

HELGELAND

EN DEL AV

NORDNORSK REISELIV

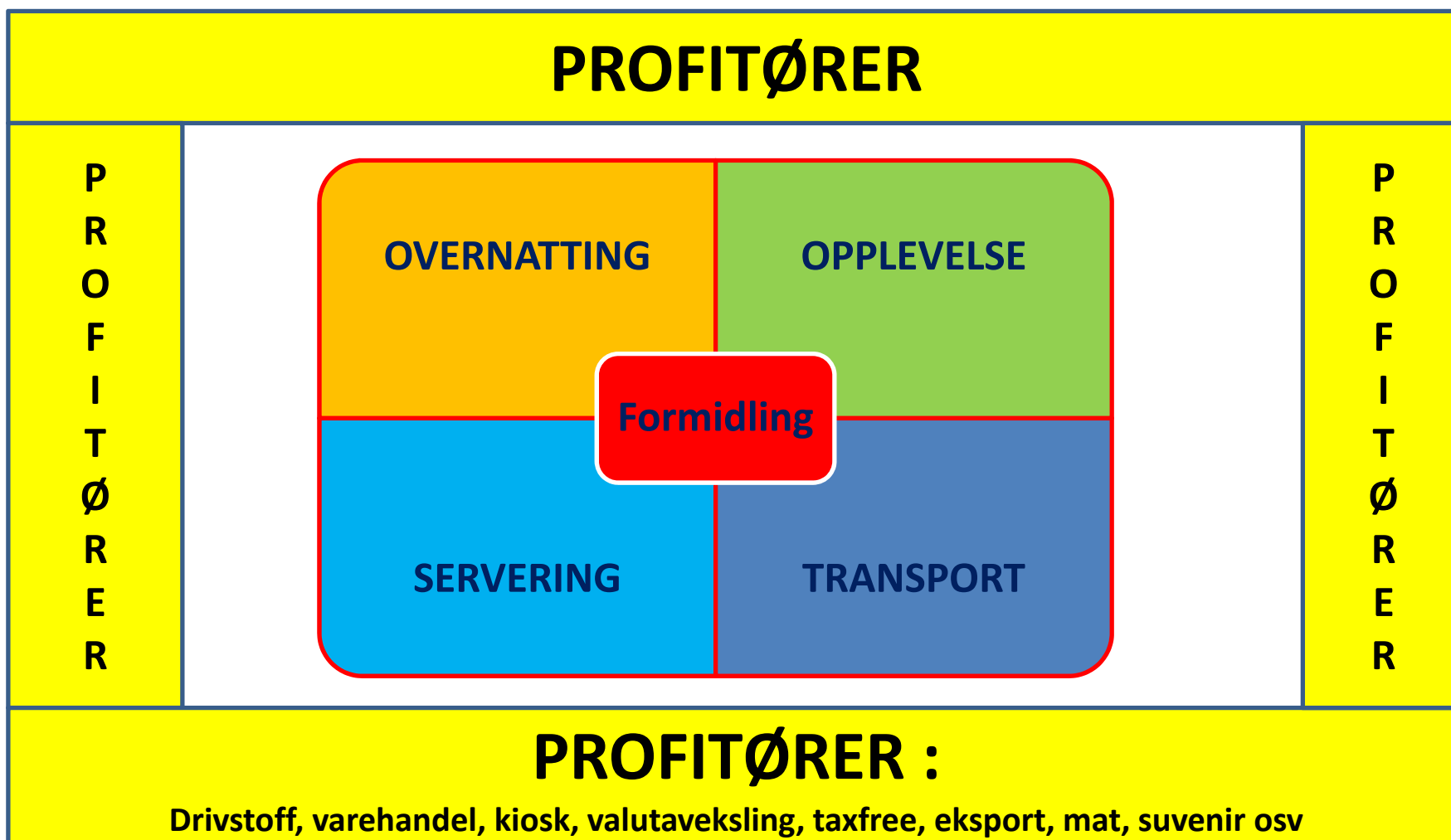
Steinar Sæterdal

- Var i mange år markeds-/produktdirektør i OVDS / Hurtigruten
- Driver et eget lite konsulent-/utviklingselskap **Real Tourism AS**
- Engasjert som prosjektleder for å utvikle /etablere "NordNorsk Reiseliv AS".
- Holder innlegg i egenskap av fungerende leder i NordNorsk Reiseliv AS.
- Kontaktinformasjon:
real_tourism@msn.com tlf 90534702

Agenda

- Hva er reiseliv?
- NordNorsk Reiseliv AS
- Helgeland, en del av nordnorsk reiseliv?

Hva er reiseliv?



Reiseliv – markedsføring og salg

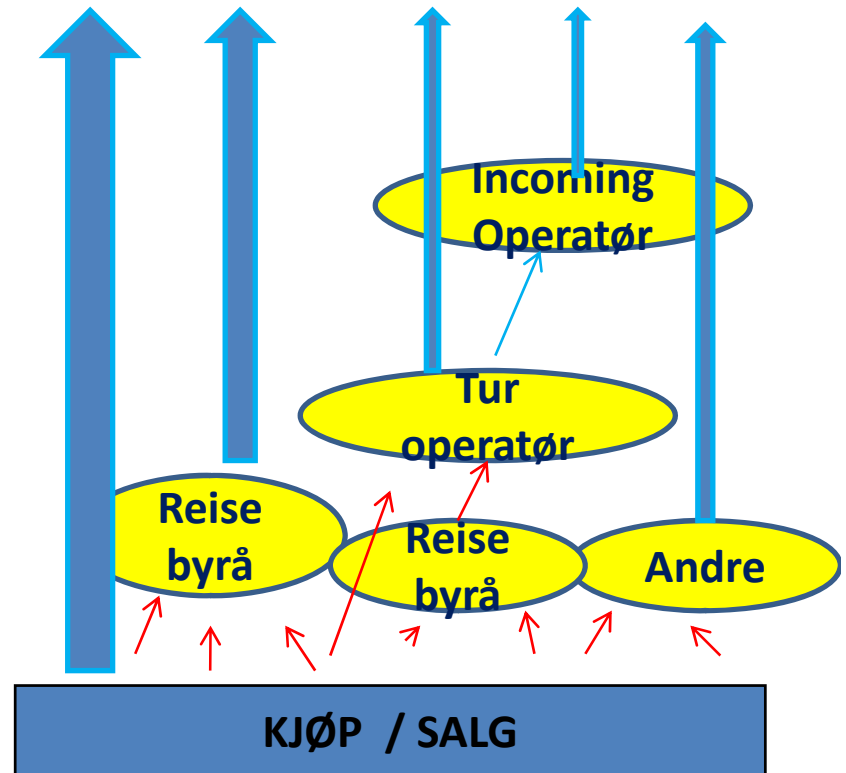
PRODUKT

MARKEDSFØRING

P
R
O
F
I
L
M
F

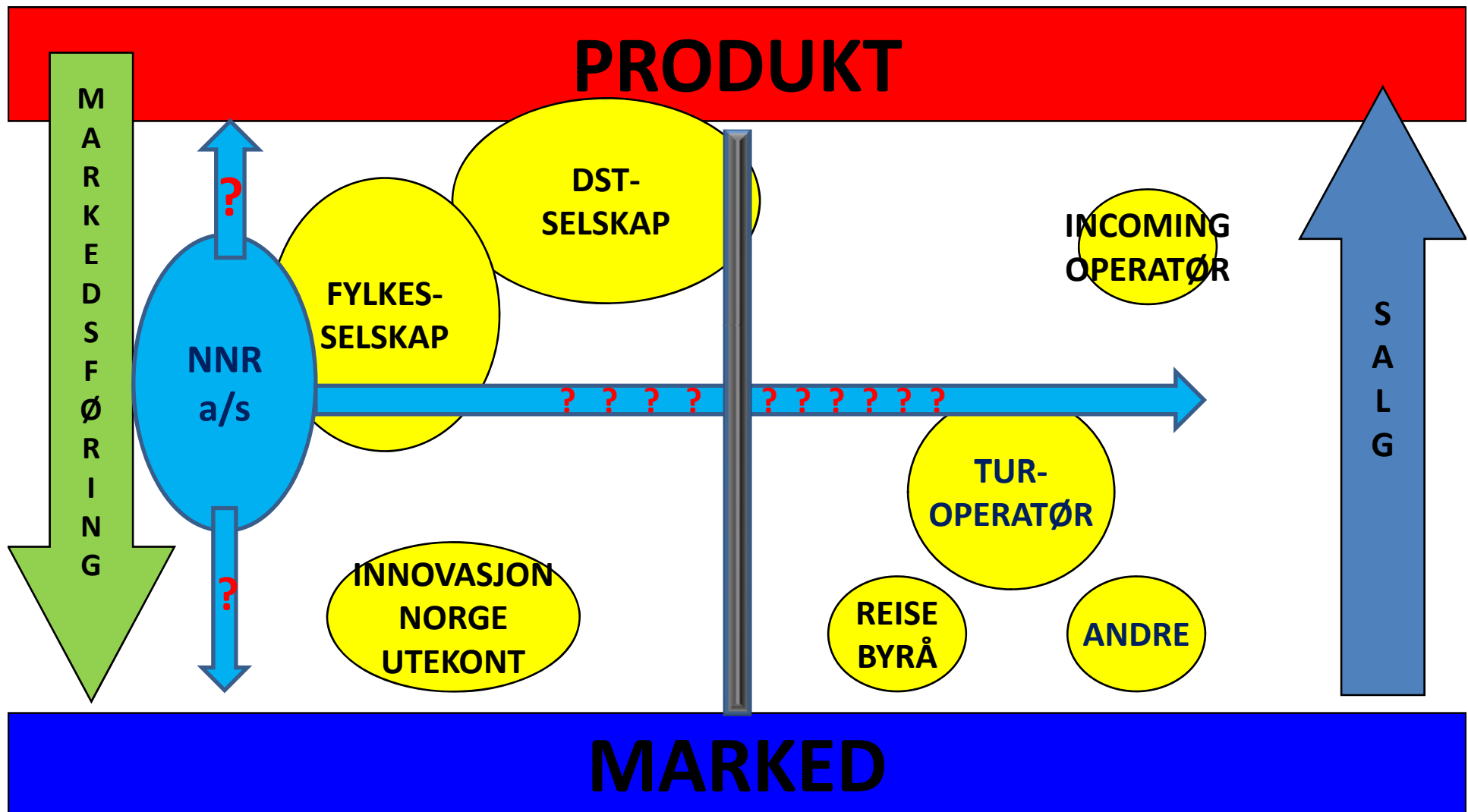
P
R
O
D
U
K
T
M
F

S
A
L
G
S
U
T
L
·
M
F



MARKED

Reiseliv – "Fellesapparatet"



OBS: Internet er kun et verktøy!

NordNorsk Reiseliv AS

Markedsføringselskap

for

Nordnorsk reiseliv.

NordNorsk Reiseliv AS

Interimsstyret

- Intensjonsavtale mellom Nordland, Troms og Finnmark fylkeskommuner 8. januar 2009. Næringen invitert med i et interimsstyre.
- Interimsstyret:
 - Fylkesrådsleder Odd Eriksen Nordland FK, leder
 - Regiondirektør Geir Solheim NHO Reiseliv, nestleder
 - Fylkesrådsleder Pia Svensgaard Troms FK, medlem
 - Fylkesråd Kåre Simensen Finnmark FK, medlem
 - Adm.direktør Trygve Steen Spitsbergen Travel, medlem
 - Prosjektleder Steinar Sæterdal/Real Tourism AS
- Første møte i interimsstyret 6. februar, i alt 5 møter, selskapet stiftet 29. april 2009.

Nord Norsk Reiseliv AS

Bakgrunn

- Nord-Norge har et betydelig større potensial innen reiseliv enn det som er tatt ut pr dato.
- Potensialet kan omformes til en betydelig verdiskapning i bedriftene til beste for sysselsetting, bosetting og allmenne interesser for øvrig i Nord-Norge.
- Dette er bakgrunnen for Statens og fylkeskommunenes vilje til forpliktende satsing sammen med reiselivsnæringen.
- Dette er også bakgrunnen for at reiseliv er en viktig del av nasjonens overordnede nordområdestrategi. Det nye selskapet vil bli et sentralt redskap for å utløse dette potensialet.
- Interimsstyret foreslår **"Nord-Norge"** som merkenavn i promoteringen av landsdelen. Fastsettelse av et "merkenavn" er en viktig beslutning med store markedsmessige og økonomiske effekter. Interimsstyret ønsker derfor å kvalitetssikre merkenavnet før det tas i bruk.

Nord Norsk Reiseliv AS

Merkenavn

- Interimsstyret foreslår **”Nord-Norge”** som merkenavn i promoteringen av landsdelen.
- Fastsettelse av et ”merkenavn” er en viktig beslutning med store markedsmessige og økonomiske effekter. Interimsstyret ønsker derfor å kvalitetssikre merkenavnet før det tas i bruk.

Selskapsnavn, merkenavn og merkevare

	Selskapsnavn	Merkenavn	Merkevare
Prinsipp	Formelt navn på selskapet, har betydning overfor ansatte, eiere, banker , leverandører og selskap en selger tjenester til. Blir ofte forkortet.	Navnet på produktet en selger til kunden. Trenger IKKE å være identisk med selskapsnavnet.	De assosiasjoner kunden får når en ser merkenavnet.
<u>Eksempler</u>			
Norwegian	Norwegian Air Shuttle ASA	Norwegian	Norsk flyselskap, billig,
TFDS	Troms Fylkes Dampskibsselskap ASA	TFDS, Hurtigruten	Tradisjonsrik, sikker, forankret i Nord-Norge.
Innovasjon Norge	Innovasjon Norge	Norge	Langt mot nord, mye natur, fjorder, Nordkapp, friskt og fint
Carlson	Carlson Companies Inc	Radisson, TGI Fridays, Carlson Wagonlite	Ulik merkevare for de ulike merkenavnene
Coca-Cola	The Coca-Cola Company inc	Coca-Cola, Fanta, Sprite, Zero etc	Ulik merkevare for de ulike merkenavnene
Nord Norsk Reiseliv	Nord Norsk Reiseliv AS	Nord-Norge	Natur, friskt, lys, sameland, Lofoten, Nordkapp, Arctic Norway, Oluf, himmelblå osv

Nord Norsk Reiseliv AS

Selskapsdannelse

- NordNorsk Reiseliv AS etableres 29. april 2009 i Svolvær, med hovedkontor i Alta.
- Fylkesselskapene integreres inn i landsdelsselskapet som deretter vil bestå av 3 avdelinger, i Bodø, Tromsø og Alta under et styre og en ledelse.
- Målet er å ta ut det store potensialet Nord-Norge har innenfor reiseliv, styrke verdiskapningen og forbedre resultatet i reiselivsbedriftene.
- Selskapet skal være en motor for utviklingen av reiselivet i Nord-Norge og fokusere på markedsføring, kompetanse og generell utvikling av reiselivet, i tett dialog med næringen og relevante offentlige aktører.
- Selskapet skal finansieres gjennom langsiktige avtaler med Finnmark, Troms og Nordland fylkeskommuner, statlige bidrag i kombinasjon med ulike former for næringsinntekter.

Nord Norsk Reiseliv AS

Selskapsdannelsen

- Interimsstyret foreslår en modell som vektlegger ivaretagelse av eksisterende kompetanse, som er rask å implementere, er effektiv og med klare ansvarsforhold.
- Modellen er basert på intensjonsavtalen mellom de tre fylkeskommunene, justert for næringens behov og interimsstyrets egne vurderinger.
- Realisering forutsetter at modellen godkjennes i de respektive fylker og hos øvrige involverte parter innen utgangen av juni 2009. Deretter vil anbefalt modell bli formelt gjennomført i en ekstraordinær generalforsamling.

Nord Norsk Reiseliv AS

Finansiering

- Finansieringen av selskapet forutsettes inkludert følgende elementer:
 - Det etableres forpliktende flere årlige avtaler med fylkeskommunene. Disse regulerer fylkeskommunenes engasjement innen profilmarkedsføring samt spesifikke fylkesvise tiltak, prosjekter og prioriteringer. Deler av fylkeskommunenes engasjement vil bli gjort avhengig av tilsvarende engasjement fra næringen og/eller at selskapet klarer å oppnå annen egen finansiering.
 - Statlig finansiering
 - Næringsinntekter knyttet til salg av tjenester overfor destinasjonsselskap, enkelt bedrifter og andre som har interesse av selskapets tjenester.
 - Etablering av "sponsoravtaler" med større aktører i landsdelen som kan se verdien av økt fokus og vekst i reiselivsnæringen uten å komme i konflikt med reiselivsnæringens behov og interesser.
- De tre fylkesselskapene har et samlet aktivitetsnivå på ca NOK 30 mill. Dette aktivitetsnivået forutsettes videreført samtidig som nye aktiviteter vil bli tilført slik at samlet aktivitetsnivå på årsbasis for det nye selskapet vil bli i størrelsesorden NOK 50 – 60 mill. Det forutsettes at økt aktivitetsnivå ikke fører til nevneverdig økning i de administrative kostnadene.

Nord Norsk Reiseliv AS

Destinasjonsnivået

- Mandatet til interimsstyret har vært å se nærmere på den overordnede organiseringen i Nord-Norge. I første rekke berører dette landsdelsnivå og fylkesnivået. Bedriftsnivå og destinasjonsnivå er i denne sammenheng ikke diskutert.
- Neste skritt bør være å se nærmere på destinasjonsnivået for å se hvordan disse kan betjene bedriftene på en bedre måte herunder sikre tilstrekkelig økonomi til at destinasjonsnivået kan ivareta sine oppgaver. Økt turisme til landsdelen vil gi økt aktivitet også på destinasjonsnivået, og dette må håndteres.

HELGELAND

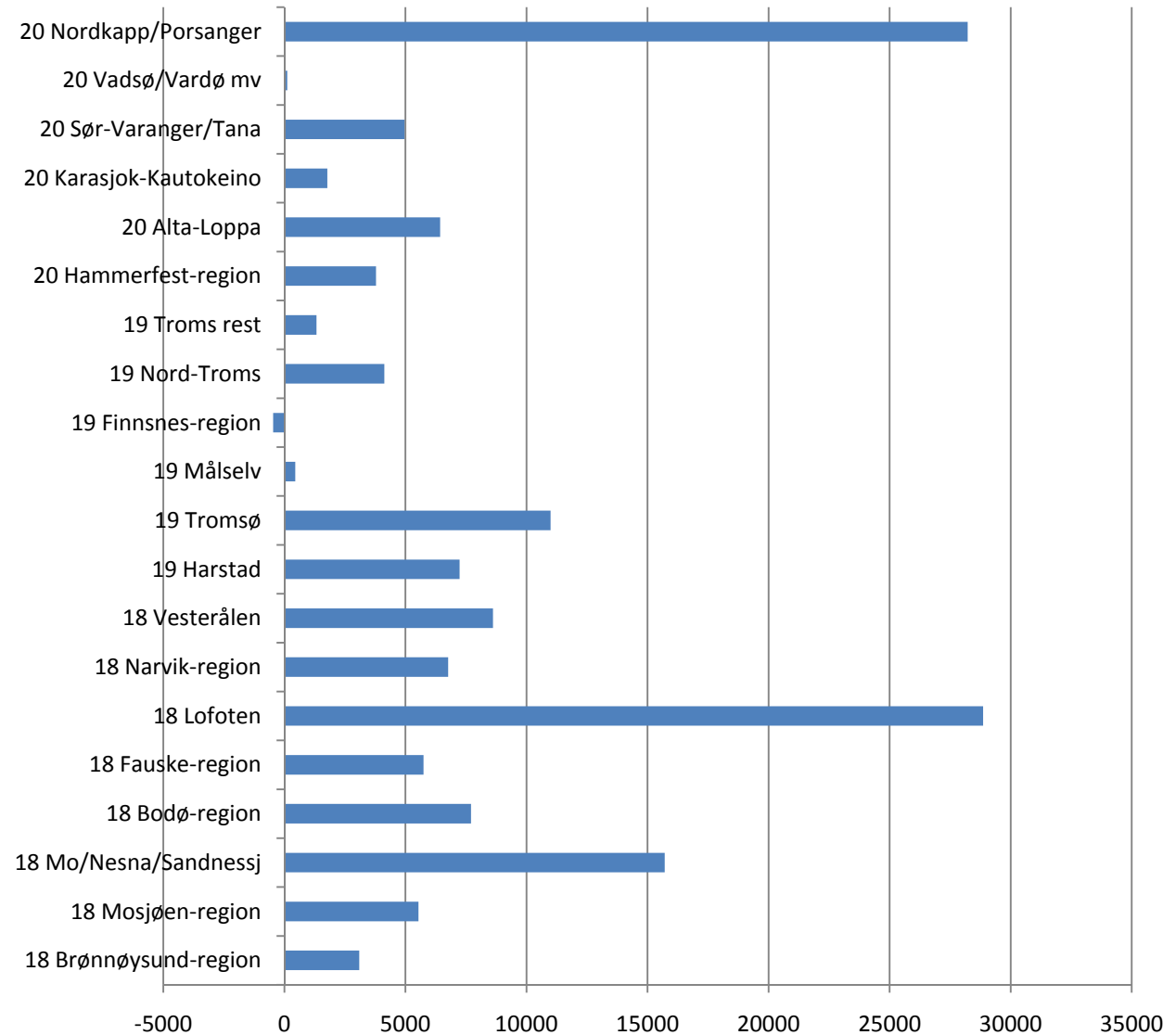
EN DEL AV

NORDNORSK REISELIV

REISELIVETS BETYDNING REGIONALT I NORD-NORGE

**Ant overnattinger
i juli minus antall
overnattinger i
oktober 2008.**

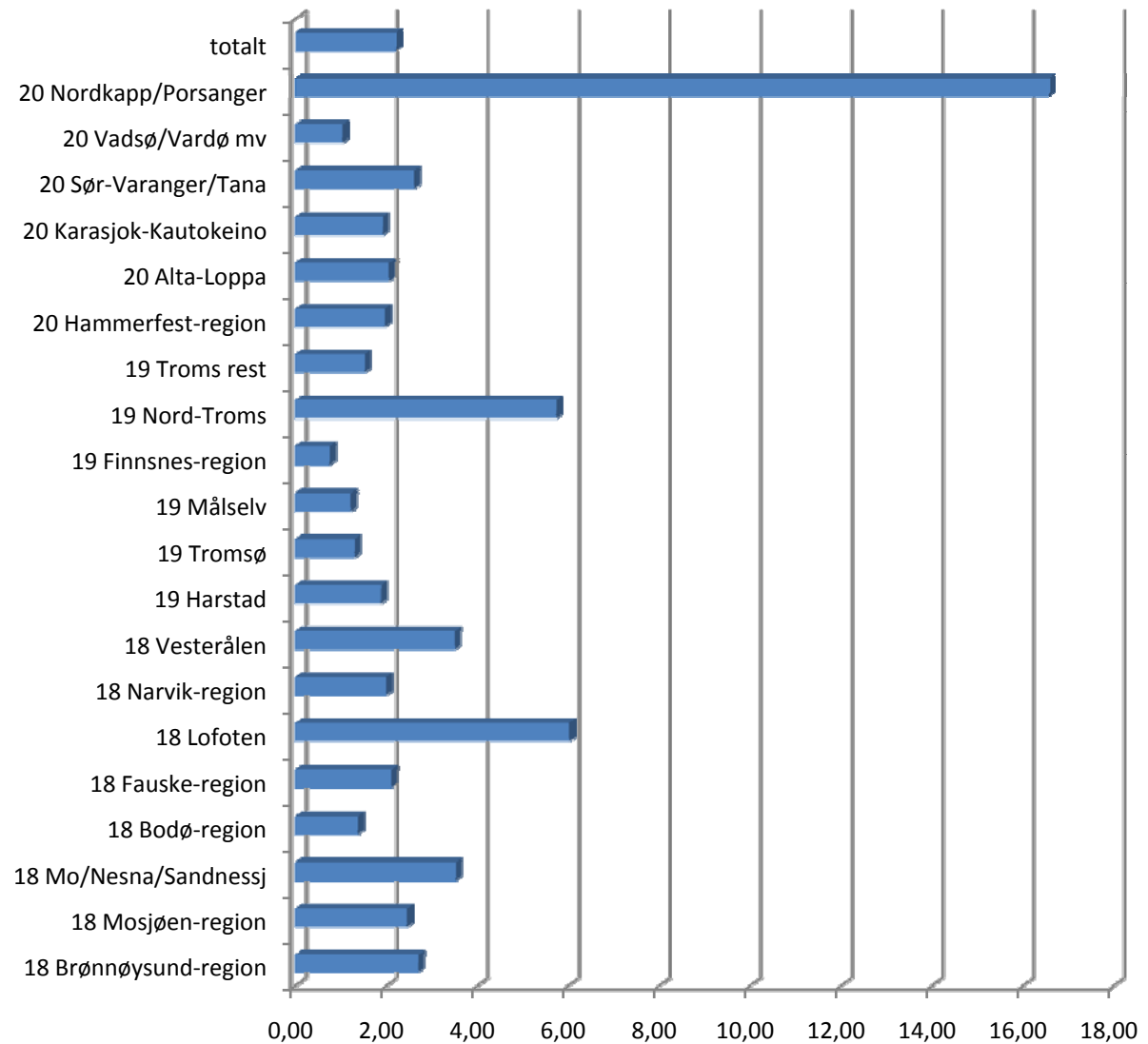
Ulike områder i N-N



REISELIVETS BETYDNING REGIONALT I NORD-NORGE

**Ant overnattinger
i juli delt på antall
overnattinger i
oktober 2008.**

Ulike områder i N-N



Helgeland – en del av Nordnorsk reiseliv

Men hvordan?

- Hvordan skal Helgeland markedsføres?
 - Helgeland, Polarsirkelen, Torghatten, Himmelblå, Lovund, Børgefjell?
- Hva skal selges?
 - Opplevelse, ligge stille, rundreise, sykkel, vandring, fiske, kystopplevelser, grottevandring
- Hvem er turisten?
 - Norsk – utenlandsk
 - Ryggsekk turist eller millionær
 - Få eller mange?
- Hva skal det koste?
- Hvem skal utvikle Helgeland
 - Kapital (lokal, offentlig, norsk eller utenlandsk)
 - Felles infrastruktur (søppel, turstier, logistikk)
- Organisering av fellesapparatet
 - Kompetanse, desentralisert, ressurser

Helgeland – en del av Nordnorsk reiseliv

Men hvordan?

- Erkjenne at ting tar tid
- Erkjenne at det er kostbart å utvikle reiseliv. Det er enklere, raskere og billigere å utvikle en levedyktig næring dersom en integrerer reiselivstanken som en naturlig del av samfunnsutviklingen.
- Ta godt vare på den kompetansen dere har, der den er. Reiseliv er desentralisert i sin natur og i stor grad nettverksbasert
- Lokal styring / utvikling, men koordinert

Grip mulighetene

—

**mens dere fortsatt kan
påvirke utviklingen!**

Takk for oppmerksomheten