

Uddybende bilag vedr. OPI-projektet: "Online travel-guide"

1. Faktuelle oplysninger:

J.nr.	17/26960
Projekt navn	Online travel-guide
Ansøger	Visitnordic APS
Adresse	Engum Møllevej 10
Postnummer og by	7120 Vejle Ø
Kontaktperson	Gitte Bruun
Kontakt oplysninger på kontaktperson	20123936 gb@visitnordic.com
Kommune	Vejle
CVR nummer	37894540
Web-adresse	www.visitnordic.com
Ansøgers erfaring med lignende produkter	Der er tale om en start-up, der endnu ikke har solgt produkter. Ejerne bag virksomheden har relevant erfaring fra rejsebranchen samt med konceptudvikling og kommunikation.
Nøgletal for den private ansøger:	Virksomheden er etableret i 2014. Antal ansatte: 3.

Ansøgers beskrivelse af projektet:	<p>Visitnordic.com er en ny online-plattform, som promoverer alle de Nordiske lande på den samme platform – herunder også Syddanmark.</p> <p>Visitnordic.com er den første online guide, som samler alle de nordiske lande på samme platform, hvor attraktioner, tour-operatører, hoteller og restauranter har mulighed for at opnå en større synlighed ved at "bundle" alt indhold, da det giver et større SEO-værdi hos Google.</p> <p>Baggrunden for udvikling af konceptet er, at den største vækst i fremtidens turisme vil komme fra den voksende globale middelklasse i Asien samt andre lande, hvor man ofte besøger flere nordiske lande på turen. Målet er, at ved at samle landene på samme portal, kan man tiltrække flere turister til Danmark/Syddanmark, da Norge, Sverige og Island har en stor tiltrækningskraft via deres smukke natur, og her vil den Syddanske region også være attraktiv, da vi her har flere Unesco Heritage attraktioner og H. C. Andersen. Dermed vil det øge vores regions mulighed for at blive synlige, når der søges på f.eks. de norske fjorde eller islandske vulkaner, som har en stor interesse hos de globale vækst-segmenter.</p> <p>Konceptet bag portalen bygger på content marketing, og det betyder, at nytteværdien for brugeren er i fokus.</p> <p>Primære målgruppe: Målgrupperne er den "digitale rejsende", som evt. har besøgt de mest populære destinationer i Europa, som Paris og London, og som efterspørger nye rejsemål og oplevelser. Det er således turister, som ofte bruger nettet til at blive inspireret før afrejsen, og som også selv booker online. Disse målgrupper findes i Asien, men også Indien, USA, Australien og Sydkorea er potentielle nye</p>
------------------------------------	--

	<p>markeder/målgrupper, som der i fremtiden vil blive satset på at nå ud til via visitnordic.com</p> <p>Disse segmenter vil være der, hvor den kommende vækst i den globale turisme vil komme fra de næste 10 år på grund af den ændrede digitale adfærd og stigende disponible indkomster hos middelklassen.</p>
Partnere og deres roller i projektet:	<p>Ansøger: 1. Visitnordic APS, Vejle, CVR: 37894540</p> <p>Økonomiske partnere: 2. Visit Vejle, CVR: 29189900 Sparrings- og testpartner. VisitVejle inddrages for at give indsigt i offentlige turismefremme organisationers ønsker og krav, til en digital rejseguide.</p> <p>3. SDU – Institut for Entreprenørskab og Relationsledelse (IER), CVR: 29283958 Bidrager med viden og sparring om OPI-processer, forretningsudvikling og kommercialisering.</p>
Øvrige netværksdeltagere:	<p>Nikolaj Fredsted fra den danske ambassade i Beijing, har givet sparring vedr. lancering i Kina.</p> <p>Jens Henne-Hansen, Chinasoft i Beijing giver feedback på konceptet bag Visitnordic.</p> <p>Alexander Schultz, ShanghaiJungle i Shanghai vil bistå med kampagner i Kina på Weibo og Wechat.</p> <p>CTSNordic i Stockholm (China Travel Service) vil bistå med lancering på det kinesiske marked fremadrettet.</p> <p>Nils Henrik Geitle fra de "DeHistoriske", som er et norsk hotelsamarbejde mellem 56 hoteller, restauranter og ture, vil bistå med feedback vedr. udvikling af hotel- og turkoncept.</p>

Projektstart/projektslut:	01-12-2017	01-06-2018
---------------------------	------------	------------

Vækstforums forretningsområde eller brede indsats:	<i>Oplevelseserhverv- turisme</i>
Strukturfondsprioritet:	Regionalfonden prioritet 1.1.A Innovationssamarbejde mellem virksomheder og videninstitutioner

Hovedaktiviteter:	Output:	Resultater / effekter på kort og på langt sigt:
Interview af offentlig partner/strategiske partnere	Testrapport med opsamling på konklusioner	Anslået skabt årlig omsætning i kr. År 1 efter projektet er slut: 1,5 mio. kr. År 2 efter projektet er slut: 3 mio. kr. År 3 efter projektet er slut: 4 mio. kr. År 4 efter projektet er slut: 5 mio. kr. År 5 efter projektet er slut: 6 mio. kr. I alt: 19,5 mio. kr.
Testforløb	Videreudviklet prototype	
Opsamling/tilpasning af prototype		

<p>Markedsresearch Kina, Taiwan og USA</p> <p>Opsamling/tilpasning af prototype</p>		<p>Heraf anslået øget årlig eksport i kr.</p> <p>År 1 efter projektet er slut: 1 mio. kr. År 2 efter projektet er slut: 2 mio. kr. År 3 efter projektet er slut: 3 mio. kr. År 4 efter projektet er slut: 4 mio. kr. År 5 efter projektet er slut: 5 mio. kr. I alt: 15 mio. kr.</p> <p>Anslået antal årligt skabte job</p> <p>År 1 efter projektet er slut: 3 År 2 efter projektet er slut: 1 År 3 efter projektet er slut: 1 År 4 efter projektet er slut: 1 År 5 efter projektet er slut: 1 I alt: 7</p>
---	--	---

2. Økonomi og statsstøtte:

Ansøgt finansiering:	Ansøgt:	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter	733.027,80 kr.	100 %	<i>Heraf betaling til Region Syddanmarks afdeling for Regnskab og Finans, der bidrager med administrativ støtte i projektet 27.954,45 kr.</i>
Ansøgte midler	549.770,85 kr.	75 %	Syddansk OPI-pulje (Regionalfond og REM)
Egenfinansiering	183.256,95 kr.	25 %	<i>Ansøger VisitNordic medfinansierer i form af timer brugt i projektet.</i>

Indstillet finansiering:	Indstillet:	Procent:	Nærmere beskrivelse:
Samlede støtteberettigede udgifter	0,00 kr.		<i>Heraf betaling til Region Syddanmarks afdeling for Regnskab og Finans, der bidrager med administrativ støtte i projektet XX kr.</i>
Ansøgte midler	0,00 kr.		Syddansk OPI-pulje (Regionalfond og REM)
Egenfinansiering	0,00 kr.		

Kommentarer til budget og finansiering: Ikke relevant

Statsstøttevurdering: Ikke relevant

3. Uddybende vurdering:

Vækstforumsekretariatets uddybende vurderinger:

Vurdering af effektkæden

I projektet vil platformen blive testet i forhold til offentlige aktører og i forhold til turisterne med henblik på at afklare løsningens relevans for målgrupperne. Ansøger vil gennemføre monitorerede tests med offentlige og kommercielle partnere, som vil komme med input til platformens anvendelighed i relation til deres behov. På baggrund af disse test tilpasses prototypen, inden den testes gennem markedsresearch på de sociale medier Weibo og Facebook målrettet brugere i Kina, Taiwan og USA. Slutteligt vil ansøger gennemføre et dybdeinterview med lokale interessenter i Kina, for at finde frem til en tilfredsstillende forretningsmodel i Kina.

Det er vurderingen, at det er usikkert, hvorvidt ansøger vil kunne opnå de angivne effekter, da det ikke vurderes sandsynliggjort, at ansøger kan trænge igennem på et marked i konkurrence med eksisterende løsninger, hvor aktørerne allerede har tilbud, der kan sikre dem synlighed på fjernmarkederne.

Målgruppe og dennes relevans:

Løsningen henvender sig både til private og offentlige turistaktører, som skal promovere deres produkter igennem Visitnordic platformen. Det vurderes, at projektet vil give værdi for de private turistaktører, som igennem platformen kan opnå mersalg.

Det er sekretariatets vurdering, at offentlige aktører i forvejen tilbydes andre løsninger, som giver synlighed på fjernmarkederne, den offentlige interesse i projektet vurderes derfor at være begrænset.

Vurderingskriterier:

Vækst og arbejdspladser i Region Syddanmark:

Ansøger forventer med projektet at kunne bidrage til at skabe en akkumuleret omsætning på 19,5 mio. kr. 5 år efter projektet afslutning, heraf en akkumuleret eksport på 15 mio. kr. og en anslået jobskabelse på i alt 7 jobs. Sekretariatet vurderer, at ansøgers mulighed for at indfri de angivne effekter er forbundet med stor usikkerhed, da ansøger vil skulle indtræde på et marked, hvor der både for offentlige og private aktører allerede findes muligheder, der kan sikre aktørerne synlighed på fjernmarkederne.

Ansøgningens relation til forretningsområdet, forretningsområdets udfordringer og målsætninger:

Projektet understøtter Syddansk Vækstforums indsats inden for forretningsområdet "oplevelseserhverv".

Det vurderes, at projektet i begrænset omfang vil kunne bidrage til at indfri Vækstforums målsætning om at øge antallet af udenlandske overnattende turister samt målsætningen om at øge den turismeskabte omsætning i Region Syddanmark.

Det offentlige behov – herunder interesse – for produktet og udbytte af projektet:

Ansøger forventer med projektet at kunne tiltrække kinesiske turister ved at målrette markedsføringen af pakkerejser til destinationer i Skandinavien. Ifølge ansøger vil projektet kunne tiltrække nye turister til norden, og af denne grund er der udtrykt interesse for platformen blandt flere offentlige turismeaktører i Region Syddanmark, herunder Visitvejle Sekretariatet vurderer dog at omfanget af det offentlige behov er usikkert, da der i forvejen er andre aktører som tilbyder synlighed på fjernmarkederne.

Beskrivelse af forretningsideen og vurdering af forretningspotentialet:

Baggrunden for udvikling af konceptet er, at den største vækst i fremtidens turisme vil komme fra den voksende globale middelklasse i Asien samt andre lande, hvor man ofte opfatter de nordiske lande som én destination. Ansøgers forretningsmodel bygger på, at partnere, mod et gebyr på foreløbigt 7000 kr. halvårligt, kan få sponsorerede artikler på tre sprog samt logo, og derved blive en del af de færdigpakkede rejser, der udbydes.

Derudover regner ansøger med indtægter ved salg af indhold fra egenproduktion af bl.a. promoverende materiale på Kinesisk samt annonceplads for affiliate-partnere.

Sekretariatet vurderer, at løsningen har et forretningspotentiale, da særligt det kinesiske turistmarked er et stort og voksende marked. Det vurderes dog samtidigt, at den færdige løsning skal være attraktiv for aktører i hele Skandinavien for at kunne indfri ansøgers målsætninger om omsætning og jobskabelse, da kinesiske turister udgør en relativ lille, om end stigende, del af det samlede antal udenlandske turister i Danmark. Dette vurderes ikke sandsynliggjort.

Projektets kommercielle sigte og væsentlighed for markedsintroduktion

Projektet er afgørende for dels at foretage den fornødne test og afprøvning hos repræsentanter for målgrupperne/partnere dels at afklare det internationale markedspotentiale.

Det vil ifølge ansøger være af stor værdi at få mulighed for at teste både platformen, som den er nu, og de tekniske funktioner, som ansøger vil udvikle et samarbejde med lokale aktører, som skal få udbytte af platformen. Dette gælder også, hvorledes offentlige "visit-organisationer" kan suppleres i deres markedsføring. Dette forløb indebærer både et samarbejde med offentlige og private aktører.

Det er sekretariatets vurdering, at test af produktet kan være relevant, da der på nuværende tidspunkt ikke findes en samlet turismeguide for hele norden, som henvender sig til turister fra fjernmarkederne, men at behovet blandt offentlige og private turismeaktører ikke er sandsynliggjort i tilstrækkeligt omfang.

Produktets internationale salgspotentiale:

Da Visitnordic er en internetbaseret tjeneste, der primært henvender sig til udenlandske turister, vil det internationale salgspotentiale være højt. Samtidigt er det dog sekretariatets vurdering, at produktet vil være i konkurrence med andre løsninger, som henvender sig til turister fra de samme fjernmarkeder, som kan gøre det svært at indfri salgspotentialet.

Visitnordic har partnere i hele Norden, og vil ifølge ansøger generere indkomst fra de øvrige Nordiske lande og på sigt fra andre globale partnere, som tour-operatører på de enkelte markeder (USA, Kina, Australien osv.) Sekretariatet vurderer, at produktet har et internationalt salgspotentiale, en kritisk succes faktor er dog, at produktet formår at henvende sig til de rette målgrupper. Dette vurderes ikke sandsynliggjort.

Udbytte på de tre bundlinjer – den offentlige part, brugeren og den private virksomhed:

Offentlig part: De offentlige parter forventer via løsningen at få bedre adgang til globale vækst-segmenter, som på grund af den globale tekniske udvikling på internettet bliver mere interessante og nemmere at nå ud til. Sekretariatet vurderer, at den offentlige interesse i projektet er begrænset, da der i forvejen findes løsninger, hvor danske destinationer og virksomheder kan blive profileret på fjernmarkederne mod betaling.

Brugeren

Turister: Platformen forventes at kunne give turisterne et let tilgængeligt og sammenhængende overblik over de mange muligheder, som tilbydes i de nordiske lande.
Private virksomheder: forventes via platform at få adgang til nye markeder og mulighed for mersalg.

Visitnordic: Mulighed for at lave et test-set up og få en indsigt i de offentlige og private aktørers behov, som vil give mulighed for øget indtjening efter projektets afslutning.

Den private virksomheds kapacitet til at løfte opgaven som projektleder/leadpartner:

Det vurderes, at projekt ansøger har relevant erfaring og de fornødne kompetencer til at

kunne lede projektet. Sekretariatet vurderer desuden, at ansøgers virksomhed råder over tilstrækkelig likviditet til at kunne gennemføre projektet.

Additionalitet og produktets nyhedsværdi:

Projektets planlagte aktiviteter vil ifølge ansøger ikke kunne finde sted i tilstrækkeligt omfang eller indenfor samme tidsramme uden den ansøgte støtte.

Ansøger oplyser, at der ikke findes en fællesnordisk online rejseguide, hvilket gør platformen unik på markedet. Sekretariatet vurderer, at der er tale om et nyt produkt.

Sekretariatets vurderer samtidigt, at der i forvejen findes andre løsninger, som tilbyder offentlige og private turismeaktører synlighed på de samme fjernmarkeder som ansøger.