



Norden som turistdestination

1. Framställning

Framställningen har följande formulering:

Nordiska rådet rekommenderar Nordiska ministerrådet

att utarbeta en nordisk brandingstrategi för inomnordisk och internationell turism i Norden

att inledningsvis satsa resurser på att marknadsföra och marknadsanpassa Norden i förhållande till ett fåtal konkreta marknader

att bidra till att skapa ett nordiskt turismnätverk genom att sammanföra relevanta turismaktörer och uppmana dem att samarbeta om att marknadsföra Norden och gemensamma nordiska upplevelser

2. Meddelande från Nordiska ministerrådet

1. Att utarbeta en nordisk brandingstrategi för inomnordisk och internationell turism i Norden

MR-SAM vedtog den 27. oktober 2014 strategien for international profilering og positionering af Norden. Det overordnede formål med strategien er:

At Norden og de nordiske landes konkurrencekraft og internationale indflydelse styrkes gennem samordnede profileringsindsatser under det fælles begreb 'Norden'.

Nordisk Ministerråd (MR-NER/N) vil i regi af strategien arbejde for at turismesamarbejdet får stærk plads i implementeringsdelen.

For 2015 forventes afsat midler til strategiens implementering på 1 mio. DKK. Disse midler tilvejebringes via MR-SAM's budget. For 2016 vil beslutning om en særskilt budgetpost for det internationale profileringsar-

bejde indgå i drøftelserne om budgetanvisningerne og MR-SAM's budget, herunder drøftelser om prioriteringsbudgettet.

Nordiska rådet

Endvidere har det danske Det danske formandskab i 2015 fokus på branding af Norden. I formandskabsprogrammet nævnes:

**Fremst. 12/2014/näring
D 2015**

Vi vil derfor under det danske formandskab igangsætte en langsigtet indsats, der sætter strategisk fokus på fælles international branding af Norden. Det vil ske i overensstemmelse med Nordisk Ministerråds nye strategi for international profilering og positionering af Norden med fokus på en række udvalgte områder.

Tidigare nummer:
A 1611/näring

Behandlas i:
Näringsutskottet

I formandskabsprogrammet uddybes desuden at:

J.nr. 13-00152-26

Der er et godt potentiale for en fælles nordisk indsats inden for turismen, som kan skabe øget opmærksomhed om det nordiske brand og Norden som innovativ turismedestination – i samspil med målrettede indsatser inden for andre sektorer som f.eks. kultur, fødevarer, arkitektur og design. Det skal vi benytte os af – ikke mindst for at tiltrække turister fra nye vækstområder.

Der lægges således ikke op til, at der udarbejdes en egentlig brandingstrategi for nordisk og international turisme i Norden, men formålet og hensigten hermed løftes i regi af strategien for international profilering og positionering af Norden samt initiativer inden for bl.a. det danske formandskabsprogram i 2015.

2. Att inledningsvis satsa resurser på att marknadsföra och marknadsanpassa Norden i förhållande till ett fåtal konkreta marknader

I det danske formandskabsprogram anføres, at man vil:

- tage de første skridt til at etablere en organisatorisk ramme for de nordiske landes fælles indsats for turisme-, eksport-, kultur- og investeringsfremme under arbejdstitlen "Team Norden". Som et første skridt vil udvikling af tilbud til nye turister fra vækst- og fjernmarkederne – i første omgang Kina – blive afprøvet.

Inden for rammerne af det danske formandskab vil man således i Norden samarbejde, om hvordan Norden kan markedsføres på fjernmarkeder som Kina mm. Dette vil ske i regi af et nordisk netværk af turismeaktører som de landenes visit-organisationer m.fl.

På MR-NER-mødet den 12. november 2014 drøftede erhvervsministrene fællesnordisk branding og samarbejde inden for turismeområdet. Der var opbakning til at samarbejde om dette. Dette gælder især på fjernmarkeder som fx Japan og Kina og især for de turister som søger en pakkeløsning. Og på den anden side er det også vigtigt at undgå konkurrence mellem de nordiske lande, ift. turister der søger ét land som destination (ofte nærmarkedsturister og 'modne' turister).

Et konkret initiativ i regi af Nordisk Innovation er delprojektet "Ny Nordisk Turisme i Kina og andre fjernmarkeder", som bliver under tæt koordinati-on med to øvrige delprojekter under formandskabet vedr. konceptudviklingen af 'Nordic Cool' og 'Nordic Food Festival'. Projektets kick-off forventes afholdt primo 2015 i forbindelse med Nordisk Ministerråds kick-off for brandingstrategien.

I projektbeskrivelsen beskrives: "Det nye nordiske brand, der forventes udviklet gennem de nordiske samarbejdsministre og Nordisk Ministerråd i 2014, ønskes styrket ved, at brandet foldes ud og implementeres via turismesektoren gennem dette formandskabs projekt i Kina i dialog med øv-

rige dele af de kreative erhverv som en del af det nordiske samarbejdsprogram for innovation og erhvervspolitik.”

Nordiska rådet

Formålet med projektet er at øge kendskabet til Norden og derigennem øge antallet af kinesiske turister i Norden. Det konkrete mål er at øge antallet af overnatninger fra kinesiske turister i de nordiske lande med 100 pct. fra 2014 til 2017. Dette vil blandt andet ske via aktiviteter som udvikling af innovative tilbud, kompetenceudvikling, videreudvikling af det nordiske turismebrand, fælles presse og markedsføring, netværksworkshops og opbygning af et solidt netværk mellem nordiske aktører.

**Fremst. 12/2014/näring
D 2015**

Tidigare nummer:
A 1611/näring

Behandlas i:
Näringsutskottet

J.nr. 13-00152-26

På erhvervs- og det udenrigspolitiske område vil man også under arbejdstitlen 'Team Norden', som blev drøftet på det nordiske statsministermøde den 26-27. maj 2014 og erhvervsministrenes møde den 12. november 2014 arbejde videre med ideen om et styrket fælles samarbejde om eksport, branding og internationalisering af virksomheder i Norden, og herunder om bedre udnyttelse af det fælles varemærke 'Norden'.

3. Att bidra till att skapa ett nordiskt turismnätverk genom att sammanföra relevanta turismaktörer och uppmana dem att samarbeta om att marknadsföra Norden och gemensamma nordiska upplevelser

På ovennævnte MR-NER-møde drøftede man endvidere et styrket samarbejde om eksport og branding af Norden, og erhvervsministrene gav Embedsmandskomiteen for Näring (EK-N) i opdrag at fortsætte sit igangværende arbejde samt udarbejde et forslag til et styrket samarbejde.

Endvidere står der i det danske formandskabsprogram, at man vil:

- nedsætte en nordisk arbejdsgruppe, der i løbet af 2015 skal udvikle et velstruktureret koncept for "Nordic Cool", som kan skabe de organisatoriske rammer for fremtidige fælles nordiske kulturfremstød i udlandet. Vi vil også undersøge mulighederne for igangsættelse af et nyt konkret "Nordic Cool"- fremstød.

Endelig vil man i regi af Nordisk Innovation støtte op om turismeområdet ved konkret at støtte udviklingen af nye produkter og tjenester inden for rammen af projektet « New Nordic Tourism in China ». Støtten har fokus på den samlede innovationsproces fra forstudie, ideudvikling til lancering af nye nordiske kreative og kulturelle produkter og tjenester tilpasset efter de kinesiske målgruppers behov og forventninger.

EK-N vil bede Nordisk Innovation om at undersøge muligheden for at de i regi af sit turismearbejde inviterer private relevante turismeaktører til et dialogmøde for at inspirere disse til at samarbejde hinanden imellem og ift. at udvikle nordiske pakkerejser og eller brande samlede nordiske destinationer.

Ministerrådet håber på den måde, at ovenstående svar på rekommandationen imødekommer Rådets ønsker og hensigter inden for turismeområdet.

3. Utskottets betänkande

Av meddelandet från Nordiska ministerrådet att döma, finns turismsamarbete i Norden med som en integrerad del av såväl ministerrådets brandingstrategiplaner och det danska ordförandeskapets planer för 2015 (att-satserna 1 och 2). Vad gäller att-sats 3, rörande ett nordiskt turismsamarbete mellan privata aktörer, pekar ministerrådet på "Nordic Innovation" som lämplig initiativtagare och aktör. Dock har "Nordic Innovation" en egen, och tills vidare, självständig styrelse som fattar beslut om egna prioriteringar. Ministerrådet har dock för avsikt att uppmana dem att

bjuda in privata nyckelaktörer till ett dialogmöte för att med hjälp av konkreta destinationer befrämja turism till Norden. Om "*Nordic Innovation*" väljer att göra detta eller ej kan varken Nordiska rådet eller Nordiska ministerrådet råda över.

Det är näringsutskottets samlade bedömning att Nordiska ministerrådet kommer att satsa gemensamma resurser under de kommande åren, på att gemensamt befrämja Norden som samlad turistdestination, inte minst i Kina, och att turismområdet är ett av de områden man önskar använda för att positionera Norden tydligare i världen. Samlat sett goda och förstärkta insatser för Nordens bästa. Det är därför näringsutskottets åsikt att Nordiska rådet inte bör företa sig ytterligare i saken.

Mot bakgrund av ovanstående föreslår näringsutskottet

att Nordiska rådet lägger meddelandet till handlingarna och anser att Fremst. 12/2014/näring vad angår Norden som turistdestination för rådets del är *slutbehandlad*.

Mariehamn den 27 januari 2015

Anders Eriksson (ÅF)

Eero Suutari (saml)

Gunvor Eldegard (A)

Heidi Greni (Sp)

Heidi Nordby Lunde (H)

Jörgen Pettersson (ÅC)

Lars Tysklind (FP)

Lena Asplund (M)

Mikkel Dencker (DF)

Pyry Niemi (S)

Rikard Larsson (S)

Ruth Mari Grung (A)

Steingrímur J. Sigfússon (VG)

Tarja Filatov (sd)

Torgeir Knag Fylkesnes (SV)

Nordiska rådet

**Fremst. 12/2014/näring
D 2015**

Tidigare nummer:

A 1611/näring

Behandlas i:

Näringsutskottet

J.nr. 13-00152-26