen vill ha som vi kan förbättra. För det är en väldigt köpstark målgrupp.

2019 finns ett friåkningsområde och ett regleringsområde har införts men det är fortfarande stora problem med snöskotrar som stör längdskidåkare och stugägare för att de åker där det inte finns leder.



Barmarkssäsongen

Lofsdalen har en mycket stor möjlighet att utveckla barmarksprodukten. Dels finns dagens befintliga produkter som fiske, vandring och andra naturupplevelser vilka absolut bör utvecklas vidare. Där tillkommer att hela Hovärken har utmärkta möjligheter att fortsätta utveckla alpin, liftburen cykling. Lofsdalens satsning på stigcykling hoppas vi kommer leda till en fördubbling av antalet gästnätter sommartid från dagens knappa 10 000 till 20 000.

Tillväxten i målgruppen är mycket stor och de banor som hittills byggts är mycket lovande. Sannolikt kan detta bli det område där Lofsdalens tillväxt ökar mest. Lofsdalen har potential och målsättning att bli Sveriges Bästa Cykelområde.

Vandring

Lofsdalen har fantastiska möjligheter till att locka fler fjällvandrare. Genom att rusta upp och skylta fler leder kan vi med små medel göra att fler vågar vandra. Lofsdalen erbjuder dagsturer då vi saknar stugor för övernattnig.

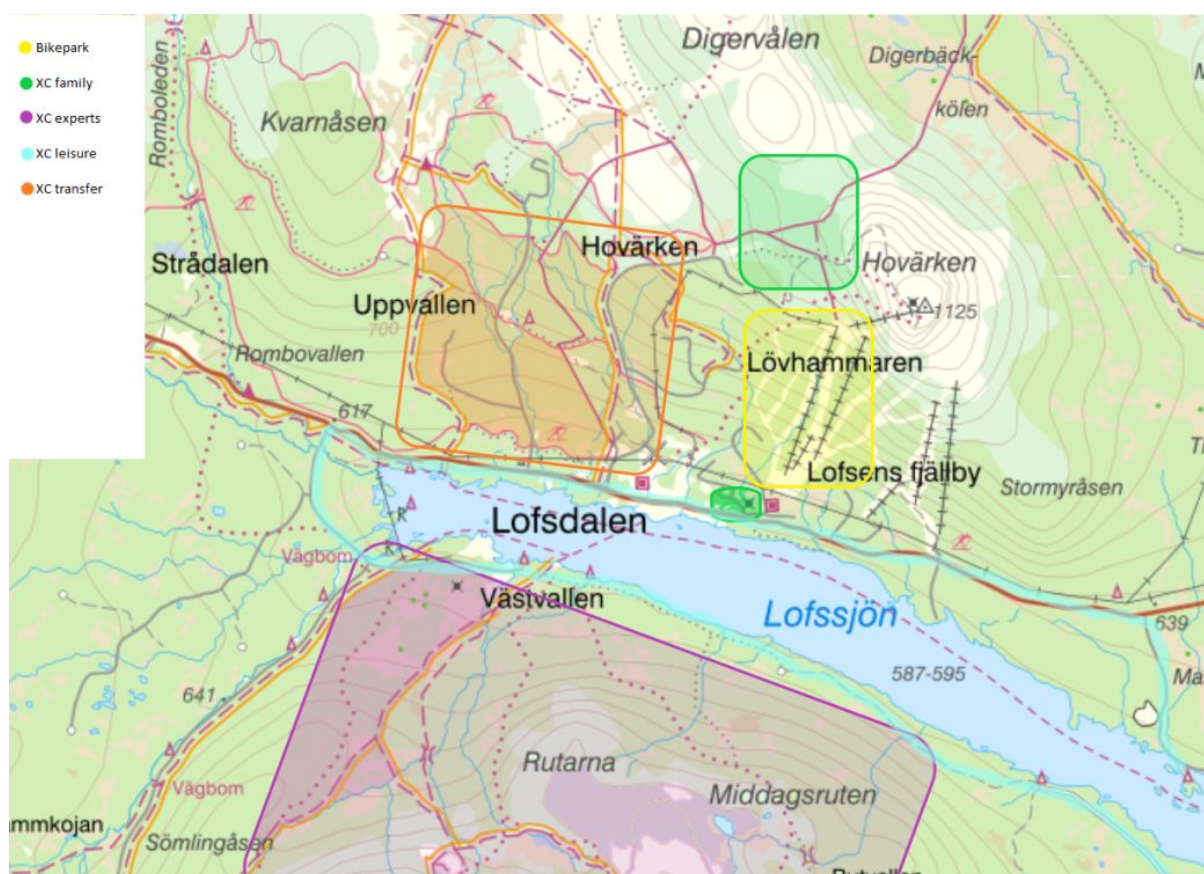
Vandringen i Lofsdalen erbjuder vacker utsikt och vandring i fjällterräng. Det finns även flera toppar att bestiga och att skapa en aktivitet som "tre toppar".

Det positiva är att vandrarna då utgår från stugan varje dag vilket ökar intäkterna för näringen i byn, det negativa är att vi kan tappa de som gärna vandrar under flera dagar t.ex. de som besöker Jämtlandstriangeln.



Cykling

Lofsdalen satsade tidigt på cykling och 2009 grundades Lofsdalen Bike Park som erbjuder familjevänlig downhill. Som ett ytterligare steg i cykelutveckling har det satsats på XC-cykling på södra sidan Lofssjön och nu kommer ytterligare ett projekt att investera i stigcykling i anslutning till Fjällanläggningen och Panorama. Då downhill lockar en mindre procent cyklister lockar stigcykling desto fler då den aktiviteten känns mer familjevänlig och till för alla. Kombinationen stigcykling och downhill kommer stärka Lofsdalen som cykeldestination och fler besökare kommer att resa till Lofsdalen under sommarsäsongen.



Områdeskarta över Lofsdalens cykelområden.

Fiske

Tidigare planterades det in väldigt mycket fisk i Lofssjön vilket också gjorde att det blev väldigt bra fiske, men det var en kortsiktig lösning. Fiskarna blev för många och de blev missbildade i fiskodlingen, den naturliga balansen i sjön påverkades och yngel fick inte möjlighet att växa.

Fiskevårdsföreningen arbetar nu efter att skapa ett långsiktigt och hållbart fiske tillsammans med hjälp från Länsstyrelsen. Det planteras fortfarande in fisk i Lofssjön varje år med den är endast två säsongsfiskar, tyvärr är sjön i ett dåligt skick då lekplatser, föroreningar och dålig

syrehalt i sjön har gjort att fisket försämrats. Nu satsas det på att fiskas upp mört och sätta ner granris för att förbättra möjligheten för yngel att överleva och för syrehalten i sjön. Härjedalens kommun ska även inleda tester av vattenkvalitén under högsäsongsvveckor för att undersöka eventuella brister i avloppsanläggningar.

Lekplatser och vägtrummor inspekteras nu för att förbättra för fisket. Men det kommer att ta tid. Bra fiske finns fortfarande i tjärnar samt i Stråsjön. Det finns fortfarande stor fisk i Lofssjön och hopp om att fisket ska bli bra igen.

I Lofssjön finns både gädda, öring och mört.

Bykärnan

Med bykärnan avses uppfarten till Hotellet – Fjällanläggningen till Uppvallsvägen.

Masterplanen som utformades 2009 betonade vikten av att bevara och utveckla en bykärna, dessutom se till att bykärnan befolkas av permanentboende och kommersiellt boende. Det behovet kvarstår idag.

I dagsläget finns inget kommersiellt boende i bykärnan.

Det är angeläget att få en sammanbindning av bykärnan och liftområdet för att öka gästens totala konsumtion, sedan 2009 har detta gjorts genom en väldigt omtyckt promenadslänga från byn till fjällanläggningen, men från gäster hörs fortfarande önskan om en bättre koppling mellan byn och fjällanläggningen.

En stor del av affärsverksamheten pågår i bykärnan och det är därför viktigt att göra bykärnan "shoppingvänlig", lätt att nå till fots och att ta sig hem med annat transportmedel.

Bykärnan ska också innehålla affärer och restauranger och övrigt kommersiellt vilka utgör grundstenar i en bykärna.

Ytterligare affärsfastigheter bör skapas i de centrala delarna av byn så att möjlighet ges för småföretag/affärer/utställningar etc. att etablera en affärsmöjlighet. Även ett kontorshotell bör finnas för att stugägare ska kunna stanna längre i Lofsdalen.

Planen 2009 betonade vikten av att en attraktivare arkitektur måste eftersträvas i centrum.

Viktigt är att bevara en byggnadstradition som naturligt finns i Härjedalen och då också i Lofsdalen med omnejd. Det första intrycket av destinationen kan vara totalt avgörande för gästens upplevelse på orten. Därför är det mycket viktigt att vårda hus och byggnationer så att det är: Målat, ansat, vårdat, står rakt och ger ett harmoniskt intryck av destinationen

Vidare att byggnationer i huvudsak utförs eller byggs i trä, max 2 våningar och källare, diskret eller traditionell färgsättning. Det finns avställningsområden för de som behöver detta och dessa ska nyttjas. Det kommer inte vara tillåtet att i fortsättningen använda den offentliga miljön till allsköns avställningsplatser för redskap och upplag som mycket sällan används. Därför är en stängslad uppställningsplats en mycket viktig del för bilden av Lofsdalen.

För att bykärnan ska utvecklas behövs investerare. Ett prospekt för bykärnan skulle kunna tas fram och ges ut till bl.a. Härjedalens kommun som ibland får in förfrågningar vart det finns möjlighet att investera.

Designprogram

Den övergripande informationen genom skyltar, vägvisning, infotavlor m.m. är väsentlig för Lofsdalens profil och hur kunden uppfattar destinationen. Dels ska t.ex. skyltningen vara korrekt, den ska vara lätt att uppfatta, i princip underhållsfri och den ska motsvara den kvalitetsnivå som Lofsdalen vill eftersträva.

Villatomt eller fritidshustomt

Att bygga i fjällen innebär alltid ett ingrepp i vår känsligaste miljö. Naturens egen återhämtning tar här mycket längre tid än på varmare breddgrader. Därför skall, vid nybyggnationer av hus, byggherren redan i förväg bestämma om huset ska ha en villatomt (med en vårdad, sådd och ansad trädgård) eller en fjälltomt, där så mycket som möjligt ska bevaras av tomtens ursprungliga karaktär och tomtmarken återställs i sitt ursprungliga skick med undantag för själva huset.



År 2019 Nuläge	År 2029 mål
Idag ca 10 000 bäddar varav 2000 bäddar är kommersiella	
1 hotell (stängt)	
560 restaurangplatser 80 trapper, 50 skoterhuset, 20 cafe gamla skolan, aktivitetshuset 100, hovärken 180, skybar 30, värmestugan 100	
Få lediga tomter/hus för permanentboende	
Liftpacitetet för antalet bäddar	
Många bäddar på bilavstånd	
1 affär i bykärnan, 4 utanför bykärnan	
Egen bil	
Skidskola, hundspann, fiskeguide	
Höstlovs evenemang, julmarknad och påskmarknad	
1 offentlig laddstation vid fjällanläggningen	
Svårt att resa utan bil till Lofsdalen	
1 taxi som enbart kör högsäsong	
Lågt fokus på miljön och cirkulär ekonomi	
Lågt fokus på funktionshindrade	