
UTVIKLING AV VINTERTURISME TIL NORD-TROMS

utviklingsprosjekt 2024-2025

INVITASJON



Utviklingen i den internasjonale turisttrafikken til Nord-Norge har hatt en voldsom økning post-Covid. Prognosene for inneværende sesong viser en sterk vekst også fra fjorårets nivå på 629.000 gjestedøgn. Som tabellen under var 5,61% av dette volumet lokalisert til Nord-Troms (i området 35.000 gjestedøgn). Målsettingen for dette utviklingsprosjektet er å doble dette volumet til 70.000 gjestedøgn vintersesongen 2025/26.

Som statistikken viser, er halvparten av alle nordnorske gjestedøgn lokalisert til Tromsø. Det opereres 21 direkte flyruter inn til ishavsbyen fra 18 ulike europeiske byer inneværende vintersesong. Avinor melder om at det jobbes er kartlagt interesse for hele 170.000 nye flyseter inn til Tromsø over de to neste sesongene. Det er nå en sterk etterspørsel etter opplevelser/ besøk i kombinasjon med Tromsø. Nord-Troms er i denne sammenheng perfekt geografisk lokalisert.

Region	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2012-22	2022-23
Nord-Norge, int. gjestedøgn (SSB)	423 168	466 726	524 144	497 882	65 030	431 094	629 068
Helgeland (andel Nord-Norge)	3,44 %	2,38 %	1,93 %	1,81 %	11,96 %	4,02 %	2,84 %
Bodø	4,52 %	3,85 %	4,37 %	3,63 %	7,10 %	4,38 %	3,21 %
Salten-region	1,09 %	1,01 %	1,05 %	0,99 %	2,46 %	1,87 %	0,84 %
Lofoten	11,89 %	13,51 %	14,69 %	11,62 %	4,08 %	12,55 %	13,19 %
Vesterålen/Narvik	5,66 %	4,31 %	5,19 %	5,72 %	12,57 %	5,52 %	5,99 %
Sør-Troms/Senja-region	5,89 %	4,44 %	4,51 %	5,41 %	14,52 %	7,50 %	6,02 %
Tromsø	44,54 %	47,82 %	47,80 %	52,82 %	25,91 %	41,69 %	48,20 %
Nord-Troms-region	3,44 %	4,55 %	3,77 %	3,93 %	3,25 %	6,22 %	5,61 %
Vest-/Indre- Finnmark	6,80 %	5,58 %	4,92 %	4,09 %	8,98 %	8,36 %	5,79 %
Øst-Finnmark	7,43 %	7,29 %	6,22 %	5,53 %	7,37 %	2,59 %	3,86 %
Svalbard	5,30 %	5,27 %	5,55 %	4,45 %	1,80 %	5,30 %	4,44 %

Fig 1. Internasjonale gjestedøgn Nord-Norge vinter, totalt og fordelt på regioner (SSB)

Arctic Route opererer daglige avganger mellom Tromsø og Nord-Troms fra 1.november til 31.mars. Logistikken er på plass. Det vi nå i fellesskap må jobbe med er **opplevelsesutvikling**. Ingen turister kommer til Nord-Norge for å kjøre buss eller bo på hotell. Det er tilrettelagte/kvalitetssikrede vinteropplevelser som er «reason to travel». Her må vi nå jobbe sammen med å utvikle samt kvalitetssikre tilbudet. Vi snakker om en innsats for å heve **attraksjonskraften** for hele Nord-Troms regionen. Samtidig må vi sikre at den produktutviklingen som finner sted er markedsorientert (det vil si er bygget på det markedet/kundene reelt sett etterspør). Vi vet mye om hvem denne vinterturisten er. Vi vet også mye om hvorfor han/hun kommer til Nord-Norge og ikke minst om hvilken type opplevelser en ønsker å betale for.

Sist, men ikke minst viktig må vi sørge for at produktene når frem til kundegruppene. Vi må skaffe internasjonale distributører/turoperatører til produktene samtidig som vi må benytte oss av de direktekanalene Best Arctic har i Tromsø (websalg/fysiske utsalgssteder i Tromsø/utnyttelse av flybussen etc.). Stikkordene for lokal verdiskapning er **attraksjonskraft**, **logistikk** og **distribusjon**. Vi inviterer nå reiselivsnæringen i regionen med på en reise

INVITASJON

Visit Lyngfjord og Best Arctic/Arctic Route inviterer reiselivsnæringen i Nord-Troms til et utviklingsprosjekt. Første fase av prosjektet er finansiert av de kommunale næringsfondene i Storfjord, Kåfjord, Skjervøy og Nordreisa. I andre fase av prosjektet vil det bli sett opp en deltagelsesavgift for etablerte næringsaktører. Vi vil i 2024 starte arbeidet med å utvikle konkrete vinterpakker/opplevelser fra hver av de nevnte kommuner.

Første fase vil startes gjennom en workshop-turne i regionen andre uken av mars (uke 11). Målsettingen er å ha 3-5 konkrete produktpakker klare til innsalg i løpet av mars måned.

Tirsdag 12.mars 16-20 STORFJORD (Skibotn Hotell)

Onsdag 13.mars 09-13 KÅFJORD (Manndalen Sjøbuer)

Onsdag 13.mars 16-20 SKJERVØY (Hotell Maritim)

Torsdag 14.mars 09-15 NORDREISA (Reisafjord Hotell)

Vi vil på workshopene dette sammen arbeidsgrupper som i etterkant vil jobbe videre med produktkonseptene. Basert på dette vil vi mot slutten av mars presentere disse for et utvalg av våre internasjonale distribusjonspartnere.

Som en del av prosjektet vil vi til høsten (08.- 09.10) gjennomføre en ny samling denne gangen samlet for hele regionen. Temaet her vil være forberedelse av sesong, prognoser og gjennomføring. Samtidig vil på dette tidspunktet teste ut et utvalg av produkter.

Vi håper på bredest mulig deltagelse i prosjektet av både etablerte reiselivsbedrifter, men også potensielle grundere/ idemakere fra regionen.

Påmelding til prosjektet (inkludert deltagelse på første workshop) via Google Skjema:

<https://forms.gle/BhBndF1pTcL6PTjq6> innen 29.feb.

På workshopene vil det være lett servering.

