



Arkivnr: 2014/22619-2
Saksbehandlar: Marta Rongved Dixon

Saksframlegg

Saksgang

Utval	Saknr.	Møtedato
Fylkesutvalet		29.01.2015

Driftstilskot Fjord Norge AS 2015

Samandrag

Fylkeskommunane på Vestlandet har i dei siste tre åra gitt utvida støtte til reiselivsnæringa si internasjonale marknadsføring gjennom Fjord Norge AS, der Hordaland fylkeskommune på lik linje med Rogaland, Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal har ein eigarandel på 8,9 %. I tillegg til ei indeksregulert rammeavtale på 1,3 mill. kr. blei det i perioden 2011-2014 løyvd 2,5 mill. kr. til prosjektet Explore Fjord Norway. Fjord Norge AS sitt samla bidrag frå Hordaland fylkeskommune var i 2014 på kr 4.050.000,-. Prosjektet Explore Fjord Norway er no avslutta og Fjord Norge AS søker dei fire vestlandsfylka om vidareføring av 4 mill. kr. i støtte frå kvart fylke. Fylkeskommunane på Vestlandet har reduserte budsjett for regional utvikling og ser derfor ikkje at det er råd å vidareføre ei støtte på 4 mill. kr. slik Fjord Norge AS ber om. Det er ynskjeleg at dei fire fylka bidreg på same nivå inn i selskapet og forslaget frå fylka er at ein vidarefører rammeavtala med Fjord Norge og i tillegg løyver kr 1,5 mill.kr til vidareføring av arbeidet som er starta gjennom prosjekt Explore Fjord Norway. Samla blir dette ei løyving frå Hordaland på kr 3.000.000,-. Bestillinga til selskapet er definert gjennom rammeavtalen som er lik for alle fylka, og ein samarbeidsavtale mellom kvart enkelt fylke og Fjord Norge AS.

Forslag til vedtak

1. Fylkesutvalet går inn for vidareføre den eksisterande rammeavtala med Fjord Norge AS som er på 1,47 mill. kr. indeksregulert. I tillegg løyver Hordaland fylkeskommune kr 1,5 mill. kr. til vidareføring av aktiviteter nærare omtalt i samarbeidsavtalen mellom Hordaland fylkeskommune og selskapet. Støtta blir gitt over fylkeskommunen sin budsjettpost «Prosjekt og institusjonar med driftstilskott».
2. Støtta blir gitt for 2015 og vil bli vurdert på nytt for ein lengre periode frå 2016 på bakgrunn av eigarane si avklaring i høve til Fjord Norge AS sine oppgåver og resultatmål.

Rune Haugsdal
fylkesrådmann

Bård Sandal
fylkesdirektør regional utvikling

Saksframlegget er godkjent elektronisk og har derfor inga underskrift.

Fylkesrådmannen, 12.01.2015

Bakgrunn

Reiselivsnæringa er den tredje største næringa i Hordaland og sysselset rundt 25.000 personar i fylket. Arbeidsplassane er i høg grad lokalisert i distriktet, og talet på kvinner i næringa er høgt. Turistens forbruk er fordelt på mange næringar i tillegg til hotell- og restaurantnæringa og aktivitetsbedriftene som er dei tradisjonelle reiselivsbedriftene, og dei positive ringverknadane i lokalsamfunnet er store. Verdiskaping knytt til kvart gjestedøgn er berekna av satellittrekneskapen til SSB og gjesteundersøkinga til TØI (Transportøkonomisk institutt). Desse viser at 7,3 millionar ferie- og fritidsgjestedøgn i Fjord Norge regionen bidrog med 29,4 mrd kr i verdiskaping i 2012. Reiselivsnæringa består av mange små og mellomstore bedrifter, som kvar for seg ikkje har økonomisk evne til å nå ut til kunden gjennom storstilt marknadsføring. Det er også slik at samarbeid mellom fleire ulike reiselivsbedrifter skapar eit betre sluttprodukt til kjøparen, slik at bedrifter som i andre næringar kan sjå kvarandre som konkurrentar, i reiselivssamanheng eller på overordna nivå er samarbeidspartar som har alt å tene på å løfte i lag gjennom felles satsing. Fjord Norge AS samlar reiselivsnæringa på Vestlandet til felles marknadsføring internasjonalt, og denne satsinga er avgjerande for partnerbedriftene si synlegheit og muligheter for sal.

Evalueringa av Explore Fjord Norway-satsinga viser at prosjektet i stor grad nådde måla som var satt. Gjennom evalueringa kjem det også fram at ein med fordel kan spisse bestillinga til Fjord Norge AS slik at selskapet har klårare retningslinjer frå eigarane og betre definerte oppgåver med tilhøyrande resultatmål. Som beskrive nærare i Referatsak i Fylkesutvalet 24. september 2014 er det venta at ein slik prosess blir gjennomført i 2015. I samsvar med dei andre fjordfylka vil derfor Hordaland fylkeskommune gå inn for vidareføring av støtte til Fjord Norge for 2015, med ei ny vurdering av støtta for ein meir langsiktig periode frå 2016. Evalueringa peikar vidare på at det er eit uforløyst potensiale i reiselivsnæringa som ikkje blir henta ut gjennom marknadsføring, fordi kvaliteten på og tilrettelegginga av reiselivsproduktet ikkje i er optimal. Dette framhevar viktigeita av å ha fokus på utviklinga som skjer lokalt og regionalt på produktnivå, gjennom produktutvikling, nettverksbygging og kompetanseheving i tillegg til marknadsføring nasjonalt og internasjonalt: Ei heilskapleg verdikjede.

Internasjonal marknadsføring – eit felles løft

Fjord Norge AS sine kampanjar og aktivitetar, anten dei står aleine eller skjer i samarbeid med Innovasjon Norge, er basert på eit felles løft der tilskot frå fylkeskommunen, kompetanse og ressursar frå Innovasjon Norge og økonomisk- og innsatsbasert eigeninnsats frå samarbeidspartnarane. I prosjektperioden for Explore Fjord Norway (2011-2014) bidrog vestlandsfylka med 62,2 mill. kr. I same periode bidrog næringa sjølve med 117,5 mill. kr. Dette viser at reiselivsnæringa samlar seg om Fjord Norge AS som eit særskilt viktig verktøy. Dette har også vore synleg i det pågåande nasjonale strukturprosjektet, der modellen med eit landsdelsselskap som Fjord Norge AS blir løfta fram som den beste løysinga for dei landsdelane som tidlegare ikkje har hatt eit slikt felles organ. I perioden 2011-2014 auka aktiviteten til Fjord Norge sterkt, medan administrasjonskostander var uendra. Kompetansen og innsatsen i selskapet er svært høg.

Vestlandet sin posisjon som reiselivsdestinasjon

Nasjonalt er Nord Norge den største konkurrenten til Fjord Norge. Landsdelen har fått verdsomspennande merksemd på grunn av satsinga på nordlysturisme. Staten har satsa betydelege midlar inn i arbeidet med internasjonalt marknadsføring av regionen og veksten har vore formidabel. Fjord Norge-regionen eig landets sterkaste reiselivsmerkevare, men er avhengig av tung internasjonalt marknadsføring for å ta ut potensialet i kundemassen og vinne marknadssjansar. Reiseliv er verdas raskast veksande næring, og Norge sin del av kundemassen er svært liten så potensialet for vekst er i høg grad til stades. Medan andre næringar kan flagge ut og flytte produksjon og kompetanse til utlandet, er reiselivsnæringa bunden til Norge og verdiskapinga vil alltid skje i distrikta våre. Ei fortsatt og auka satsing på reiselivsnæringane er ein berekraftig og god måte å oppretthalde aktivitet og kompetanse over heile landet, til nytte for både besøkande og fastbuande og ein styrke for Noreg sin profil internasjonalt.

Aktiviteter i selskapet

I 2015 vil Fjord Norge hovudsakleg satse på marknadskampanjar i prioriterte marknader for sommarsesongen. Andre store budsjettpostar er særskilte temasatsingar (aktiviteter retta særskilt mot ski, vandring osv.), produksjon og distribusjon av reiseguide og produktmanual, digitale kampanjar, deltaking i Innovasjon Norge sine aktiviteter og bransje/pressearbeid. I rammeavtalen med fjordfylka vil det bli presisert at fylkeskommunane sine midlar skal nyttast til internasjonal marknadsføring, ikkje nasjonal. Det er forventa at ein i løpet av 2015 vil arbeide fram ei spissa bestilling frå eigarane i selskapet og at denne vil danne grunnlaget for framtidig satsing i perioden frå 2016.

Støttmottakar sine aktiviteter i høve til vedtak i fylkesutvalet:

1. Aktivitetane til Fjord Norge AS er i tråd med dei definerte innsatsområda i strategien Reiseliv Hordaland, Reiselivsstrategi for Vestlandet og Destinasjon Norge. Marknadsføring er ei prioritert satsing i alle desse strategiane. I høve til Regional næringsplan og Handlingsprogram for næringsutvikling i Hordaland viser selskapet stor innovasjonsevne i marknadsføringa. I 2013 blei Fjord Norge tildelt tittelen «Årets marknadsfører» fra HSMAI for sin bruk av sosiale media i kampanjen «You have to be here to believe it». Selskapet skaper også samhold og samarbeid i klynga sett saman av reiselivsbedrifter og destinasjonsselskap i alle dei fire fjordfylka.
2. Tilskotet frå fylkeskommunane er heilt avgjerande for ei god utvikling av selskapet og reiselivsnæringa det tener. Dette vart gjort ekstra synleg i perioden 2008-2010, då kompensasjonsmidlane fall bort. Aktiviteten i selskapet fall dramatisk i takt med det økonomiske handlingsrommet, samstundes som talet på gjestedøgn til vår region frå utlandet gjekk kraftig ned. I det nasjonale strategiprojektet, der nye landsdelsselskap blir danna, ser ein også at det offentlege går inn som eigarar for å oppretthalde aktiviteten i selskapa. Her tar ein lærdom frå tidlegare forsøk på å danne landsdelsselskap, der dei som ikkje hadde offentleg eigarskap fall bort straks prosjektfinansiering frå det offentlege tok slutt.
3. All aktivitet i Fjord Norge AS er basert på samarbeid og fagleg koordinering av innsatsen av reiselivsnæringa på tvers av Hordaland og dei fire fjordfylka.
4. Fjord Norge AS deler kontor med NCE Tourism Fjord Norway, men viktigare er den felles funksjonen Fjord Norge AS har på vegne av destinasjonsselskapa i heile regionen, som koordinering av presse- og bransjeaktivitetar, representasjon av næringa på messer internasjonalt osv.
5. Sjå punkt 2).

Fylkesrådmannen si vurdering:

Fjord Norge AS samlar reiselivsaktørane i Hordaland til felles innsats gjennom internasjonal marknadsføring. Selskapet har gjennom sine aktiviteter har danna eit sterkt nettverk av bedrifter på tvers av dei fire fjordfylka som aktivt løftar kvarandre gjennom felles tiltak og møteplassar. Investeringa i selskapet utløyser betydeleg verdiskaping i bedriftene som deltek i aktivitetane, og i lokalsamfunna der bedriftene utøver sin aktivitet. Selskapet utøver stor aktivitet av høg kvalitet med ein nøktern administrasjon og viser stor innovasjonsgrad i sine kampanjar og aktiviteter.

Hordaland fylkeskommune vidarefører ordninga med driftsstøtte til Fjord Norge AS for 2015. Før ein tar stilling til vidareføring av støtte i eit lengre tidsperspektiv, er det ynskjeleg at bestillinga frå eigarane til selskapet er spissa og oppgåvene klart definert gjennom prosessen som skal utførast i 2015. Det er ein føresetnad at midlane blir nytta til internasjonal marknadsføring. Næringsseksjonen i Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal er samde om at det er ei føremon om fylka kan samle

seg om eit felles nivå på tilskotet. Fylka går inn for at rammeavtalen på 1,3 mill. kr. indeksjustert blir vidareført, med ei tilleggsløyving på kr 1,5 mill. kr.