

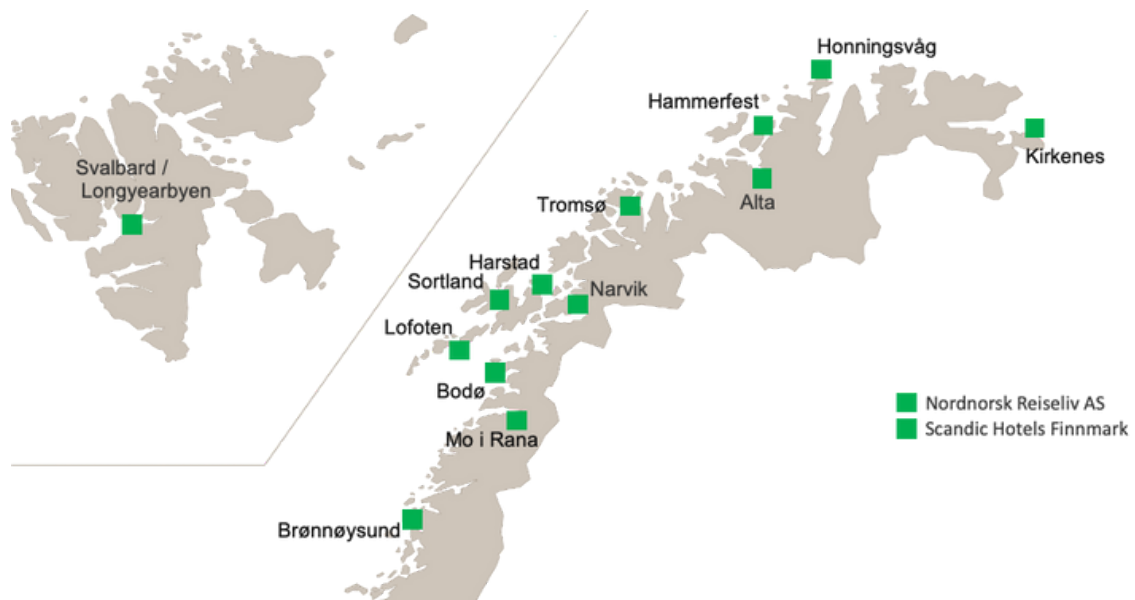
Virksomhets- strategi



**Cruisenettverk
Nord Norge og Svalbard**

2023-2026

Medlemsbedrifter



Innledning

I utarbeidelse av strategien er tatt i vurdering sentrale trender i markedet og omgivelsen, samt at det er gjennomført en workshop med styret. Det er også tidligere gjennomført en SWOT analyse.

Noen viktige trender er:

- Forventet vekst i konvensjonelle cruiseskip anløp til Nord Norge
- Forventet vekst av ekspedisjon cruiseskip anløp til Nord Norge
- Større behov for oversikt/statistikk over verdiskapning fra både konvensjonelle og ekspedisjon skip
- Krav til økt kunnskap om cruisenæringen blant medlemsbedrifter og andre som jobber med cruisenæringen
- Krav til økt fakta informasjon om cruisenæringen blant medlemsbedrifter, innbyggere og media
- Lokal motstand mot cruise i sør, flere tilfeller i nord dukker opp
- Et krav om bærekraftig cruise i hele verdikjeden
- Mange utredninger som vil kunne føre til endringer rammebetingelser i cruise industrien som også gjelder anløp til Nord Norge og Svalbard
- Ingen konvensjonelle skip til Svalbard etter 2024
- Utfordring med guider og busser til cruisesegmentet

I prosessen med styret og i samtaler med medlemsbedrifter er det et sterkt ønske om å utvikle nettverket i retning av å være et kompetansenettverk. I tidligere strategier har markedsføring og produktutvikling hatt en viktig rolle. Dette går vi delvis bort fra i vår nye strategi. Fremover vil det være viktig å ha en strategi som viser retning og mål, slik at CNNS blir en viktig tilrettelegger for kunnskap og informasjon innenfor cruisesegmentet i Nord Norge og Svalbard. Vi er en liten organisasjon, og et lite, men viktig nettverk som skal bidra med å møte fremtidens utfordringer innen cruisesegmentet.

For å lykkes med å ta ut potensialet i nettverket vil det vært nødvendig å jobbe videre med forretningsmodell og inntektsmodell. Premisser for ambisjonsnivået bestemmes av inntektsmodellen.

Årlige aktivitetsplaner knyttet til strategiplanen utarbeides og viser hvilke tiltak som prioriteres innenfor de fire satsingsområdene. Strategiplanen har en varighet på fire år, men det vil være behov for justeringer. Planen revideres hvert år.

Segmenter

Cruisenettverk Nord Norge og Svalbard skal i neste strategi periode utvide sitt virkeområde til å inkludere å jobbe med ekspedisjons cruiseskip, i tillegg til konvensjonelle cruiseskip.

Konvensjonelle cruiseskip

Ekspedisjons cruiseskip

Medlemmer

Følgende typer virksomheter og organisasjoner kan være medlem i Cruisenettverk Nord Norge og Svalbard:

- Destinasjonsselskaper i Nord Norge
- Havner i Nord Norge

Mål

Cruisenettverk Nord Norge og Svalbard skal være det viktigste kompetansenettverket for de som jobber med, eller har interesse for cruise i Nord Norge og Svalbard.

Strategiområdene

Bærekraft

En bærekraftig og ansvarlig utvikling av cruise segmentet i Nord Norge og Svalbard

Omdømme bygging

Være en pådriver for å hele tiden ha riktig, og oppdatert informasjon om cruisenæringen

De gode møteplasser

CNNS skal være et bransjefaglig organ, og sørge for faglig utvikling av våre medlemsbedrifter

Kompetanse

Være et nettverk for ny kunnskap og deling av kunnskap

Bærekraft

FNs bærekrafts mål danner rammen for CNNS bærekraftstrategi. CNNS prioriterer arbeidet med sek av de alt 17 bærekrafts målene. Innenfor de seks bærekraftsmålen har vi definert noen delmål som vi skal arbeide med, som er naturlig i forhold til cruiseindustriens verdikjede. Dette innebærer blant annet å motvirke skade på naturen og miljøet, økonomisk verdiskapning og lønnsomhet, kompetansehevende tiltak, samt å stille krav til rederier som kommer til Nord Norge / Svalbard til å ta i bruk miljøvennlig teknologi.

Delmål

Ha et tydelig styringsdokument for bærekraftig cruise til Nord Norge og Svalbard som viser ansvar og retning

Strategiene

- CNNS skal stille krav til cruiserederier i forhold til verdiskapning og lønnsomhet ved hvert cruiseanløp
- CNNS skal bidra til økt tillitt til cruisenæringen
- Være en pådriver for å minske fotavtrykket til både cruiserederier og cruisegjester
- CNNS skal fremme samarbeid med Cruise Norway, AECO og det øvrige reiselivet

Omdømmebygging

Cruisenæringen internasjonalt og nasjonalt har fått et negativt rykte. Det er stadige kritiske oppslag i media om cruise. Politikere, kommuner, og innbyggere lar seg ofte påvirke av dette, noe som gjør det utfordrende å jobbe med cruise. Alle som jobber i cruisenæringens verdikjede, har et ansvar for å endre denne holdningen.

CNNS har igjennom sitt arbeid en viktig rolle og framme det vi er gode på. De gode historien må også synliggjøres i offentligheten.

Delmål

Være en pådriver for å hele tiden ha riktig, og oppdatert informasjon om cruisenæringen

Strategiene

- Synliggjøre cruise som en viktig del av reiselivet i Nord Norge
- Delta på relevante arenaer
- Utarbeide en digital strategi for CNNS
- Ha til enhver tid riktige og gode statistikker om cruiseutviklingen til Nord Norge og Svalbard
- Ha gode og oppdaterte nettsider
- Etablere et digitaliseringsprosjekt, innsamling av data i forbindelse med anløp
- Være et felles talerør for cruise i Nord Norge og Svalbard overfor myndigheter, politiske saker og andre interesse organisasjoner

De gode møteplasser

CNNS har siden etableringen i 2009 vært et viktig nettverk for medlemsbedrifter. Det har vært etablert gode møteplasser for medlemmer, agenter og rederier. Dette viktige arbeidet skal vi fortsette med og utvikle videre. Disse møteplassen er med på å forankre samholdet i nettverket, og å skape et større samhold blant medlemsbedrifter.

Våre møteplasser skal skape ny kunnskap, nye nettverk og være en arena for åpenhet og tillitt.

Delmål

CNNS skal være et bransjefaglig organ, og sørge for faglig utvikling av våre medlemsbedrifter

Strategiene

- Tilrettelegge for gode møteplasser for medlemsbedrifter, rederier, agenter og andre interesserte
- Gjennomføre Nord Norsk Cruise konferanse en gang i året
- Gjennomfører agentdag en gang i året
- Gjennomføre visningsturer i egen regi i februar/mars hvert år
- Delta på Cruise Norway's visningsturer når denne er i Nord Norge / Svalbard
- Samarbeid med Cruise Norway der det er naturlig
- Åpne opp for nye medlemmer som oppfyller våre kriterier

Kompetanse

Hvert år, og i alle av årets måneder er våre medlemsbedrifter vertskap for et stort antall cruiseskip som legger til kai. Verdikjeden på land berører mange ledd, og mange har et ansvar for at både gjest, crew og rederi får gode opplevelser. For å lykkes i arbeidet med cruise er det behov for kunnskap. Det er ulike behov for kunnskap avhengig av hvilken del av verdikjeden man jobber i. Mange av våre medlemsbedrifter har opparbeidet seg solid kunnskap om cruisenæringen. Det har vært en viktig del av CNNS kultur å dele denne kunnskapen med andre i nettverket. Dette skal fortsatt være en viktig del av kulturen.

I de senere år har utviklingen vært at også ekspedisjonsskip segmentet utgjør en større betydning av cruisenæringen. Spesielt har Svalbard besøk av mange ekspedisjon skip og trenden er at også Nord Norske destinasjoner får økt anløp av ekspedisjonsskip. Kunnskap og forståelse for denne delen av cruisenæringen blir viktig.

Delmål

Være et nettverk for ny kunnskap, og deling av kunnskap

Strategiene

- Delta på relevante arenaer for økt kunnskap om cruisenæringen
- Større forståelse for ekspedisjonsskip segmentet igjennom økt samarbeid med AECO
- Utvikle CNNS medlemsbedrifter igjennom deling av kunnskap med nettverket
- Utvikle og gjennomføre kompetansebaserte kurs for våre medlemsbedrifter
- Dialog og samarbeid med rederier og agenter

Operasjonalisering av CNNS virksomhetsstrategi

Operasjonalisering av strategien, og måloppnåelse er avhengig av økonomiske og menneskelige ressurser. Inntektsmodellen og utviklingen av denne vil være avgjørende for aktivitetsnivået i nettverket. En fast medlemsavgift vil være med på å kunne utvikle CNNS videre som nettverk, samt å skape relevante nye prosjekter.

CNNS har en liten administrativ ressurs. Strategien representerer derfor det riktige ambisjonsnivået.

Dialogen, samhandling og kunnskapsdeling mellom nettverkets medlemsbedrifter er også avgjørende for å lykkes med strategiarbeidet,

Aktivitetsplan

Aktivitetsplan for påfølgende år utarbeides, og vedtas av styret høsten inneværende år. Aktivitetsplanen representerer aktiviteter basert på budsjett, og økonomiske rammer.

Revidering

Strategien har en varighet fra 2023 – 2026. Revideres høsten hvert år.



CNNS
CRUISE NORTHERN NORWAY & SVALBARD