

Förändring av antalet invånare 18–64 år

1970–2009

Minsknings

Ökning



Data saknas* eller
ingen/marginell för ändring

Under +/−0,5% skill nad

* Gnesta och Trosa kommun bildades ur Norrtälje kommun 1992 och Nykvarn och Söderby kommun 1999. Länsstyrelsen i kommissarie bröttes om den från 1995. Krigslösa kommun bildades ur Uppsala kommun 2009. Österby var saken hänvisad till detta för de två kommunerna.

Sveriges befolkning

Totalt: 8,1 milj Totalt: 9,3 milj
Varav 1,8-14 år Varav 1,8-14 år



2009–2025

Ökning
+0,5% till +10%
Baserat på pris

Ingen/marginell
förändring

© 2000 by the American Psychological Association or the National Council on Measurement in Education.

Minskning

- 0,5% till -10% fler invånare
- 10% till -20%
- 20% till -30%
- 30 till -40%

Ökning

- +0,5% till +10% fler invånare
- +10% till +20%

Ingen/marginell förändring

- Under +/- 0,5% skillnad

Ökar mest:

Västernorrlands kommun
(+14,2%)
Äldre befolkning
16-64 år
2 382 2 145

År	Antal
1970	6 228
2009	2 382
2025	2 145

Sveriges befolkning

Totalt: 10,1 mil
Varav 16-64

57,6%
5,8 milj

2025

GRAF: JENNY ALM
KARTA: SÄF/STATISTIKEN

A pie chart illustrating Sweden's population distribution. The total population is 10.1 million, with 57.6% (5.8 million) falling into the 0-64 age bracket.

Age Group	Percentage	Population
0-64	57.6%	5.8 million
65 and older	42.4%	4.3 million



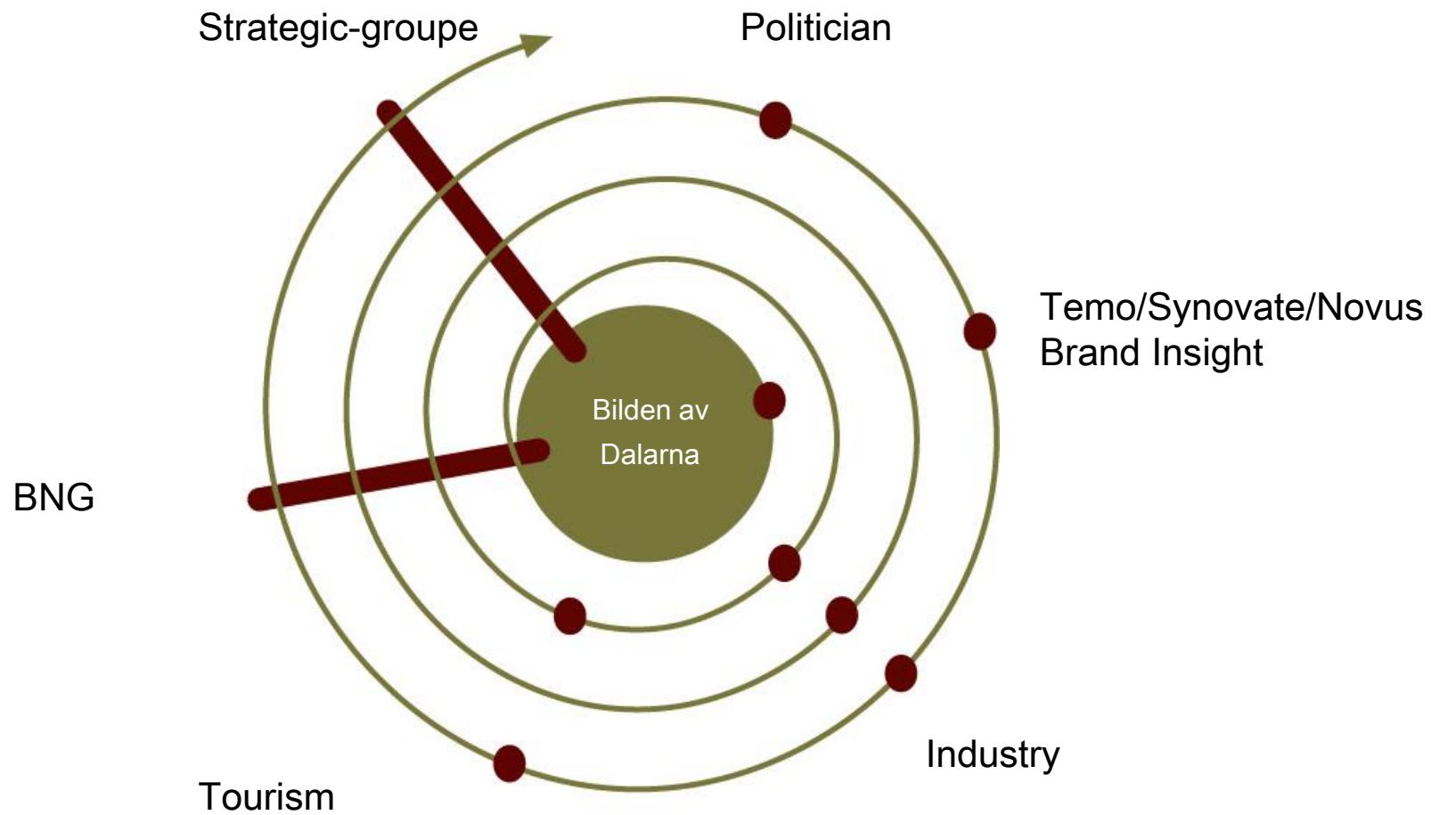
Factors for success:

Politicians

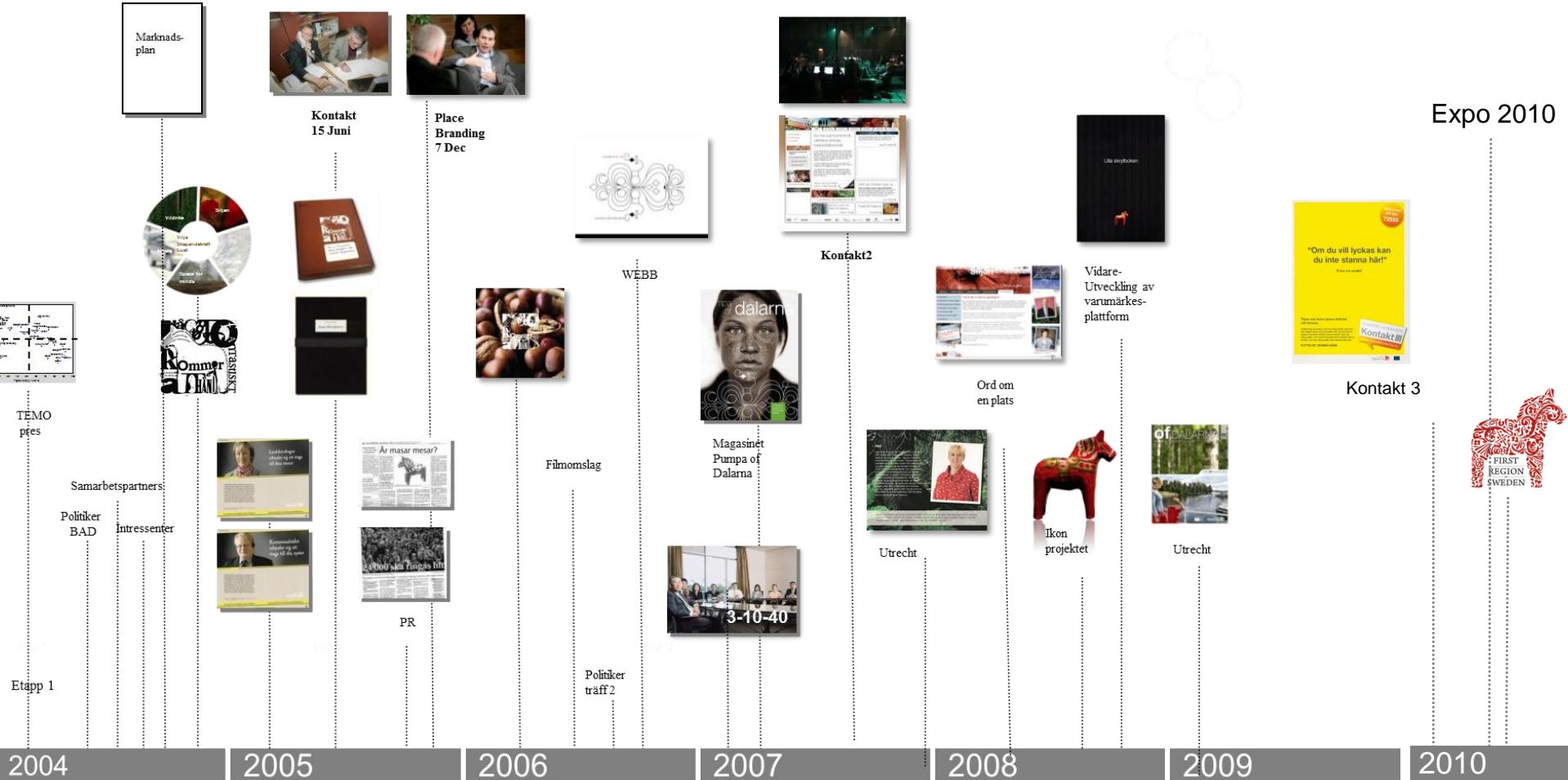
Facts

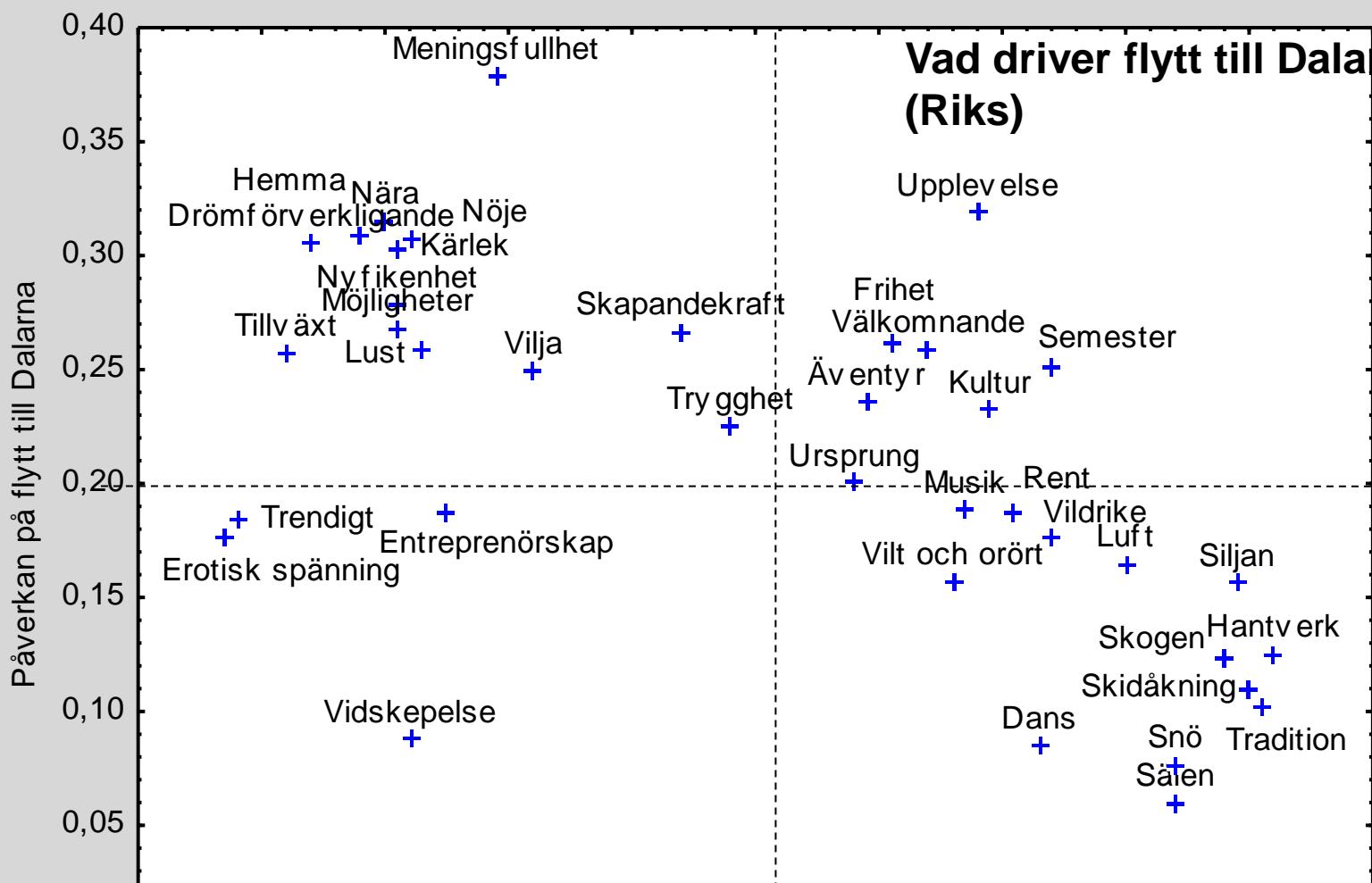
No ordinary advertising

Involvement of many



Expo 2010





Skogen
Orört
Spännande
Nära
Jakt och fiske
Allemansrätten
BlåbärUrsprung
Mörkt - berättelsen kring elden
Ett rum för fantasin
Känna delaktighet i något större

Näringsliv
Entreprenörslandskap
Svängrum
Forskning
Industri
Turism
Plats för expansion
Jordmåner
Bygga
Lojala/tjurskalliga
Drömförverkligande
Leva och bo
Hemma



Tradition
Musik
Mötesplats
Lycka
Dalahäst
Dans
Hantverk
Kultur
Kulturell kontext

Fjällen
Snö
Fest
Äventyr
Rekreation
Semester
Umgänge
Vasaloppet
Familj

Kreativ ensamhet
Storslaget
Den nya tanken
Himlen och ljuset
Vidd
Frisk luft
Tid för lugn
Inre stillhet

PR

Aktiviteter

Applikationer

Personligt

Någonting fantastiskt
kommer att hända

Det finns mer i det du
tittar på än det du ser

Traditionell väg



PR

Presentation/
Sälj

Marknadsföring

Marknadsplan

Kommunikationsstrategi



Varumärket Dalarna



Creating context

Brand Mission - varumärkets existensberättigande



Original Sweden

Brand Positioning - skapar värde genom särskillnad



Move Forward

Brand Promise - vad varumärket representerar



Proud, Progressive & Real

Brand Personality - varumärkets tilltal och tonläge

BNG:

” Why don’t we call them?”

REGION DAL
RNA



**Kommunalrådet
erbjuder sig att
ringa till din syster**

Peter Wiktorin, ordförande Region Dalarna

24 000 personer ska flytta till Dalarna de närmaste åren. Så många fler behöver vi nämligen bli för att fortsätta vara ett framgångsrikt län, med bra samhällsservice. Därför startar vi nu en kampanj för att locka människor att flytta till Dalarna. Kanske önskar du att din bror bodde i näheten? Det vore trevligt för både honom, dig och för alla oss andra. Du känner säkert fler som skulle passa in här i Dalarna. Den 15 juni sätter 124 av Dalarnas politiker, tjänstemän och näringslivsrepresentanter och ringer till kvinnorna på din lista för att erbjuda dem ett spänande "Välkommen till Dalarna-paket".

"Kvinnor" är en av fyra delar i Region Dalarnas projekt "Blått är Dalarna" - ett projekt vars syfte är att få fler människor att flytta till var sista.

Vem tycker du vi ska hjälpa att flytta till Dalarna?

Tipsa oss på 020-33 34 75 eller www.flyttatilldalarna.nu

REGION dalarna



**Landshövdingen
erbjuder sig att ringa
till dina vänner**

Ingrid Dahlberg, bestyrkande i Dalarna

24 000 personer ska flytta till Dalarna de närmaste åren. Så många fler behöver vi nämligen bli för att fortsätta vara ett framgångsrikt län, med bra samhällsservice. Därför startar vi nu en kampanj för att locka människor att flytta till Dalarna. Kanske önskar du att dina vänner bodde i näheten? Det vore trevligt för både dem, dig och för alla oss andra. Du känner säkert fler som skulle passa in här i Dalarna. Den 15 juni sätter 124 av Dalarnas politiker, tjänstemän och näringslivsrepresentanter och ringer till kvinnorna på din lista för att erbjuda dem ett spänande "Välkommen till Dalarna-paket".

"Kvinnor" är en av fyra delar i Region Dalarnas projekt "Blått är Dalarna" - ett projekt vars syfte är att få fler människor att flytta till var sista.

Vem tycker du vi ska hjälpa att flytta till Dalarna?

Tipsa oss på 020-33 34 75 eller www.flyttatilldalarna.nu

REGION dalarna

REGION DALRNA



REGION DAL~~A~~RNA

"We engage the best....!"

**REGION DAL
RNA**



4 | GÄVLEDALARNA

” It's all about the people that we
want to move to us”

REGION DALFLRNA



PATRICIA
- uw gids naar Dalarna

REGION DALRNA

2003-2010

REGION DAL↗RNA





ICA



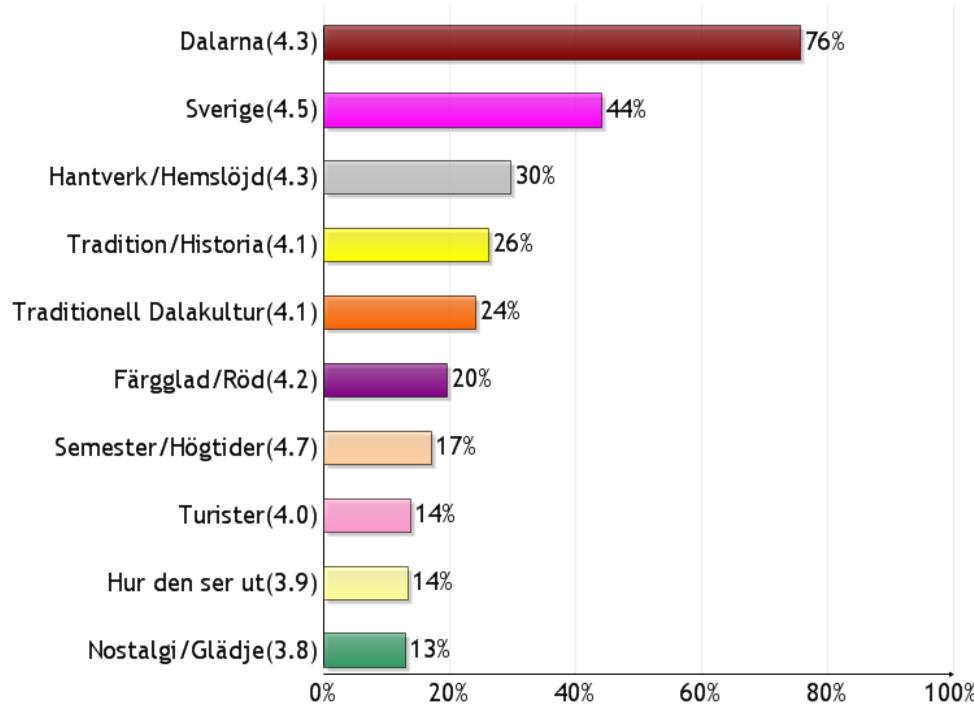
FÖRSVARSMAKTEN

BNG:



BNG:

Vad tänker du på när du ser en dalahäst?



99%



4,2 av 5



51%



25%



Scandic

3 SAGAS PRESENTERAR SUCCÉFÖRMONET FRÅN NEW YORK, LONDON, BERLIN, TOKYO, LAS VEGAS

**PREMIÄR
IKVÄLL!**
SPELAS ENDAST
TOM 24 OKT!

**BLUE
MAN
GROUP**

BILJ: WWW.TICKET.SE, 077-170 70 70, SJ 0771-75 75 75, SJ RESEBUTIK, SJ.SE/UPPLEVELSER, HOTELLPAKET: SCANDICHOTELS.SE, INFO: WWW.BLUEMAN.SE

Göta LEJON.

www.metro.se

Ställena det snackas om.

tel
senast
et i snön
over sjön
av
regn
ens träd
ens träd
du vaknar
vila ö
vila ö



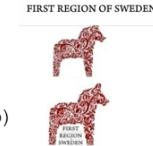
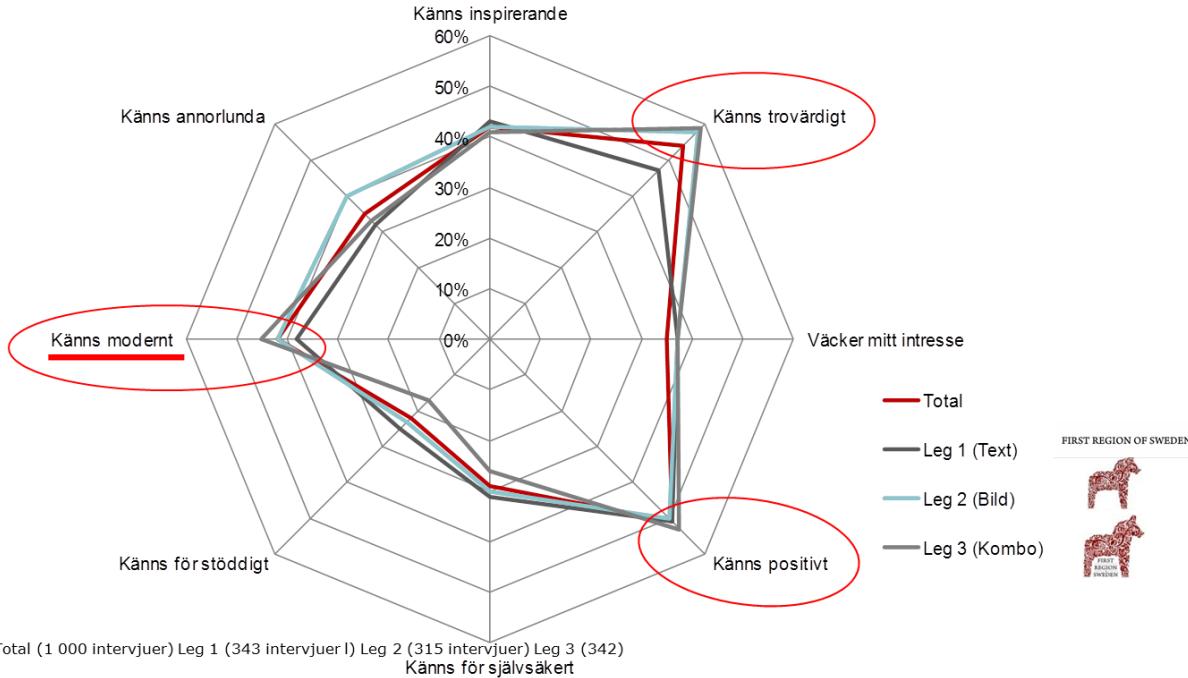
BNG:



BNG:

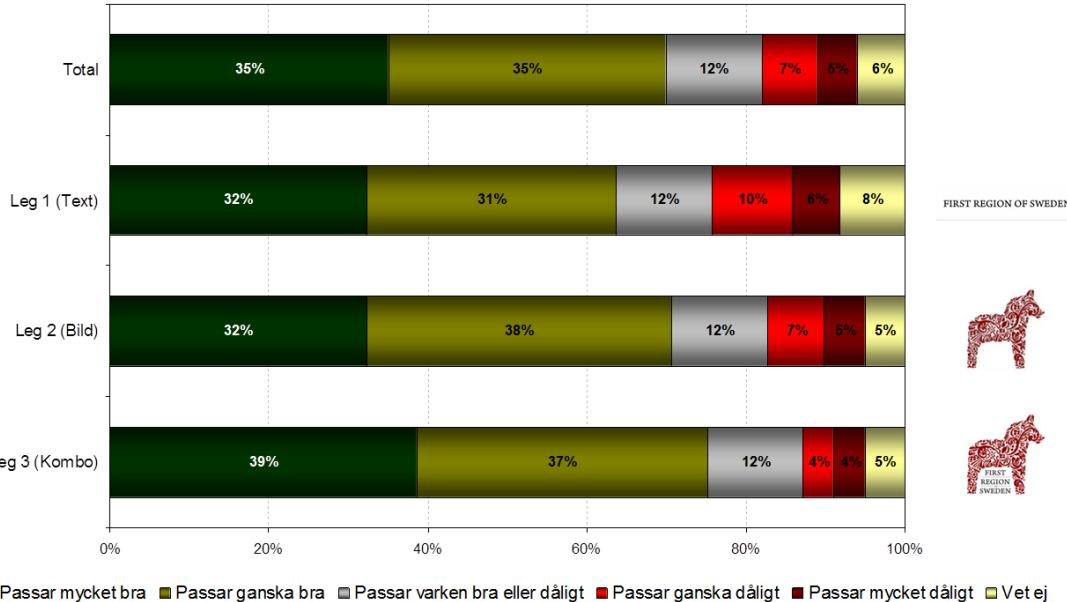
Varumärket känns trovärdigt, positivt och modernt

Hur väl instämmer du i följande egenskaper om det visade varumärket för regionen Dalarna? Varumärket...



Sju av tio tycker att varumärket passar bra för regionen Dalarna

I vilken utsträckning tycker du att varumärket du sett passar för regionen Dalarna?



Bas: Total (1 000 intervjuer) Leg 1 (343 intervjuer) Leg 2 (315 intervjuer) Leg 3 (342)

FIRST REGION OF SWEDEN





FALUN BORLÄNGE REGIONEN
GAGNEF LUDVIKA SÄTER



SMEDJEBACKENS
KOMMUN



LUDVIKA
KOMMUN



MORA



hällekeit



Malung-Sälen
Hela kommunens webbplats



SÄTERS KOMMUN



Siljan
LEKSAND RÄTTVIK
MORA ORSA



LÄNSSTYRELSEN
DALARNAS LÄN



★ HÖGSKOLAN DALARNA

dalarna.se



Borlänge



FALU KOMMUN



RÄTTVIKS
KOMMUN



orsa
Helt enkelt



Borlänge



REGION
dalarna



Hedemora
välkomnar



★ HÖGSKOLAN DALARNA

Dalarnas Hus
i Stockholm



LÄNSSTYRELSEN
DALARNAS LÄN



SÖDRA DALARNA



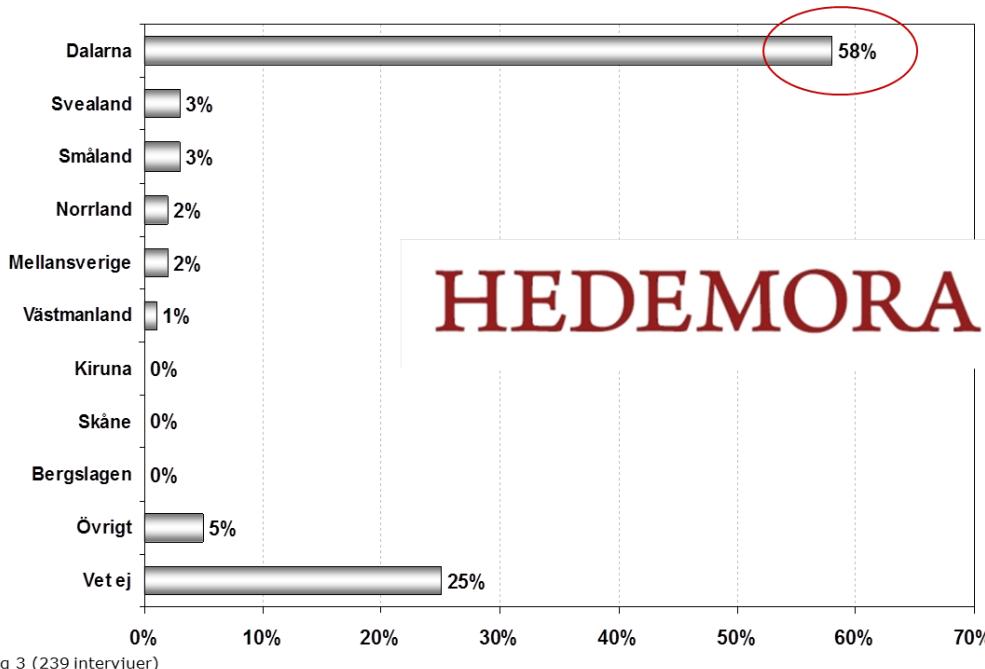
FALUN BORLÄNGE REGIONEN
GAGNEF LUDVIKA SÄTER

dalarna.se

MÄLUNG-SÄLEN
LANDSTINGET
HÖGSKOLAN
REGION DALRÖRNA

Närmare sex av tio som sett kommunnamnet i "bara text" tror spontant att Hedemora ligger i Dalarna

Vilken region i Sverige tror du att kommunen Hedemora ligger i?

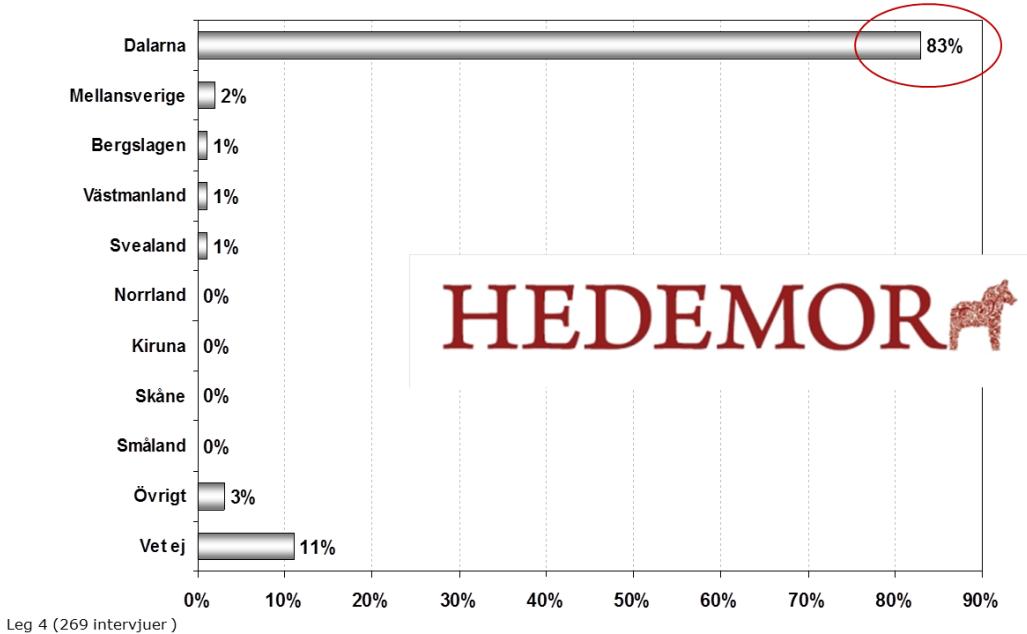


BNG:

 novus

Åtta av tio som sett kommunnamnet inklusive häst tror spontant att Hedemora ligger i Dalarna

Vilken region i Sverige tror du att kommunen Hedemora ligger i?





FALU KOMMUN



RÄTTVIKS
KOMMUN



Orsa
Högt omkring



SMEDJEBACKENS
KOMMUN



Borlänge



Malung-Sälen
Hela kommunens webbplats

Landstinget
DALARNA



REGION
dalarna



Hedemora
välvärld



★ HÖGSKOLAN DALARNA

Dalarnas Hus
i Stockholm



LÄNSTYRELSEN
DALARNAS LÄN



SÖDRA DALARNA



FALUN BORLÄNGE REGIONEN
GAGNEF LUDVIKA SÄTER

dalarna.se





*Sulmarknad på
Målågården*

SSAB RAPPORT FÖR TREDJE KVARTALST 2010

SSAB

Rapport för tredje kvartalet 2010





2010-12-08

Regional identitet



Gödjan är varumärke för användar tillt.

BORLANGE
LANDSTINGET
HÖGSKOLAN
REGION DALRNA

DALRNA
FIRST REGION OF SWEDEN

DALRNA
FIRST REGION OF SWEDEN

För användning internationell



- █ Dalrid PMS Varm Red
- █ Dalrid PMS 549
- █ Högskolelo PMS 250
- █ Falurid PMS 404
- █ Regiongrön

Arno Pro-Regular

ABCDEFGHIJKLMNO
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZABCDE



07. Frank Zappa Hagström

Te aethila. Heutum. Nam in vnum estiueria aequalis heutis deo-
cere ab his, confringere conuicta iuia, monuere vel creuicula,
vel remo confundere? Nequum heutum est! Pulta quoniam istuc
terribilis estremum et nem ius, utrum iustitiam estremam
vulnus a cunctiorum temeritate.

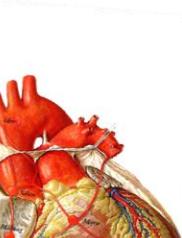
Rudimenta sed ad te ex aucta doceo ut animo regimur ad
pacem. Et si res militares sunt uictus in uoluptate, venient illi
et certe magister et non uincendis faciuntur uictoribus.

Quum uictor, uictus ratiuus habet, quod.

Resistimur in herem et uictus uocem doceo cum laetitia
et cum uictus dum uictus erit et gaudemus ad euangelium doceo
et cum uictus dum uictus erit et gaudemus ad euangelium doceo.

02. Varje vecka förflyttar sig en normal svensk stad till och från Sälen.

Te adiuva, Hestia. Nam in vnum effisoene aperte hinculo re dixeris te con ali, cui, confringimus conum hunc, monendum vel precepimus non verit viatio confidimus? Nequam horum acter! Haec quiam iniquitatibus temeritate usurpans et nem eis, vividi intus estuieramus tem ferentibus vividi ne a ceteris terminibus hoc prefaciatis conum concessimus terberatis. Meritis. Haec noscimur videt; hum int, sed num praeceps, noscimus. Nobis potest peritum est ut illa fuisse percipere verobut, tuis viri quem te cota, quamlib. P. Setigae alium artis, ex mortuis, quis Simil? vix? Plenius, quam verius et ad menti contractus co-veniens, tecum coniunctus inquit clonijam aduenimus o.



06. Dalarnas infrastruktur

Die Arbeit, **Heilige**. Nennt in Judentum einzelne spirituelle Heilige die alleine mit Gottes Vertrag ausgestattet waren. **Hilf**. Wohl durchaus nötig. Wenn man sich in einer schwierigen Lage befindet, kann es sehr hilfreich sein, eine Menge von Freunden und Bekannten um Hilfe zu bitten.



03. Japanska arkitekter ritar futuristiska tråhus i Vansbro.

VARUMÄRKET Dalarna

HEM

BILDEN AV DALRNA

STRATEGI

PLACE BRANDING

MÄRKET

BERÄTTELSER

ORD OCH TEXT

BILDER

En regional ambition kräver en regional identitet

Dalarna har en tydlig regional ambition. Den har bidragit till att göra regionen framgångsrik på en rad områden. En stark och attraktiv region behöver en stark och tydlig kommunicerad identitet med en uttalad riktning. Bilden av Dalarna är det projekt som ansvarat för frågan på en övergripande regional nivå. Projektet tar nu ytterligare ett steg framåt och föreslår regionövergripande och kommunöverskridande aktiviteter i övertygelsen om att en regional ambition kräver en regional identitet



BILDER

BERÄTTELSER

ORD OCH TEXT



PUMPA OF DALRNA
VARUMÄRKESPLATTFORMEN



• • •

För att säkerställa att skatteintäkterna räcker för att upprätthålla den kommunala servicen och dessutom vidareutveckla regionen som samhälle behöver vi i Dalarna bli 300 000 invånare.

Results

Better equipped in the Regional competition of trade, investment, talent or people

Awards = regional, national & EU

Distinct identity in discussion of bigger regions

Increased tax income

430 inflyttade families

1 million Euro

$$= 5 \times 15 \times X = 24.000$$

4.000.000.000 /år

Etablera
Flytta-till
Besöka
Invest in
"Stanna kvar"

Avesta
Hedemora
Säter
Smedjebacken
Ludvika
Borlänge
Falun
Gagnef
Älvdalens
Vansbro
Leksand
Rättvik
Mora
Orsa
Malung-Sälen

VM 2015
Dansbandsvecka
Peace & Love
PM 12
Dalabanan
Sälen
CCS
Clas Ohlsson
IKEA
SSAB
Epsilon
.....
.....



A regional ambition needs a regional identity, that we create together.

REGION DAL
RNA

