

Nye prosjekter i regi av Arctic-365

Klyngeleder Børre Berglund

Tromsø 2. juni 2021

Hovedpunkter

1. Dette er gjort
2. Innspill
3. Dette gjør vi



Dette er gjort siden sist

A photograph of a whale's tail fluke emerging from the ocean. The tail is dark and wet, with a lighter, almost white, underside. The background is a deep blue sea under a sunset sky, with the sun low on the horizon, casting a warm, golden light on the water and the tail. The overall mood is serene and majestic.

- **Analyse – konsekvenser av covid-19**
 - Påvirkning av politikere og virkemiddelapparatet
 - Markedserstatningsbidrag
- **Vintersatsing i Norge**
 - Samarbeid med NordNorsk Reiseliv og InnOpp
 - Bistand til klyngebedriftene
- **Internasjonale markeder**
 - Webinarer med turoperatører
 - Produktmanual EVE



GATEWAY ARCTIC NORWAY



FANTASTIC LOCATION



GREAT OPPORTUNITY

WELCOME TO THE GATEWAY TO THE ARCTIC

Spectacular destinations in the heart of the Arctic – A great opportunity for Tour Operators and direct flight or charter operations.

The Gateway to the Arctic is for many tourists Harstad Narvik Lufthavn, Evenes Airport. You can reach 4 stunning destinations within 3 hours from the airport and this manual is provided for you to construct packages combining the best of arctic activities and nature.



The four destinations we are offering in this manual is Lofoten, Vesterålen, Harstad and Narvik. The variety of activities and nature is phenomenal all year round and you can explore 4 beautiful destinations in a short time if you choose Harstad Narvik Lufthavn, Evenes Airport as your hub for exploring the best of the Arctic.

We know the struggle of packaging and producing, so this manual is focusing on activities with prices and seasons so you can choose the best for your guests and company.

Lise Janita Hansen
Head of Tourism
Narvik
visitnarvik.com

Elisabeth Dreyer
Head of Tourism
Lofoten
lofoten.info/Visitlofoten

Jan-Erik Kristoffersen
Head of Tourism
Harstad
visitharstad.com

Astrid Berthussen
Head of Tourism
Vesterålen
visitvesteralen.com

This moment is a great time to focus on this area in Northern Norway, the interest has never been bigger and all destinations are increasing all year round.



The collaboration between the destination companies who has provided you this manual is strong, and we will all be at your assistant you in any way.

You are warm welcome to visit us and we will show you the best of the arctic described as activities in this manual.

This manual have collected a selection of accommodation and activities available in Harstad, Narvik, Lofoten and Vesterålen. Please note that some activities may need to be adjusted to current weather conditions. We reserve the right to correct any errors and adjust prices without prior notice.

Detaljer fra kartlegging sist uke

Kort gjennomgang

Produktet

- Bidra til at nøkkelpersonell er på plass
- Kvalifisert og kompetent arbeidskraft
- Det blir en overgang med risiko for å produsere nye tilbud – samtidig med at vi ikke kjenner volumet
- Hvilke nye og etablerte aktivitetsleverandører er fortsatt i drift?
- Etter 2 år uten internasjonal trafikk blir koordinering viktig. Nye "pakkeløsninger" må etableres.
- Legge til rette for samarbeid om produktutvikling mellom destinasjonene og med bruk av Tromsø som hub
- Kursing og kvalitetssikring av kompetanse knyttet til Nordlys-opplevelsene
- Gode rutiner for smittehåndtering

Marked

- Sortere markedene, hvem vil reise først?
- Kundeinnsikt – «Reason to go», hva er endret?
- Markedsanalyse 2021/22 – forventninger om volum målt opp mot 2019/20 sesongen
- Analyse av sesongen 2022/23 – hva er etterspørselen/volumet da?
- Anbefalinger vedrørende salg- og distribusjonskanaler, flere treffpunkt med dette tema
- Hvilke turoperatører er ikke lengre i markedet med produksjon av Nord-Norge vinter?
- Workshops ala «Kraftsamling Nord»
- Markedsføring – en plan for hvert av markedene
- Kjøre på med visningsturer og fam-trips
- Digitale workshops med turoperatører gjennom sommeren

Tilgjengelighet

- Skulle også gjerne visst hva flyselskapene planlegger av trafikk
- Stimulere til gjenåpning av direkteruter
- Rask gjenåpning av de internasjonale flighter fra England, Tyskland og Sveits/Østerrike
- Påvirke prosesser for nye ruter til de mellomstore flyplassene
- Transport og logistikk løsninger mellom destinasjonene, ala Arctic Route
- Fly inn til oss som gjør at det er tilgjengelighet for gjester å reise sømløst også rundt i landsdelen

Samhandling

- Styrke fellesprosjekter mellom klyngemedlemmene – spesielt innen produktutvikling
- Økt samarbeid mellom klyngebedriftene for å synliggjøre bredden av aktivitetstilbudet – «selge naboen»
- At vi klarer å spre ut trafikken likt gjennom hele vintersesongen, her trenger vi markedsføring av hele Vinteren (januar - April) for å unngå opphoping. Ved opphoping på de mest populære destinasjonene så må vi bli flinkere til å markedsføre de mindre destinasjonene, som har ledig kapasitet
- Legge til rette for samarbeid om produkter/produktutvikling mellom aktørene i Nord-Norge. Det er mye fokus på aktiviteter, men vi stasjonære attraksjoner har behov for samarbeid med andre aktører slik at våre tilbud kan blir del av opplevelsespakker

Rammebetingelser

- Fortsatt støtte og kompensasjonsordninger. Det som blir den største utfordringen er å få tak i personale på kort varsel, uten kunder mister vi personal til andre bransjer. Lønnstilskudd fra staten!
- Påvirke slik at norske myndigheter aksepterer koronapass
- I forbindelse med ny ordning om fritak for kjøreløyve som faller bort, er de nye reglene gode nok for reiselivsbransjen
- Samordning: Etter 2 år uten internasjonal trafikk blir koordinering viktig. Nye "pakkeløsninger" må etableres.
- Informasjon: Hvem kommer? hvor kommer dem fra? hvor kommer dem til? hvordan kommer dem? Hva ønsker dem?
- Korona er ikke over neste vinter. Hvordan skal bedriftene jobbe mot et internasjonalt marked som ønsker trygghet?

Bærekraft

- Differensiere turoperatører slik at en kan velge bort de som ikke legger bærekraftig utvikling til grunn
- Fokus på å tiltrekke oss miljøbevisste turoperatører
- Fokus på å fylle vinterens skuldervesongener sept/okt og apr/mai
- Fokus på kvalitetsheving i aktivitetsbedriftene, produkt, arbeidsmiljø, bærekraft, og mer integrering av reiselivsbedriftene i lokalmiljøet
- Fokuserer på klima og reiser som ikke bidrar til ennå kortere vinter
- Mange av oss har endret fokus på hvilke typer kunder vi ønsker fremover med hensyn på bærekraft. Har dere noen oversikt over turoperatører som også har dette fokus, spesielt med tanke på kunder som blir flere dager og som legger igjen penger i lokalmiljøet?

Nye prosjekter

1. Eget restart-prosjekt
2. Finnmark 2025
3. Digitale og hybride forretningsmodeller
4. Nulltoleranse – dødsfall ifm skredulykker
5. Bærekraft i klyngebedriftene
6. Samarbeid reiseliv – kreative næringer

«Restart internasjonale markeder»

- HA1. Utvikle nye «Breathtaking» kombinerte opplevelser
- HA2. Forbedret flytilbud til og i landsdelen
- HA3. Forsterke reisemål «ut av trengselen» for internasjonale besøkende
- HA4. Endringer i distribusjonsstrukturen
- HA5. Ny kunnskap om markedene

HA1. Utvikle nye «Breathtaking» kombinerte opplevelser

Tiltak: Ved å kombinere leveranser på ulike destinasjoner skal vi lage nye opplevelsesturer for test salg vinteren 2021/22:

- a. Kombinasjon Tromsø-Senja
- b. Kombinasjon Tromsø-Alta
- c. Julefeiring i Alta
- d. Kombinasjon Evenes-Harstad-Indre Troms

I tillegg vil vi utvikle nye særegne opplevelser i Alta, Nordkapp, Senja og Indre Finnmark.

Oppgavene som gjennomføres i forprosjektet er å identifisere leverandører, etablere eierskap til konseptene og iverksette skisseutvikling av de nye produkt-ideéne og iverksatt produktutviklingen.

Vi inviterer klyngebedrifter på de ulike destinasjonene til deltakelse i del-prosjektet og rekrutterer en ansvarlig klyngebedrift per destinasjon som koordinerende for fremdrift av det lokale arbeidet.

HA2. Forbedret flytilbud til og i Troms og Finnmark

Tiltak: Klyngen vil ta en ambisiøs rolle i forhold til å etablere et «lean»-nettverksprosjekt bestående av klyngebedriftene, europeiske flyselskap og europeiske turoperatører. Nettverksprosjektet etableres i de de tre markedene som har det største potensialet for reiser til Nord-Norge i vintersesongen.

Formålet er å gå sammen for å produktutvikle pakker; bygge tilgjengelighet gjennom flykapasitet (helst rutetrafikk, men evt charter) og offensiv distribusjon. NordNorsk Reiseliv og Visit Norway inviteres med i arbeidet.

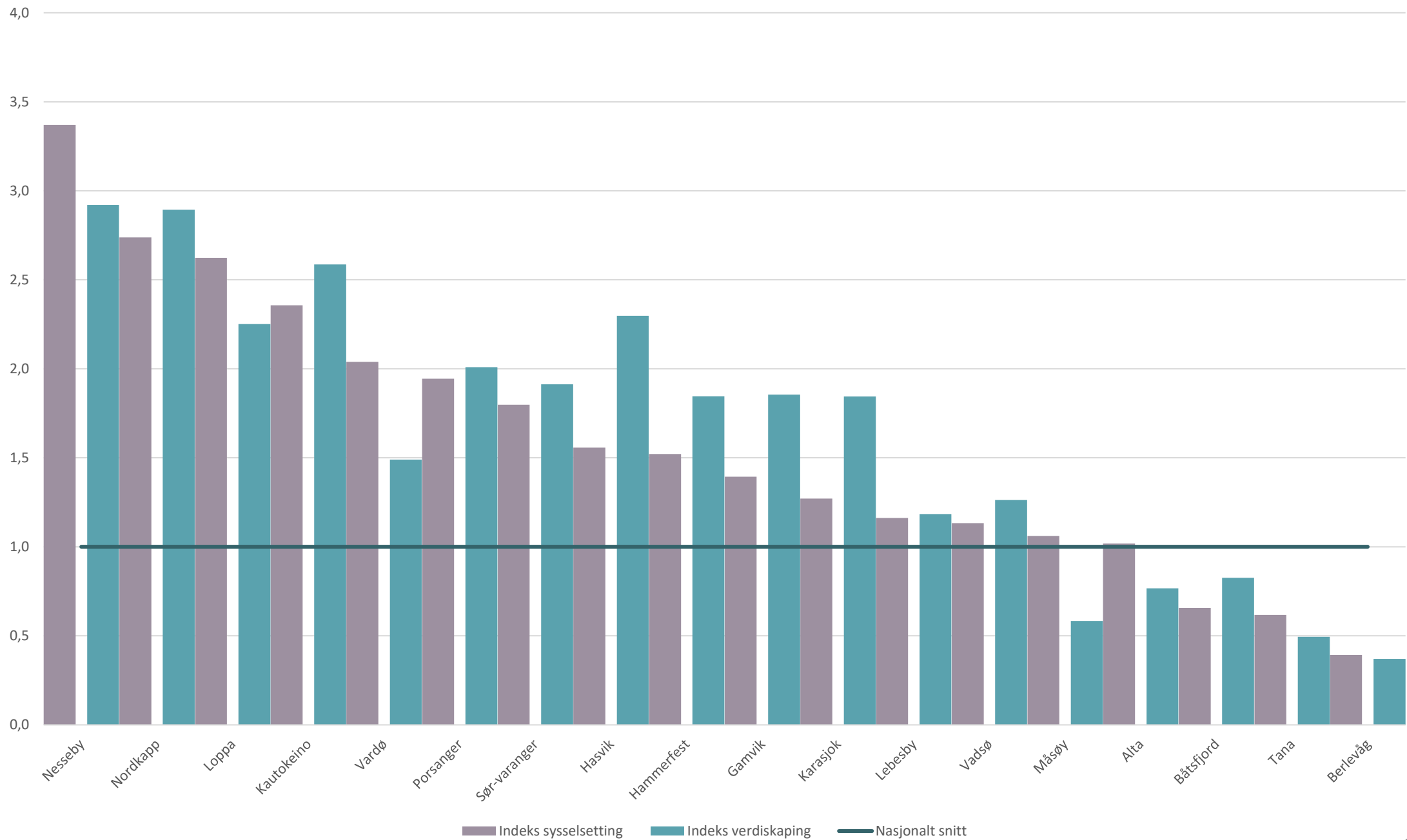
En inspirasjon til ovenstående er jobben som var gjort for noen år siden, da Arctic-365 og flere aktører spilte på lag med Lufthansa, og samarbeidet om å få på plass direkte flyruter mellom München/Frankfurt og Tromsø. Vi tenker imidlertid at dette kan settes i enda mere system som et nettverksprosjekt.

For å unngå at flyselskapene blir for opptatt av å tenke konkurranse vil vi velge ett flyselskap pr marked.

Oppgavene som skal gjennomføres i forprosjektet er å identifisere prosjektdeltakere for tre ulike markeder og etablere prosjektene.

«Finnmark2025»

- I 2000 var samlede kommersielle overnattinger i Finnmark 19,27 % av alle kommersielle overnattinger i Nord-Norge. I 2019 er andelen 16,77 % **(- 2,5 %)**
- I 2010 var andelen ferie- og fritidsovernattinger på hotellene i Finnmark 22,54 % av tilsvarende overnattinger i Nord-Norge. I 2019 var denne andelen 16,95 % **(- 5,59 %)**
- I den andre delen av det påvirkbare markedet for hotellene, kurs -og konferansemarkedet, har Finnmark tapt markedsandeler i Nord-Norge – fra 14,08 % i 2010 til 11,1 % i 2019 **(- 2,98)**
- Veksten i kommersielle overnattinger fra internasjonale markeder for Nordland og Troms var 93 % i 2019 sammenlignet med 2010. For Finnmark var veksten i samme periode 31 %



Kostnader						
Nr	Tiltak	2022	2023	2024	2025	Sum
1.1	Konseptualisering	400 000	100 000			500 000
1.2	Innovasjon på produksiden	100 000	400 000	50 000		550 000
1.3	Profil og posisjoneringsstrategi, inkl verktøy	400 000	400 000	100 000	100 000	1 000 000
1.4	Innvasjonsmodell/digital LAB, utvikle og implementere	100 000	100 000	50 000	50 000	300 000
2.1	Utredning fellesoppgaver	150 000				150 000
2.2	Koordinering av utviklingsoppgaver, samtl spisskompetanse i visitselskapene	100 000	100 000	100 000	100 000	400 000
2.3	Forsterkte markedsføring	350 000	350 000	350 000	350 000	1 400 000
3.1	Utvikling av felles strategisk verktøy flyrutetilbud, opparbeidelse	200 000	100 000	100 000	1 000 000	1 400 000
3.2	Digital tilgjengelighet, felles varelager og distribusjon av dette	75 000	125 000	150 000	150 000	500 000
3.3	Travel like The Locals	75 000	100 000	100 000	100 000	375 000
4.1	Kompetansekartlegging og behov for kvalitetsutvikling, inkl 1. linje og kompetansetiltak	125 000	250 000	250 000	250 000	875 000
4.2	Utvikling av program for FoU-tiltak, styrke bestillerfunksjonen	150 000	100 000	75 000	75 000	400 000
4.3	Felles studietur til relevante reisemål	150 000	150 000	200 000	200 000	700 000
4.4	Arena-Finnmark, forum for fellesselskapene i Finnmark inkl årlig konferanse	150 000	150 000	150 000	150 000	600 000
	Sum	2 525 000	2 425 000	1 675 000	2 525 000	9 150 000
Finansiering						
Kilde		2020	2023	2024	2025	Sum
	Innovasjon Norge 35 %	883 750	848 750	586 250	883 750	3 202 500
	Troms og Finnmark fylkeskommune 35 %	883 750	848 750	586 250	883 750	3 202 500
	Reiselisvnæringen 20 %	505 000	485 000	335 000	505 000	1 830 000
	Annen finansiering 10 %	252 500	242 500	167 500	252 500	915 000
	Sum	2 525 000	2 425 000	1 675 000	2 525 000	9 150 000

«Nullvisjon dødsfall som følge av skredulykker»

- Etterspørselen etter toppturer på ski om vinteren i landsdelen forventes å øke sterkt når covid-19 pandemien er under kontroll
- Etter den tragiske skredulykka i Tamokdalen 2. januar 2019 hvor fire unge utenlandske skigjester mistet livet, tok reiselivsklyngen Arctic-365 initiativ til et mer systematisk arbeid med forebygging av skredulykker i Troms og Finnmark
- Dette initiativet tar vi nå over i et forprosjekt og et senere hovedprosjekt

Resultater

- Å skape en samlet sikkerhetskultur i næringen
- At flere mottar og benytter relevant og forståelig informasjon og snøskredvarsel
- Etablere et nasjonalt samarbeid med andre toppturdestinasjoner, VisitNorway, bransjeorganisasjoner, NVE, Care og andre for reduksjon av ulykker
- Tilrettelegge for godt samarbeid og møteplasser lokalt og regionalt
- Økt kunnskap om våre toppturgjester
- Bedre kjennskap til varsom.no i reiselivsnæringen
- Økt kunnskap om risikovurdering, sikkerhetsplaner, ansvarsforhold, forsikringer og waivers
- Utveksling av informasjon og erfaringer med aktører og myndigheter i Whistler (Canada)

Effekter

- Effekter og virkninger etter hovedprosjektet er 50 % reduksjon av dødsfall som følge av snøskredulykker innen 5 år fra hovedprosjektets avslutning, og en omforent og felles «nullvisjon» for dødsulykker som følge av snøskred

«Nye digitale – hybride forretningsmodeller»

- Inklusive utredning online bookingløsninger og vurdering av muligheter for å etablere Arena Travel Tech

- Hamn i Senja
- Sorrisniva
- Tromsø Safari
- Brim Explorer
- Glød
- Polaria
- Lofoten Aktiv
- Big Fish Adventures
- The Whale

Nordic Traveltech Lab

Våre forretningsmodeller har ett til felles

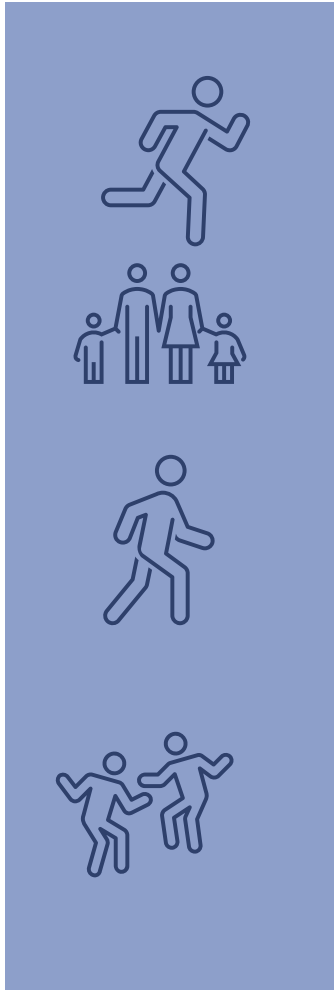
De er alle bygd opp på den forutsetningen om at gjester kommer til oss og er «on-site»

Gjennom covid-19 pandemien har vi smertelig erfart at hendelser vi ikke er herre over umuliggjør bruk av denne forretningsmodellen

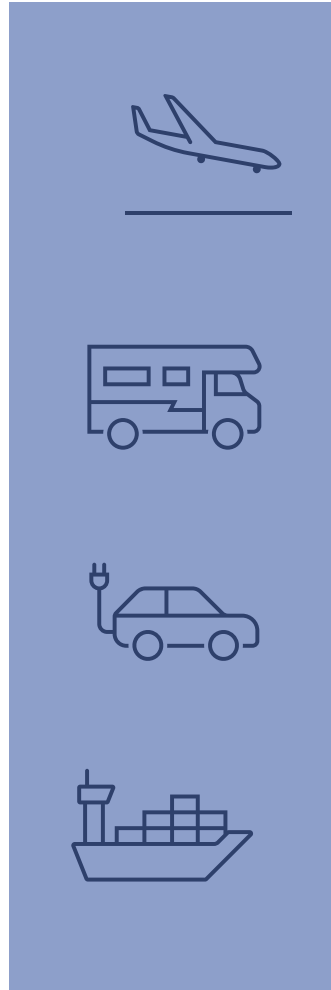
Kan vi produsere noe til?

- De som er hjemme
- Noen er hos oss, mens noen er hjemme

Kundene



reiser



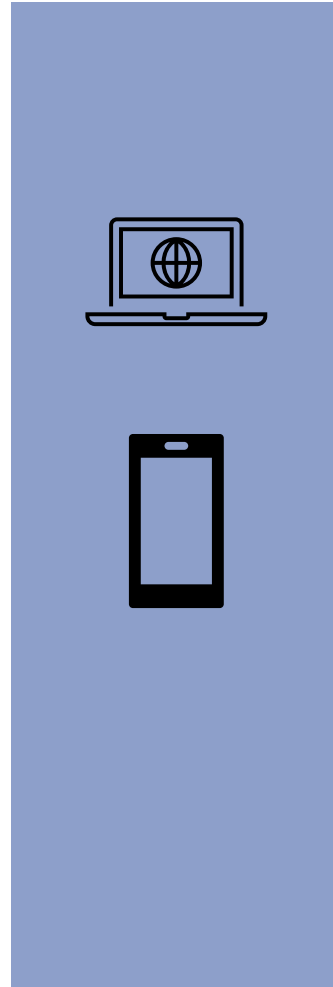
til opplevelsene



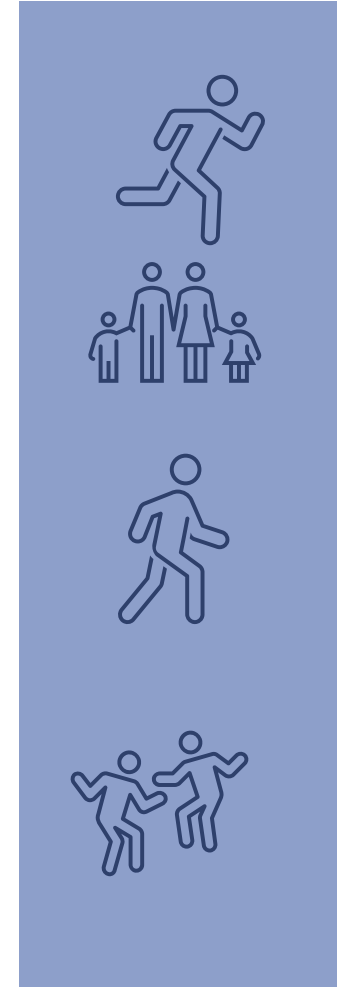
Opplevelsene



reiser



til kundene



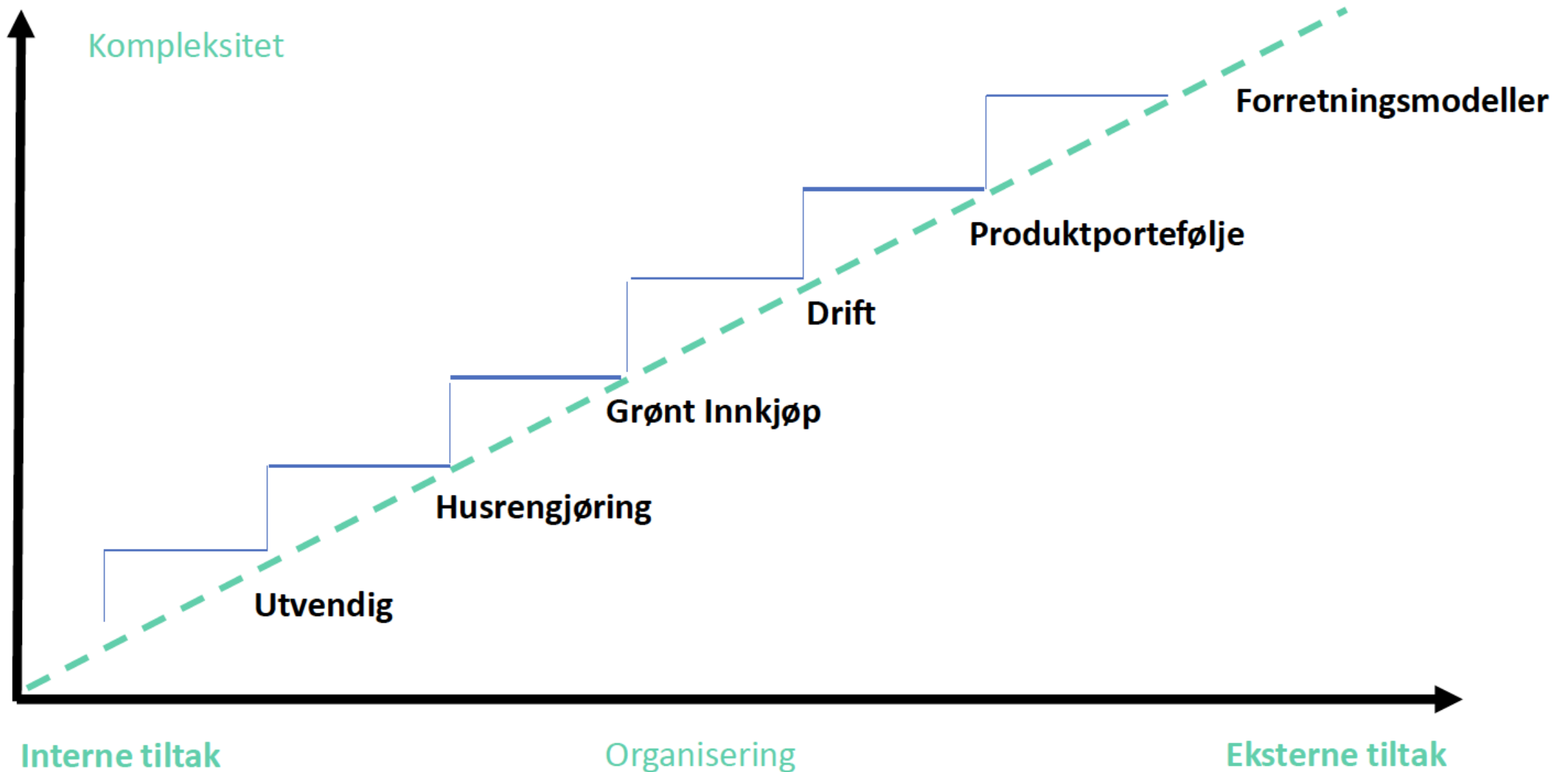
Prosjektet skal bidra til

- Styrke reiselivsnæringen gjennom samarbeid og utvikling av nye og bærekraftige forretningsmodeller som bygger på at gjestene kan være online, ikke alltid on-site
- Forstå og utvikle nye opplevelseskontekster (verdiforslag for ulike segmenter): analysere dages situasjon samt utvikle nye tilbud gjennom kreative prosesser
- Forstå drivere for onsite, digitale og hybride opplevelser (teste ulike opplevelseskonsepter/verdiforslag)
- Utvikle samt styrke opplevelsestilbud for eksisterende og nye markeder – i ulike kontekster (onsite, online og hybride) – teste betalingsvillighet, verdiforslag
- Iverksette og teste ut hensiktsmessige forretningsmodeller i ulike opplevelseskontekster
- Utrede løsningsalternativer for utvikling av et funksjonelt online bookingsystem som takler sanntid booking av alle leveranser, lagerstyring, tildeling av kapasitet og alle back-office funksjoner
- Utrede grunnlaget for å etablere et nasjonalt Arena prosjekt (Arena Travel Tech)

«Bærekraft i klyngebedriftene»

- **Etterlevelse:** Gjøre minst mulig, så lenge man akkurat klarer å etterleve gjeldende lover og regler
- **Grønnvasking:** Gjennomfører et par bærekraftprosjekter, primært for å kunne vise dem frem som et grønt «alibi», og skryte av dem i f.eks. årsrapporten
- **Prosjekt mangfold:** Mange, reelt bærekraftige prosjekter, gjerne drevet av noen ildsjeler, men uten særlig forankring hos ledelsen eller overordnet strategi, og vanskelig å få nok ressurser til prosjektene
- **Integrert strategi med styringssystem:** Utnytte bærekraftige prinsipper i hele bedriften som et konkurransefortrinn for å oppnå et langsiktig bedre resultat. Sentral styring av bedriftens mange bærekraftige tiltak, gjerne gjennom et miljøstyringssystem. Godt forankret i organisasjonen, og tilstrekkelig med ressurser, men organisert i egen «silo», med til dels kortsiktige mål
- **Full integrasjon:** Bærekraft er ikke et eget område, men heller integrert i alle bedriftens forretningsfunksjoner. Godt forankret i hele ledelsen, med langsiktige strategier. Bærekraft er integrert i hele bedriften fordi det er en sentral del av gründernes / toppledernes verdisyn

Grønn strategitrapp



Tiltak

- Analyse av hvor klyngebedriftene er ift bærekraft i dag
- Krav til plan for implementering
- Felles innkjøp Green Key og Miljøfyrtårn

www.arctic-365.no

borre@arctic-365.no