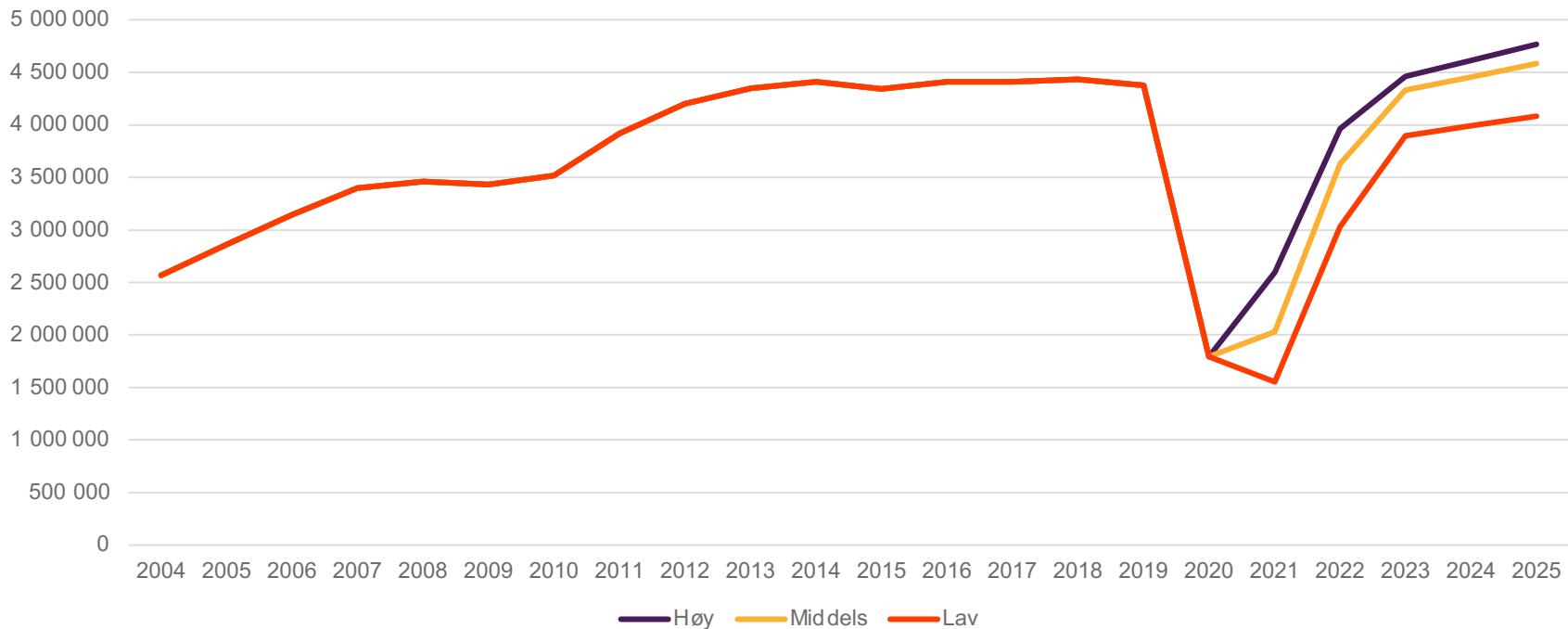


A scenic landscape photograph of two mountain bikers standing on a rocky ridge. They are looking out over a large, calm lake that winds through a valley. The background features rolling mountains under a bright blue sky with scattered white clouds. A large purple circle is overlaid on the center of the image, containing white text.





**ALL ABOUT
DOING THE
JOB
TOGETHER**

5

TØI forventer at TRD passerer 1 mill passasjerer på utland i 2024



Antatte hoved drivere i utviklingen fremover

-  Ferie/fritidsreiser for utlendinger til Norge vil øke som følge av langvarig lav kronekurs
-  Digitalisering og økt klimafokus vil redusere antall reisende på visse kundesegmenter med 5-20%, størst effekt på yrkesreiser innland
-  Oljerelaterte reiser vil reduseres som følge av nedgang i investeringene i oljesektoren
-  Inntreden av lavprisselskaper vil drive prisene i markedet ned og bidra til økt reiseaktivitet.



Flyruter betyr tilgjengelighet og konkurransekraft for regionen



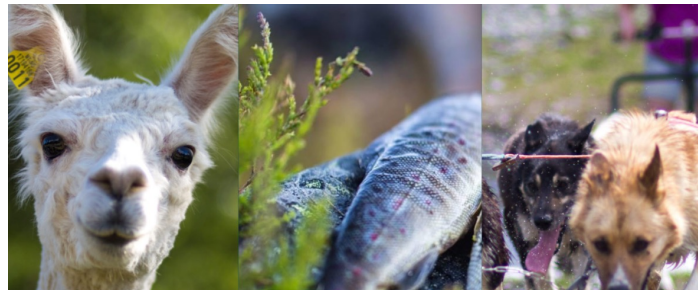
S-2022

Samarbeid er nøkkelen for å lykkes med reiselivsutvikling fremover



Samarbeid er nøkkelen for å lykkes med reiselivsutvikling fremover

Merkevarebygging
Skape reasons to go



Nettverksbygging/Taskforce



Risikodeling

TAKK FOR
OPPMERKSOMHETEN



Slide 1

Værnesregionen ,Trondheim og Trøndelag har alle forutsetninger for å lykkes med innkommende turisme: Trygt, Ikke befolkningstett, Nærmarked for Skandinavia og Europa, Natur, Utendørs opplevelser, Second cities

Slide 2

Moderat vekst innland

Konferanser og seminar kommer tilbake – online-versjonen er i tillegg til å være kjedelig – helt umulig å benytte til 'nettverking'

Raskere vekst utland – ferie/fritid/**innreise**

Slide 4 Trøndelag konkurrerer med andre regioner i Europa om humankapital, bedriftsetableringer, turister, transportløsninger o s v.

Internasjonalt samarbeid og turisme øker.

Land og regioner med god tilgjengelighet gjennom mange flyruteforbindelser og få eller ingen flybytter, har et konkurransefortrinn.

Flytilbudet bidrar til vekst og utvikling i distriktene.

Slide 6

Å jobbe mot markeder tar tid, det samme gjør det for å få på plass en ny flyrute.

Vi må jobbe mot markeder – sammen – slik at vi får det volumet som trengs for å gjøre en flyrute bærekraftig.