



Friske Fraspark

Ronny Brunvoll, reiselivssjef Visit Svalbard AS

Reiselivet på Svalbard

Organisering

- Visit Svalbard AS heleid av Svalbard Reiselivsråd.
- DMO: markedsføring, turistinformasjon, kompetansearbeid
- DMMO: utvikling, arbeide opp mot lokalsamfunn, politikk, lokalt byråkrati og forvaltning.
- Vi er ombudsmannen for næringa og 600 årsverk
- Vi står i spennet; samfunn, politikk, næring, miljø
- En annen organisasjon i dag enn sist FF – eller for 6 år siden.
- De siste årene rigga for store prosjekter – omstillingsaktør, pådriver for bærekraft, garantist for ansvarlighet.



Reiselivskonferansen

**FRISKE
FRASPARK**

27. - 29. november 2018 i Longyearbyen

Nøkkeltall 2012-2017

Statistikk gjester

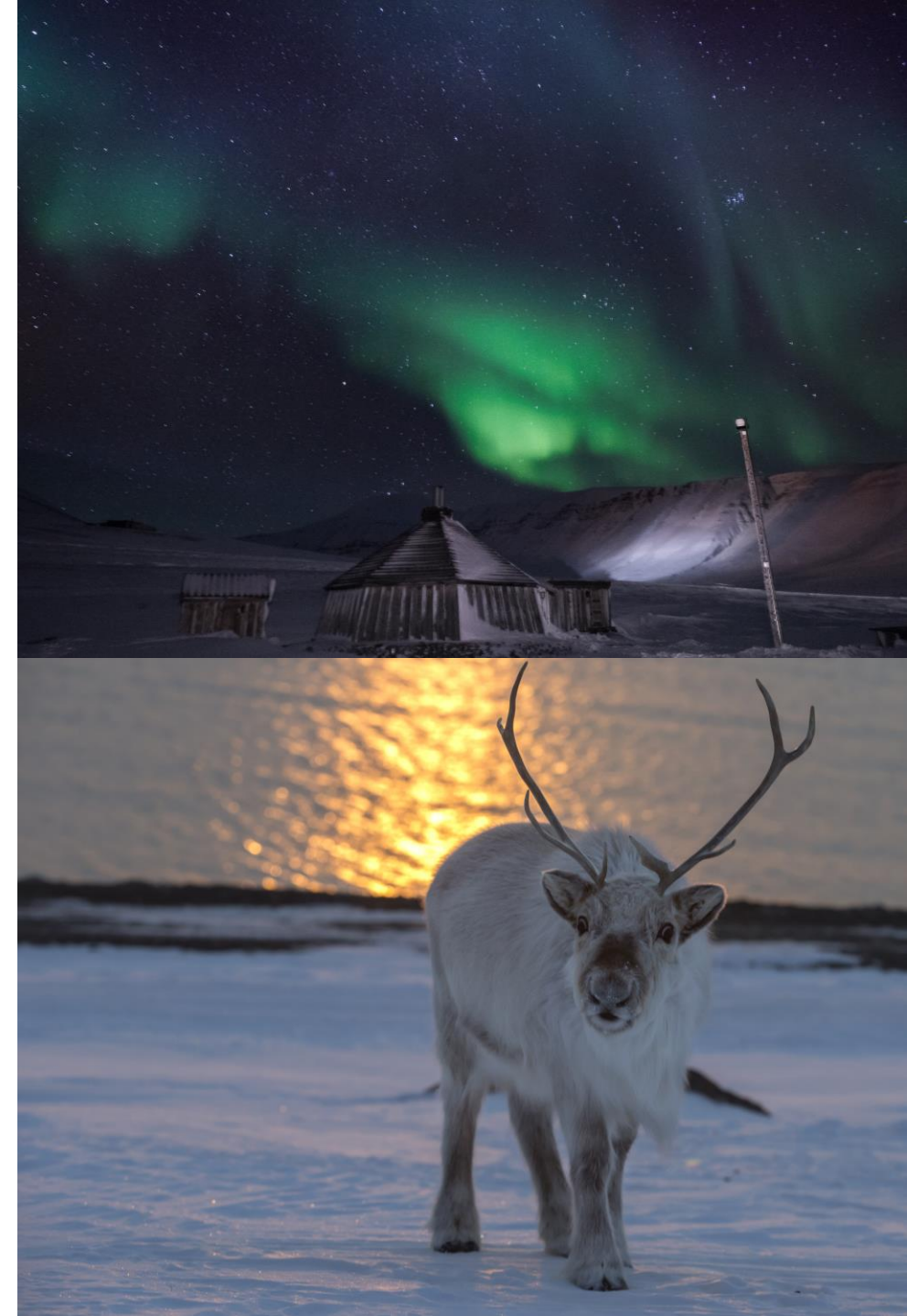
- Cruisegjester konvensjonelle fra 36 000 til 45 000
- Cruisegjester ekspedisjon fra 10 000 til 17 000
- Antall ankomne gjester til hotell/gjestehus/camping:
Fra 37 100 til 68 125 - vekst 84 %
- Sum gjester 2017 ca. 130 000 – vekst ca 55% i perioden
- Antall kommersielle gjestedøgn:
Fra 84 600 til 147 600 - vekst 75%



Nøkkeltall 2012-2017

Trender

- Cruise og ekspedisjonscruise i stor endring.
- Antall nye rom ved hotell/gjestehus: fra 374 til 440; ergo sesongforlengelse.
- Andel nordmenn vs utenlandsle: Fra 75-80% til 60% norske; flere «ikke-arktiske»
- Produkt-/opplevelsesutvikling; mer bynært, mer ikke-motorisert, mer lavterskel og helårs. Mørketid; fra 6 produkttyper i 2014 til 13 i 2018!
- Gjestenes tilfredshet målt i 2016 og 2017; svært høy score på fornøydhet, Svalbard leverer fortsatt og er et reisemål i den ypperste klasse.



Nøkkeltall 2012-2017

Om næringen

- Antall medlemsbedrifter i Svalbard Reiselivsråd:
Fra 55 til 75 - vekst 36 % (fra 47 = 66 %)
- Antall årsverk i reiselivet (direkte + indirekte):
Fra 300 (NIBR/LL) til 500 (SSB). 2016 ca 558 mill.
omsetning – i 2018 målet nådd...?
- Finansiering fra næringen:
 - 2013: 1,8 millioner
 - 2017: 4,6 millioner
 - 2019: 5,7 millioner
 - Statens bidrag har i samme periode økt fra 2,1 til 2,3 mill.



Turismepåvirkning i et lokalsamfunnsperspektiv

Fordeler / bidrag til lokalsamfunnet per 2018

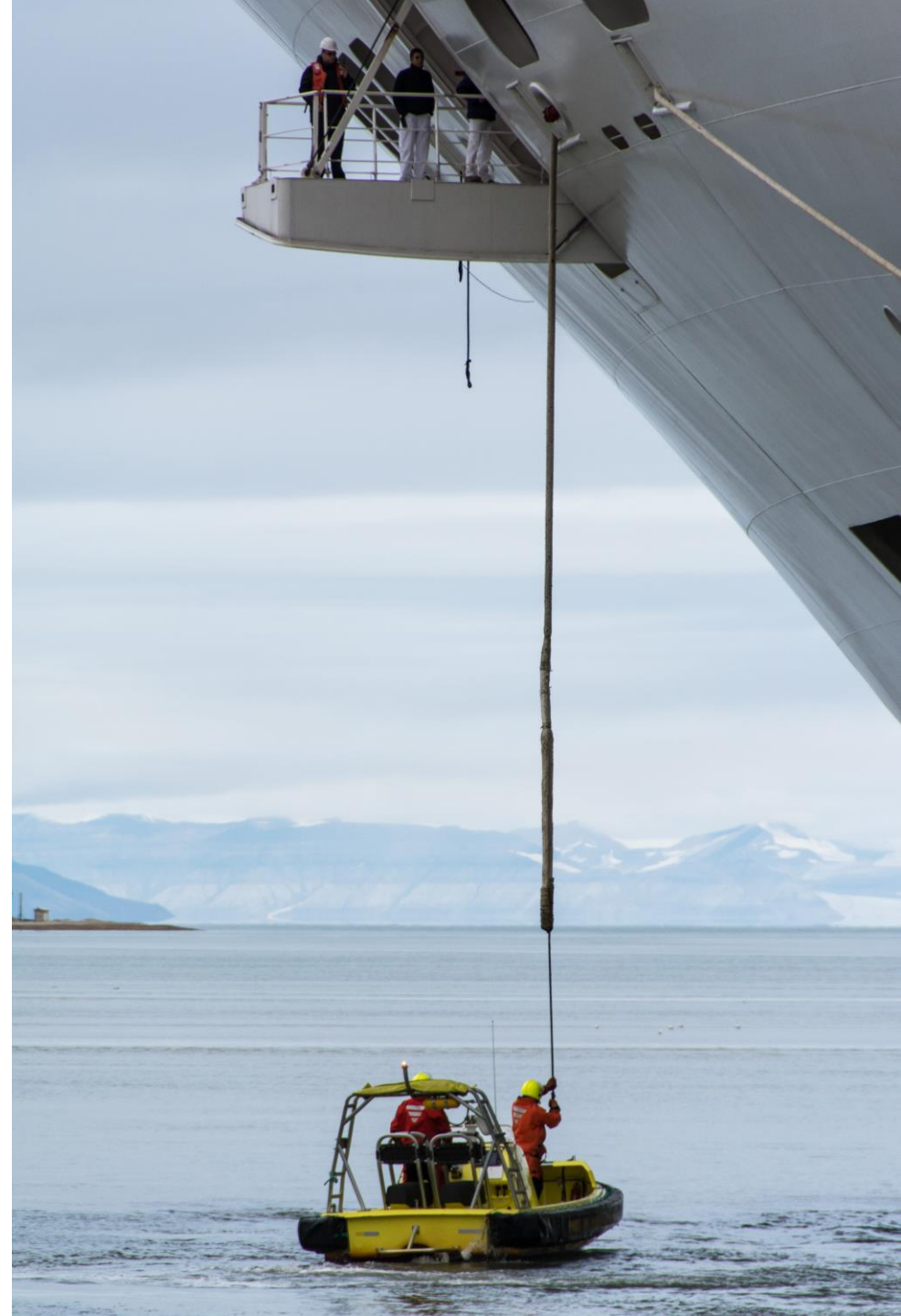
- Arbeidsplasser, lokal verdiskaping, netto bidragsyter
- 15 restauranter, caféer, barer, puber
- Butikker, gallerier, museer
- Kultur 365
- Fasiliteter; skilt, stier, traséer, etc.
- Flykapasitet året rundt, båtfrakt/logistikk
- Feltsikkerhet for lokale på tur
-



Turismepåvirkning i et lokalsamfunnsperspektiv

Kostnader / utfordringer

- Press på lokal infrastruktur
- Dager om sommeren med 'people pollution'
- Besøkende som ikke utviser nødvendig respekt for lokalbefolkningen og dagliglivet.
- Overtredelser i forhold til naturverdier og dyrelivet.
- I tillegg; turismens iboende natur – synlig og hørbar...



Hvordan svarer vi opp?

Hvordan svarer vi opp konkrete utfordringer?

- Online kommunikasjon; før ankomst
- Visitor Guidelines to Longyearbyen
- Informasjon lokalt; nye løsninger, lokalt vertskap, skilt
- = bedre forberedte gjester!
- I tillegg bedre dialog med lokalsamfunnet og enkeltaktører
- ...og selvsagt – øvrig fysisk tilrettelegging!





LONGYEARBYEN COMMUNITY GUIDELINES

Stay safe and get the best experience of our town

Du er her: Informasjon > Longyearbyen Community Guidelines

Longyearbyen Community Guidelines

3 konkrete forhold

3 forhold vi må adressere i 2019:

1. Volumdiskusjon; finne den optimale balansen, med fokus på redusert negativt fotavtrykk og max lokal verdiskaping.
2. Stor vekst i antall turoperatører og som velger å stå utenfor fellesskapet. Skal det fortsatt være fritt frem for alle – eller er tiden moden for strengere reguleringer?
3. Vi trenger bedre kunnskap om vårt totale fotavtrykk, lokal verdiskaping, hvem som er i markedet, det optimale skjæringspunktet i lokalsamfunnet, osv. Studier vurderes igangsatt i 2019, men midlertidig på vent.



Bærekraftig vekst og utvikling

Verktøykasse

- Masterplan «Destinasjon Svalbard mot 2025»
- Merket for «Bærekraftig reisemål»; re-merke 2019
- Lyb som attraktiv opplevelsesarena i kraft av egne kvaliteter; opplevelser i og rundt byen
- Fokus på mørketid; helårsturisme
- Svalbard Cruise Network



**BÆREKRAFTIG
REISEMÅL**
LOKALT ENGASJEMENT
I ET LANGT PERSPEKTIV



DESTINASJON SVALBARD MOT 2025



Masterplan for Svalbard etter
«Hvitebok for reisemålsutvikling»



MIMIR
Reisemål for iSvalbard 2025

Prosjektansvar: Ronny Brunvoll, Visit Svalbard AS

Prosjektledelse: Arin-Jorid Pedersen og Bjørn Jervan, MIMIR AS

«Destinasjon Svalbard mot 2025»

Revidering 2019 - 2021

Stø kurs – men prioriterer følgende 3 fokusområder:

1. Bærekraft; hvordan tar vi ytterligere steg for å styrke statusen - som destinasjon, som enkeltbedrifter og som lokalsamfunn?
2. Offentlige rammebetingelser; hvordan sikrer vi tilrettelegging, fellesgoder, flytilbud, etc.?
3. Helårsturisme; hvordan lukke det siste gapet, dvs perioden oktober – januar?



Fra plan til videre handling...

...eller full stopp...?

- Prosjekt: Re-merking bærekraftig reisemål
- Prosjekt: Optimal balanse og skjæringspunkt - tålegrense, turistmix og verdiskaping
- Fokus på utvikling av bynære produkter og miljøvennlige/smarte løsninger
- Lokal infrastruktur for tilreisende og fastboende
- Reiselivet som samfunnsutvikler og omstillingsaktør
- Nav og reiselivets ombudsmann for 600 årsverk
- Nøkkelrolle i «nye» Svalbard

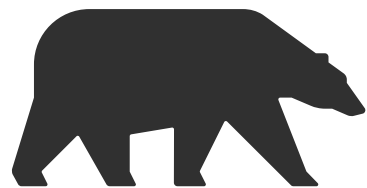


Hva mister vi fra 2019?

- De store prosjektene i Visit Svalbards regi er over – finansiering av utviklingsarbeid går ut 31.12.18.
- Ergo er Visit Svalbards rolle tilbake til slik det var for 5 år siden – markedsføring og turistinformasjon.
- Re-merking som bærekraftig reisemål – utgår.
- Destinasjonsselskapet: behov for mer stabil grunnfinansiering for at vi skal fungere som nav, utviklings- og omstillingsaktør i Longyearbyen.
- Hvem tar ballen videre mtp helhetlig og bærekraftig reisemålsutvikling fra 01.01.19.?



Hvem tar ballen videre mtp helhetlig og bærekraftig reisemålsutvikling fra 01.01.19.?



**Visit
Svalbard**



**SUSTAINABLE
DESTINATION**

LOCAL ENGAGEMENT
IN A LONG PERSPECTIVE

www.visitsvalbard.com