

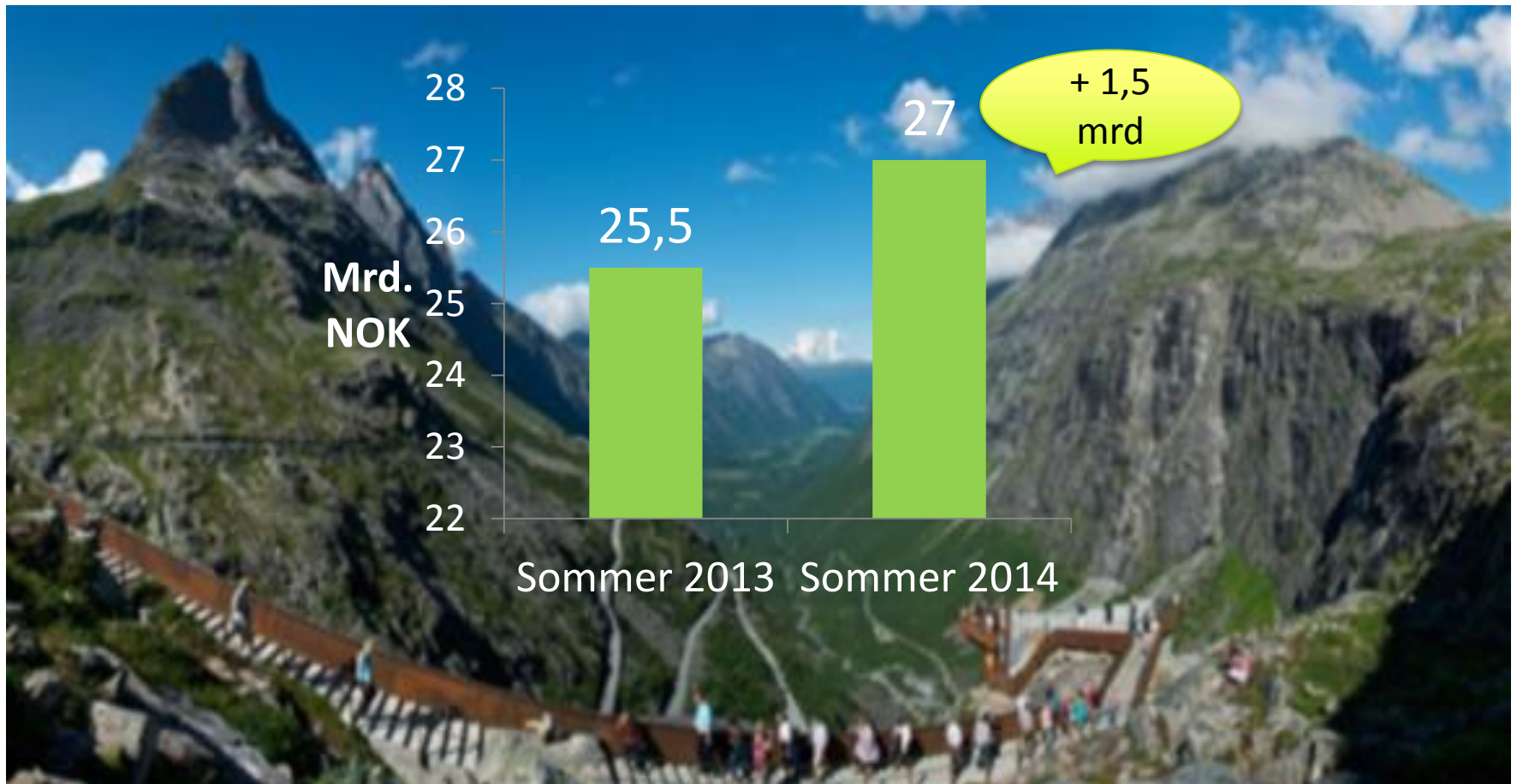


Ny trend: Fra 'transportturisme' til 'opplevelsesturisme'

Vi gir lokale ideer globale muligheter

Sommersesongen 2014

Forbruket opp 6 prosent



Kilde: Turistundersøkelsen, Innovasjon Norge og SSB

Vekst i gjestedøgn reiselivsåret 2014

NORGE
MÅ OPPLEVES



+6%



+2%



+3%

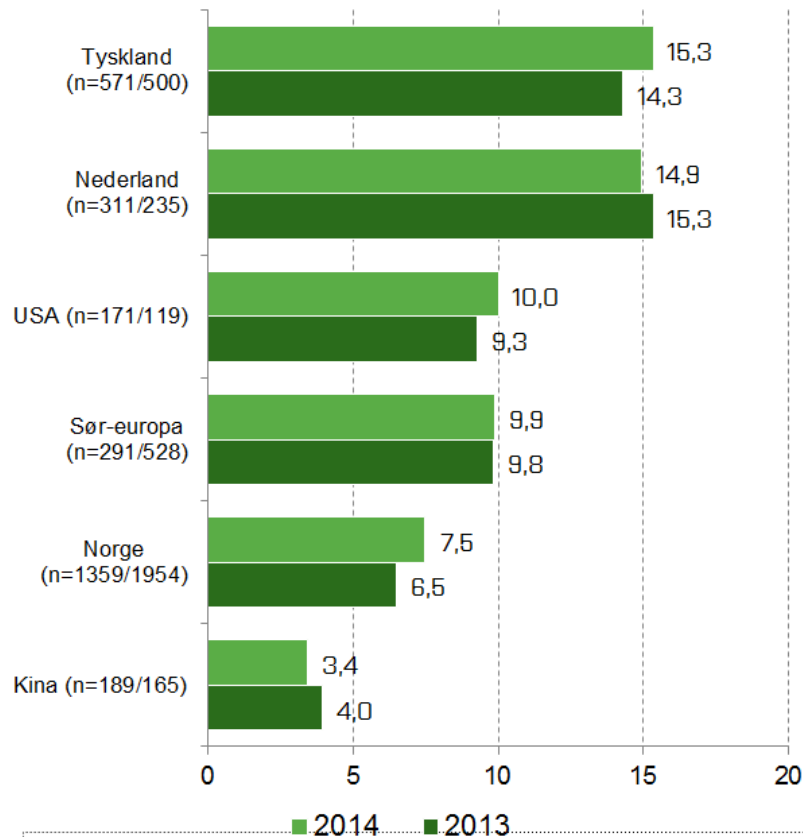


Reiselivsåret 2014: Vekst i de fleste markeder
Tyskland turismen til Norge økte med 6%

Alle kommersielle gjestedøgn: hotell, camping, hytte og vandrerhjem

Ferieturistene fra Tyskland og Nederland øker antall døgn og legger igjen mer penger enn tidligere

Gjennomsnittlig antall overnattinger blant feriegjestene fordelt på markeder og årstal



Stadig flere nordmenn legger sommerferien til Norge

- Nordmenn vil i økende grad ha helhetsopplevelsen; Spise lokal mat, besøke historiske bygninger/steder, delta aktivt i ulike tradisjoner i tillegg til å oppleve naturen
- De forventer samme opplevelser som det de får på sine utenlandsreiser



Kilde: SSB og Turistundersøkelsen



**Vi vil oppleve en oppdatert kombinasjon av unike opplevelser, aktiviteter,
natur, mat, kultur, ro og velvære i 2015**

Canvas Hotel



Det ligger penger i å satse på matturisten - Turistundersøkelsen 2014

Matturistens merforbruk pr døgn 2014 **128 kr**



+660 mill NOK

	2013	2014	Endring i %
Andel matturister	31 %	44 %	43 %



+200 mill NOK



INNOVASJON
NORGE

En forutsetning for troverdighet er å tilgjengeliggjøre lokalmat til forbrukerne



LOFOTLAM
LAM I VERDENSKLASSE

SAFTIG OG MARMORERT
LAMMEKJØTT SOM ER FERDIG
SALTET FRA NATURENS SIDE

→ *Lam i verdensklasse*

Gjennom årtusener har de grønne fjellvidene i Lofoten utviklet en helt spesiell flora - et bæregrunnlag bestående av næringrike urter og frodig heitegras, naturlig saltet av havsalt som vind og urter fører med seg. Lofotlam er en spesialitet med kvalitet og smak preget av Lofotens unike natur.

• • • •

URE



Flere salgskanaler for lokalmat

+43%

+16,5%

+10%

- Reiselivet
- Dagligvare, norske matspesialiteter
- Gårdsutsalg
- Bondens Marked
- Matfestivaler
- Mathallen
- Piloten Bondens Butikk i Mathallen
- Netthandel, eks. Kolonial.no, Godt levert
- Og mange flere.....



Foto: Bondens Marked



Foto: Bondens Marked

OPPSUMMERING

- ✓ Vi ser begynnelsen på en sterk trend
- ✓ Flere og flere turister legger igjen penger i norsk lokalmat og særegne opplevelser
- ✓ Norske forbrukere vil ha mat med identitet
- ✓ Dagligvarebutikkene gjør lokalmaten tilgjengelig og nye arenaer for omsetning av lokalmat vokser fram
- ✓ Denne trenden betyr mye for utvikling av mat- og reiselivsregioner, og bygger stolthet som legger grunnlag for ny vekst
- ✓ Turistdestinasjoner må gripe muligheten og ta del i veksten opplevelsesturistene & den bevisste forbrukeren representerer
- ✓ Dagligvarehandelen og matindustrien må fortsatt være med å dra lasset fremover

