

Sogn Regionråd

Sogndal, 16. november 2016

Søknad om bidrag til Vinterkampanjen for Sogn

Visit Sognefjord AS søker om tilskot på kr. 50 000,- i 2016 til Vinterkampanjen for Sogn.

Hovudmålet til Visit Sognefjord er auke frå 630.000 til 690.000 gjestedøgn og bidrag til auka lønsemd i reiselivsnæringa. Vekstmåla for vinteren er sett til 6% (60.000 gjestedøgn) i perioden 2014 – 2019:

| | 2014 Norge | 2019 Norge | Auke Gj.dg. | % auke | 2014 Utland | 2019 Utland | Auke Gj.dg. | % auke | 2019 Sum | Sum auke | % auke |
|---------------|----------------|----------------|----------------|-------------|----------------|----------------|----------------|-------------|----------------|----------------|-----------|
| Mai | 27.000 | 35.500 | 8.500 | 5% | 21.750 | 25.200 | 3.450 | 3% | 58.500 | 9.750 | 5% |
| Sommar | 130.000 | 175.000 | 45.000 | 6% | 238.000 | 318.000 | 80.000 | 6% | 465.000 | 97.000 | 6% |
| Sept. | 23.000 | 26.000 | 3.000 | 2,5% | 21.300 | 24.000 | 2.700 | 2,5% | 48.900 | 4.600 | 2,5% |
| Okt. | 13.000 | 16.600 | 3.600 | 5% | 4.670 | 6.860 | 2.190 | 8% | 22.275 | 4.484 | 6% |
| Vinter | 42.000 | 49.100 | 7.100 | 6% | 10.000 | 13.350 | 3.350 | 6% | 60.100 | 8.100 | 6% |
| Sum: | 235.000 | 302.200 | 67.200 | 5,7% | 295.720 | 387.410 | 91.690 | 6,2% | 689.610 | 158.890 | 6% |

Tabell: Auke i gjestedøgn per måned og sesong i perioden 2015 – 2018 med gjennomsnittleg %-vis auke per år

Status for vinterutviklinga frå 2015 – 2016 er som følger, med om lag 11.000 fleire gjestedøgn i Sogn med hovudvekt på Aurland, Balestrand og Sogndal (SSB, 2016):

| | Sogndal | | | Luster | | | Aurl./Lærdal | | | Balest./Vik/Leik. | | |
|---------------|---------|-------|------|--------|------|----|--------------|------|------|-------------------|-------|------|
| | Tot | Utl | NO | Tot | Utl | No | Tot | Utl | No | Tot | Utl | No |
| Sommar | 11,9 | 12,5 | 11 | -6,9 | -0,1 | 11 | 25,9 | 29,1 | 17,2 | 9,4 | 12 | 21,8 |
| Vinter | 1,6 | 93,1* | -3,7 | 9,9 | -1,9 | 11 | 43,6 | 59,9 | 32,4 | 197,5 | 544,8 | 91,9 |

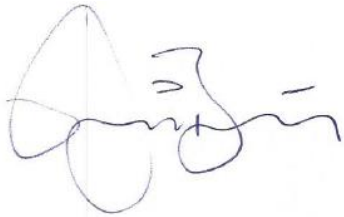
For å nå måla med auka vintertrafikk er Vinterkampanjen til Visit Sognefjord ei viktig satsing utanom den innsatsen næringa gjer sjølve. Kostnadene med kampanjen vert delt mellom sesongane 2015/2016 og 2016/2017 med kr. 200.000 kvart år 2015, 2016 og 2017.

I 2016 er det gjort ein ekstra satsing i år med vintermagasinet «Leik» (kr. 50.000), og utviding av Norgeskampanjen som del av satsinga (kr. 25.000). Totale kostnader i 2016 er såleis på kr. 275.000, med delfinansiering frå næringa på kr. 115.000 og kr. 160.000 frå Visit Sognefjord.

Med bakgrunn i dette søker me Sogn regionråd om delstøtte på kr. 50.000 til Vinterkampanjen i 2016.

Me vonar på positiv handsaming av søknaden.

Beste helsing,
Visit Sognefjord AS



Ståle Brandshaug
reiselivsdirektør

Vedlegg:

- Vinterkampanjen 2015/2016
- Vinterkampanjen 2016/2017
- Vinermagasinet «LeiK» m/link til webmagasin

VINTERKAMPANJEN 2016/2017 – NORGE OG UTLAND

Vinterkampanjen for skisenter, overnattingsbedrifter, aktivitetstilbydere og attraksjonar.



| |
|--|
| Målgruppe og periode - Norge |
| <ul style="list-style-type: none"> • Målerupper: par, reisefølge (gutte-/jente-/kollegaturar) og familiar med interesse for skikjøring (bakke- og toppturar) og langrenn • Område: Oslo/Austlandet, Bergen/Hordaland, Sunnfjord/Nordfjord, Sunnmøre • Periode: helgar m/helgetilbod des. og feb. – april/Vinterferier (veke 8 og 9) og påske (veke 15) |
| Pris for deltaking |
| Pris for deltaking per partner: kr. 7.500 (eks. mva.) Visit Sognefjord: kr. 125.000 NB: påmelding innan 30. september til stale@sognefjord.no |
| Partnerpakke |
| <ul style="list-style-type: none"> • Produktinformasjon og link på web (http://www.sognefjord.no/sjaa-og-gjere/vinter) • Produkta vert trekt fram i Norgeskampanjen (webannonser, posting på FB og Instagram) • Produkta vert trakt fram Utanlandskampanjane (web, tilbod/pakkar, posting på SoMe) |
| Partnerane må |
| <ul style="list-style-type: none"> • Levere aktuelle bilde, tekst, logoar og linkar til bruk i kampanjen • Levere prisar og/eller pakkar som kan nyttast i kampanjen (overnatting, Sognapass, guida turar, «3 for 2» o.l.) til både Norges- og utanlandskampanjane • Marknadsføre kvarandre og tilboda i kampanjen via egne websider og sosiale media |
| Kampanjeinnhald - NORGE |
| <ul style="list-style-type: none"> • Web: landingsside på www.sognefjord.no med link til partnerane og produkta/tilboda • Sosiale media: posting og boosting/annonsekjøp på FB og Instagram av utvalde filmklipp og bilde med link mot landingssida og konkrete produkttilbod, # mot aktuelle sider (t.d. Fnugg, Fri flyt m.fl.) og «pudder-alarm» • Annonsering: utvalde lokale nettaviser/sider (f.eks. Firda, Bergensavisa, Drammen Tidende, Sunnmørsposten/andre aktuelle). MERK: nivå på annonseringa er avhengig av talet på partnerar • PR/media: sende jamnleg tips og saker til lokal- og nasjonal media i lag med partnerane og andre som t.d. SGNKis, Bratt moro, Jostedalen SigNatur m.fl. • Widerøe: sosiale media, web, PR/media med Sogn-artikkel som landingsside – evt. nytt oppslag i Perspektiv: http://perspektiv.widero.no/utvalgte/01-15-rundt-i-norge/pudderleopame/ |
| Kampanjeinnhald – UTAND |
| <ul style="list-style-type: none"> • NYTT toppturprosjekt 2016/2017 (Innovasjon Norge): mot internasjonale «topptursegmenta» med støtteprodukt som mat, RIB, Fjellsporfestivalen, guida turar mm. Aktivitetar med bl.a. operatørar, utstyrsprodusentar, media og interessefora. • Ski Fjord Norway SoMe-kampanje (Norge, Sverige og Nederland): FB, Insta, YT m.fl. inn mot https://www.facebook.com/skifjordnorway NB: her kan partnerane legge inn saker/tilbod • Ski/vinterkampanje, Sverige (Ski Fjord Norway): vidareføring av ski/vinterkampanjen i den svenske marknaden. Produktpakkar heis/frikjøring, guida turar og andre vinterprodukt. Kanalar/ tiltak: Vinterbillag 500.000 eks., redaksjonelle artiklar og online bilag, SoMe, nyheitsbrev, Google adwords og kampanjesider på web (sjå her: http://campaign.visitnorway.com/se/skidor/Ski-Fjord-Norway/) • Ski/vinterkampanjen, Nederland (Ski Fjord Norway): Samarbeid med turoperatørane Buro Scanbrit og Pharos reizen. Rundreise «Fjord Fantastica»: Fly&drive frå Bergen – sjå her: http://www.buroscanbrit.nl/vakantie/noorwegen/rondreis/winter_adventure_fjord_fantastic «Winter Adventure Sognefjord»: Ei veke opphald på Vesterland Resort m/aktivitetar: http://www.buroscanbrit.nl/vakantie/noorwegen/wintersport/winter_adventure_sognefjord Mål om +25% bookingar av turane. Fokus på Voss, Sognefjorden og Norway in a Nutshell-turen Kanalar: nyheitsbrev, blogggar, Facebook, online annonsering, Google adwords, operatørkontakt, PR/media, web – sjå: http://www.buroscanbrit.nl/fjord_noorwegen_voss |

Vinterkampanjen 2015/2016

Kampanjeplanen nedanfor er i utgangspunktet retta mot aktørane innafør dei to første profilmråda «Ski/guida tilbod». «Vinterfjorden»-satsinga vert gjort i samarbeid med Fjord Norge, Fjord Tours (Nutshell-turane) og Flåm AS. Nokre av tiltaka nedanfor vil likevel vere aktuelle innafør «Vinterfjord»-samarbeidet.

| Profil | Produkt/aktivitetar |
|---|--|
| Skianlegga i Sogn/ski | Sogn skisenter, Sogndal skisenter (+ Saurdalen og Sognefjellet) |
| Guida tilbod/vinteraktivitetar | FjordSki/Bre og Fjell, Jostedalen SigNatur, Norgesguidane, Sogndal lodge, Flåm guideservice m.fl. (toppturar, Haute Route, trugeturar, Blåisgrottene, RIB, padling mm.) |
| «Vinterfjorden» og «Fjordlyset» (Kopling «Northern light» & «Fjord light») | Flåmsbana/Flåm, Nærøyfjorden, Norway in a Nutshell-rundtur med «hop-on-hop-off», jul/desember-tilbod. Vinteropne bedrifter – kombinasjonen av fjord- og vinteropplevingar med og utan snø. |

| Tiltak | Periode | Målgruppe | Kostnad | VS | Partnerar | Måling |
|--|---------------------------|---|----------|--------|------------------|--|
| Sverige: Del av Ski Fjord Norway kampanje på totalt kr. 225.000. Produktpakkar heis/frikøyring Guida turar/andre vinterprodukt Kanalar/tiltak: Vinterbillag 500.000 eks., redaksjonelle artiklar og online bilag, SoMe, nyheitsbrev, Google adwords-annonsering og kampanjesider på web (sjå her: http://campaign.visitnorway.com/se/skidor/?filter=Start) og meir info. i vedlegget til eposten | Nov - mars Jan - april | Skientusiastar <u>Primært:</u> single/par/vennegjengar <u>Sekundært:</u> «Aktive» familiar <u>Potensial:</u> 3 mill. svensker skal på ski 2015/2016 Sterk svensk krone og «Den beste snøen» | 75.000 | 50.000 | 25.000 (min.) | Respons på digital marknadsføring og SoMe-kampanjar (web, bilag, Google ads.) Sal av konkrete pakkar og produkt Gjestedøgn Visningsturar/PR/media |
| Norge, Sverige og Nederland: Ski Fjord Norway SoMe-kampanje SoMe-kampanje (FB, Insta, YT m.fl.) inn mot https://www.facebook.com/skifiordnorway Her kan partnerane legge inn saker/produkt | Okt - feb | NO, SE, NL | Inklusiv | - | - | Kampanjerespons og vidare klikk/kjøp inn mot partnerane |

| Tiltak | Periode | Målgruppe | Kostnad | VS | Partnerar | Måling |
|--|-----------|--|---------|--------|---------------|--|
| <p>Nederland:</p> <p>Del av Ski Fjord Norway kampanje på totalt kr. 480.000. Samarbeid med turoperatørene Buro Scanbrit og Pharos reizen.</p> <p><u>Rundreise «Fjord Fantastic»:</u></p> <p>Fly&drive frå Bergen – sjå her: http://www.buroscanbrit.nl/vakantie/noorwegen/rondreis/winter_adventure_fjord_fantastic</p> <p><u>«Winter Adventure Sognefjord»:</u></p> <p>Ei veke opphald på Vesterland Resort m/aktivitetar i regionen – sjå her: http://www.buroscanbrit.nl/vakantie/noorwegen/wintersport/winter_adventure_sognefjord</p> <p>Mål om +25% bookingar av turane. Fokus på Voss, Sognefjorden og Norway in a Nutshell-turen</p> <p>Kanalar: nyheitsbrev, bloggar, Facebook, online annonsering, Google adwords, operatørkontakt, PR/media, web – sjå: http://www.buroscanbrit.nl/fjord_noorwegen_voss</p> | Okt - des | <p><u>Primært:</u> Familiar m/born over 5 år</p> <p><u>Sekundært:</u> single/par utan born/vennegjengar</p> <p>Operatørmarknaden</p> <p>NL er opne for «Fly&drive»-pakkar via Bergen. Alt. Fjord Line med eigen bil.</p> <p>Vesterland har allereie etablert samarbeid med Buro Scanbrit</p> | 50.000 | 25.000 | 25.000 (min.) | <p>Sal av turar via Buro Scanbrit og Pharos reizen</p> <p>Gjestedøgn</p> <p>Visningsturar/PR/media</p> |

| Tiltak | Periode | Målgruppe | Kostnad | VS | Partnerar | Måling |
|---|------------|--|-------------------|-------------------|----------------|---|
| <p>Norge – Fri Flyt TV/Skipatrujlen</p> <p>Ski Fjord Norway SoMe-kampanjen ovanfor og forslag om ein episode med Fri Flyt TV (<u>ski-partrulien med skianlegg, frikøyring, euiding og andre vinterprodukt</u>). I år vil episodane bli laga med kopling til reiselivsbedriftene og engelsk tekst for bruk i fleire marknader via Visit Sognefjord, Fjord Norge og Innovasjon Norge. Sjå eksempel frå Stranda 2014 her: http://www.fft.no/skipatrujlen-ep2-stranda</p> <p>Norgeskampanje – Visit Sognefjord</p> <p><u>Digital vinterkampanje</u> (SoMe, Google adwords, online annonsering i aviser/magasin lokalt/nasjonalt) retta mot den regionale (Hordaland/Sunnmøre) og nasjonale (Oslo/Bergen) marknaden for ski/vinteropplevingar i Sogn. Me kan bruke same modell som VS har brukt i 2 år på sommarkampanjen.</p> <p>Fokus på helg/langhelg og feriar (jul/nyttår, vinterferie, påske). Ski, guida tilbod og andre vinterprodukt innafor «Vinterfjorden»</p> | Nov – feb | NO + SE, NL og andre marknader | 35.000 + vertskap | 10.000 + vertskap | 25.000 | <p>Filmrespons/visningar</p> <p>Klikk og kjøp via linkar knytt til filmen</p> |
| <p>Norgeskampanje – Visit Sognefjord</p> <p><u>Digital vinterkampanje</u> (SoMe, Google adwords, online annonsering i aviser/magasin lokalt/nasjonalt) retta mot den regionale (Hordaland/Sunnmøre) og nasjonale (Oslo/Bergen) marknaden for ski/vinteropplevingar i Sogn. Me kan bruke same modell som VS har brukt i 2 år på sommarkampanjen.</p> <p>Fokus på helg/langhelg og feriar (jul/nyttår, vinterferie, påske). Ski, guida tilbod og andre vinterprodukt innafor «Vinterfjorden»</p> | Nov - mars | Norge Hordaland, Sunnmøre, Oslo, Bergen | 100.000 | 50.000 | 50.000 (min.) | <p>Kampanjerespons og vidare kjøp/klikk inn mor partnerane/produkta</p> <p>Gjestedøgn</p> |
| Total sum – andel VS og næringa/partnerar | | | 260.000 | 135.000 | 125.000 | |



Sjå link til magasinet på web her: <http://publ.flowpaper.com/77ad073f/LeiKPDF271016/>