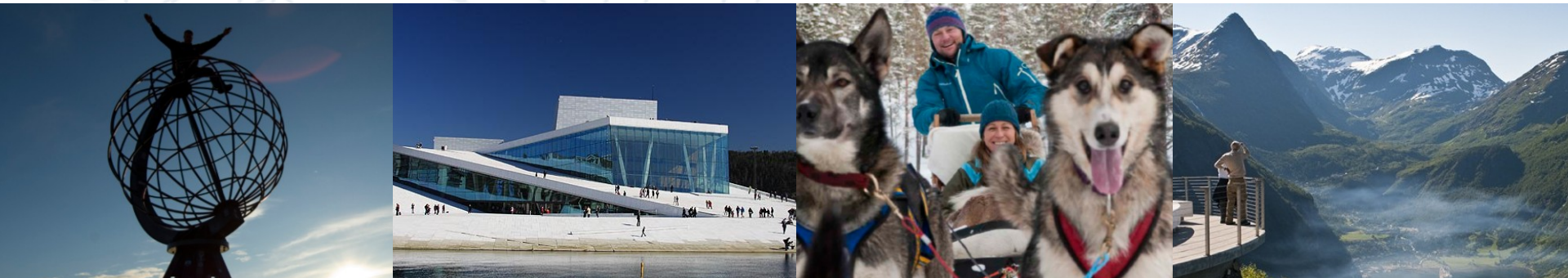




NÆRINGS- OG HANDELSDEPARTEMENTET



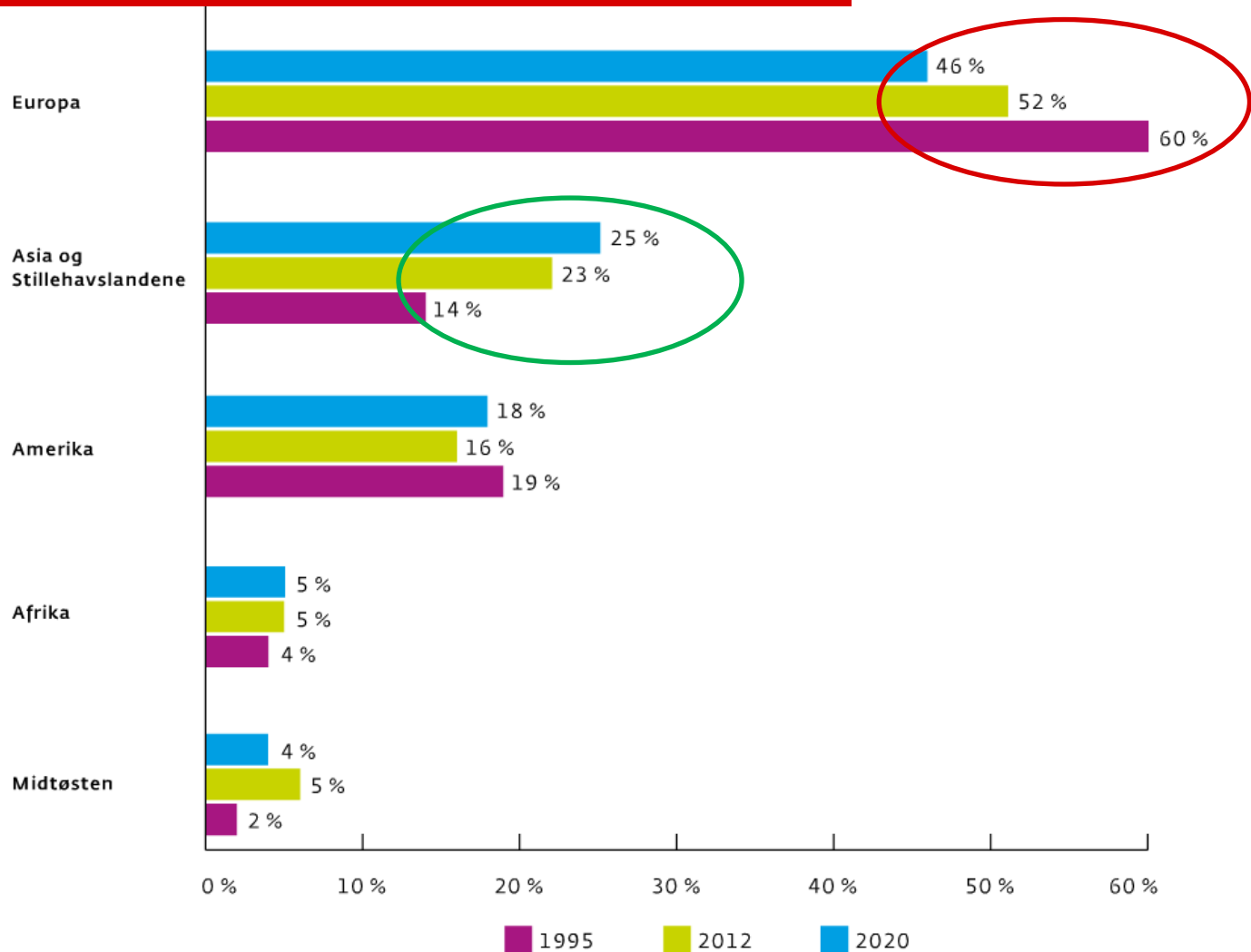
DESTINASJON NORGE – ett år etter

Nasjonal strategi for reiselivsnæringen

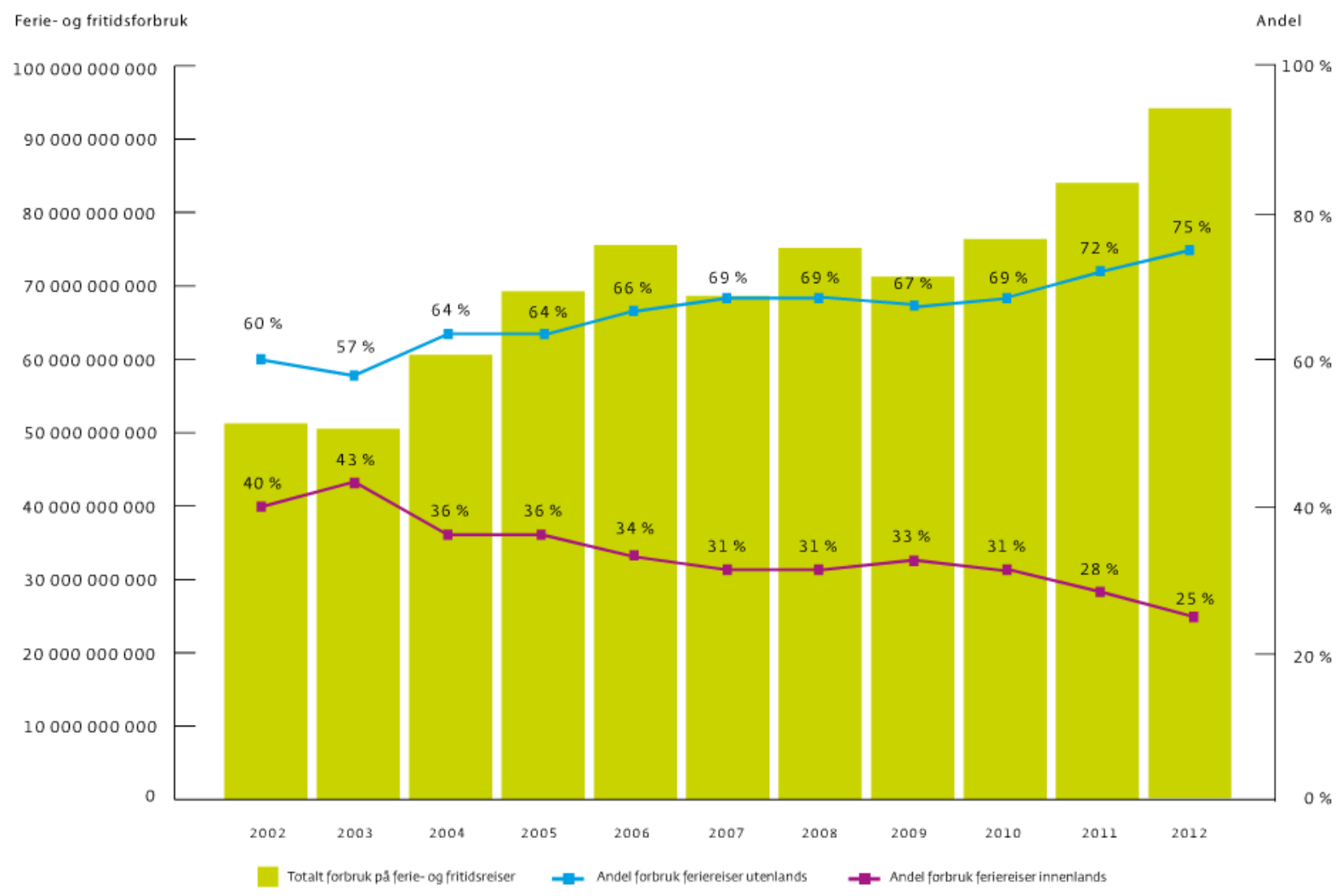
Nærings- og handelsminister Trond Giske, 29. mai 2013

Destinasjon Norge

ASIA ER FRAMTIDENS MARKED



VI BRUKER MER... – I UTLANDET



Kilde: Reiseundersøkelsen, SSB

MÅL FOR REISELIVSPOLITIKKEN

Økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen

Flere helårs arbeidsplasser og mer solide bedrifter, særlig i distriktene

Flere unike og kvalitativt gode opplevelser som tiltrekker seg flere gjester med høy betalingsvillighet



INNSATSOMRÅDER

Organisering

- *En samordnet reiselivspolitik*
- *En bedre reiselivsstruktur*

Opplevelses- og reisemålsutvikling

Salg og markedsføring



BÆREKRAFTIG REISELIV

Gratulerer Røros, Lærdal, Trysil og Vega!



BÆREKRAFTIG REISEMÅL

LOKALT ENGASJEMENT
I ET LANGT PERSPEKTIV

48 NYE INNTRYKK: reise

Norge i tet på bærekraftig reiseliv

Som det første landet i verden har Norge lansert en nasjonal merkeordning for bærekraftige reisemål. De første som kan pryde seg med utmerkelsen er Røros, Trysil, Lærdal og Vega.

TEKST: CHRISTINE BAGLO

– Kjempegøy! Dette er både et kvalitetsstempel, en doråpner og kjempebra markedsføring for oss, påpeker turistsjef i Røros Linda Ramberg.

Reisemålet var én av fire norske destinasjoner som ble håndplukket til å være med i et pilotprosjekt for bærekraftig reisemålsutvikling gjennom Innovasjon Norge. I løpet av prosessen har Røros allerede rukket å vinne de to mest prestisjefulle internasjonale reiselivprisene i sjangeren, noe som har ført til enorm internasjonal oppmerksomhet. Reisemålet har fokusert på et bredt spekter av bærekraftbegrepet, gjennom miljøtiltak,

men også med et sterkt fokus på utvikling av vertskapsrollen, lokalmatprodukter, autentiske opplevelser og historiekunnskap. Også masseturismestedinasjonen Trysil har jobbet mye med å bli et mer bærekraftig reisemål. Her har energisparing og økonomisk gevinst stått i fokus.

– Jeg var en av dem som først presenterte bærekraftvisjonen for oss, forteller Helge Bonde, daglig leder i Skistar.

Men når visjonen nå er blitt til hyggelige tall på bunnlinjen – med blant annet to millioner kroner i sparte energitilgifter på snøproduksjonen og prepareringsmaskinenes dieselbruk, har pipa fått en annen lyd.

– I tillegg ser vi at merket vil bli viktig for omdømmet vårt og gjøre oss mer attraktive, spesielt i utlandet. Utenlandske turister utgjør 70 prosent av gjestene våre, påpeker han. I vinter ble også alle Trysilfjellets om lag 20 restauranter miljøsertifisert.

– Disse stedene er blitt viktige forbilder for andre reisemål, sier nærings- og handelsminister Trond Giske, som minner om at bærekraftig reiseliv er en av hovedmålsettingene i regjeringens nasjonale reiselivstrategi.

– Med merkeordningen markerer Norge seg helt i verdenstoppen når det gjelder utvikling av bærekraft på et reisemål. Vi har fått satt en standard for framtid, der også verden kan lære av oss, sier Giske.

Norge er nemlig først ute med å utvikle en slik nasjonal merkeordning, og Innovasjon Norge har allerede høstet internasjonal anerkjennelse for arbeidet.

christine.baglo@dagavisen.no



Røros er ett av de fire første reisemålene som har fått tildelt det
FOTO: CHRISTINE BAGLO

KULTUR OG REISELIV

Handlingsplan for kultur og næring
legges fram i dag

Flere tiltak for økt samarbeid
mellom kultur- og
reiselivsnæringene



STERKERE OG SMARTERE SAMMEN

Strukturprosjektet godt i gang!

Nasjonalt strukturutvalg er nedsatt

Seks prosjektgrupper etablert:
Nord-, Midt-, Fjord-,
Sør-, Fjell- og Øst-Norge



Nyheter

Stjerne GABRIEL HORNSTYS
Zuzanna LORENZ ANDRÉS OZANAL
Stian STRUP SAUR
 Postboks 2515, 2272 Tromsø
 Telefon: 46 94 53 11
tips@tryvatromso.no

PFU **Byvåpen Tromsø** offerer et nytt konsept med trykkløst utleige for god person. Alltid leger med sikkerhet i samarbeid med spesialistene i området.
 Personer i fylket: Trykkløst (PFT) Byvåpen
 Adresse: Ringveien 1, postboks 46, 2272 Tromsø, 9101 Oslo
 Telefon: 22 69 01 00, telefaks: 22 41 19 00

TIPS OSS!
 46 94 53 11



Turistene strømmer til fra hele verden for å oppleve DET GRØNNE GULLET

Nordlysturismen øker, og Tromsø er en av de store favorittene.

– Tromsø er et fantastisk produkt for turistene. Det er en nordlystby med barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter.

100 millioner kroner
 – Medlemskapet vil resultere i tilførsel av 100 millioner kroner til godt over 100 millioner kroner til landskafel, sier seniorrådgiver i NHO Reiseliv, Gunnar Nilsson.
 De siste årene har flere guider i Tromsø spesialisert seg på nordlysturisme. Dette gir et bedre tilbud og større kompetanse, som igjen gir flere nye turister. Deres mål er å ikke bare være en nettopp Tromsø, men å bli et av reisepartene.



Fremsider lørdag 8. desember 2012

NYHETER

Vinter-turistene strømmer til nord

Utenlandskvinterturisme i Nord-Norge økt med 134 prosent i perioden fra januar til oktober i år.

TURISME: Men de fleste nordlysturistene er i fylket vårt minst tre dager, ofte mer. Da er det viktig at Tromsø, og fylket for øvrig, har noe å tilby som tiltaler turistene. Samarbeid gir nye rekorder

På den 3. side



Geir P. Stokke
 Daglig leder Polaria

2012 er nå historie, og på Polaria har vi satt nok en ny besøksrekord. 124.929 personer besøkte oss i året som gikk. Det er nesten 4000 mer enn forrige rekord. Dette er gledelige tall, og det er ikke unikt for Polaria. Flere attraksjons- og aktivitetsleverandører melder om rekorder, og overnattingssteder melder om godt belegg i året som gikk. Hva er det som har skjedd? For Polaria er det...



Domt for kjørefuks

Bueret & Apert TRS og Comi nor er i Helsingørsk bygningsretten domt for substatiduke med Tromsø fylkeskommune, sier advokat. Lagmannretten mener det er et alvorlig forhold ved kontraktene og er klart til å uttale seg om saken med betyde 14, 5 millioner kroner i erstatning. Fylkeskommunen anmeldte saksøperen for grovt bedrag for over tre år siden. Det var ikke samsvar mellom antall kjørefuks som...



Mesoterapi uten nål

Tromsø er et fantastisk produkt for turistene. Det er et utvalg i barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter. Det er et utvalg i barer og restauranter.

ARCTANDRIA
 SJØMATRESTAURANT

LUTFISK-BUFFET
 HVER DAG
 FRA KL. 16,00



■ **STERKT I FJORDENE.** Fjord Tours i Bergen fikk et overskudd på over åtte millioner kroner ifjor fra salg av rundturer med rutebåt og tog til i hovedsak utenlandske turister. Foto: Fjord Tours

Suksess i et nøtteskall

REISELIV

I en turistnæring preget av svak lønnsomhet, fosser Fjord Tours i Bergen frem med kanonresultater. – Det er mulig takket være gode produkter og bred distribusjon, sier daglig leder Steinar Aase.

HARALD BERGLIHN
KRISTIANSAND

Norge. Sognefjorden eller Hardanger i et nøtteskall – med rutebåt. Gjerne kombinert med skitur til Voss og Geilo eller sykkeltur på Rallarvegen.

Fjord Tours i Bergen solgte ifjor rundturer til 120.000 turister. 80 prosent av dem var utlendinger og det amerikanske markedet er det største.



GODETIDER.
– 2013 blir enda bedre, sier daglig leder Steinar Aase.

– I starten var det ikke så mange som trodde på ideen. Og jeg husker vi stadig diskuterte om det var økonomi til å kunne ta ut lønn, sier daglig leder Steinar Aase.

Ny opptur

Ifjor passerte omsetningen 28 millioner kroner med et driftsresultat på over åtte millioner kroner.

– De siste 12 årene har dette bare gått en vei. Vi har truffet et nisjemarked som også viser seg å være et volummarked; folk som kommer til Norge på kort-

Fjord Tours

Årsresultat

Millioner kroner	2012	2011	Endring
Netto driftsinntekter	28,3	26,3	7,6%
Driftsresultat	8,2	7,9	3,8%

- Etablert: 1982
- Hovedkontor: Bergen
- Styreleder: Arne Fosen (45)
- Daglig leder: Steinar Aase (52)
- Virksomhet: Arrangerer rundreiser med offisielle transportmidler, i hovedsak på Vestlandet.
- Største eiere: NSB (41 prosent), Tide (14,4), Flåm Ubikring (11) og Bergens Tidende (6,3 prosent).

ferie og som ønsker enkel og effektiv transport til indrefløyen i det norske reiselivsproduktet. De er her gjerne bare to-tre dager før de reiser videre til andre nordiske land, sier Aase.

Mens den internasjonale turismen inn til Norge i beste

fall står stille på grunn av sterk krone og økonomisk usikkerhet i mange land, mener Steinar Aase Fjord Tours' suksess er beviset på at det fortsatt er store muligheter.

– Alt handler om synlighet, god distribusjon og gode ferdigpakke merkevarer. Vi selger 56 prosent av alle turene på internett nå. Og omsetningstallene du refererer til er bare vår nettoomsetning, det vil si den avansen vi sitter igjen med. Bruttoomsetningen er på over 80 millioner kroner. Det tilsvarer ti millioner per ansatt, sier han.

Billig markedsføring

Alt tyder på at 2013 blir nok et godt år.

– Bestillingene fra Tyskland er opp 20 prosent og USA er opp fem prosent. Totalt er vi opp 14 prosent. Det har startet kanonbra, og salget i januar og februar er en god indikasjon på

hvordan året som helhet vil bli, mener Aase.

– Det som er det sentrale i vår filosofi er etterlatt inntrykk. At kundene er fornøyde. Det er den billigste markedsføring som finnes. I USA har vi ikke brukt penger på markedsføring de siste tre årene. Vi har kun solgt på etterlatt inntrykk, sier Aase som mener det er langt mer å hente for norsk reiseliv i utlandet.

– Men det krever at vi får til en langt smalere og spisset reiselivsorganisering her hjemme og bruker pengene der vi får mest igjen for dem. Vi bør samle offentlige og private penger og bruke dem utenlands i de markedene som skaper verdier for norsk reiseliv. Jeg håper inderlig at næringsminister Trond Giske lykkes i det arbeidet han har satt i gang for å kutte ned på antall reisemålselskaper, sier Aase.

harald.berglihn@dn.no

Slakker
ut om
bråket

● SE SPORTEN!

Skjult sukker i
«SUNNE»
MATVARER

● SIDE 28 og 29

HUN
CAN
CAN

● SIDE 44 og 45

Nr. 145
Tirsdag
28. mai
2013
Uke 22
Kr. 15,00

V G

■ Unge velger
bort kokkeyrket

■ Rapport skylder
på TV-kjendisene:



Dette sier
kukkene

SKREMT
av Hellstrøm & Co.

● SIDE 36 og 37



7 052960 808472

Regjeringens reiselivsstrategi

Destinasjon Norge

Nasjonal strategi for reiselivsnæringen



DESTINASJON NORGE – ett år etter

Regjeringens strategi for reiselivsnæringen

Nærings- og handelsminister Trond Giske, 29. mai 2013