





**northern  
norway**

# Nordnorsk Opplevelseskonferanse

**Arne Trengereid, adm direktør**

**1. november 2011**



# Sesongutvikling i Nord

Krav om sesongforlengelse

Viktige utviklingstrekk

Status Vinter / Sommer

NNRs ambisjoner

Markedsmuligheter

Hvilke produkter/konsepter selger

# Vedtekter NNR

## § 2. Formål

Selskapets formål er å etablere og videreutvikle Nord-Norge som et helårs reisemål gjennom utvikling, markedsføring og tilrettelegging for salg av nordnorske reiselivsprodukter til beste for sysselsetting, bosetting og allmenne interesser for øvrig i Nord-Norge.

## Sesongforlengelse fordi:

- Styrke inntjeningen
- Helårlige arbeidsplasser
- Høyne kompetanse
- Tiltrekke seg ny arbeidskraft

# Viktige utviklingstrekk som også vil påvirke utviklingen i Nord

## Utviklingstrekk i bransjen:

- De store blir større
- Nisjeaktørene vokser frem
- Personlig kontakt vs digital kontakt

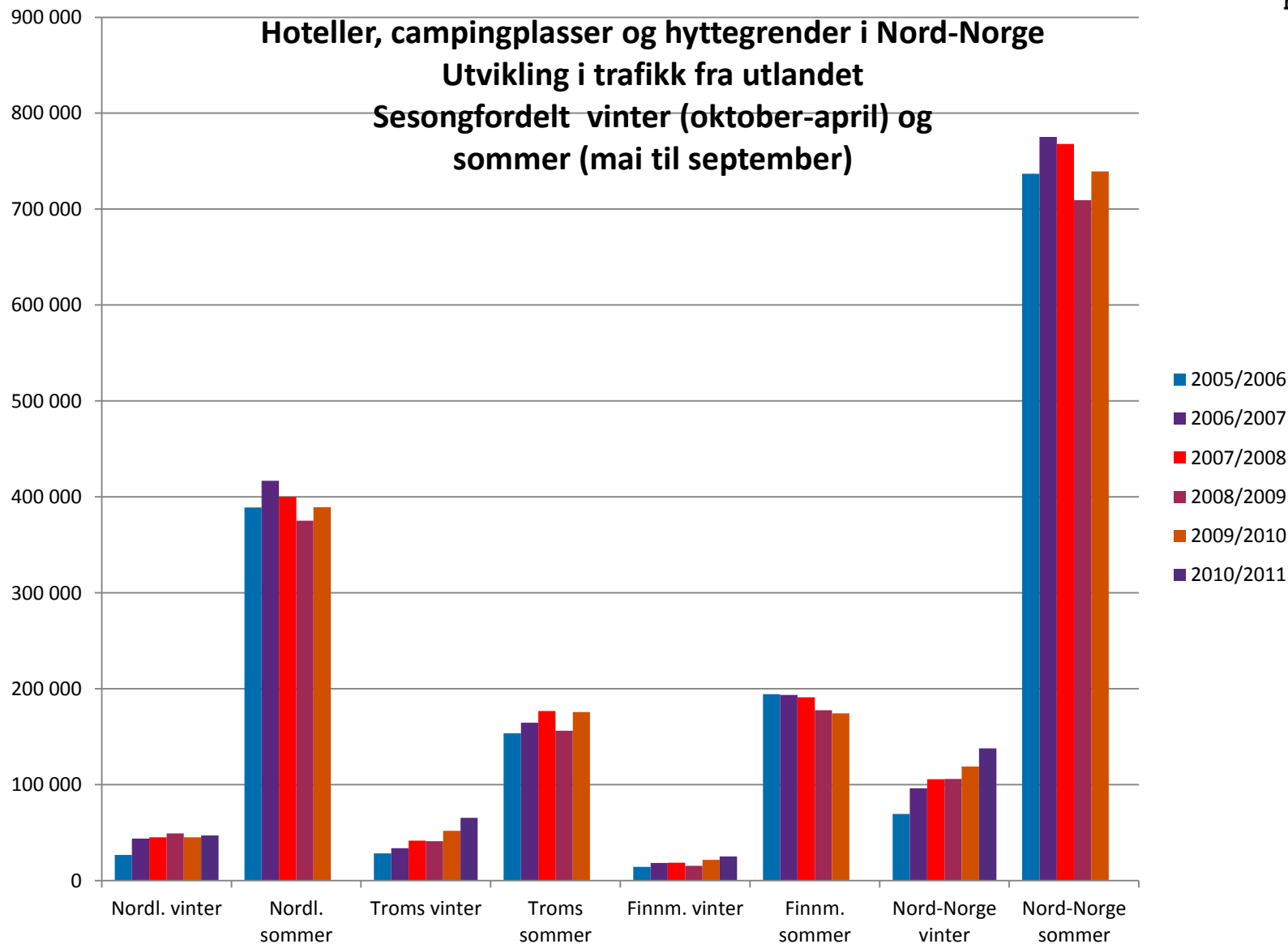
## En urolig verden:

- Høy arbeidsledighet i viktige markeder, USA, Europa
- Svekket Euro og Pund, Asiatiske valuter er sterke
- Effekten av finanskrisen en utfordring i mange markeder – PIGS landene
- Spania og Frankrike - Norge er «in»

## Forbrukerne er godt informert og krevende

- informasjon og inspirasjon er bare et par klikk unna
- Online har tatt over innhenting av informasjon.
- Sosiale medier og "word of mouth" styrer konsumentenes reiser
- Tidsriktige produkter og god tilgjengelighet et "must"
- Det lille ekstra får større betydning i valg av destinasjon (intangibles)
- Gåsehudopplevelsen
- Intellektuell berikelse blir mer og mer viktig

# Fylkesvis fordeling overnattinger vinter og sommer

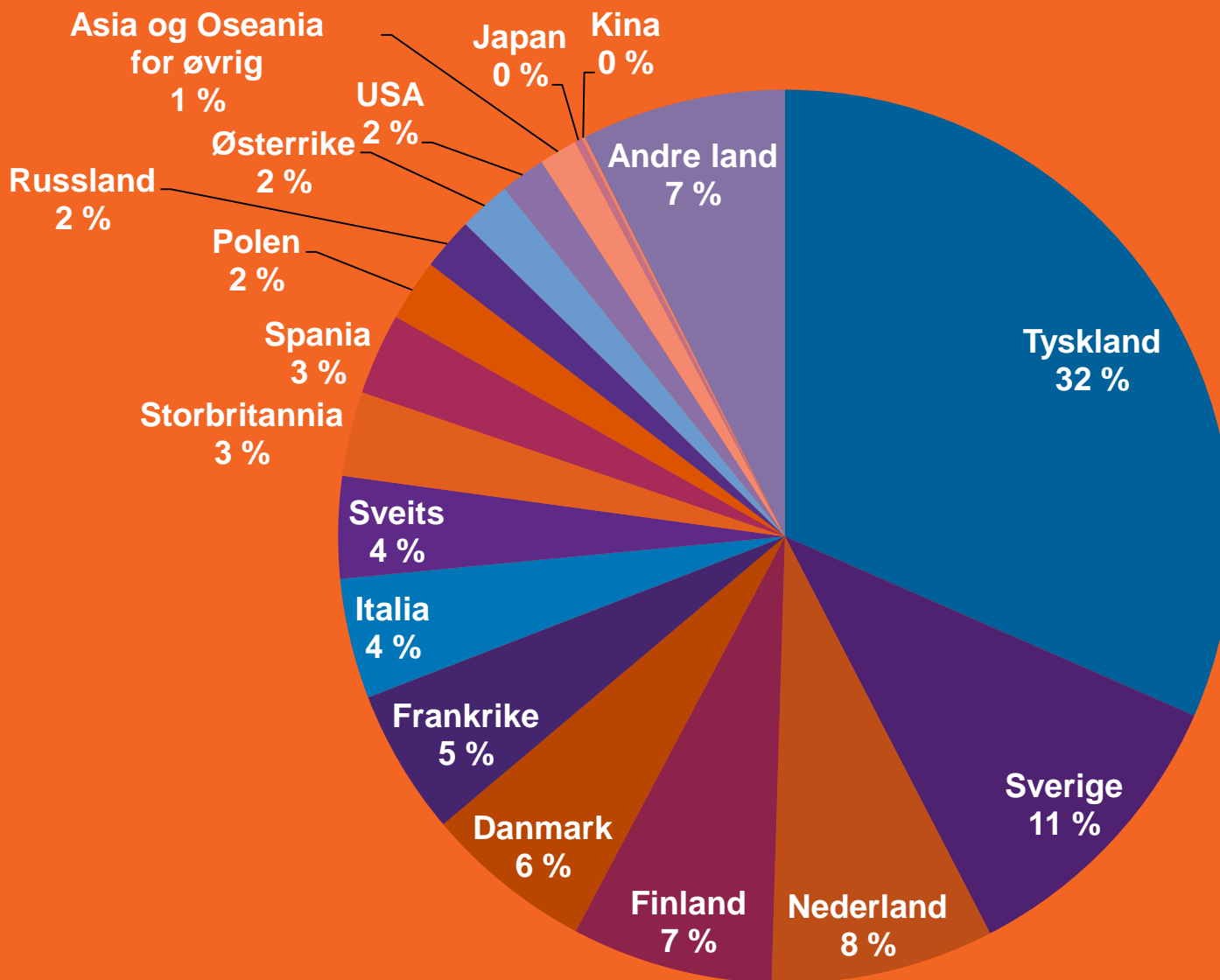




# Utenlandske overnattinger Nord-Norge sommer 2010

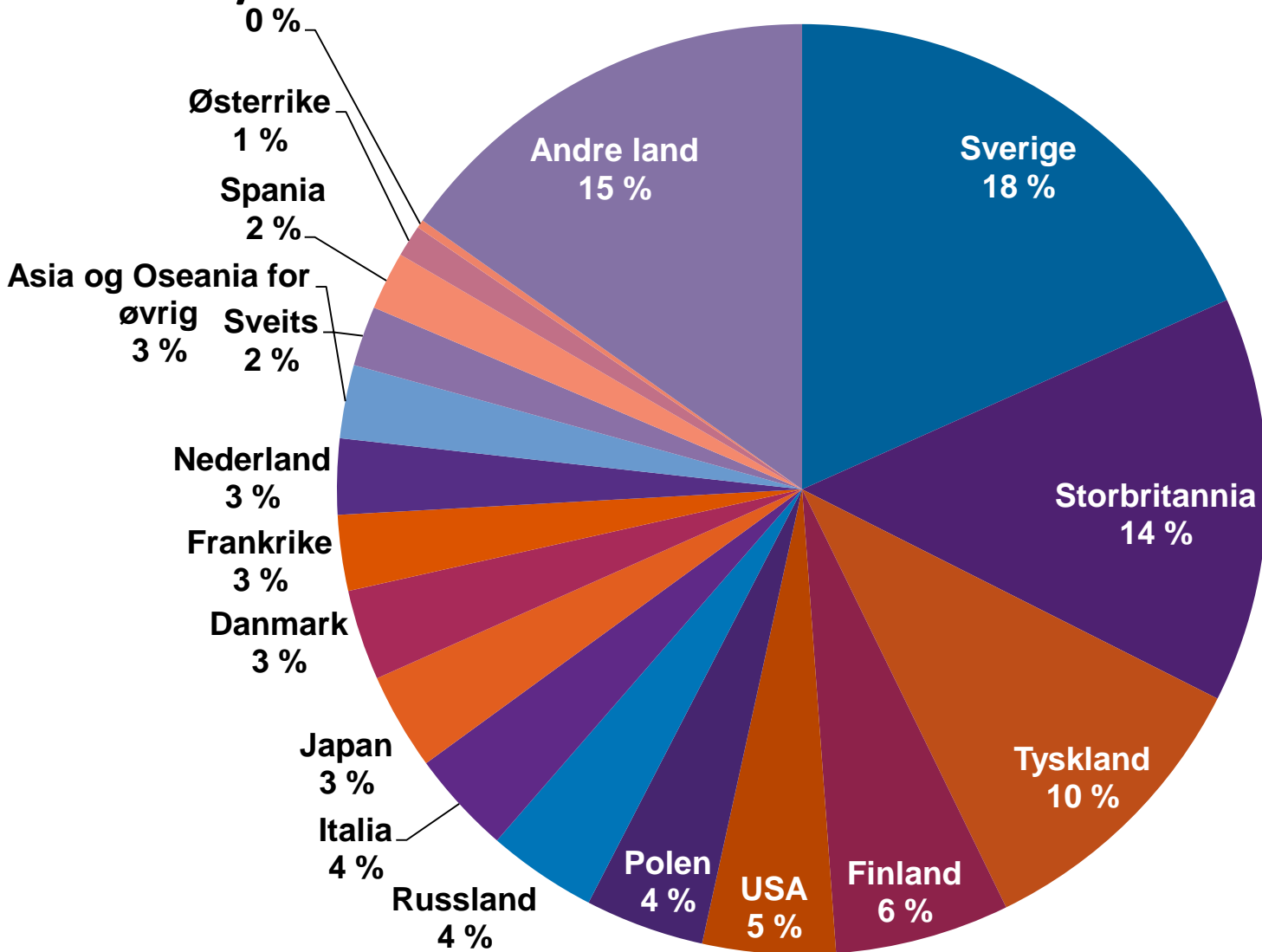


northern  
norway



# Utenlandske overnattinger, Nord-Norge Vinter

2010/2011



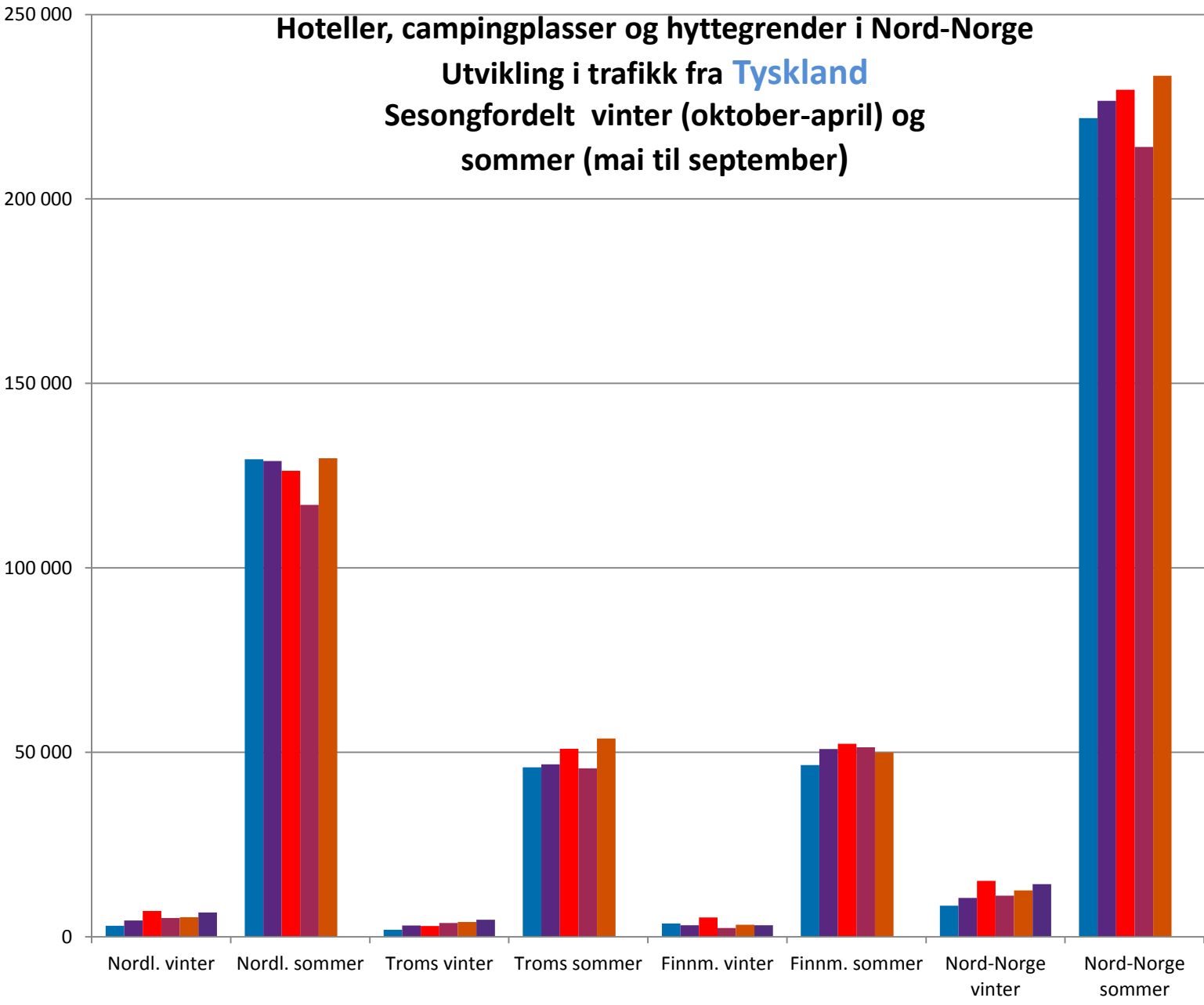


# Hoteller, campingplasser og hyttegrender i Nord-Norge

## Utvikling i trafikk fra Tyskland

### Sesongfordelt vinter (oktober-april) og sommer (mai til september)

O  
v  
e  
r  
n  
a  
t  
t  
i  
n  
g  
e  
r



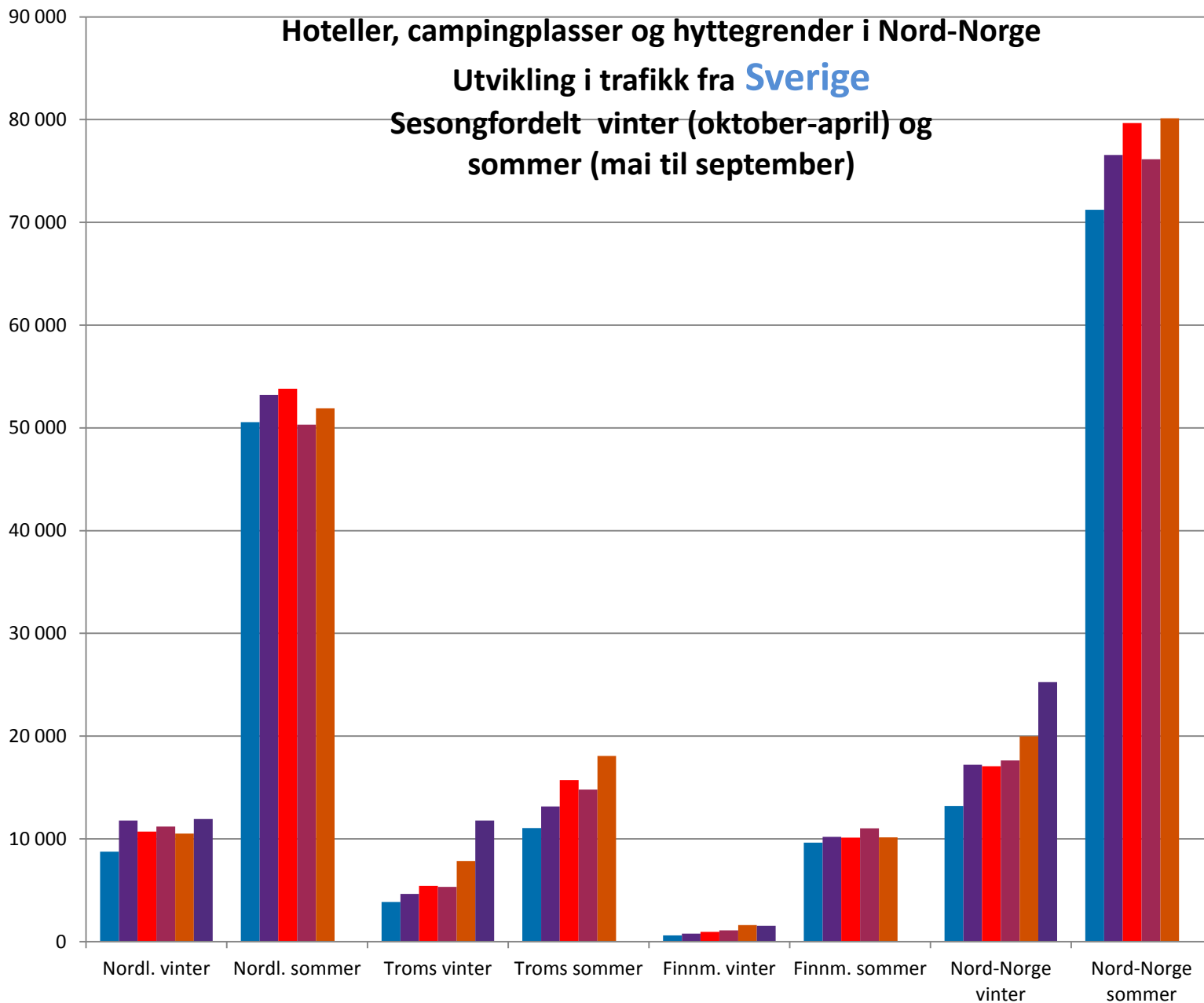


# Hoteller, campingplasser og hyttegrender i Nord-Norge

## Utvikling i trafikk fra Sverige

Sesongfordelt vinter (oktober-april) og sommer (mai til september)

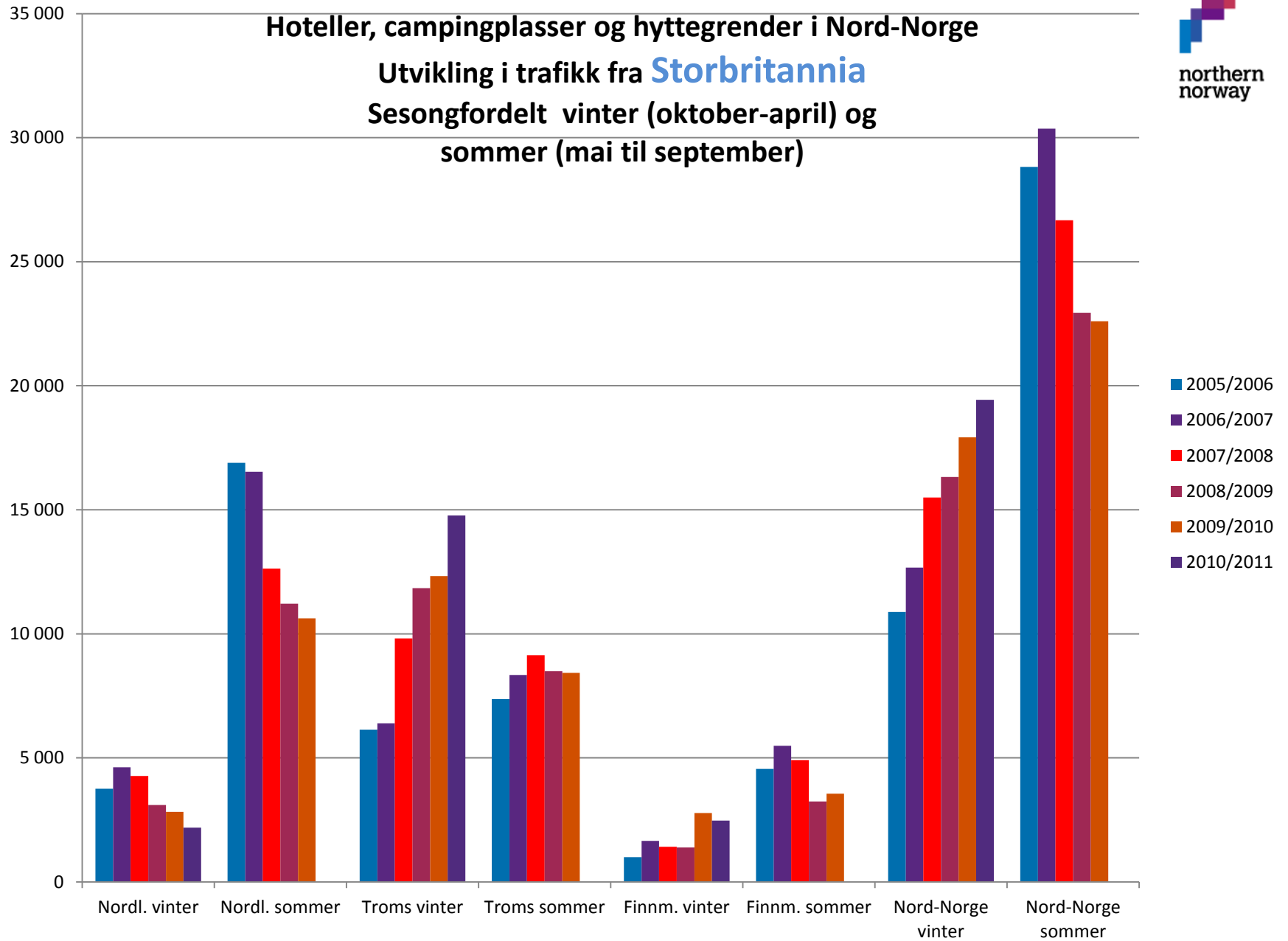
O  
v  
e  
r  
n  
a  
t  
t  
i  
n  
g  
e  
r



# Hoteller, campingplasser og hyttegrender i Nord-Norge

## Utvikling i trafikk fra **Storbritannia** Sesongfordelt vinter (oktober-april) og sommer (mai til september)

O  
v  
e  
r  
n  
a  
t  
t  
i  
n  
g  
e  
r

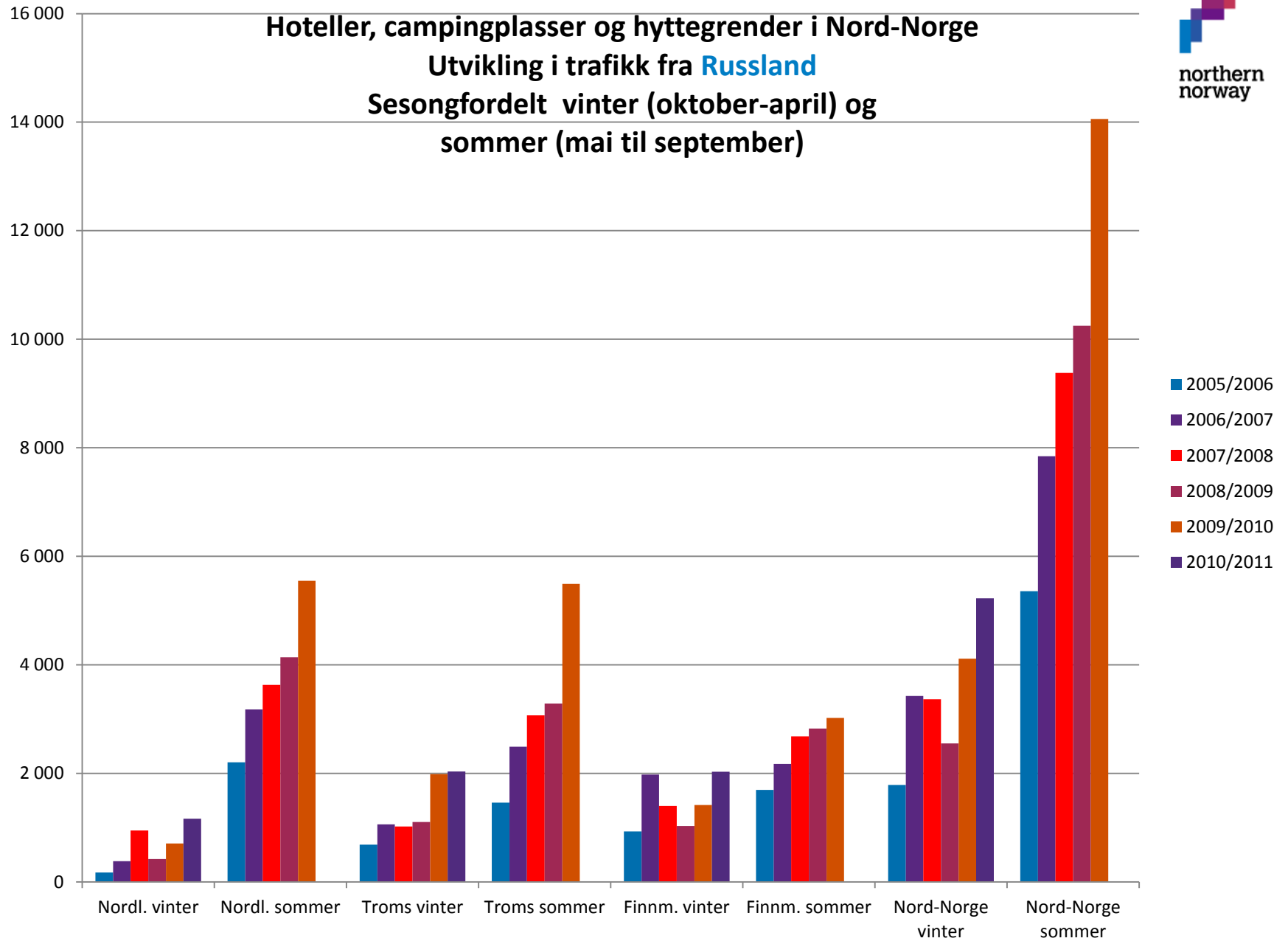


# Hoteller, campingplasser og hyttegrender i Nord-Norge

## Utvikling i trafikk fra Russland

### Sesongfordelt vinter (oktober-april) og sommer (mai til september)

O  
v  
e  
r  
a  
n  
t  
t  
i  
n  
g  
e  
r



# Her ser NNR markedsmulighetene Satsinger vinter 2011/12

## Kampanjer

Storbritannia	1.600.000
Tyskland	1.800.000
Holland	1.000.000
Norge	1.150.000
Sverige	500.000
Russland	100.000
Japan / Asia	600.000

I tillegg kommer investeringer i presse og  
visingsturer på ca 1.500.000 kroner, messer og  
workshops

# Strategiske produktkonsepter for bedrifter og destinasjoner

Nordlysturisme: 2-4 dagers opplevelsespakker med spennende sett av opplevelser, komfort og service (basepakker)

- oppvarmede hus med glasstak og vegger, servering av god lokal mat og annen nordlig komfort, sauna, badestamp, lek i snø etc
- en eller annen form for nordlysgaranti
- historier/myter knyttet til Nordlyset
- trygg og komfortabel transport
- bekledning
- Turpakke: virtuelle nordlysopplevelser (Andøya), Nordlyskatedralen (Alta) Vitensenteret (Tromsø)



Pakker med Snøopplevleser: 4-7 dager pakker med ski og uten ski (Basepakker med utflukter)

- hundesledeturer, reinsdyr, samaiske opplevelser, snøscooter
- Vinterfiske
- Hurtigruten
- Alpinferier Narvik og Målselv
- Off-piste Lyngen, Lofoten, Senja, Nord-Troms
- Is og snøhotell
- Lek i snø

Hvilke tema og produkter vil NNR løfte frem

## **Spydspisstema vinter:**

**Nordlys – det mangfoldige vinterlyset**

## **Vinterdestinasjoner:**

**Tromsø, Alta/samisk/vidde, Svalbard, Lofoten, Narvik-Indre  
Troms**

## **Produkter:**

**Nordlysjakt, Hundeslede, Snøscooter, Hurtigruten,  
Vinter/samer, Vinterfiske, Ski og snøopplevelser**

# Hvilke tema og produkter vil NNR løfte frem

## **Nordnorske spydspisser Sommer**

(ref undersøkelse destinasjonene og bedriftene i Nord-Norge)

### **Spydspisstema sommer:**

Midnattssol – de lyse sommernetter

### **Destinasjoner:**

Lofoten, Nordkapp, Tromsø, Helgelandskysten

### **Produkter:**

Fiske, Rundturer, Vandring, Folkeliv/kultur/mennesker, Kajakk

Viktig å få med seg kysten og kystkulturen

## Potensialet er stort, krever økt kompetanse, mer kapital og tålmodighet

- Egen såkornordning for reiselivet i Nord-Norge
- Styrke operasjonell kompetanse
- Ytterligere øke markedsføringen av NN om vinteren
- Aktørene må øke salgsinnsats individuelt eller i klynger

## Forts.....(potensialet er stort)

- Utholdenhet og forståelse for at samspill tar tid
- Integrering og samordning av kunnskap og erfaring fra vinterprosjekter i Finnmark, Troms og Nordland
- Vi er i ferd med å nå et volum som krever større og mer profesjonelle mottaksapparat

# Utfordringer for reiselivet i Nord-Norge

- På stedet hvil er stagnasjon
- Ny kunnskap må lede oss inn i fremtiden
- Vi må kunne forutse det uforutsigbare
- Forvente det uforventede
- Dra veksler på annen kompetanse



MEN VI ER I GANG!!