

Uddybende bilag vedr. projektet: "Ferieturismen i Syddanmark - FOMARS"

1. Faktuelle oplysninger:

J.nr.	18/6391 og 14/20237
Projekt navn	Ferieturismen i Syddanmark - FOMARS
Ansøger	Fomars
Adresse	Billund Erhvervsfremme,
Postnummer og by	7190 Billund
Kontaktperson	Tove Baisgaard
Kontakt oplysninger på kontaktperson	20307011 tove@baisgaard.dk
Kommune	Billund kommune
CVR nummer	34526451

Ansøgers beskrivelse af projektet:	<p>Fomars er stiftet i 2012 med baggrund i, at Danmark gennem flere år havde tabt markedsandele i kampen om de internationale turister, især fra det tyske marked.</p> <p>En del af forklaringen, som også gengives i strategien for Dansk Kyst og Natur Turisme, er, at Danmark er underkommunikeret på de prioriterede markeder, hvor medietrykket fra konkurrerende destinationer er meget stort.</p> <p>Fomars ønskede at tage kampen op mod denne udvikling og vende den.</p> <p>Der blev skabt en fælles slagkraftig offentlig/privat organisation i Syddanmark, som tydeligere kunne synliggøre regionens mange styrker indenfor ferieturismen og tiltrække flere internationale feriegæster ved hjælp af markedsføring.</p> <p>Legoland, Lalandia Billund og Givskud Zoo har været initiativtagere og fyrtårne i projektet, som i dag har opbakning af turismehvervet og kommunerne i hele Region Syddanmark.</p> <p>Det er lykkedes at vende udviklingen, så der i dag kommer langt flere internationale turister til Regionen.</p> <p>Derfor er det vigtigt at fastholde denne udvikling og gå stadig mere målrettet efter gæster fra de internationale markeder. Større bidrag til målrettet markedsføring og bredere samarbejde om indsatsen.</p> <p>Fomars kan, efter afslutningen af de første 5, og godt i gang med det sjette år konstatere, at modellen med gearing af privat og kommunal turismemarkedsføring virker efter hensigten, og har bidraget til en positiv ændring i de syddanske aktørers tilgang til international markedsføring og fået flere til at bidrage.</p>
------------------------------------	--

	<p>Fra 2018 har Formars modellen indebåret, at erhverv og kommuner selv bidrager med 75 % af kampagneomkostningerne – de har med andre ord selv hånden på kogepladen, hvilket ansporer til, at få så mange penge ud at arbejde som muligt, imens administration holdes på et minimum. Der ydes kun støtte til gennemførelse af den ikkekommercielle del af kampagnerne, dvs. den egentlige destinationsmarkedsføring og ikke markedsføring af det enkelte produkt eller virksomhed.</p> <p>Hvor der før FOMARS var tale om relativt små og spredte initiativer, er der i perioden 2013-2018 blevet stadig mere samling på og professionalisering af indsatserne. Fra 2013 til 2018 er den årlige markedsføringsindsats steget fra knap 20 mio. kr. til godt 52 mio. kr.</p> <p>En forlængelse af opbakningen fra Syddansk Vækstforum vil fastholde Fomars muligheder for at fortsætte og forstærke den positive udvikling i turismeomsætning og overnatninger for internationale turister i hele Region Syddanmark også i de kommende år.</p> <p>Og herved kan foreningen fortsat bidrage til, at samle erhverv og kommuner i hele Region Syddanmark, samt samarbejde med Nationale turismeorganisationer, omkring gennemførelsen af slagkraftige markedsføringsindsatser, som har en meget umiddelbar effekt på turismeomsætning og jobskabelse i hele regionen.</p> <p>Vi er dermed parate til at indgå i den nye struktur på erhvervsfremme og turismeområdet, som forventes at træde i kraft fra 2019.</p>
Partnere og deres roller i projektet:	<p>Ansøger:</p> <p>1. Fomars, Billund kommune, CVR: 34526451</p> <p>Eneste partner i projektet er foreningen FOMARS. Foreningen har en række medlemmer bestående af private virksomheder og offentlige aktører.</p>
Øvrige netværksdeltagere:	I FOMARS' aktiviteter deltager en lang række turismeaktører ofte via deres tilknytning til de syddanske destinationer som i reglen også er ansøgere til foreningens midler.

Projektstart/projektsslut:	01-01-2018	31-12-2021
----------------------------	------------	------------

Vækstforums forretningsområde eller brede indsats:	Oplevelseserhverv – Turisme
Strukturfondsprioritet:	Ingen

Hovedaktiviteter:	Output:	Resultater / effekter på kort og på langt sigt:
Bevilling af midler til internationale markedsføringskampagner primært i Tyskland, Sverige, Norge og Holland (opgjort på destinationsniveau):8	<p>Markedsføringsprodukter udviklet af aktører:3</p> <p>Nye målgrupper / andre lande med potentiale er</p>	<p>Øget antal overnatninger i Syddanmark (målt på VDK model påvirkede overnatninger): 2.912.000</p> <p>Vækst i turisternes døgnfor-</p>

<p>Bevilling af midler til internationale markedsføringskampagner rettet mod andre markeder med potentiale: 1</p> <p>Videnformidling om projektet og om erfaringer med markedsføringskampagner og deres effekter (workshop, møder, konferencer): 4</p> <p>Understøtte samarbejde mellem offentlige og private aktører på turismeområdet (målt på vækst i antal medvirkende private og off. aktører): 8</p>	<p>tiltrukket: 1</p> <p>Sæsonudvidelse fra marts til oktober: 2 %</p>	<p><i>brug (målt på VDKs model for turismeomsætning): 2%</i></p> <p>Jobskabelse i turismeerhvervet (målt på VDK model påvirkede jobs): 1880</p>
--	---	---

2. Økonomi, statsstøtte og særligt yderområdefokus:

Ansøgt finansiering:	Ansøgt:	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter	104.000.000 kr.	100,00 %	
Strukturfondsmidler	0 kr.	0 %	
Regionale Erhvervsudviklingsmidler	24.440.000 kr.	23,5 %	REM
Egenfinansiering	79.560.000 kr.	76,5 %	Private bidrag

Indstillet finansiering:	Indstillet (op til):	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter	104.000.000 kr.	100,00 %	
Strukturfondsmidler	0 kr.	0 %	
Regionale Erhvervsudviklingsmidler	24.440.000 kr.	23,5 %	REM
Egenfinansiering	79.560.000 kr.	76,5 %	Private bidrag

Indstillet samlet finansiering inkl. tillægsansøgning	Indstillet:	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter	197.873.183 kr.	100,00 %	
Strukturfondsmidler	0 kr.	0 %	
Regionale Erhvervsudviklingsmidler	47.207.116 kr.	23,86 %	REM
Egenfinansiering	150.666.067 kr.	76,14 %	Private bidrag

Kommentarer til budget og finansiering:

Ansøger har i projektets hidtidige løbetid vist evne til at tiltrække betydelige private bidrag. Der ansøges således om en medfinansiering på 24 % i 2020 og på 23 % i 2021. Det samlede projekt vil således ende med at få en gennemsnitlig tilskudsprocent. Det foreslås at tilskudsprocenten fra nytår 2019 lægges fast til 23,5 % uden forskel på årene.

Vækstforum har på mødetidspunktet ikke tilstrækkelige midler til rådighed til at kunne imødekomme ansøgningen fuldt ud. Derfor indstilles projektet til at kunne modtage de tilbageløb, der kommer inden den 17. december 2018 op til det ansøgte beløb.

Her er tale om en tillægsansøgning. Vilkår for midlernes anvendelse som tidligere vedtaget af Vækstforum, og meddelt i tilsagnsskrivelse, står således ved magt.

Statsstøttevurdering:

Bevillingen er givet med hjemmel i Lov om erhvervsfremme, hvorfor det er et vilkår for bevillingen, at støtten udelukkende går til ikke-kommercielle aktiviteter.

Har projektet et særligt yderområdefokus: Nej.

3. Uddybende vurdering:

Ansøgers kritiske antagelser:

Projektets effekter er baseret på Visit Danmarks effektmodel og dermed også de kritiske antagelser i denne, jf. effektkædebeskrivelse nedenfor.

Vækstforumsekretariatets uddybende vurderinger:

Forhistorie/baggrund:

Siden 2013 har FOMARS modtaget medfinansiering fra de regionale erhvervsudviklingsmidler til markedsføringsaktiviteter. Midlerne er primært gået til markedsføringskampagner, herunder bl.a. til udvikling af fælles materialer, brand, tv-sports, og den efterfølgende markedsføring. En mindre del, er også anvendt til udviklingen og etableringen af konkrete markedsførings Samarbejder mellem aktører i de syddanske destinationer.

FOMARS' nuværende bevilling blev behandlet af Vækstforum i 2017 og løber fra 2018 til 2019. Bevillingen er på 23,9 mio. kr., hvoraf 23,3 mio. er øremærket til kampagner. I den nuværende bevilling må FOMARS maksimalt medfinansiere 25 % af udgifterne til kampagnerne. I tilsagnet til den gældende bevilling er det angivet, at behandlingen af en evt. ansøgning til en tillægsbevilling vil ske under forudsætning af, at ansøger vedhæfter en perspektivplan, som skal redegøre for, hvorledes man vil udvikle foreningen og herunder sikre større privat medfinansiering. FOMARS gør i perspektivplanen rede for, hvorledes den regionale medfinansiering skal nedtrappes til 24 % i 2020 og 23 % i 2021. Derudover vil foreningen selv afholde alle udgifter til administration i perioden.

Ansøgningens relation til forretningsområdet, forretningsområdets udfordringer og målsætninger:

Projektet retter sig imod virksomheder og andre turismeaktører, som ønsker at skabe et markedsføringstryk på de udenlandske nærmarkeder. Projektet bidrager dermed til at indfri målsætningerne i Vækstforum handling- og investeringsplan om at øge antallet af udenlandske overnatninger med 3 % og det turismeskabte forbrug med 5 %. Det vurderes derfor, at der er overensstemmelse imellem projektets målsætninger og

Vækstforums handlings- og investeringsplan.

FOMARS har siden oprettelsen af foreningen været i stand til at få de vigtigste turismeaktører, på tværs af den syddanske geografi, til at bidrage i destinationsmarkedsføringen af Region Syddanmark.

Sekretariatet vurderer, at der stadig er et udviklingspotentiale for særligt projektets nyere markedsførings Samarbejder, men at udviklingsperspektivet er aftagende i FOMARS' aktiviteter.

Vurdering af effektkæden, herunder den fremlagte argumentation/evidens samt overvejelser vedr. kritiske antagelser:

Projektets forandringslogik og effektskabelse er baseret på en model udarbejdet af Visit Denmark.

Logikken er, at øget markedsføring vil medvirke til øget kendskab til Region Syddanmarks oplevelsestilbud, hvilket alt andet lige vil medvirke til, at flere turister vælger Syddanmark som feriedestination.

Sekretariatet vurderer, at denne logik er rigtig. Med udgangspunkt i Visit Denmarks effektmodel, lægger ansøger til grund, at 1 mio. kr. i markedsføring vil resultere i 28.000 påvirkede overnatninger. Det samlede markedsføringsbudget for den ansøgte tillægsbevilling er på 104 mio. kr. Således forventes tillægsbevillingen at skabe 2.912.000 påvirkede overnatninger. Ansøger lægger tillige til grund, at døgnforbruget for målgruppen er 538 kr. Således vil bevillingen ud fra logikken medvirke til at skabe en øget påvirket omsætning på ca. 1,6 mia. kr. Til sidst lægger ansøger til grund, at 1 mio. kr. i øget omsætning vil resultere i 1,2 jobs. Dette betyder, at tillægsbevillingen forventes at påvirke skabelsen af 1.880 ekstra jobs i turismeerhvervet.

Det er sekretariatets opfattelse, at den overordnede forandringsteori/logik holder, således at øget markedsføring påvirker antallet af rejseovernatninger, men det er vanskeligt at påvise, i hvilken grad de 28.000 påvirkede overnatninger per investeret million i markedsføring, er fundet sted som resultat af FOMARS-støttede markedsføringsaktiviteter. Ligeledes bygger forudsætningerne vedr. døgnforbrug og jobskabelse på et begrænset erfaringsmæssigt grundlag.

Det er derfor sekretariatets vurdering, at der er en vis grad af usikkerhed forbundet med effektmodellen, hvilket også skaber usikkerhed om de effekter, som investeringen kan forventes at resultere i.

Ydermere er det tvivlsomt om projektet bidrager til skabelsen af blivende effekter, da effekterne af markedsføringen må betragtes som værende aftagende over tid, med mindre nye midler kontinuerligt tilføres.

Projektets målgruppe:

Projektets målgruppe er de 5 syddanske destinationer, kommunerne og virksomhederne i Region Syddanmark. Markedsføringskampagnerne retter sig primært imod internationale turister i nærmarkederne Tyskland, Sverige, Norge og Holland.

Tværgående kriterier:

Virksomhedsengagement:

Erfaringerne fra de tidligere FOMARS-projekter indikerer, at der generelt er god opbakning til FOMARS projekterne fra erhvervet i Syddanmark. Ansøger oplyser at mere end 480 virksomheder har deltaget i FOMARS aktiviteter.

Offentlig-private partnerskaber:

De enkelte markedsføringskampagner sker ofte i fælleskab mellem private virksomheder og destinationsselskaberne, og ofte er én eller flere af kommunerne partnere på kampagnerne.

Samordning og koordinering:

Turismen er kendetegnet ved at være en branche med mange private og offentlige aktører. Igennem FOMARS samles og målrettes en del af de offentlige og private investeringer, som finder sted indenfor turismeerhvervet, hvilket sikrer en koordineret syddansk markedsføringsindsats.

Fokusering:

Projektet medvirker til at samle de syddanske turismeaktører om den internationale Turismemarkedsføring ved at støtte de syddanske destinationers markedsføringskampagner.

Globalisering:

Initiativet retter sig imod tiltrækning af udenlandske gæster til Syddanmark i konkurrence med internationale destinationer.

Vækst i yderområder:

Projektet vurderes ikke at have et særligt yderområdefokus. Projektet bidrager dog med tiltrækning af turister til hele Syddanmark, inklusiv regionens yderområder.

Bæredygtighed:

Da det er usikkert, om effekterne af markedsføringen er blivende, med mindre der kontinuerligt tilføres nye midler, vurderes det, at projektets økonomiske bæredygtighed er begrænset. Projektets udviklingsaktiviteter kan imidlertid bidrage til udvikling af langsigtede samarbejder samt langtidsholdbare metoder og koncepter med varige effekter.

Samfinansiering:

76 % (77 % i 2021) af projektets finansiering kommer primært fra erhvervet, (en mindre del heraf er finansieret af kommunerne bl.a. igennem destinationerne), mens 24 % (23 % i 2021) kommer fra regionen.