



Samstarf um eflingu ferðapjónustu á Norðurlandi

Viðskiptaáætlun



Air 66N er samstarfsverkefni fyrirtækja í ferðapjónustu á Norðurlandi, sveitarfélaga, stofnana og annarra hagsmunaaðila í samfélaginu. Flugklasinn er leiðandi í að markaðssetja og kynna Akureyrarflugvöll sem nýjan áfangastað fyrir millilandaflug allt árið um kring með það að markmiði að fjölga ferðamönnum á Norðurlandi og lengja dvöl þeirra á svæðinu.

Október 2011

Arnheiður Jóhannsdóttir, verkefnisstjóri



Efnisyfirlit

Samantekt.....	4
Air 66N	5
Staða.....	5
Hlutverk Flugklasa	6
Framtíðarsýn.....	6
Langtímamarkmið	6
Skammtímamarkmið	7
Skipulag Air 66N	7
Samstarfsaðilar	8
Stýrihópur.....	8
Verkefnisstjórn	8
Framkvæmd – fyrstu skref	8
Hlutverk klasans eftir 3 ár.....	9
Fjármögnun.....	9
Greiðslupátttaka vegna nýrra flugleiða.....	9
Tekjumöguleikar.....	9
Samstarfsaðilar	9
Ferðaþjónustufyrirtæki	9
Aðrir hagsmunaaðilar	10
Sveitarfélög	10
Iðnaðarráðuneytið	11
Helstu verkefni	11
Grunnrannsókn – úttekt á auðlind	11
Þróun og markaðssetning þjónustupakka	11
Lykilatriði til árangurs	12
Akureyrarflugvöllur	12
Þörfin fyrir beint flug	13
Áherslur í ferðaþjónustu	13
Vetrarferðamennska	13
Sjálfbær ferðaþjónusta	14
Markaðsgreining	14
Eftirspurn á Norðurlandi	14
Ímynd Norðurlands.....	15
Markhópar	16
Erlendir ferðamenn	16



Forgangsróðun markhópa.....	17
Erlendir ferðamenn	17
Innlendir ferðamenn	20
Samkeppnisgreining	20
Markaðssetning og sala	21
Markaðsaðgerðir	22
Markaðssetning á Internetinu	22
Fyrir ferðamanninn	22
Fyrir flugrekstraraðilann	22
Mælikvarðar og ávinningur.....	23
Rekstrar- og fjárhagsáætlun.....	25
Skýringar.....	25
Samstarfsaðilar - þátttökugjöld.....	25
Sveitarfélög og stoðkerfið.....	25
Innlendir og erlendir styrkir.....	25
Isavia vegna niðurgreiðslna	26
Laun og launatengd gjöld.....	26
Niðurgreiðslur farþegaflugs	26
Lendingargjald	26
Stæðisgjald	26
Flugverndargjald	27
Farþegagjöld	27
Ábyrgð á sætiskaupum	27
Bónus til flugfélags.....	27
Stjórnun og rekstur.....	28
Markaðssetning.....	28
Áætlaður rekstrarreikningur.....	29
Áætlaður efnahagsreikningur	30
Áætlað sjóðsstreymi.....	31
Viðaukar.....	32
Greiðslupátttaka til flugfélaga.....	32
Niðurgreiðslur.....	32
Stuðningur við flugfélög – Dæmi um skilmála	33
1. Start-up aid	33
2. Marketing assistance	34



Samantekt

Flugklasinn Air 66N stefnir á að koma á reglulegu millilandaflugi um Akureyrarflugvöll allt árið. Markmiðið er að fjölga ferðamönnum á öllu Norðurlandi og lengja dvöl þeirra.

Verkefnið er sett upp til 5 ára, 2011–2015 og er miðað við að gerður verði þriggja ára samningur við flugfélag um reglulegt millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Flugið verði sett upp sem áætlun á ákveðnum tímabilum, frá 5 mánuðum fyrsta árið upp í 11 mánuði 2015. Air 66N mun taka þátt í áhættu flugfélagsins með niðurgreiðslum á farþega- og landingargjöldum auk flugverndargjalda. Einnig verður þátttaka í markaðssetningu nýrrar flugleiðar, kaup tryggð á ákveðnum fjölda sæta og bónus til flugfélags fyrir fjölda komufarþega.

Air 66N er rekið sem sjálfstætt verkefni innan Markaðsstofu ferðamála á Norðurlandi. Verkefnið er samstarfsverkefni fyrirtækja í ferðaþjónustu á Norðurlandi, fyrirtækja í útflutningi, sveitarfélaga, stofnana og annarra hagsmunaaðila. Gert er ráð fyrir að samstarfsaðilar skuldbindi sig í samstarf til 2015 þar sem greitt verður árgjald fyrstu 3 árin auk þess sem samstarfsaðilar taka virkan þátt í verkefninu.

Þróaðir verða þjónustupakkar fyrir markhópa til sölu fyrir innlenda og erlenda ferðaheildsala sem samstarf verður við. Lögð verður áhersla á Breta, Dani og Þjóðverja. Stefna í kynningum miðar að því að kynna náttúru, sögu og menningu Norðurlands auk tækifæra í vetrarferðaþjónustu. Unnið verður með ímynd Norðurlands og upplifun ferðamanna um kyrrð, orku og töfra.

Ávinningurinn er mikill, sýnt hefur verið fram á að gistinóttum fjölgar um rúmlega 5 hjá þeim ferðamönnum sem lenda beint á Akureyrarflugvelli miðað við þá sem ferðast í gegnum Keflavík. Árstekjur af þeim 16.000 erlendu ferðamönnum sem áætlað er að fari um Akureyrarflugvöll 2015 vegna Air 66N eru áætlaðar um 1.500 mkr og mun verkefnið skapa 95 heilsársstörf. Gistinóttum fjölgar í um 56 þúsund í stað um 8 þúsund ef gert er ráð fyrir óbreyttum vexti í fjölgun erlendra farþega.

Helstu niðurstöður í þús.kr:

	2011	2012	2013	2014	2015
Rekstrartekjur	12.175	87.097	75.913	49.228	0
Niðurgreiðslur	0	31.991	40.765	48.174	0
Hagnaður/(tap)	111	28.976	10.901	(23.865)	(9.906)
Handbært fé í árslok	111	29.086	39.103	16.122	6.216



Air 66N

Flugklasinn er samstarfsverkefni fyrirtækja í ferðaþjónustu á Norðurlandi, fyrirtækja í útflutningi, sveitarfélaga, stofnana og annarra hagsmunaaðila í samfélaginu. Klasinn er leiðandi í að markaðssetja og kynna Akureyrarflugvöll sem nýjan áfangastað fyrir millilandaflug. Markmiðið er að fjölga erlendum ferðamönnum á Norðurlandi árið um kring og lengja dvöl þeirra á svæðinu. Lenging ferðamannatímans og nýr áfangastaður inn á Norðurland skapar tækifæri fyrir þróun og eflingu þjónustu á svæðinu. Þar verður byggt á þeirri þjónustu sem þegar er til staðar, hún verður eflað og þróuð áfram, en einnig verður lögð áhersla á að þróa nýja þjónustupakka með samstarfi fleiri aðila. Þjónustupakkarnir munu vekja áhuga ferðamanna á svæðum sem minna hafa verið sótt og styrkja atvinnuuppbyggingu á þeim svæðum.

Fyrstu skrefin eru að opna nýjan áfangastað til Íslands með áherslu á vetrarferðamennsku. Beint flug erlendis frá til Akureyrar veitir fyrirtækjum á Norðurlandi ný tækifæri þar sem gera má ráð fyrir mikilli aukningu ferðamanna á svæðið auk þess sem ferðamannatímabilið verður lengt með þessum hætti.

Verkefnið snýst um öfluga og samræmda markaðssetningu Norðurlands erlendis með áherslu á að koma á beinu millilandaflugi um Akureyrarflugvöll.

Lögð verður áhersla á nýsköpun og vöruþróun í þjónustu við ferðamenn auk markvissrar kynningar á þeirri þjónustu sem þegar er til staðar.

Þegar verkefninu líkur verður kominn á samningur við erlendan flugrekstraraðila um flug til Akureyrarflugvallar þar sem klasinn mun taka þátt í kostnaði við opnun nýrrar flugleiðar fyrstu þrjú árin. Einnig verða komnir á samningar við ferðaskrifstofur, innlendar og erlendar sem kynna munu íslenska vetrarferðamennsku á Norðurlandi í samstarfi við norðlenska ferðaþjónustuaðila.

Staða

Aðalflugvöllurinn til Íslands er Keflavíkurflugvöllur sem er staðsettur í 45 mín akstursfjarlægð frá Reykjavík en um 4 – 8 klst akstursfjarlægð frá Norðurlandi. Samkvæmt The European Space Agency (ESA) er Keflavíkurflugvöllur í flokki C en allir aðrir flugvellar á Íslandi eru í flokki D, þ.e. litlir flugvellar með minna en 1 milljón farþega árlega. Flugvellar í flokki D geta þegið ríkisaðstoð og veitt upphafsáðstoð (start upp aid) til flugfélaga.



Undirbúningur að þessu verkefni hefur staðið í 2 ár og í október 2010 var ráðinn verkefnisstjóri á vegum Markaðsstofu ferðamála á Norðurlandi, MFN sem hefur annast undirbúning á þessu verkefni í samvinnu við Isavia, Ferðamálastofu, Íslandsstofu o.fl.

Stýrihópur um verkefnið, ásamt verkefnisstjóra, hefur unnið að kynningum á klasa um millilandaflug um Akureyrarflugvöll til hagsmunaaðila s.s. sveitarfélaga á Norðurlandi og fyrirtækja í ferðaþjónustu og öðrum atvinnugreinum sem hag hafa af verkefninu. Fengist hafa góð viðbrögð við þessum hugmyndum. Einnig hefur verið haft samband við erlendar ferðaskrifstofur sem mögulega hefðu áhuga á að nýta sér stóreflda þjónustu í vetrarferðamennsku á Norðurlandi og betri samgöngur inn á svæðið. Fyrsti formlegi vinnufundur ferðaþjónustuaðila á vegum Air 66N var í lok september 2011 og markar það upphaf þróunarvinnu.

Hlutverk Flugklasa

- Stuðningsnet og samstarf varðandi markaðssetningu fyrir flugfélag sem er tilbúið til að bjóða flug á Akureyrarflugvöll.
- Bæta opnunartíma og aðgengi að ferðaþjónustu á svæðinu.
- Samstarf um markaðssetningu til að auka við fjölda ferðamanna, búa til söluvæna þjónustupakka fyrir markhópa.
- Dreifa áhættunni.
- Samstarf til að ýta á hið opinbera, stærri fyrirtæki og hagsmunaaðila um að fjölga flugleiðum.
- Samstarf til að skapa eitt andlit út á við fyrir ferðaskrifstofur og flugfélög. Sameiginleg rödd er kraftmeiri og lýsir sterkum vilja.
- Langtímasýn er mikilvæg og er stefnt að samstarfi til næstu 4 ára.

Framtíðarsýn

Framtíðarsýn Air 66N er að stöðug eftirspurn sé eftir ferðaþjónustu á Norðurlandi allt árið með reglulegu millilandaflugi um Akureyrarflugvöll þar sem nýr áfangastaður á Íslandi hafi verið opnaður.

Langtímamarkmið

- Að reglulegt millilandaflug sé til Norðurlands um Akureyrarflugvöll.
- Að opna nýjan áfangastað á Íslandi fyrir erlenda ferðamenn allt árið.



- Að fjölga ferðamönnum á Norðurlandi allt árið.
- Að bæta dreifingu á eftirspurn eftir ferðaþjónustu m.t.t. fjölda og landsvæða.
- Að skapa ný tækifæri til þróunar og nýsköpunar í ferðaþjónustu.
- Að efla efla þjónustu við ferðamenn m.t.t. opnunartíma og framboðs.
- Að fjölga heilsársstörfum í ferðaþjónustu.

Skammtíamarkmið

- Fjármögnun frá þátttakendum sé tryggð með samningum til 3ja ára.
- Fjármögnun frá opinberum aðilum sé tryggð til 3ja ára.
- Fjármögnun frá stoðkerfi sé tryggð til 3ja ára.
- Búið sé að opna á nýjan áfangastað til Íslands í mars og apríl 2013 með áherslu á ferðaþjónustu sem selur vetrarferðamennsku.
- Að 1 – 3 áhugasöm flugfélög séu komin í viðræður um flug til Akureyrarflugvallar.
- Að búið sé að ákveða hvað verið er að markaðsetja, hver er ímyndin og segull svæðisins.
- Að tilbúna séu vörur til markaðssetningar og bókunar 2012 og að markaðssetning sé hafin í gegnum áhugasamar íslenskar og erlendar ferðaskrifstofur.

Skipulag Air 66N

Flugklasinn er rekinn sem sjálfstæð eining innan Markaðsstofu ferðamála á Norðurlandi og er til húsa að Skipagötu 9, 600 Akureyri. Verkefnisstjóri er Arnheiður Jóhannsdóttir, M.Sc. í alþjóðamarkaðsfræði, arnheidur@nordurland.is, sími 460 5733, gsm 864 6786.

Markaðsstofa ferðamála á Norðurlandi (MFN) hefur starfað frá árinu 2003 en skrifstofan er samstarfsvettvangur Norðurlands í ferðamálum og er í eigu Ferðamálasamtaka Norðurlands eystra og Norðurlands vestra. Helsta hlutverk MFN er að samræma markaðs- og kynningarmál norðlenskrar ferðaþjónustu gagnvart innlendum og erlendum ferðamönnum. Unnið hefur verið að því sl. 2 ár að byggja upp klasa í tengslum við samræmda og öfluga markaðssetningu Norðurlands erlendis og millilandaflug til Akureyrarflugvallar. Framkvæmdastjóri MFN er Ásbjörn Björgvinsson, asbjorn@nordurland.is, sími 462 3300.

Flugklasinn verður rekinn sem sjálfstætt verkefni innan Markaðsstofu ferðamála á Norðurlandi. Verkefnið veður gert upp árlega en styrkjum og öðru verkefnafé verður haldið aðgreindu frá



rekstri MFN. Um bókhaldið sér María Axfjörð sem sér einnig um bókhald MFN en KPMG sér um endurskoðun reikninga.

Verkefnið er unnið í nánu samstarfi við Isavia sem annast rekstur og uppbyggingu allra flugvalla og landingarstaða á Íslandi. Einnig annast Isavia alla flugleiðsöguþjónustu sem Ísland veitir fyrir alþjóðlegt flug og innanlandsflug.

Samstarfsaðilar

- Atvinnuþróunarfélag Eyjafjarðar (AFE)
- Samtök sveitarfélaga á Norðurlandi vestra (SSNV)
- Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga (AÞ)
- Akureyrarbær
- Nýsköpunarmiðstöð Íslands

Stýrihópur

- MFN– Ásbjörn Björgvinsson og Berþór Erlingsson
- AFE – Magnús Þór Ásgeirsson
- AÞ –Reinhard Reynisson
- SSNV – Jón Óskar Pétursson
- Isavia – Guðný Jóhannsdóttir og Sigurður Hermannsson
- Innanríkisráðuneyti - Valgerður Guðmundsdóttir og Baldvin Sigurðsson
- Iðnaðarráðuneyti - Helga Haraldsdóttir
- Akureyrarstofa – Halla Björk Reynisdóttir

Verkefnisstjórn

Jóna Matthíasdóttir - AÞ

Rósa María Vésteinsdóttir – Ferðaþjónustunni Hofsstöðum

Ólafur Aðalgeirsson – Ferðaþjónustunni Skjaldarvík

Framkvæmd – fyrstu skref

1. Kynningarfundir til ferðaþjónustuaðila og sveitarfélaga.
2. Stofnun klasa, samningar um hlutverk og fjármögnun.
3. Kynning á Akureyrarflugvelli og Norðurlandi fyrir flugrekstraraðilum.



4. Þróun á þjónustupökkum með samstarfsaðilum.
5. Kynning á þjónustupökkum fyrir erlendum og innlendum ferðaskrifstofum.
6. Kynning og samningar við flugfélag um reglulegt flug.
7. Framhald á verkefni, fjármögnun og hlutverk klasans ákveðið.

Hlutverk klasans eftir 3 ár

Fjármögnun

Gert er ráð fyrir að fyrirtæki og sveitarfélög skuldbindi sig í samstarf til 3ja ára, frá 2012 - 2014. Eftir þann tíma verða samningar endurskoðaðir með tilliti til markmiða samstarfsins.

Greiðsluþátttaka vegna nýrra flugleiða

Flugrekstraraðili getur sótt um þriggja ára þátttöku í kostnaði vegna markaðssetningar og niðurgreiðslu á lendingargjöldum þegar hann hefur tekið ákvörðun um að fljúga reglulega til og frá Akureyri í a.m.k. 3 ár. Að þessum tíma loknum er gert ráð fyrir að búið sé að byggja upp flugleiðina þannig að flugið standi undir sér og Air 66N mun því ekki niðurgreiða kostnaðinn til lengri tíma.

Tekjumöguleikar

Þegar reglulegu millilandaflugi hefur verið komið á til Akureyrarflugvallar verður markmiðið með samstarfinu endurskoðað. Mögulegt er að klasinn starfi áfram og sinni hlutverki sínu varðandi sameiginlega og öfluga markaðssókn fyrir Norðurland ásamt því að efla fræðslu og rannsóknir sem styðja við áframhaldandi beint flug. Mögulegir tekjustofnar eru þessir:

- Sala á námskeiðum og fræðsluefni fyrir ferðaþjónustufyrirtæki, útflutningsaðila ofl.
- Sala á auglýsingum í kynningarefni s.s. bæklinga og vefsíður.
- Ráðgjöf við þróun þjónustupakka og markaðssetningu þeirra.

Samstarfsaðilar

Ferðaþjónustufyrirtæki

Í núverandi samstarfi við MFN eru um 120 fyrirtæki í ferðaþjónustu. Sækjast á eftir þátttöku þessarra fyrirtækja í Fluglasanum. Kröfur verða gerðar um skuldbindingu fyrirtækjanna til ákveðins vinnuframlags auk greiðslu í klasann, en greiðslur verða byggðar á stærð samstarfsfyrirtækja. Tveir stærðarflokkar verða hafðir til hliðsjónar, þ.e. fyrirtæki með 1 – 9 ársverk annars vegar og fyrirtæki með 10 eða fleiri ársverk hins vegar. Vinnuframlagið felst í



vinnu við þróun þjónustu og uppbyggingu svæðis, og byggir á samvinnu, fræðslu og öflugri markaðsvinnu.

Aðrir hagsmunaaðilar

Mikilvægt er að samstarfið sé byggt á breiðum grundvelli allra þeirra sem hag hafa af því að millilandaflug verði um Akureyrarflugvöll og hag af eflingu ferðaþjónustu á Norðurlandi. Leitað verður eftir samstarfi við hagsmunaaðila s.s. inn- og útflutningsfyrirtæki, upplýsingatæknifyrirtæki, markaðsfyrirtæki, hönnuði, tónlistarfólk, minjagripa- og fataframleiðendur.

Sveitarfélög

Akureyrarkaupstaður hefur stutt við undirbúning vegna millilandaflugs á Akureyrarflugvelli síðastliðin ár og hefur gefið vilyrði fyrir áframhaldandi stuðningi. Leitað verður formlega eftir stuðningi frá sveitarfélögum á svæðinu sem hafa verið í samstarfi við MFN.

Norðurland vestra:

- Akrahreppur
- Blönduósbær
- Húnavatnshreppur
- Húnaþing vestra
- Sveitarfélagið Skagaströnd
- Sveitarfélagið Skagafjörður
- Fjallabyggð

Norðurland eystra:

- Dalvíkurbyggð
- Eyjafjarðarsveit
- Fjallabyggð
- Langesbyggð
- Grýtubakkahreppur
- Hörgársveit
- Norðurþing
- Skútustaðahreppur
- Svalbarðsstrandarhreppur
- Tjörneshreppur
- Þingeyjarsveit

Svalbarðshreppur og Skagabyggð eru ekki samstarfsaðilar MFN.



Iðnaðarráðuneytið

Sóst verður eftir stuðningi frá ríkinu við verkefnið en næstu 3 árin stendur til að stórauka áherslu á vetrarferðamennsku til að lengja ferðamannatímann og ná betri dreifingu ferðamanna. Ríkið mun leggja 300 mkr. á ári næstu þrjú árin í þetta verkefni. Gert er ráð fyrir að Íslandsstofa hafi forrystu í verkefninu og aflað verði mótframlags frá fyrirtækjum og sveitarfélögum. Þegar hefur verið tekin ákvörðun um verkefnin fyrsta árið en líklegt er talið að möguleiki sé á aðkomu að Flugklasnum á næstu tveimur árum. Þetta byggir hins vegar á getu Flugklasans til að leggja fram mótframlag í verkefnið.

Helstu verkefni

Grunnrannsókn – úttekt á auðlind

- Kortlagning á því hverjir eru seglar svæðisins – unnið úr rannsóknum meðal viðskiptavina.
- Hvaða ferðaþjónustuaðilar vilja og þurfa að vera með í þróun á þjónustupökkum.
- Hverjir eru markhóparnir hjá þessum aðilum nú þegar og hvernig tengjast þeir flugklasnum.

Þróun og markaðssetning þjónustupakka

- Skapa heildstæða mynd fyrir svæðið og skapa segul fyrir Norðurland, sérkenni sem stendur fyrir Norðurland á Íslandi og erlendis og lögð verður áhersla á í markaðsetningu. Segullinn er Mývatnssveit, hún dregur ferðamenn á svæðið og er einstök í heiminum.
- Vinna með sameiginlega ímynd Norðurlands og áherslur. Búið er að skilgreina að ímynd Norðurlands byggir á kyrrð, orku og töfrum. Kyrrðina, orkuna og töfrana upplifa menn á öllu Norðurlandi og í gegnum alla ferðaþjónustu sem í boði er á svæðinu.
- Miða við þarfir viðskiptavina.
- Mikil áhersla á hvert aðdráttaraflíð er fyrir hvern hóp.
- Gera pakka fyrir mismunandi markhópa.
- Búa til verð á mismunandi pökkum.
- Setja upp ferðatímabil og lengd ferða.
- Þjónustupakkarnir verða settir upp sem aðgangspassar inn á svæðið. Þ.e. Air 66N mun í markaðssetningu sinni leggja áherslu á ákveðna passa eða ferðaslóðir sem leiða ferðamenn um svæðið miðað við þarfir þeirra.



Lykilatriði til árangurs

- Samvinna, tryggt sé að svæðið sé opið og tilbúið til að taka á móti ferðamönnum allt árið og samvinna um þróun þjónustupakka.
- Að vera tilbúin til að vinna markaðsstarf með utanaðkomandi aðilum.
- Að ákveðnir markhópar séu greindir og unnið með þarfir þeirra.
- Að búið sé að byggja upp innviði s.s. veitingastaði, hótél og afþreyingu.
 - Lenging flugbrautar sem lauk 2009.
 - Héðinsfjarðargöngin – eykur valkosti fyrir skíðamenn.
 - Snjóframleiðsla á skíðasvæðum – tryggir aðgengi að skíðasvæðum.
- Reynsla er komin af beinu flugi á Akureyri.
- Reynsla og þekking er til staðar á danska markaðnum.
- Áhersla ríkisins á vetrarferðamennsku skapar gríðarlega aukningu í markaðssetningu á svæðinu allt árið.

Akureyrarflugvöllur

Flugstöðin á Akureyrarflugvelli er hönnuð til að geta annað um 400 manns. Þá er miðað við að hún geti sinnt fullsetinni Boeing 757-200 fyrir bæði komu- og brottfararfarþega. Heildarstærð flugstöðvarinnar er tæpir 1600 fermetrar en stærð farþegarýmis er 550 fermetrar sem má skipta í 3 sali þegar utanlandsflug krefst þess. Nýjasta viðbygging stöðvarinnar er frá árinu 1996 og er rúmir 400 fermetrar. Þessi hluti flugstöðvarinnar hýsir í dag afgreiðslu Flugfélags Íslands. Sér aðstaða er í flugstöðvarbyggingunni fyrir bæði komu- og brottfararfarþega, einnig er til staðar tækjabúnaður til að sinna vegabréfaskoðun, tollskoðun og vopnaleit.



Lengingu flugbrautarinnar lauk 2009 en þá var brautin lengd um 460 metra til suðurs og er nú 2.400 metrar að lengd. Einnig var eldri hluti flugbrautarinnar styrktur og réttur af með nýju malbiki, endaöryggissvæði voru endurbyggð og stækkuð úr 60 metrum í 150 metra við hvorn enda vegna breyttra reglna frá Alþjóðaflugmálastofnuninni (ICAO). Heildarlengd flugbrautar með



öryggissvæðum er þar með orðin 2.700 metrar. Jafnframt hafa “axlir” við flugbrautina verið malbikaðar. Aðflugsljósabúnaður var endurnýjaður og nýr stefnusendir settur upp. Lenging flugvallarins hefur rutt úr vegi stærstu hindruninni varðandi millilandaflug um völinn.

Að framkvæmdum loknum er ljóst að Akureyrarflugvöllur er mun betur í stakk búinn til að þjóna millilandaflugi með frakt og farþega. Hlutverk hans sem varaflugvallar styrkist við framkvæmdirnar sem og mikilvægi hans fyrir ferðaþjónustu á Norður- og Austurlandi. Með lengdri flugbraut opnast ný tækifæri fyrir flugrekendur til að nýta flugvöllinn til farþega- og fraktflutninga, m.a. með því að fleiri tegundir flugvéla geta núna farið um hann.

Til þess að sú fjárfesting sem fólst í lengingu flugbrautarinnar skili sér að fullu er nauðsynlegt að stækka flughlaðið og flugstöðina. Núverandi aðstaða annar ekki nægilega vel því hlutverki að þjóna samtímis innanlandsflugi og millilandaflugi á samkeppnishæfan hátt.

Þörfin fyrir beint flug

- Keflavíkurflugvöllur er í um 4 - 8 klst akstursfjarlægð frá Norðurlandi.
- Aðeins 6% af þeim útlendingum sem lenda í Keflavík dvelja meirihluta Íslandsferðar sinnar á Norðurlandi.
- 92% af þeim sem lenda á Akureyri velja að ferðast á Norðurlandi.
- Seldar gistinætur á landinu 2010 voru um 3 milljónir en af þeim voru aðeins um 400 þúsund á Norðurlandi.
- Norðausturland hefur aðeins um 11% af seldum gistinóttum erlendra gesta og Norðvesturland aðeins um 2%.
- Ferðamenn sem lenda á Akureyri dvelja á Norðurlandi í að meðaltali 7,3 nætur en þeir sem lenda í Keflavík dvelja aðeins 1,8 nætur.

Áherslur í ferðaþjónustu

Tvennt stendur uppúr varðandi aðkomu og áherslur íslenskra stjórnvalda þegar horft er til ferðaþjónustu. Annars vegar er það áherslan á vetrarferðamennsku og hins vegar á sjálfbæra ferðaþjónustu. Þessi sjónarmið verða höfð að leiðarljósi í vinnu klasans við þróun og markaðssetningu sérhannaðrar þjónustu fyrir ákveðna markhópa.

Vetrarferðamennska

Nú er hafið verkefnið „Ísland allt árið“ þar sem kveðið er á um að stjórnvöld, sveitarfélög og aðilar í ferðaþjónustu sameinist í þriggja ára átaki með það að markmiði að fjölga



ferðamönnum yfir vetrartímann. Ríkið mun leggja fjármagn í þetta verkefni gegn móttframlagi frá þátttakendum. Mikilvægt er því að ferðaþjónustuaðilar og aðrir hagsmunaaðilar starfi saman til þess að styðja við þátttöku Norðurlands í þessu verkefni.

Sjálfbær ferðaþjónusta

Umræðan um sjálfbæra ferðaþjónustu (e. Sustainable Tourism) og mikilvægi þess að byggja upp ferðaþjónustu þannig að ekki verði gengið um of á auðlindir landsins er stöðugt vaxandi. Á Norðurlandi er horft til þess að áherslan verði ekki á fjölda ferðamanna heldur að hver ferðamaður sem komi njóti svæðisins til hins ítrasta. Markmiðið er að byggja Norðurland upp sem áfangastað með áherslu á að tryggja getu svæðisins til að þola fjölgun ferðamanna til lengri tíma. Samvinna allra aðila er mikilvæg svo verkefnin nái til sem flestra þátta. Mikilvægt er að gera áætlanir til lengri tíma og bera virðingu fyrir eiginleikum svæðisins þannig að ferðaþjónustan geti verið hluti af daglegu lífi íbúa svæðisins.

Sjálfbærni (e. Sustainability) þýðir að halda uppi; halda við; halda lífi í; duga; sjá fyrir; framfleyta; þola; verða fyrir; samþykkja. Sjálfbær ferðamennska snýst um að uppfylla þarfir bæði ferðamanna og íbúa svæðis en á sama tíma gæta þess að ganga ekki á auðlindir. Mikilvægt er því að horfa til lengri tíma og þekkja takmörk svæðisins. Markmið varðandi sjálfbæra ferðamennsku verða sett af samstarfsaðilum klasans.

Markaðsgreining

Eftirspurn á Norðurlandi

Seldar gistinætur á Íslandi voru tæpar 3 milljónir árið 2010, en það er svipaður fjöldi og árið 2009. Gistinætur erlendra ríkisborgara voru 71,2% og sem fyrr keyptu þjóðverjar flestar gistinætur á landinu, þá Bretar og síðan Frakkar. Flestar gistinætur voru á hótélum og gistiheimilum og fjölgaði hlutfallslega mest á höfuðborgarsvæðinu og á Norðurlandi vestra. (hagstofan.is) Yfir sumartímann koma flestir ferðamenn frá Þýskalandi, síðan Frakklandi, Danmörku, Hollandi, Bretlandi, Ítalíu, Spáni og Bandaríkjunum.

Árið 2010 fóru 459.252 ferðamenn frá landinu skv. tölum frá Ferðamálastofu. Nú er spáð að fjöldi ferðamanna fari yfir 500.000 á árinu 2011. Vöxtur í fjölda ferðamanna á Norðurlandi hefur haldist í hendur við vöxt á höfuðborgarsvæðinu undanfarinn áratug.

3 milljón gistinætur voru á landinu 2010 þ.a. 400 þús á norðausturlandi skv. tölum frá Hagstofu.



Ímynd Norðurlands

Ráðstefna á vegum Markaðsstofu ferðamála á Norðurlandi um ímynd Norðurlands var haldin í febrúar 2011. Markmið ráðstefnunnar var að skoða, ræða og skilgreina ímynd Norðurlands og kalla eftir nýjum hugmyndum og áherslum í markaðssetningu svæðisins. Alls tóku um 200 manns allsstaðar að af landinu þátt í ráðstefnunni sem samanstóð af fyrirlestrum og vinnuhópum.

Ímynd Norðurlands er aðeins hægt að skapa með því að styðja við, bæta og viðhalda ákveðinni ímynd sem á sér djúpar rætur í huga fólks og er ekta. Ímyndin er því þegar til í huga ferðamannsins og greiningarvinnan snýst um að finna hana. Þegar búið var að flokka og greina vinnu hópanna sem tóku þátt kom fram sú niðurstaða að þau orð sem lýstu kjarnanum í ímynd Norðurlands væru **kyrrð**, **orka** og **töfrar**.



Þessi hugtök samþætta gildi, menningu og eiginleika Norðurlands. Skilaboð sem miðlað er um svæðið varðandi afþreyingu, fólk, menningu og náttúru ættu að öll að taka mið af þessum hugtökum til að styðja við ímyndina. Leggja þarf áherslu á að ferðamaðurinn upplifi þetta hvar sem hann er á Norðurlandi og hvað sem hann tekur sér fyrir hendur.

Á ráðstefnunni tóku vinnuhóparnir einnig fyrir þær aðgerðir sem taldar væru mikilvægastar varðandi kynningu á ímynd Norðurlands. Niðurstöðurnar eru að þessar aðgerðir séu mikilvægastar:

1. Samvinna
2. Sameiginleg og öflug markaðssókn
3. Fræðsla, rannsóknir og eftirfylgni



Sérkenni Norðurlands, það sem aðgreinir það frá öðrum svæðum í heiminum og skapar aðdráttarafl kom einnig fram í niðurstöðum ráðstefnunnar. Segull svæðisins er Mývatnssvæðið og upplifun ferðamannsins á þessu svæði sem er einstakt í heiminum.

Markhópar

Markhóparnir verða tvíþættir, annars vegar erlendir ferðamenn og hins vegar Íslendingar sem bæði geta nýtt sér nýjungar í þjónustu innanlands og nýtt sér aukið aðgengi að beinu flugi um Norðurland.

Erlendir ferðamenn

Markhópurinn sem lögð verður áhersla á í fyrstu er erlendir ferðamenn sem hafa áhuga á vetrarferðum. Þessir ferðamenn hafa áhuga á að skoða náttúruna að vetri til, upplifa snjóinn, dimmar nætur, norðurljósín, sjóferðir, heitar laugar og friðsældina sem minni byggðir á Norðurlandi hafa upp á að bjóða.

Um 150 þús ferðamenn koma til Norðurlands á hverju ári. Vitað er að erlendir ferðamenn á Norðurlandi hafa flestir áhuga á sundlaugum og jarðböðum, síðan koma hvalaskoðun, safnaskoðun, gönguferðir með leiðsögn, hestaferðir, fuglaskoðun, bæjarhátíðir, jeppaferðir og sjóstangveiði.

Af erlendum ferðamönnum sem flugu beint til Akureyrar sumrin 2009 og 1010 hafa 68% áhuga á að fljúga aftur til Akureyrar. Af þeim höfðu 42% áhuga á að koma aftur að vetri, 41% að vori og 37% höfðu áhuga á að koma aftur að hausti.

Í könnun á vegum Rannsóknarmiðstöðvar ferðamála (RMF) sem gerð var á meðal erlendra farþega með flugi Iceland Express frá Kaupmannahöfn til Akureyrar kemur fram að 48% þeirra sem koma með beinu flugi til Akureyrar fara ekkert út fyrir Norðurland. Ferðamenn virðast töluvert bundnir nærsvæði flugvallar sem sýnir mikilvægi beins flugs til Akureyrarflugvallar fyrir ferðapjónustu á Norðurlandi.

Meðal ferðalangur á ferð með vísitölufjölskyldu eyðir um 221 þkr. á Norðurlandi og leggur áherslu á að upplifa náttúruna og afþreyingu tengda henni.

Ef skoðaðar eru tölur um fjölda ferðamanna sem fara í gegnum Leifsstöð frá janúar til maí og frá september til desember eru Bretar langfjölmennasti hópurinn. Síðan koma Bandaríkin, Noregur, Danmörk, Þýskaland og Svíþjóð. Yfir sumartímann eru Þjóðverjar stærsti hópurinn, síðan



Bandaríkin, Danmörk, Frakkland, Bretland, Noregur, Svíþjóð og Spánn. Dreifing á komum Breta yfir árið er einna jöfnust þegar komur mismunandi þjóðerna eru skoðaðar. Bretar koma mikið í október, febrúar og mars sem er í takt við vetrarfrí sem tekin eru í skólum þar í landi. (Ferðamálastofa)

Af einstaka þjóðernum voru flestir ferðamenn í apríl 2011 frá Bretlandi eða um fimmtungur ferðamanna (20,8%), einn af hverjum tíu (10,3%) frá Bandaríkjunum og svipaður fjöldi frá Danmörku (9,8%) og Noregi (9,3%).

Meðalaldur erlendra ferðamanna yfir vetrartímann 2009 – 2010 er 38,7 ár en 43 ár yfir sumartímann. Yfir vetrartímann er 37% erlendra ferðamanna á aldrinum 26 – 35 ára. Flestir koma til Íslands í frí með maka eða vinum, tiltölulega fáir ferðast með börn. Í könnun RMF á Akureyrarflugvelli 2010 eru hins vegar um 30% svarenda sem ferðast með fjölskyldu og virðist sá hópur fara vaxandi. Flestir gista á hótélum eða hjá vinum og ættingjum en sá hópur sem gistir í sumarhúsum eða farfuglaheimilum hefur stækkað mikið.

Meðaldvalarlengd að vetri er 5,9 nætur en 10,4 nætur að sumri. (Ferðamálastofa)

Í könnun sem Rannsóknir og Ráðgjöf framkvæmdi á meðal brottfararfarþega í Leifsstöð og frá Seyðisfirði árið 2006 kom fram að 74% þátttakenda vildi fá svæðisbundna rétti á veitingastöðum. Ennfremur kom fram að 62% höfðu áhuga á að kaupa matvæli frá þeim svæðum sem þeir heimsóttu. Verið er að skoða þennan áhuga hjá farþegum sem flugu um Akureyrarflugvöll 2011.

Könnun um upplifun ferðamanna sem flugu beint til Akureyrar sýnir að stór hluti svarenda eða 93% mátu upplifun sína af ferðinni frábæra eða yfir meðallagi. (RMF) Vinsælustu áfangastaðirnir eru á Norðausturlandi s.s. Mývatn, Dettifoss, Krafla, Ásbyrgi og Goðafoss. Norðvesturland getur lagt áherslu á aðra upplifun s.s. hestaferðir, veiði, miðnætursólina, ferskt og hreint loft, fámennið og fáa ferðamenn. Náttúran er samnefnari fyrir það sem gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað.

Forgangsröðun markhópa

Erlendir ferðamenn

Breskir skíðamenn

Í rannsókn sem gerð var árið 2005 af The Michael Cohen group kom fram að 78% Breta ferðast erlendis amk 1 sinni á ári. Um þriðjungur svarenda sögðust velja áfangastað miðað við náttúrulegt umhverfi og afþreyingu utandyra. Tæplega helmingur vill 10 – 14 daga ferð og um



Þriðjungur 6 – 9 daga ferð. Rúmlega 60% Breta töldu Ísland áhugaverðan áfangastað en það er nauðsynlegt að ýta á eftir þeim til að þeir láti verða af því að fara í ferð til Íslands.

Flestir breskir skíðamenn ferðast með ferðaskipuleggjanda eða um 80% skv. upplýsingum frá the Ski Club of Great Britain. Í þessum skíðaklúbbi eru 33.500 meðlimir og sér klúbburinn um að veita upplýsingar um 34 skíðasvæði víða um heiminn. Skíðaferðum á vegum klúbbmeðlima í the Ski Club fækkaði um 12% á árinu 2009 – 2010 en hlutfall þeirra sem fóru í ferð á vegum ferðaskipuleggjenda hækkaði. Gera má ráð fyrir að ástæðan sé öryggið sem það veitir að bóka í gegnum ferðaskipuleggjenda þ.e. fjárhagsleg áhætta er minni og einnig að ferðaskipuleggjendur geta boðið betri tilboð heldur en ferðamenn á eigin vegum fá. Mikill vöxtur er í bókunum í gegnum internetið og eru ferðamenn nú ekki aðeins að leita upplýsinga í gegnum netið heldur nota þeir það einnig til að bóka ferðir. Meðal kostnaður á skíðafríi eru 714 pund eða rúmlega 130 þkr.

Fjallakofar með veitingum er sú gisting sem flestir velja eða um 35% en fer þó minnkandi. Hótel eru næsti kostur með um 32% af markaðnum. 7 daga skíðafrí eru vinsælust og hefur styttri fríum s.s. helgarferðum fækkað, líklega vegna þess að þær ferðir eru hlutfallslega dýrari. Flestir eða um 71% velja að fljúga beint á skíðasvæðið. Frakkland, Austurríki og Ítalía eru þau lönd sem eru vinsælust en vinsældir skoskra skíðasvæða uxu mikið á síðasta ári. Þar eru Cairngorm og Glenshee vinsælust, með annars vegar 145 þús skíðadaga og hins vegar 117 þús skíðadaga. Meirihlutinn eða um 80% fara á skíði frekar en snjóþretti. (Ski Club Great Britain, Snowsports Analysis 2010)

Til þess að fá the Ski Club til að birta upplýsingar um norðlensku skíðasvæðin er nauðsynlegt að sýna fram á áhuga frá breska markaðnum, þ.e. hvort meðlimir klúbbsins eða ferðaskipuleggjendur eru að leita eftir upplýsingum um þetta svæði. Sýna þarf fram á áreiðanleika upplýsinganna sem koma frá skíðasvæðunum, þ.e. það sem birt er á vefsíðum þeirra yfir vetrartímann.

Miðað verður við fjóra markhópa:

1. Fjölskyldur
2. Hvataferðir
3. Extreme sports
 - a. Telemarking
 - b. Heliskiing
 - c. Off Piste skiing
 - d. Snow Kiting
4. Disability snowsports



Danskir skíðamenn

Beint flug með Iceland Express hefur verið í boði yfir sumartímann frá árinu 2006 og hefur verið flogið með 12–14 þús ferðamenn á þeim tíma. Því hefur orðið til ákveðin þekking á danska markaðnum sem mikilvægt er að nýta til að byggja upp reglulegt flug yfir vetrartímann. Áherslan verður á danska skíðamenn sem hægt er að skipta í þrjá hópa ef miðað er við niðurstöður Radarstation frá 2006. Hóparnir eru fjölskyldur, Extreme skíðamenn og hvataferðir.

Fyrir þessa hópa er mikilvægt að bæta innviði og skapa traust á Norðurlandi sem áfangastað. Segja þarf sögur frá Norðurlandi og byggja upp ímynd þess, kýrrð, orku og töfra. Mikilvægt að kynna að áfangastaðurinn sé spennandi, framandi og öruggur. Skapa þarf vettvang fyrir umtal (e. Word of Mouth) svo markaðurinn byggist upp. Ferðatíminn er frá lok febrúar fram í maí. Ferðaskrifstofur eru mikilvægar til að ná til þessarra hópa og þarf ferðaskrifstofan að geta sagt frá svæðinu á trúverðugan hátt. Tryggja þarf að innviðir séu skv. kröfum danskra ferðapjónustuaðila svo þeim sé gert auðveldara að selja t.d. er mikilvægt að samgöngur séu í lagi því Dönum finnst ekki spennandi að keyra í snjó.

1. Fjölskyldur

Stór hluti danskra skíðamanna eru fjölskyldufólk. Eru von að keyra til Noregs og Svíþjóðar þar sem gíst er í sumarhúsum og matur eldaður á staðnum. Eyða litlu, helst í bensín, ódýra gistingu og skíðapassa. Norðurland er aðlaðandi sem öruggur staður með nægri afþreyingu og skíðaskóla með dönskumælandi kennurum. Greinar í lífsstílsblöðum, dagblöðum, pakkatilboð og samkeppnir eru það sem gæti byggt upp þennan markað.

2. Hvataferðir

Þessi markhópur er ekki stór en er tilbúinn til að borga vel. Kaupa 3 – 4 daga lúxusferðir í gegnum ferðaskrifstofur og ferðast saman 12 – 40 í hóp. Ferðin snýst ekki eingöngu um skíði heldur þarf að bjóða ýmsa möguleika á afþreyingu og þjónustu s.s. jarðböð eða sundlaugar, snjógolf eða snjósleðaferðir. Mikilvægt að afþreying og aðstaða sé góð, bæði gisting, einstök upplifun og dekur.

3. Extreme skíðamenn

Eru að leita að einstakri, spennandi upplifun. Vilja ferðast ódýrt og á þægilegan máta, taka oft langa helgi í ferðina. Sérstaða íslenskrar náttúru heillar þá og þeir vilja fara á skíði utan venjulegra skíðaleiða. Ferðast einir eða í stórum hópum (allt upp í 50 í hóp). Þessir skíðamenn leita að nýjungum og geta því verið brautryðjendur fyrir aðra



skíðamenn. Eru oft meðlimir í skíðaklúbbum til að fá betri kjör. Þeir leita að upplýsingum í skíðablöðum og umfjöllun annarra extreme skíðamanna.

Aðrir markhópar

72% þjóðverja ferðast erlendis amk 1 sinni á ári skv. rannsókn The Michael Cohen group frá 2005. Hægt er að ná til þeirra með áherslu á menningarferðir og íslenska hestinn.

Innlendir ferðamenn

Frístundaferðir

Samkvæmt könnun Capacent Gallup sem gerð var í október 2010 hafa 57% Akureyringa nýtt sér beint flug frá Akureyrarflugvelli. Hópnum má skipta í tvennt, annars vegar frístundaferðir og hins vegar viðskiptaferðir. Þessi hópur er ekki í forgangi þegar kemur að markaðssetningu en mun njóta góðs af auknu framboði á flugi og einnig njóta þeirrar uppbyggingar á þjónustu sem verður í boði á Norðurlandi.

Samkeppnisgreining

Verkefnið byggir á samstarfi í samkeppni, þ.e. að þeir aðilar sem taka þátt í verkefninu eru í samvinnu um kynningu á áfangastöðum á Norðurlandi. Þannig mun verkefnið styrkja fyrirtæki sem þegar eru til staðar um allt Norðurland auk þess sem gert er ráð fyrir að ný starfsemi skapist um þjónustu við ferðamenn utan háannatíma. Samkeppnishæfni fyrirtækjanna mun aukast með tilkomu flugklasans vegna heilsársferðamennsku.

Reglulegt millilandaflug er ekki í boði um Akureyrarflugvöll en Iceland Express flýgur til Kaupmannahafnar um Akureyrarflugvöll í júní, júlí og ágúst. Fyrstu skref í áætlunum Air 66N eru að koma á flugi í mars og apríl til að lengja ferðamannatímann og því verður ekki bein samkeppni við Iceland Express. Markaðssetning flugklasans til þess að auka umferð erlendra ferðamanna í gegnum Akureyrarflugvöll mun styðja við flugfélög sem þegar fljúga til landsins frekar en að hafa neikvæð áhrif.

Aukin umferð í gegnum Akureyri mun dreifast til þjónustufyrirtækja og annarra söluaðila um Norðurland. Þessi fyrirtæki eru að keppa að sama marki þ.e. að ná til sín fleiri viðskiptavinum. Klasinn byggir á samstarfi fyrirtækja um að þróa þjónustupakka gera svæðið aðlaðandi fyrir ferðamenn. Þessi þjónustupakkar munu líka gera söluaðilum s.s. innlendum og erlendum ferðaskrifstofum auðveldara fyrir að markaðssetja fjölda áfangastaða og afþreyingarmöguleika á Norðurlandi. Í klasasamstarfinu verður lögð áhersla á tvennt:



1. Þjónustupakkar – kortlagning og þróun þjónustu með það að markmiði að bjóða aðgang að þjónustu skv. þörfum ákveðinna markhópa.
2. Innviðir og aðgengi – skoðað verður hvar innviðir og aðgengi uppfylla þarfir ákveðinna markhópa og hvað þarf að bæta.

Markaðssetning og sala

Fjölgun erlendra ferðamanna utan háannatíma á Norðurlandi leiðir af sér aukningu heilsársstarfa í ferðapjónustu um allt Norðurland þar sem þjónustufyrirtæki þurfa að bregðast við aukinni eftirspurn utan háannatíma. Einnig má gera ráð fyrir nýsköpun í þjónustu fyrir ferðamenn og annarri þjónustu sem getur nýtt sér flugið. Þar er sérstaklega horft til þess að efla nýsköpun og vöruþróun í tengslum við náttúruskoðun, sögu og menningarferðir og vetrarævintýri á Norðurlandi.

Ef miðað er við niðurstöður úr skýrslu Rannsóknarmiðstöðvar ferðamála þá má gefa sér að tekjur inn í samfélagið af einu flugi um Akureyrarflugvöll með farþega á leið í vetrarfrí séu 38 mkr. en flugvöllurinn getur auðveldlega annað 5-7 meðalstórum farþegaþotum á viku. Einnig hefur komið fram að ferðamenn sem lenda á Akureyri dvelja á Norðurlandi í að meðaltali 7,3 nætur en þeir sem lenda í Keflavík dvelja aðeins 1,8 nætur á Norðurlandi.

Skv. greinargerð Faghóps Háskólans á Akureyri vegna samgönguáætlunar 2011 – 2012 dvelja aðeins 6% af þeim útlendingum sem lenda í Keflavík mestan tímann á Norðurlandi en af þeim sem lenda á Akureyri velja 92% að ferðast á Norðurlandi.

Með þeim möguleika að lenda á Akureyri skapast nýtt aðgengi að Íslandi sem styttr leiðir að þjónustu vítt og breytt um Norðurland. Klasinn mun vinna með verkefni sem lúta að vöruþróun í ferðapjónustu, styrkja söluleiðir og ferla, markaðssetningu svæðisins og fleiri hagsmunamál.

Þróaðir verða kynningarpakkar um þjónustu fyrir ferðamenn sem í boði er um allt Norðurland. Með Flugklasanum verða þessar kynningar unnar í samvinnu við fyrirtæki, frumkvöðla með áhugaverðar viðskiptahugmyndir og sveitarfélög á svæðinu. Áhersla verður lögð á að ferðamenn fari sem víðast um svæðið og kynnist þeirri fjölbreyttu þjónustu sem er í boði á Norðurlandi.

Markmiðin til lengri tíma eru þau að koma á fót heils árs millilandaflugi til Akureyrar. Ljóst er að þetta mun gerast í nokkrum skrefum og stefnt er að því að byrja með reglulegt flug í tvo mánuði í tengslum við skíðamennsku og vetraraðferðir.



Markaðsaðgerðir

- Vefsíða um Akureyrarflugvöll á ábyrgð Isavia, www.akureyriairport.is til þess að gera flugvöllinn sýnilegan.
- Vefsvæði um Flugklasa inn á síðu MFN, www.nordurland.is, þar sem upplýsingar um fyrirkomulag, markaðsstuðning, niðurgreiðslur, upplýsingar um Norðurland, ofl. verða birtar. Áhersla á samfélagsmiðla aukin.
- Bæklingur með upplýsingum um Akureyrarflugvöll og Air 66N sem gefinn var út í ágúst, birtur á vefsvæði, dreift á sýningum og notaður í kynningum til ferðasöluaðila og flugrekstraraðila.
- Kynnisferðir fyrir flugfélög og ferðaskipuleggjendur.
- Blaðamannaheimsóknir og annars konar þjónusta við blaðamenn.
- Viðvera á sýningum, fyrirtækjastefnumót og eftirfylgni.
- Reglulegar fréttatilkynningar og kynningarpóstar.
- Kynningarfundir fyrir almenning.

Markaðssetning á Internetinu

Sett verður upp vefsvæði fyrir Air 66N í samstarfi við vef MFN. Vefsvæðinu verður skipt í upplýsingar fyrir tvenns konar hópa, ferðamenn og flugrekstraraðila.

Fyrir ferðamanninn

Ferðamönnum verður skipt upp í markhópa og verður þjónusta svæðisins og samstarfsaðila kynnt á vefnum. Kynntir verða aðgangspassar sem gerðir verða fyrir mismunandi ferðapakka, þ.e. þjónustupakkana sem settir verða upp fyrir markhópana. Áhersla verður á notkun samfélagsmiðla og að vinna með hugmyndafræði Inspired by Iceland til þess að það kynningarátak skili sér vel fyrir Air 66N.

Fyrir flugrekstraraðilann

Kynning verður á Air 66N með áherslu á flugrekstraraðila og samstarf fyrirtækja. Farið verður yfir áætlanir, markhópa, kostnað, ávinning og þjónustu Air 66N fyrir flugrekstraraðila og ferðaheildsala. Af vefsvæði Air 66N verður vísað á heimasíðu Akureyrarflugvallar www.akureyriairport.is þar sem verða upplýsingar um flugvöllinn á vegum Isavia.



Mælikvarðar og ávinningur

Taflan hér fyrir neðan sýnir ávinninginn fyrir Norðurland ef miðað er við að ekki verði um aukið millilandaflug að ræða annars vegar og hins vegar að áætlanir um beint millilandaflug gangi eftir. Sýndur er fjöldi erlendra farþega um Akureyrarflugvöll árið 2015 ef miðað er við óbreyttan 6,8% vöxt í komum og ef miðað er við að beint flug sé komið á og farþegar verði um 16.000 á árinu.

2015	Ekki beint flug	Beint flug
Farþegar	2.330	16.000
Gistinætur	8.096	55.600
Tekjur í millj. kr.	218	1.500
Heilsársstörf	14	95



Í töflunni hér fyrir neðan eru teknir saman mælikvarðar sem notaðir verða til að meta markaðslegan árangur af verkefninu.

	2010	2011
Flugfélög með reglulegt millilandaflug til Norðurlands	Iceland Express	Iceland Express
Heildarfjöldi farþega í millilandaflugi um Akureyrarflugvöll	15.622 (v. eldgoss var 136% aukning frá 2009 þegar farþegar voru 6.643)	4.655 (fyrstu 9 mán 2011)
Fjöldi gistinguáttá á Norðurlandi eftir þjóðerni allt árið (Hagstofa)	Danmörk 3.665 nætur Bretland 6.886 nætur Þýskaland 18.214 nætur	N/A
Fjöldi gistinguáttá á Norðurlandi eftir þjóðerni, september - apríl	Danmörk 640 Bretland 1.559 Þýskaland 1.593	N/A
Fjöldi gistinguáttá á Norðurlandi eftir þjóðerni, maí - ágúst	Danmörk 3.025 Bretland 5.327 Þýskaland 16.460	Danmörk 3.569 Bretland 4.858 Þýskaland 14.783
Meðallengd dvalar þeirra sem lenda á Akureyri að sumri (RMF)	9,2 nætur	7,45 nætur
Áætlaðar heildar árstekjur af erlendum ferðamönnum sem lenda á Akureyrarflugvelli (RMF)	157 mkr	167 mkr



Rekstrar- og fjárhagsáætlun

Skýringar

Samstarfsaðilar - þátttökugjöld

Gert er ráð fyrir að um 83 mkr komi í greiðslur frá samstarfsaðilum á næstu þremur árum. Samstarfsfyrirtækjum er skipt í 2 flokka og eru þátttökugjöldin greidd tvisvar á ári:

1. Fyrirtæki með 10 eða fleiri starfsmenn greiða 500 þkr á ári og er áætlað að þetta séu 11 fyrirtæki í ferðaþjónustu og öðrum greinum.
2. Fyrirtæki með 1 – 9 starfsmenn greiða 100 þkr á ári en gert er ráð fyrir 23 fyrirtækjum í þessum flokki.

Áætlað er að stærri hagsmunaaðilar leggi fram um 20 mkr í samstarfið á ári á næstu þremur árum.

Sveitarfélög og stoðkerfið

Í áætluninni er gert ráð fyrir að stuðningur komi frá þeim sveitarfélögum sem eru aðilar að MFN. Reiknað er með að stuðningurinn verði 300 kr á íbúa á ári í 3 ár. Um 3,3 mkr koma þannig frá sveitarfélögum á Norðurlandi eystra og um 2,2 mkr frá Norðurlandi vestra á ári. Frá Akureyrarkaupstað er gert ráð fyrir um 8,9 mkr á ári eða 500 kr á íbúa. Gert er ráð fyrir hærri stuðningi frá Akureyrarkaupstað þar sem flugvöllurinn er staðsettur í bæjarfélaginu og ávinningur af verkefninu verður því mestur eins og er hjá nærsvæðum flugvalla.

Gert er ráð fyrir 20 mkr framlagi frá lðnaðarráðuneytinu á ári í 2 ár til stuðnings verkefninu. Þaðan komi því 40 mkr í verkefnið á móti 43 mkr mótframlagi sveitarfélaga á Norðurlandi.

Innlendir og erlendir styrkir

Sótt verður um styrki í verkefnið innanlands og erlendis. Gert er ráð fyrir 10 mkr árið 2012 úr Norrænum sjóðum og um 6 mkr úr vaxtarsamningum Atvinnuþróunarfélaganna á árunum 2012 og 2013. Einnig er gert ráð fyrir 1,5 mkr stuðningi við verkefnið frá Menningarráðum SSNV og Eyþings árið 2012.



Isavia vegna niðurgreiðslna

Undir þennan lið falla niðurgreiðslur vegna farþegaflugs og er þessi liður reiknaður sem framlag Isavia til verkefnisins. Gert er ráð fyrir að veittur verði afsláttur af lendingar- og farþegagjöldum fyrstu þrjú árin sem flogið er til Akureyrarflugvallar, 100% afsláttur fyrsta árið, 75% á öðru ári og 50% á þriðja ári. Þannig verði heildar framlag vegna niðurgreiðslna um 19 mkr árin 2012 – 2014.

Laun og launatengd gjöld

Í áætluninni er gert ráð fyrir um 8 mkr á ári vegna launa og launatengdra gjalda frá 2011 - 2015.

Niðurgreiðslur farþegaflugs

Fjöldi farþega

Í áætluninni er gert ráð fyrir að flogið verði með 125 sæta Boeing 737-500 vél. Að jafnaði verði flug tvisvar í viku þegar áætlanir hafa náð fram að ganga að fullu og nýtingin 80%. Í hverjum mánuði verði því um 1600 farþegar.

Fyrsta flugið er áætlað leiguflug tvisvar í viku í febrúar og mars 2012. Þar er gert ráð fyrir 75% nýtingu á Boeing 737-500 vél sem tekur 125 farþega og því miðað við um 3000 brottfarar farþega á tímabilinu. Einnig er gert ráð fyrir að flogið verði tvisvar í viku í júní, júlí og ágúst 2012.

Lendingargjald

Fyrir hverja skráða landingu loftfars skal greiða gjald samsvarandi USD 8,15 fyrir hver byrjuð 1.000 kg af hámarksflugtaksmassa þess. Við útreikning er miðað við 115,56 kr samkvæmt skráningu Seðlabankans 17. okt 2011 á gengi USD. Miðað er við Boeing 737-500 sem er með hámarks flugtaksþyngd (MTOW) 52,390 tonn. Gert er ráð fyrir að veittur verði afsláttur af lendingargjöldum fyrstu þrjú árin sem flogið er til Akureyrarflugvallar, 100% afsláttur fyrsta árið, 75% á öðru ári og 50% á þriðja ári.

Stæðisgjald

Stæðisgjald er ekkert fyrir fyrstu 6 klst. Fyrir næstu 42 klst. eða brot þar af er stæðisgjaldið 1100 kr. fyrir hver 1.000 kg af þunga loftfarsins (MTOW). Fyrir 48 klst eða meira er gjaldið 680 kr. Ekki er gert ráð fyrir greiðslu þessa gjalds þar sem vélarnar verða ekki geymdar á vellinum.



Flugverndargjald

Flugverndargjald greiðist fyrir hvern farþega með loftfari frá Akureyrarflugvelli. Undanþegin gjaldskyldu eru börn yngri en tveggja ára, skráðar áhafnir loftfara og þeir sem viðkomu hafa á Íslandi samkvæmt farseðli milli annarra landa og Norður-Ameríku.

- Fullorðnir 1440 kr. Gert er ráð fyrir að um 93% farþega séu fullorðnir (miðað er við tölur úr könnun RMF 2010).
- Börn 2-12 ára 660 kr. Gert er ráð fyrir að þetta séu um 7% farþega séu börn (miðað er við tölur úr könnun RMF 2010).

Gert er ráð fyrir niðurgreiðslum flugverndargjalds fyrstu 3 árin. Fyrsta árið 100%, síðan 75% og 50% á þriðja ári.

Farþegagjöld

Farþegagjöld greiðast fyrir hvern farþega en gert er ráð fyrir afslætti fyrstu 3 árin. Fyrsta árið 100%, síðan 75% og 50% á þriðja ári.

Undanþegin gjaldskyldu eru börn yngri en tveggja ára, skráðar áhafnir loftfara og þeir sem viðkomu hafa á Íslandi samkvæmt farseðli milli annarra landa og Norður-Ameríku.

- Farþegagjald 1200 kr.
- Farþegagjald, börn 2-12 ára 675 kr.
- Þjónusta við fatlaða/hreyfihamlaða/PRM gjald 40 kr. Gert er ráð fyrir að 5% farþega nýti þessa þjónustu.

Ábyrgð á sætiskaupum

Gert er ráð fyrir að ábyrgð verði tekin á kaupum á 5% sæta og er miðað við meðalfargjald 35 þkr. á legg. Niðurgreiðslur vegna sætakaupa verða því um 18 mkr árið 2012 vegna flugs í 5 mánuði, 25 mkr 2013 og 32 mkr 2014 þegar flogið er 9 mánuði ársins.

Bónus til flugfélags

Gert er ráð fyrir að greiddur verði bónus fyrir hvern komu farþega til flugfélags sem samið verður við fyrir fyrstu 3 árin sem flogið verður en síðan mun flugið standa undir sér. Áætlað er að um 13 mkr verði greiddar í þennan lið á tímabilinu.



Stjórnun og rekstur

Undir þennan lið falla fundir og ferðakostnaður, leiga á skrifstofu og tölvukerfi, samtals um 2,5 mkr á ári.

Markaðssetning

Gert er ráð fyrir um 6 mkr í markaðstuðnings til flugfélaga í 3 ár. Undir þennan lið falla einnig boðsferðir blaðamanna og ferðaheildsala, samtals um 3 mkr á ári.

Ráðstefnur og kynningarfundir eru um 1 mkr á ári. Í útgáfu á kynningarefni og vefmál er gert ráð fyrir um 4 mkr á ári 2012-2014. Um 1,5 mkr á ári er áætluð í vinnufundi samstarfsaðila og fræðsluefni.

Áætlaður rekstrarreikningur

REKSTRARREIKNINGUR

	Skýr.	Árið 2011	Árið 2012	Árið 2013	Árið 2014	Árið 2015
REKSTRARTEKJUR						
Samstarfsaðilar - þáttökugjöld	1	0	27.800	27.800	27.800	0
Sveitarfélög og stöðkerfið	2	5.175	35.487	35.487	15.487	0
Innlendir og erlendir styrkir	3	7.000	17.500	6.000	0	0
Isavia v. niðurgreiðslna	4	0	6.310	6.626	5.941	0
		12.175	87.097	75.913	49.228	0
REKSTRARGJÖLD:						
Kostnaður á einingu	5	0	0	0	0	0
Framlegð I (Gross Profit)		12.175	87.097	75.913	49.228	0
Laun og launatengd gjöld	6	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800
Niðurgreiðslur farþegaflugs	7	0	31.991	40.765	48.174	0
Stjórnun og rekstur	8	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448
Markaðssetning	9	1.850	16.500	15.500	15.500	0
		12.098	58.739	66.513	73.922	10.248
Rekstraraðkoma án afskrifta og fjármagnsliða (EBITDA)		77	28.359	9.400	(24.694)	(10.248)
Afskriftir	10	0	0	0	0	0
Rekstraraðkoma án fjármagnsliða (EBIT)		77	28.359	9.400	(24.694)	(10.248)
FJÁRMUNATEKJUR OG (FJÁRMAGNSGJÖLD):						
Vaxtatekjur		44	617	617	829	342
Vaxtagjöld		(10)	0	0	0	0
	11	34	617	617	829	342
ÓREGLULEGAR TEKJUR OG (GJÖLD):						
Hagnaður (Tap) af sölu varanl. rekstrarfjármuna	12	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Rekstraraðkoma fyrir skatta		111	28.976	10.016	(23.865)	(9.906)
Tekjuskattur	13	0	0	885	0	0
REKSTRARNIDURSTAÐA		111	28.976	10.901	(23.865)	(9.906)



Áætlaður efnahagsreikningur

EFNAHAGSREIKNINGUR

EIGNIR	Skýr.	Árið 2011	Árið 2012	Árið 2013	Árið 2014	Árið 2015
FASTAFJÁRMUNIR:						
Langtímakröfur:						
Eignarhlutir í öðrum félögum	14	0	0	0	0	0
Skuldabréfaeign	15	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Varanlegir rekstrarfjármunir:						
Fyrmingaflokkur 1	16	0	0	0	0	0
Fyrmingaflokkur 2	17	0	0	0	0	0
Fyrmingaflokkur 3	18	0	0	0	0	0
Óefnislegt	19	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Fastafjármunir		0	0	0	0	0
VELTUFJÁRMUNIR:						
Handbætt fé	20	111	29.086	39.103	16.122	6.216
Skammtímakröfur	21	0	0	0	0	0
Birgðir	22	0	0	0	0	0
Veltufjármunir		111	29.086	39.103	16.122	6.216
EIGNIR SAMTALS		111	29.086	39.103	16.122	6.216
SKULDIR OG EIGIÐ FÉ						
EIGIÐ FÉ:						
Hlutafé	23	0	0	0	0	0
Annað eigið fé	24	111	29.086	39.987	16.122	6.216
Eigið fé		111	29.086	39.987	16.122	6.216
SKULDBINDINGAR						
Tekjuskattskuldbinding	13	0	0	0	0	0
LANGTÍMASKULDIR:						
Lánaflokkur 1	25	0	0	0	0	0
Lánaflokkur 2	26	0	0	0	0	0
Lánaflokkur 3	27	0	0	0	0	0
Næsta árs afborgun langtímaskulda	28	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
SKAMMTÍMASKULDIR:						
Skuldir við lánaðstofnanir	29	0	0	0	0	0
Viðskiptaskuldir	30	0	0	0	0	0
Ógr. kostn. og aðrar skammtímask.	31	0	0	0	0	0
Ógreiddir vextir langtímalána	32	0	0	0	0	0
Næsta árs afborgun langtímaskulda	28	0	0	0	0	0
Reiknuð fjárför	33	0	0	0	0	0
VSK skuldbinding	34	0	0	0	0	0
Reiknaðir skattar	35	0	0	(885)	0	0
		0	0	(885)	0	0
Skuldir samtals		0	0	(885)	0	0
SKULDIR OG EIGIÐ FÉ SAMTALS		111	29.086	39.103	16.122	6.216

Áætlað sjóðsstreymi

SJÓÐSTREYMI

	Skýr.	Árið 2011	Árið 2012	Árið 2013	Árið 2014	Árið 2015
HANDBÆRT FÉ (TIL) FRÁ REKSTRI:						
Hagnaður (tap) samkvæmt rekstrarreikningi		111	28.976	10.901	(23.865)	(9.906)
Rekstrariðir sem hafa ekki áhrif á fjárstreymi:						
Afskriftir	10	0	0	0	0	0
Tekjuskattsskuldbinding, breyting	13	0	0	0	0	0
Tap, (hagnaður) af sölu eigna	12	0	0	0	0	0
Veltufé (til) frá rekstri		111	28.976	10.901	(23.865)	(9.906)
Breyting á rekstrartengdum eignum og skuldum:						
Skammtímakröfur, lækkun (hækkun)	14	0	0	0	0	0
Birgðir		0	0	0	0	0
Breyting á VSK skuldbindingu	34	0	0	0	0	0
Skammtímaskuldir, (lækkun) hækkun	13,16,17	0	0	(885)	885	0
Breyting á rekstrartengdum eignum og skuldum		0	0	(885)	885	0
Handbært fé (til) frá rekstri		111	28.976	10.016	(22.981)	(9.906)
FJÁRFESTINGARHREYFINGAR:						
Eignarhlutir í öðrum félögum, breyting		0	0	0	0	0
Skuldabréfaeign, breyting		0	0	0	0	0
Fjárfesting í varanlegum rekstrarfjármunum:						
Fyrmíngaflokkur 1	16	0	0	0	0	0
Fyrmíngaflokkur 2	17	0	0	0	0	0
Fyrmíngaflokkur 3	18	0	0	0	0	0
Sala á varanlegum rekstrarfjármunum		0	0	0	0	0
Óefnislegt	19	0	0	0	0	0
Fjárfestingarhreyfingar	12	0	0	0	0	0
FJÁRMÖGNUNARHREYFINGAR:						
Skuld við banka, hækkun, (lækkun)		0	0	0	0	0
Ný langtímalán		0	0	0	0	0
Afborgun af langtímalánum		0	0	0	0	0
Greiddur arður til hluthafa	18	0	0	0	0	0
Innborgað nýtt hlutfé	19	0	0	0	0	0
Fjármögnunarhreyfingar		0	0	0	0	0
HÆKKUN (LÆKKUN) Á HANDBÆRU FÉ		111	28.976	10.016	(22.981)	(9.906)
HANDBÆRT FÉ (FJÁRÞÖRF) Í ÁRSBYRJUN		0	111	29.086	39.103	16.122
HANDBÆRT FÉ (FJÁRÞÖRF) Í ÁRSLOK	13	111	29.086	39.103	16.122	6.216



Viðaukar

Greiðslupátttaka til flugfélaga

- Niðurgreiðslur á þjónustugjöldum og landingargjöldum.
- Ábyrgð tekin á kaupum á ákveðnum sætafjölda.
- Þátttaka í kostnaði við markaðssetningu erlendis.

Stuðningurinn er settur fram til að aðstoða flugfélög fyrstu 3 árin sem flogið er til Akureyrar og síðan er gert ráð fyrir að flugið muni standa undir sér.

Niðurgreiðslur

1. Nýr áfangastaður - afsláttur af landingargjöldum, farþegagjöldum og flugverndargjöldum:
 - a. Ár 1: 100%
 - b. Ár 2: 75%
 - c. Ár 3: 50%
2. Bónus fyrir fjölda farþega.



Stuðningur við flugfélög – Dæmi um skilmála

The qualifying criteria for a new airline route to merit financial support from the Air66N scheme are as follows:

- The destination and/or city must either be a new foreign destination from Akureyri Airport, or must currently be served less than three times per week and have demonstrable growth potential.
- The route should be scheduled and be openly available for sale to the general public.
- The route must have the potential to be fully viable all year-round.
- The route should not have been fully served by the airline at any time in the last two years.
- The traffic generated by the route should be primarily inbound.
- The route start-up should present clear economic benefit to Akureyri and North Iceland area as defined by the North Iceland Marketing Office.
- The route should not create any unwarranted capacity problems or capital expenditure requirement at Akureyri Airport.
- The review of the business plan should endorse the route's long-term viability.
- The review of the marketing plan should endorse the way the route is marketed and the marketing expenditure. In particular, the marketing plan should provide evidence that there will be a large part of traffic sold at the end destination.
- The airline must agree to provide monthly passenger and capacity data and an annual review of the business plan to show actual route financial performance.
- The airline should hold a valid operating license.

1. Start-up aid

Start-up aid can be granted to an airline, to encourage the start up of a new route from one airport to a new destination (a direct flight). The financial support provided, will reduce both the risk and the cost of the airline when setting up a new route. In turn, the new route will provide increasing revenue for Air66N initiative.

The following discounts will apply to all qualifying new routes:

- Reduction in Take-off charges by up to 100% for year 1, up to 75% for year 2, up to 50% for year 3.
- No discounts are given on other charges.



- No discounts are granted after the third year (36 months).
- The discount will be granted only when an airline is starting up a scheduled return flight, showing it will be operating for a whole year with at least two weekly departures (freight one weekly departure) or an operation with an aircraft that is flying a summer and a winter flight program with at least two weekly return flights.
- No discounts on the Take-off charges to be granted on night departures (between 2400-0600).

Discounts apply to all airlines starting up with corresponding new routes within the three years period, during which the airlines can apply for start-up aid. Start-up aid to an airline that previously closed down a route, which was granted start-up aid, could be given but only in exceptional cases.

Airlines must apply in writing for financial support before starting up the route. The application must incl. a budget for the new route and also incl. a feasibility study. The financial support will be assessed and decided individually, according to the profitability of the new route.

The airlines would be expected to use the amount granted as a discount, to finance marketing activities related to promoting the new route.

Please address the application to Air66N.

2. Marketing assistance

The aim is to participate in connection with the start up of new routes or other special activities at the airport, that are leading to an increase in volume of passengers or to an increase in the service for the local travellers. The support is reducing the financial risk for the airlines when setting up new routes.

Direct grants can be established to cover part of the following marketing expenses:

- Special activities at the gate in connection with the opening up of a new route.
- Special events for invited persons like representatives from the airlines, the press etc. in connections with the opening up of a new routes, other major events at the airport etc.
- Temporary dedicated check-in areas in connections with special events and openings of new routes.
- Marketing campaigns directed at travellers to make them aware of a special occasion at the airport, when opening up new routes to new destinations etc.
- Newsletters, reports on the radio, press conferences, articles in magazines etc.



- Setting up direct internet links between airports and airlines/special destinations in connections with opening of new routes.

The direct grant will only be given once to the same activity. The amount will not exceed 50% of the "external" costs of the project. The "external" costs are the direct expenses, except for the cost for the use of personnel and other types of costs directly related to the funding partners/owners of the project. In addition to this, the amount of the direct grant will be assessed in relation to the estimated effect of the project on the increase of the volume of traffic, profit, other type of services etc.