

Nr 137.

Utlåtande i anledning av Kungl. Maj:ts proposition angående ytterligare utgifter å tilläggsstat II till riksstaten för budgetåret 1950/51, i vad propositionen avser handelsdepartementets verksamhetsområde.

(1:a avd.)

Driftbudgeten.**Tionde huvudtiteln.**

Ökad turistpropaganda i Amerikas förenta stater. I propositionen nr 150 har Kungl. Maj:t (bilaga 8, s. 27—29 av bilagt utdrag av statsrådsprotokollet över handelsärenden för den 16 mars 1951) föreslagit riksdagen att till ifrågavarande ändamål å tilläggsstat II till riksstaten för budgetåret 1950/51 anvisa ett anslag av 52 000 kronor.

För löpande budgetår har anvisats ett belopp av 325 000 kronor till Bidrag till Svenska turisttrafikförbundet.

Fråga har nu uppkommit om att för innevarande budgetår ställa ett särskilt bidrag till förbundets förfogande för ökad turistpropaganda i Amerikas förenta stater. En sådan anordning vidtogs 1949, då riksdagen efter förslag av Kungl. Maj:t anvisade 54 000 kronor till förbundet för ändamålet. Beloppet motsvarade efter dåvarande kurs cirka 15 000 dollars, varav 10 000 dollars voro avsedda för en reklamkampanj gemensamt med Danmark och Norge, vilka vardera ställt motsvarande belopp till förfogande, medan återstoden av anslaget skulle användas för reklamverksamhet tillsammans med de s. k. Marshall-länderna genom European Travel Commission (ETC). De vidtagna åtgärderna åsyftade framför allt att intressera de amerikanska turisterna för besök i Europa under annan tid än den egentliga turistsäsongen.

Enligt av turisttrafikförbundet lämnade uppgifter gav särskilt den gemensamt med Danmark och Norge bedrivna kampanjen ett mycket gott resultat för Sveriges del och man räknar med att cirka 12 000 förfrågningar beträffande resor i Sverige gjordes under ett år i anledning av denna verksamhet. Även den genom ETC bedrivna propagandan resulterade i ett stort antal förfrågningar beträffande Sverige, om än i mindre antal än dem som föranleddes av den gemensamma skandinaviska propagandan. ETC:s verksamhet har erhållit svenskt stöd även under 1950 och 1951. För 1950 utgjorde bidraget 10 000 dollars och bestreds från det under tredje huvudtiteln uppförda förslagsanslaget till Organisationen för europeiskt ekonomiskt samarbete. I år har hittills ett belopp motsvarande 2 400 dollars ställts till förfogande från samma anslag.

Den nu planerade reklamkampanjen är att betrakta såsom en fortsättning på 1949 års och avsikten är att verksamheten skall bedrivas gemensamt med Danmark och Norge efter samma grunder som tidigare.

En ej obetydlig ökning av antalet amerikanska turister har ägt rum från 1949 till 1950, varigenom en motsvarande eller rent av större stegring i turistinkomsterna uppkommit. Man torde enligt departementschefen vara berättigad antaga, att propagandakampanjen bidragit till det ökade intresset från amerikansk sida. Särskilt beaktansvärt är att ansträngningarna att öka för- och eftersäsongresorna haft framgång. Det synes därför departementschefen välbetänkt att propagandaverksamheten fortsätter. Med hänsyn till det nuvarande världsläget och dess i viss mån dämpande verkan å reslusten blir en propaganda än mer angelägen. Ett ytterligare skäl för behövligheten av effektiva propagandaåtgärder ligger däri, framhåller departementschefen, att — även om intresset från amerikansk sida för europaresor alltjämt är oförändrat — det »öppna» stödet från amerikansk sida i dylikt hänseende dock numera bortfallit. Departementschefen är därför beredd tillstyrka, att särskilda medel anvisas för den planerade gemensamma skandinaviska reklamkampanjen i Amerikas förenta stater. Det svenska bidraget till denna kampanj synes emellertid departementschefen få bli beroende på dels att Danmark och Norge anvisa medel för ändamålet i samma utsträckning som Sverige och dels att de intresserade trafikföretagen ställa medel till förfogande i utlovad omfattning.

Det för den gemensamma nordiska kampanjen behövliga beloppet utgör 10 000 dollars eller med nuvarande kurs i runt tal 52 000 kronor.

Utskottet får erinra, att 1949 års riksdag anvisade 54 000 kronor, utgörande till två tredjedelar Sveriges andel i kostnaderna för den då planerade gemensamma skandinaviska turistpropagandan i Amerikas förenta stater. Av propositionen framgår, att denna reklamkampanj bidragit till ett ökat intresse från amerikansk sida, varvid som särskilt beaktansvärt framhålles, att ansträngningarna att öka för- och eftersäsongresorna haft framgång.

Den nu föreslagna reklamkampanjen är att betrakta såsom en fortsättning på 1949 års och avsikten är att verksamheten skall bedrivas gemensamt med Danmark och Norge efter samma grunder som tidigare.

Utskottet anser i likhet med departementschefen välbetänkt, att propagandaverksamheten fortsätter och har icke något att erinra mot att för ändamålet anvisas 52 000 kronor.

Utskottet hemställer,

att riksdagen må till *Ökad turistpropaganda i Amerikas förenta stater* å tilläggsstat II till riksstaten för budgetåret 1950/51 anvisa ett anslag av 52 000 kronor.

Stockholm den 11 maj 1951

På statsutskottets vägnar:

MARTIN SKOGLUND.

Närvarande: se under utlåtandet nr 135.