



# Håndplukket Laksefiske Storbritannia

Marta Dixon



- Innovasjon Norge i London
- Fakta om det britiske markedet
- Aktiviteter
- Arbeidsinnsats – en oppsummering
- Hvordan delta? Framgangsmåte, priser og frist for påmelding



- 4 ½ stilling
- Markedsføring rettet mot forbruker (kampanjer), bransje og turistinformasjon
- Kampanjer for sommer og vinter
- Temaprojekter
- Workshops og messer
- Brosjyreproduksjon- og distribusjon
- Visitnorway.com

## ❖ Det britiske markedet – generelle fakta

- Gjennomsnittlig besøkstid: 6,8 dager
- Gjennomsnittlig forbruk: NOK 519 per døgn, eller NOK 519 per døgn forhåndsbetalte kostnader
- Rundreise er mest populære ferieform. Kortferie og cruise er sterkt økende
- Totalt antall briter til Norge i 2005 var ca 1,6 millioner  
145.000 sommer, 20.000 vinter, 65.000 forretningsreiser
- Norges målgruppe:
  - Sommer: +50 år, høyere utdanning, økonomi over snittet, "empty nesters", bosatt i London og sørøst-England
  - "Henry Blenkinsop-Smythe" tilhører denne gruppen
  - Vinter: +40, barnefamilier

## ❖ Situasjonen i markedet

- Britene booker gjerne via turoperatør/reisebyrå – 50%
- Søker informasjon og booker i økende grad via internett
- Lav arbeidsledighet, høy betalingsevne
- Tar flere ferier i året, opp til 5 reiser per år
- Er betalingsvillige dersom valuta for pengene
- Introduksjonen av lavpris-flyselskaper har revolusjonert bookingmønsteret
- Irak, SARS, terror har påvirket turismen generelt men britene er hardføre og lar seg ikke lett påvirke. Norge har holdt stand i denne perioden.
- Norges konkurrenter: Canada, New Zealand, Skottland, Sveits
- Britene reiser gjerne langt dersom produktet er riktig

## ❖ Det britiske markedet - fiskesegmentet

- 1 million sportsfiskere i Storbritannia fisker laks og annen gamefish
- 300 000 av disse fokuserer på laks
- Stor reisevilje
- Lakselordene på 1800-tallet – lang tradisjon for fiskeferier i Norge... men er det noen som husker det?
- Gode transportforbindelser mellom Storbritannia og Norge – SAS, Norwegian, Ryanair, British Airways, Fjord Line, DFDS
- Norske lakseprodukter omtrent fraværende i salgsleddene i Storbritannia, men potensialet for salg er godt

## ❖ Bransjen i Storbritannia

- Ca. 7000 ABTA reisebyråer i Storbritannia
- Ca. 130 turoperatører inkluderer Norge i sine programmer
- Innovasjon Norge arbeider tett med bransjen
- Under 10 av disse er seriøse tilbydere av laksefiske
- I tillegg kommer utenlandske operatører som har kundegrupper som kommer fra Storbritannia

## Go where, did you say...??

Kjennskapen og kunnskapen om Norge i Storbritannia er langt lavere enn vi i Norge liker å tro

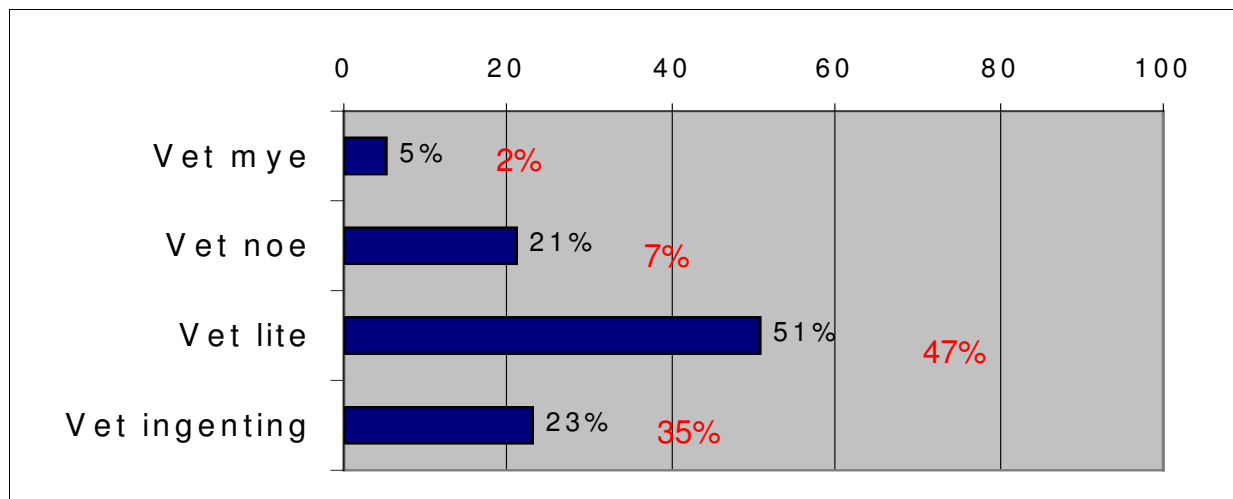


- Mørkt
- Kaldt
- Rådyrt
- Rare nordmenn – smalahove, rakfisk, gammelost

Konkurransen er knallhard – vi blir veldig små sammenlignet med konkurrenter med stor investeringsvilje

Nye konkurrenter om oppmerksomheten inkluderer nye EU-stater fra øst

## ❖ Kunnskap om Norge som destinasjon



Røde tall viser resultat fra nullmåling foretatt i sept. 2001.

**Kommentar:** Kunnskapen om Norge har hatt en meget positiv utvikling. Målingene viser 12% nedgang i de personer som vet ingenting og 14% vekst i de som vet noe



# Hvordan blir vi hørt?



# Et tydelig budskap gjør det lettere å bli hørt



- Spydspisser – bruke kjente konsepter:
- Fjordene, Midnattssol, Nordlys, Nordkapp, Hurtigruten
- Når vi først har fanget kundens oppmerksomhet, er det lettere å snakke sammen
- Håndplukket skal være en spydspiss for laksefiske i Norge



## 🌟 Håndplukket Laksefiske

Ved å tilby et produkt av høy kvalitet, og samle ressursene til målrettet innsats på markedet, kan vi vekke skape interesse blant forbrukere og operatører som fører til salg.

Håndplukket vil ikke være et prosjekt som passer for alle – men det vil kunne øke oppmerksomheten om Norge og gi økt interesse også for de som faller utenfor kriteriene for dette prosjektet



## Foreløpig målsetting

### KVANTITATIV

- Øke antall britiske laksefiskere til Norge med 1000 innen 2009
- Øke omsetningen hos deltakerne med NOK 200.000 i snitt per deltaker

### KVALITATIV

- Gi det britiske markedet god informasjon og kjennskap til det norske laksefiskeproduktet
- Øke markeds- og produktkunnskapen om det britiske markedet hos deltakerne

## ❖ Prosjektdeltakerne forts.

### **KRAV TIL FISKET**

- Prosjektdeltaker må ha dobbeltsidig fiske, tilstrekkelig fiskestrekning for aktuelt antall stenger (1 km/stang)
- Nøyaktige fiskestatistikker for de siste 5 år med antall fisk, og størrelse per uke
- Fulltids guide per 4 fiskere

Fang og slipp er velkjent og akseptert i Storbritannia, men 2-3 fisk på land forventes

|

# 🌀 Prosjektdeltakerne forts.

# ❖ Forslag til markeditiltak

## **Internett**

Det utvikles sider for hver deltaker evt. linkes det fra Laksesidene på [visitnorway.com](http://visitnorway.com). Det skal i all informasjon og markedsføring henvises til [visitnorway](http://visitnorway.com) laksefiske.

## **Brosjyreproduksjon**

Prosjektdeltakerne profileres gjennom en egen prosjektbrosjyre, laget i samarbeid med et anerkjent fluefiskemagasin.

## **Annonsering/online annonsering**

Det annonseres i de største fluefiskemagasinene

Det kjøres kampanjer på de største relaterte web-portaler med generell informasjon om Norge, laksefiske, produkttilbud og linker til operatører og bookingsteder.

# ❖ Forslag til markedstiltak forts.

## Pressebearbeidelse

- Pressereiser

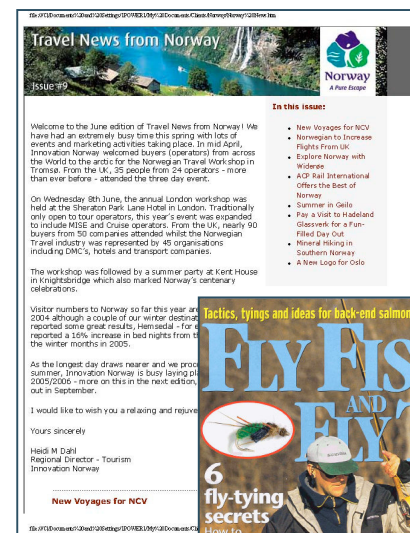
Positiv omtale i rett type media har enormt stor verdi, og er et av de mest kostnadseffektive virkemidlene vi har.

## Nyhetsbrev

Travel News from Norway – et elektronisk nyhetsbrev som går ut til 8000 turoperatører, reisebyråagenter, presse og annen reiselivsbransje. Lenker til hjemmesiden.

## Bransjebearbeidelse

- Det er avgjørende for å lykkes at minst en turoperatør tilbyr produktet i markedet. Det tas kontakt med alle som tilbyr laksefiske for å informere om produktet.
- 2-3 operatører inviteres til Norge sommeren 2006 for å teste produktet



# ❖ Forslag til markedstiltak forts.

## **Messedeltakelser**

- CLA Gamefair (juli 2006). Prosjektdeltakerne inviteres til å delta. Det produseres en produktmanual til bruk på messen.

## **Kontakt med fiskeklubber**

- Det tas kontakt med aktuelle fiskeklubber med tanke på å gi informasjon om laksefiske i Norge på deres medlemsmøter og web-sider

## **Studietur**

- Det arrangeres en studietur til Skottland for prosjektdeltakerne i september 2006. Formålet er å gi deltakerne innspill på produktutvikling og tilrettelegging.

## **Markedstiltaksplan**

- Det lages en utfyllende markedsplan etter innspill fra deltakerne. Markedsgruppen er ansvarlig for planen.

## ❖ Innovasjon Norge kan tilby:

- Prosjektansvarlig som jobber 50% stilling i prosjektet
- Sammen med prosjektdeltakerne utvikle kvalitetsstandarder for tilrettelagt laksefiske for Storbritannia
- Kvalitetssikring av hvert enkelt produkt (besøk, oppfølging)
- Produksjon og distribusjon av produktkatalog/brosjyre
- Annonsering tidsskrift, internett, visitnorway.com
- Deltakelse Gamefair messen i juli 06
- Arrangere studietur Skottland sept 06
- Arrangere fag- og strategisamlinger med prosjektdeltakerne
- Samarbeid med sportsfiskemagasiner: Trout & Salmon, Flyfishing & Flytying
- Arrangere 3 presseturer i løpet av 2006
- Sende ut nyhetsbrev om laksefiske i Norge
- Bransjebearbeidelse – kontakt med turoperatører

## Pris

**NOK 20.000** + øvrige kostnader som reise- & oppholdskostnader.

### **Egeninnsats/økonomi**

For å delta i prosjektet må den enkelte prosjektdeltaker bidra i form av egeninnsats. Dette betyr at deltakeren må ha kapasitet til å jobbe med konkrete arbeidsoppgaver og aktiviteter til felles beste for prosjektet og deltakerne. Reise- og oppholdskostnader forbundet med tiltakene vil også inngå som en del av egeninnsatsen, og dekkes av den enkelte deltaker.

### **Registrering og rapportering**

•Registrering av alle henvendelser og salg relatert til prosjektet er av avgjørende betydning for å kunne måle effekten av tiltak i prosjektet. Rapportering av den enkelte bedrifts resultater, og deltakerens bruk av tid i prosjektet er svært viktig, og er derfor et av kravene for deltakelse.



Takk for oppmerksomheten!  
Vi ser fram til et spennende samarbeide.

INNOVASJON NORGE

