

Rogaland Fylkekommune
Vestland Fylkeskommune
Møre og Romsdal Fylkeskommune
Innovasjon Norge Rogaland, Vestland, Møre og Romsdal

Bergen, 19.03.2020

KONSEKVENSER AV KORONASITUASJONEN OG KORTSIKTIG BEHOV FOR LIKVIDITETSSTØTTE TIL DESTINASJONSSELSKAPER

Formål

Målet med brevet er å synliggjøre koronasituasjonens påvirkning på destinasjonsselskapenes eksistens, vise noen strategiske sammenhenger og rammebetingelser i gjenoppbyggingen av næringen, og hvilket behov det er for effektive bidrag og samhandling fra destinasjons- og landsdelsselskaper.

Destinasjonsselskaper står nå på spill og det er behov for kortsiktig finansiering for å overleve.

Vi ber fylkene og Innovasjon Norge om rask finansiell støtte til opprettholdelse av disse selskapene gjennom krisen.

Et reiseliv i krise

Reiselivet i Norge og i Fjord Norge regionen er satt i en ekstrem situasjon som rammer næringen med en bredde og kraft vi aldri har sett før. Markedene er borte og prognosene for når vi er over i en ny normaltilstand er høyst usikre.

Nøkkeltall for reiselivsnæringen i Fjord Norge regionen viser at den omsatte for 44 milliarder kroner i 2019, at den er en betydelig eksportaktør og at den sysselsetter rundt 40 000 i hele regionen. Reiselivet er viktig bidragsyter til kommuneøkonomien i form av personbeskatning og næringen bidrar til utvikling av lokalsamfunn gjennom lokalmat, kultur- og aktivitetstilbud til fastboende og besøkende.

Næringen sliter med svak lønnsomhet og lave driftsmarginer. Det slår inn nå hos både store og små aktører. I denne situasjonen har bedriftene ingen andre muligheter enn å permittere ansatte og redusere sine kostnader.

Næringens akutte behov

I lys av situasjonen vi står i har det blitt en tydelig rangorden av hva næringen er opptatt:

- 1) Sikre eksistens og overlevelse her og nå
- 2) Skape etterspørsel og trafikk når Norge åpner igjen og markedene er påvirkbare

1) Sikre eksistens og overlevelse

Når det gjelder bedriftenes behov for likviditet til å komme igjennom krisen, har regjeringen har kommet med de første tiltakspakkene som forhåpentligvis avhjelper bedriftenes til å unngå konkurs. Også Innovasjon Norge har kommet med tiltak, som avdragsutsettelse til bedrifter.

2) Skape etterspørsel og trafikk

Deler av markedet, f.eks. forretningsreiser, møtemarkedet og lokalk markedet vil komme relativt raskt i gang igjen når koronasituasjonen er under kontroll.

De påvirkbare delene av markedet, som ferie- og fritidsmarkedet nasjonalt og internasjonalt, samt det internasjonale MICE-markedet, vil imidlertid ta lengre tid å bygge opp igjen.

I den nye normalsituasjonen vil det bli en hardere kamp enn noensinne om de samme gjestene fra våre hovedmarkeder. Sannsynligvis vil de landene som har turisme som viktigste næringskilde eller globale cruiseaktører naturlig være dominant synlige og aktive overfor alle deler av markedene som påvirker folks valg og reisestrømmer.

Behov for effektiv samhandling for å støtte næringen

Mens bedriftene naturlig nok må konsentrere seg om å jobbe mot de markedene som de klarer å påvirke og betjene selv, er de helt avhengig av bistanden fra destinasjons- og landsdelsselskap for å kunne planlegge, koordinere og gjennomføre aktiviteter i internasjonale markeder og segmenter sammen med Innovasjon Norge og kommersielle aktører.

Fordi også nasjonale aktører har permittert salg- og markedsfunksjoner som følge av korona-situasjonen, blir det viktigere enn noensinne med tett og effektiv samhandling nasjonalt, regionalt og lokalt.

Det er med andre ord stort behov for å utnytte kompetansen og kapasiteten som destinasjonene må bidra med for å skape marked og etterspørsel på kort og lengre sikt.

Kuttet i Innovasjon Norge rammer Fjord Norge regionen

Innovasjon Norge er regionens fremste samarbeidspartner har fått et kutt på 52 MNOK for 2020. Det kommer til å ha konsekvenser i form av færre ansatte i markedene, et redusert aktivitetsnivå, samtidig som IN skal løse samarbeid med flere deler av norsk reiselivsnæring.

Det betyr at reiselivet i Fjord Norge regionen ikke vil få dekket alle sine behov for markedstiltak, og at må innstille oss på å måtte løse flere aktiviteter selv, i tillegg til det Innovasjon Norge kan hjelpe oss med.

Destinasjonsselskaper i krise

Behovet for destinasjonsselskapene er utvilsomt stort. Men flere av destinasjonsselskapenes store utfordring nå er imidlertid kampen for å overleve.

Disse selskapene er i stor grad finansiert gjennom omsetningsbaserte aktiviteter som; markedsføringsbidrag basert på omsetning eller overnattinger, provisjon på salg, på annonsesalg og salg av markedsaktiviteter. For destinasjonsselskapene vil dette så ut i 2020 og 2021 da store deler av de omsetningsbaserte inntektene eller tilskuddene er basert på foregående år.

Problemet er at disse inntektene ikke finnes og/eller kan kreves inn av aktørene slik situasjonen er nå.

Dette betyr permitteringer i destinasjonsselskapene og det betyr at man må tære på egenkapitalen. Dette gjelder for inneværende år, men det vil også gjelde inn i 2021, siden medlemsbidrag ofte er basert på fjorårets omsetning. Det betyr i ytterste konsekvens at tiltrengt kompetanse og kapasitet ikke er tilgjengelig i gjenoppbyggingen.

Ekstrabevilgning av midler for å møte reiselivets behov

Vestland Fylke har nylig lyst ut søkbare midler for innovasjon og næringsutvikling. Lignende ordninger er antakelig i Møre og Romsdal og i Rogaland.

Reiselivsnæringen er i våre øyne p.t. ikke i modus for innovasjon og utviklingstiltak og vil ikke ha det som hovedfokus før en god stund etter koronasituasjonen.

Nå handler det om å komme igjennom krisen og kunne gå i gang med offensive aktiviteter som kan bidra til trafikk.

Destinasjonsselskapene og Fjord Norge AS oppfordrer derfor fylkene på det sterkeste til raskt å bevilge ekstra midler og/eller omdisponere midler for å sikre videre eksistens av destinasjonene slik at disse kan bidra i gjenoppbyggingen av reiselivsnæringen og turismen i regionen.

Vi ber også Innovasjon Norge til å se på mulige støtteordninger for å avhjelpe de aktuelle destinasjonsselskapene igjennom koronakrisen.

Gjenoppbygging tar tid – og krever mer

Gjenoppbygging av marked og etterspørsel er ikke løst på kort sikt. De nasjonale og internasjonale møtearenaene, salgsturneene og visningsturene som skulle sikre trafikk for 2021 finner for eksempel ikke sted.

Derfor må vi jobbe tyngre og målrettet sammen med Innovasjon Norge og andre aktører for å sikre vår del av oppmerksomheten gjennom en bred innsats når markedet snur; både forbrukerrettede tiltak og tiltak mot presse og bransje.

Sammen med destinasjonene og næringen vil vi i tiden fremover utvikle en tre-årig vekstplan for Fjord Norge-regionen, og som vi ønsker å presentere for fylkene i løpet av mai måned.

Reiselivet vil komme tilbake til normal drift en gang, før eller senere. Mye av det fellesapparatene gjør med og for reiselivet er langsiktig, men akkurat nå handler det om å holde hjulene i gang og stå klar til det løsner. For fellesapparatenes rolle og oppdrag er ikke blitt mindre i møte med krisen vi står midt oppe i nå. Tvert imot.

På vegne av destinasjonsselskapene i Fjord Norge

Britt Dalland

Fungerende adm.dir. i Fjord Norge AS