



# EMPOWERING SUSTAINABLE TRAVEL



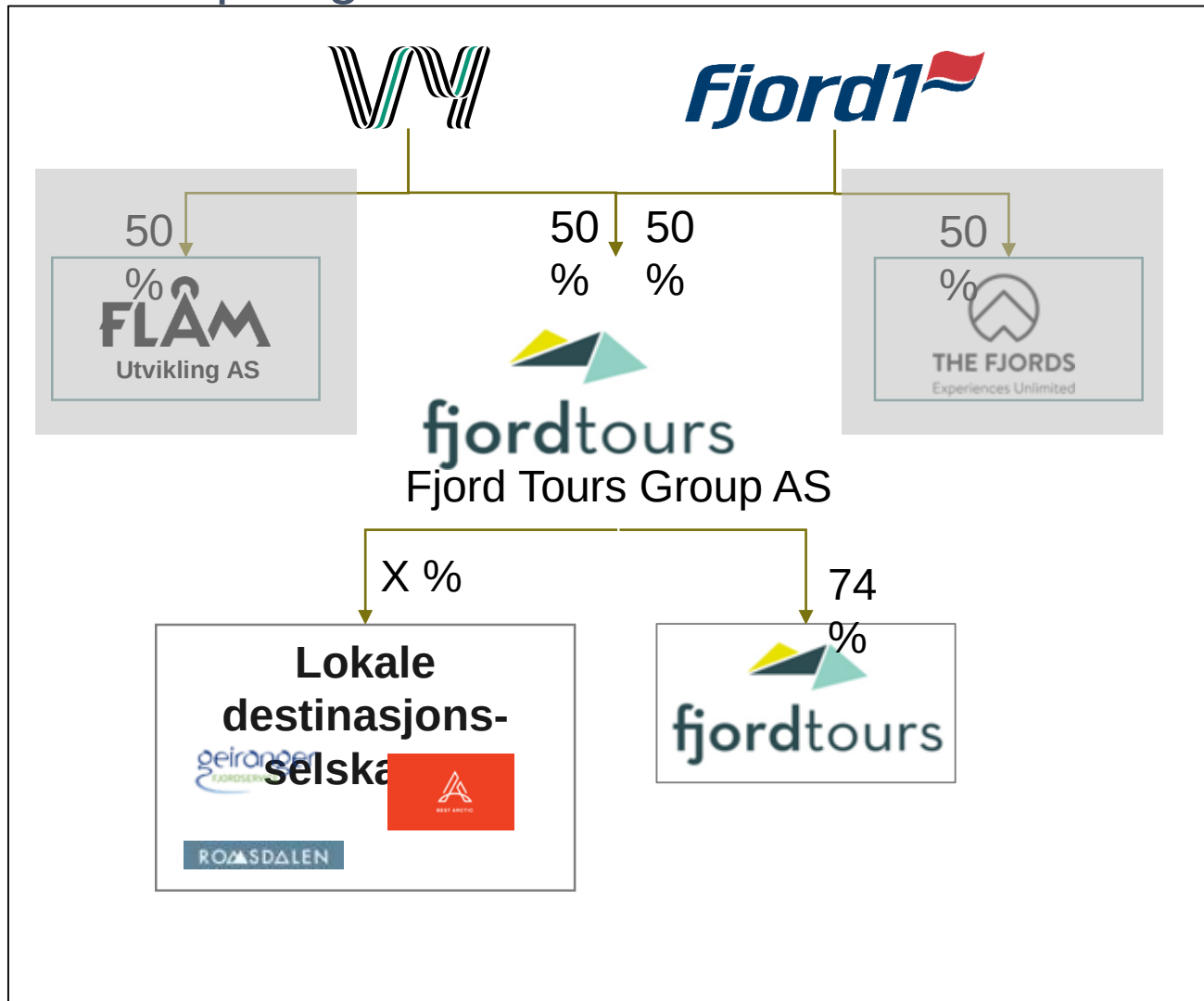


# Fjord Tours AS



# Fjord Tours er et norsk reiselivsselskap med Vy & Fjord1 som hovedeiere.

Selskapet har som visjon å bidra til å utvikle et bærekraftig reiseliv og sikre lokal verdiskapning.



## Vi har definert fire virksomhetsområder

Agent, salg og bookingtjenester

Digital foredling og pakketering

Egne produkter og investeringer

Destinasjonsutvikling

# Vår familie

Flåmsbanen  
Bergensbanen

Vy Tog

Norway & Sweden

Vy Buss

Norway & Sweden



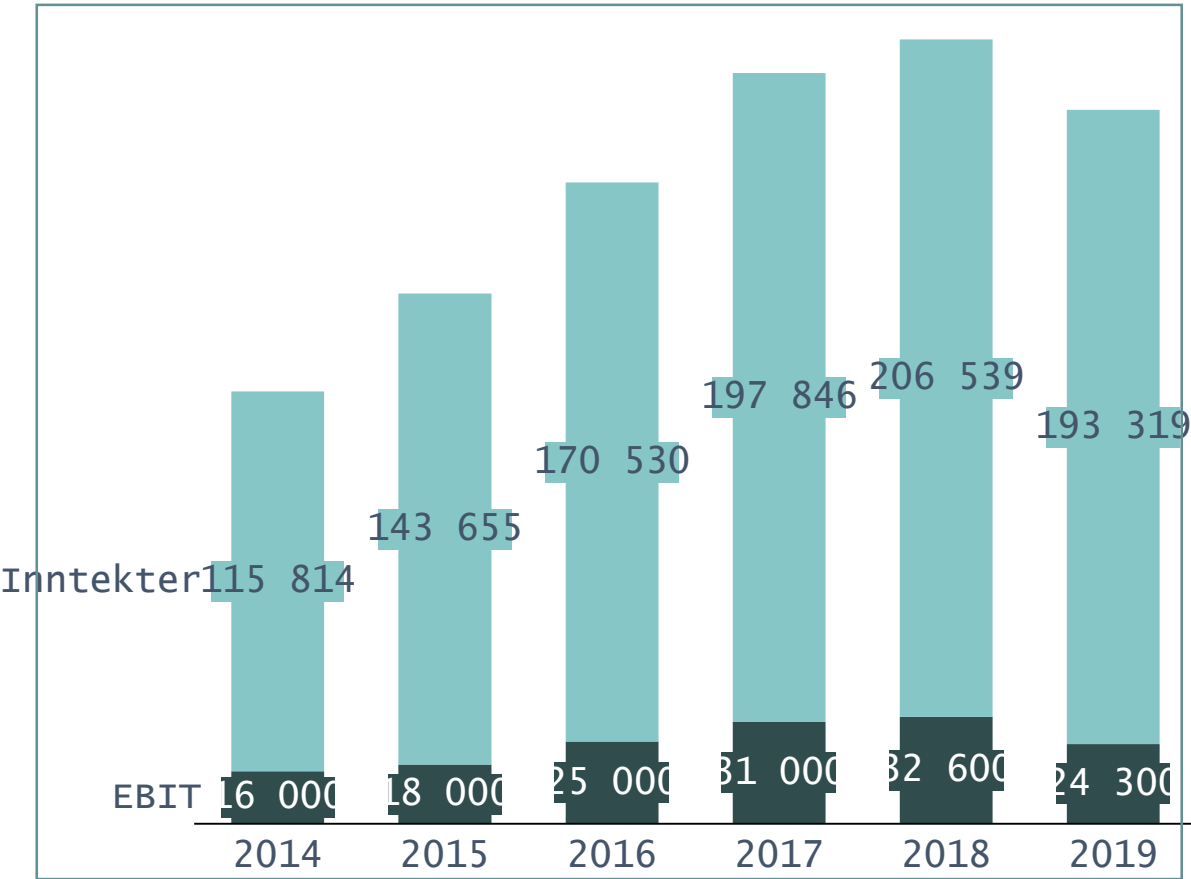
Kystruten  
Havila Hotels  
Wideroe  
The Fjords

Fjord Tours Group  
Fjord Tours  
Geiranger Fjord Service  
Best Artic

# Norway in a nutshell er den mest kjente internasjonale rundturen i Norge. Rundturen generer betydelig verdier til samarbeidspartnerne og destinasjoner.

Fjord Tours har hatt en fin omsetningsvekst, og skapt gode resultater, noe som har bidratt med store lokale verdier. Fjord Tours har investert NOK 20 MILL en unik digital booking-plattform.

Norway in a nutshell har ca. 100.000 pax årlig. NIN kobler rutegående, grønne transportopplevelser med egenvalgte aktiviteter og opplevelser, samt mulighet for overnatting. En reise med NIN gir tilnærmet null CO2 utslipp. Helårsprodukt. Målet er å skape flere suksesser som NIN knyttet til andre destinasjoner.



### Norway in a nutshell



Flåmsbana



Bergensbanen



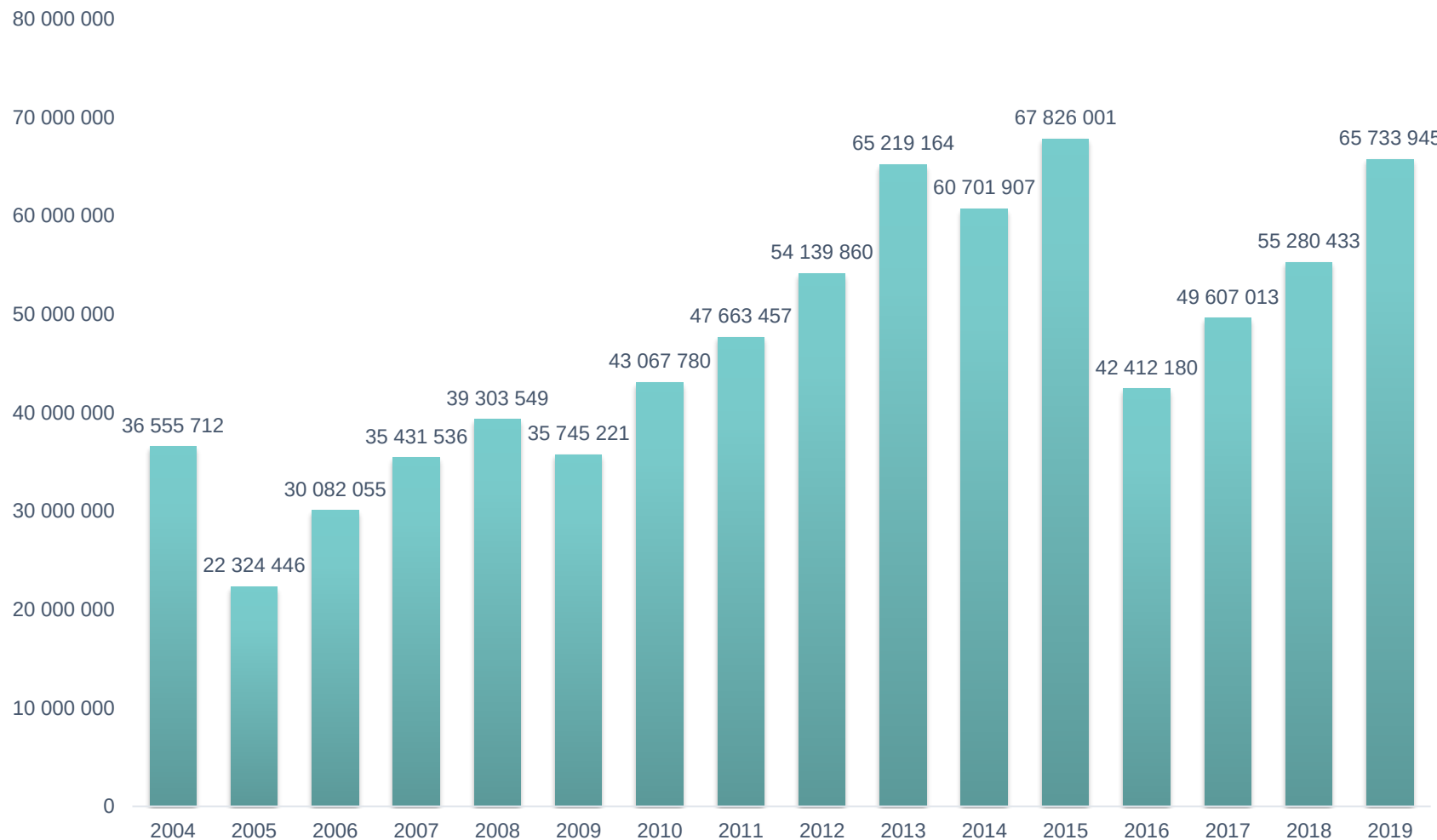
Båt på Nærøyfjorden



Buss Stalheimskleiva



# Vi selger togbilletter til Vy og SJ til internasjonale operatører. Fremover ønsker vi selge for flere aktører også.

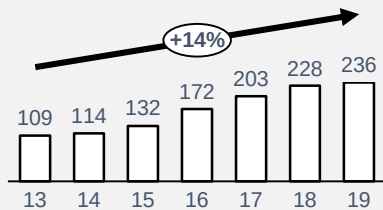


- Salg av togbilletter til internasjonale turoperatører og incomingaktører.
- I 2016 overtok Flåm AS salget av billetter på Flåmsbana.

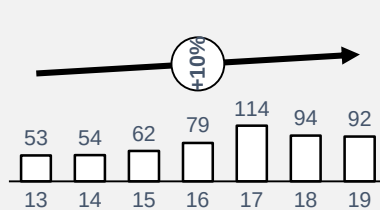
# Både Fjord Tours , gjennom NIN, og våre eiere har vært sentral i å utvikle Flåm som reisemål.



**Inntekter**  
Millioner NOK



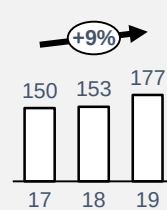
**EBIT**  
Millioner NOK



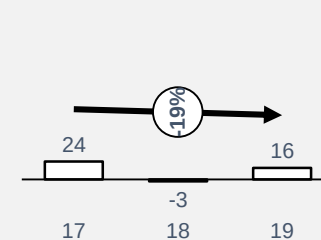
- Vy Gruppen med 50% eierskap i Flåm Utvikling AS som utvikler, og opererer Flåmsbana
- Sterk vekst gjennom langsiktig samarbeid med destinasjonen
- Hovedmarkedet er internasjonale gjester, hvorav B2B utgjør ca. 65% av omsetningen



**Inntekter**  
Millioner NOK



**EBIT**  
Millioner NOK



- Fjord 1 med 50% eierskap i The Fjords. Opererer og drifter båtene på Nærøyfjordene.
- Betydelige investeringer i elektriske/hybrid båter som har vakt oppsikt internasjonalt.
- I tillegg til å drive turistrute mellom Flåm og Gudvangen har Fjord1 flere ruter på Geirangerfjorden og på Lysefjorden.



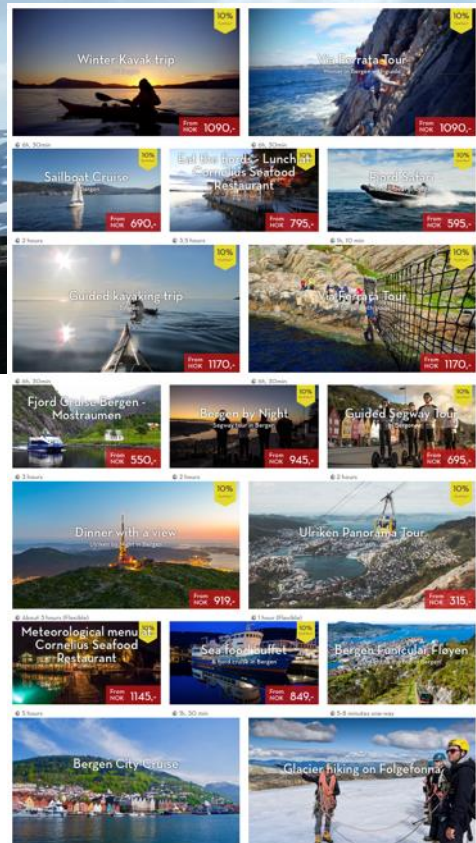
# Fjord Tours er tilstede på mange destinasjoner



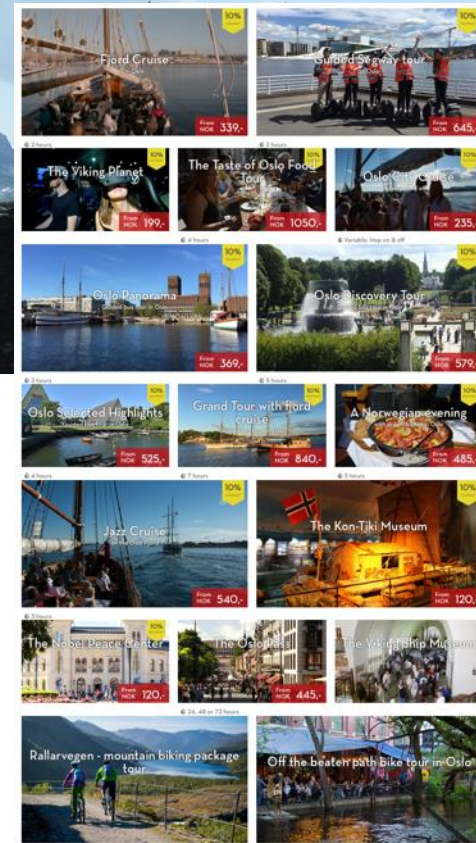


# Fjord Tours er Norges største tilbyder av aktiviteter til internasjonale turister

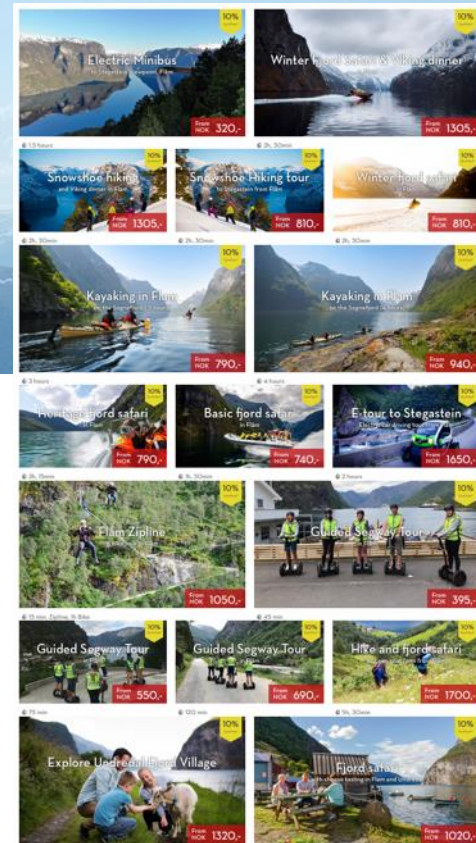
## BERGEN



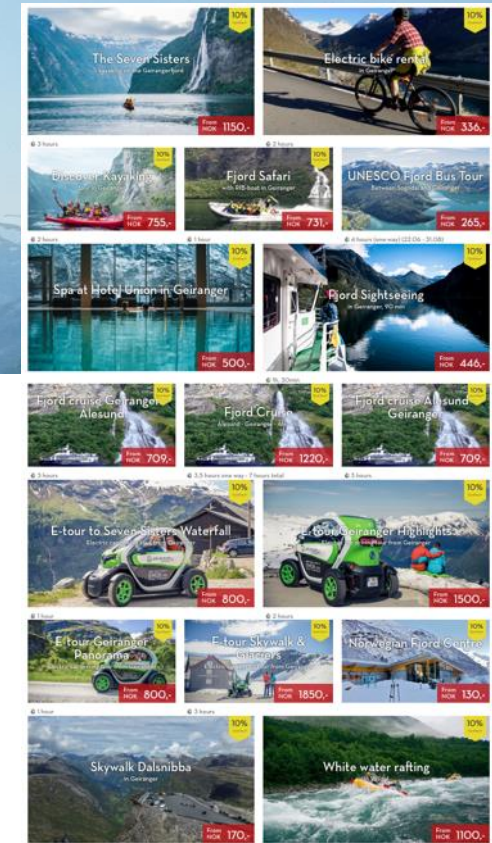
## OSLO



## FLÅM



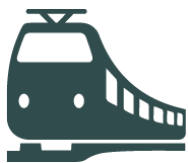
## GEIRANGER



Much more at [www.fjordtours.com](http://www.fjordtours.com)



We offer a **one stop shop** for all  
tourism and travel in NORWAY



TRAIN TICKETS



Scenic rail travels



ONE WAY TRIPS  
& ROUNDTrips



Transport, activity and  
accommodation

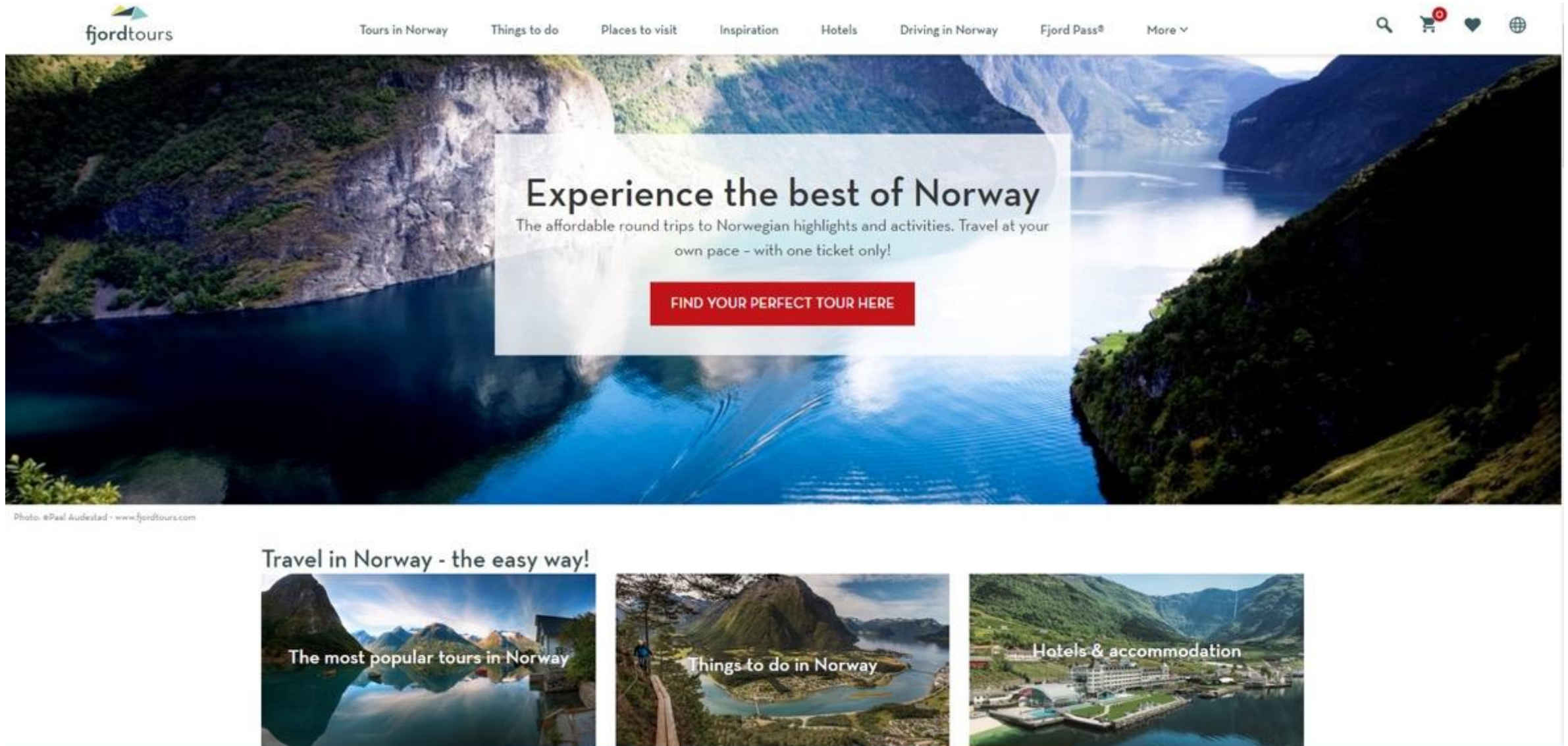


ACTIVITIES



More than 200 activities!

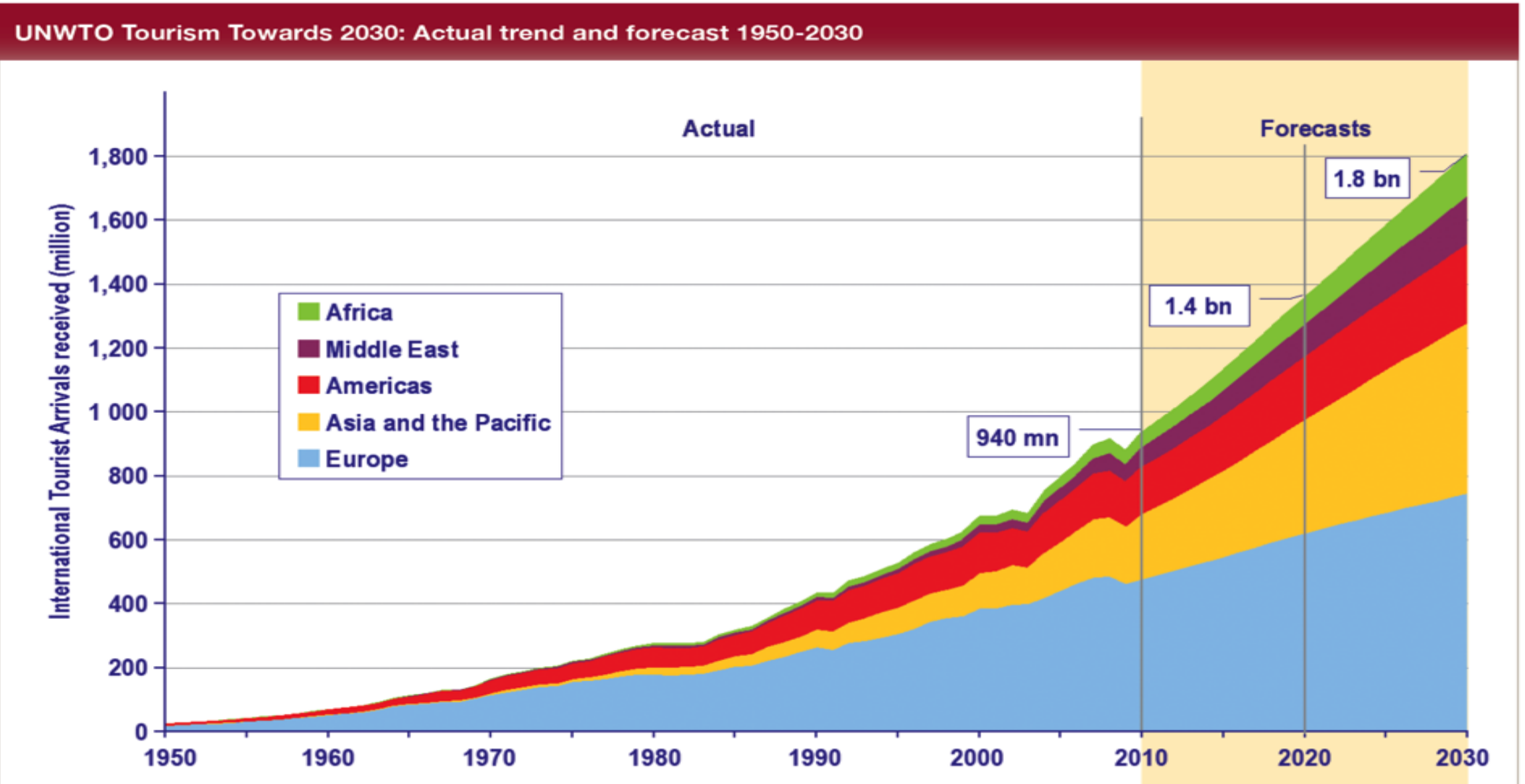
Kunder fra 138 land bestilte Norgesturen på [www.fjordtours.com](http://www.fjordtours.com) i 2019



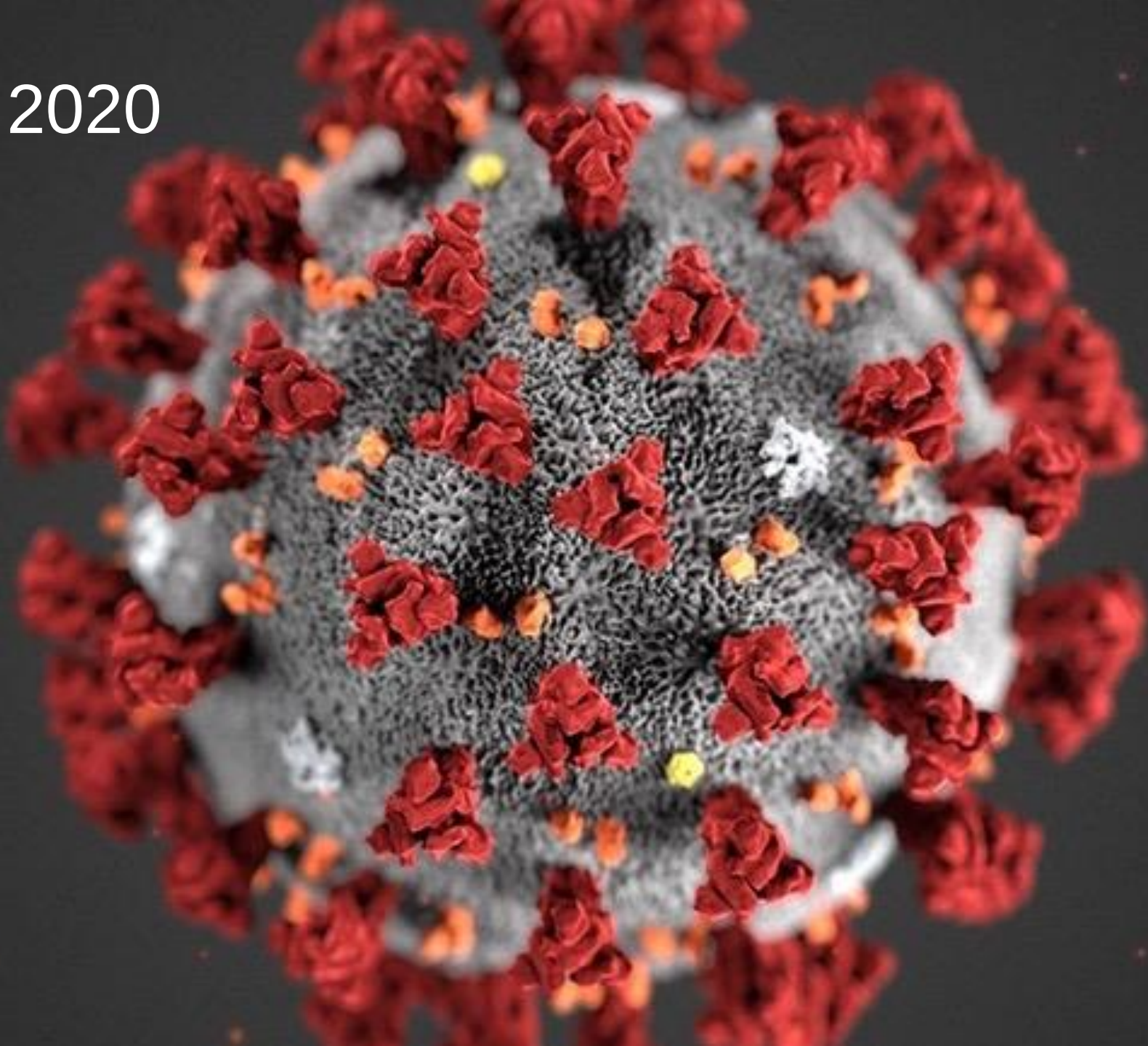


# Vekst i reiselivet frem mot 2030

kilde UNTWO 2019



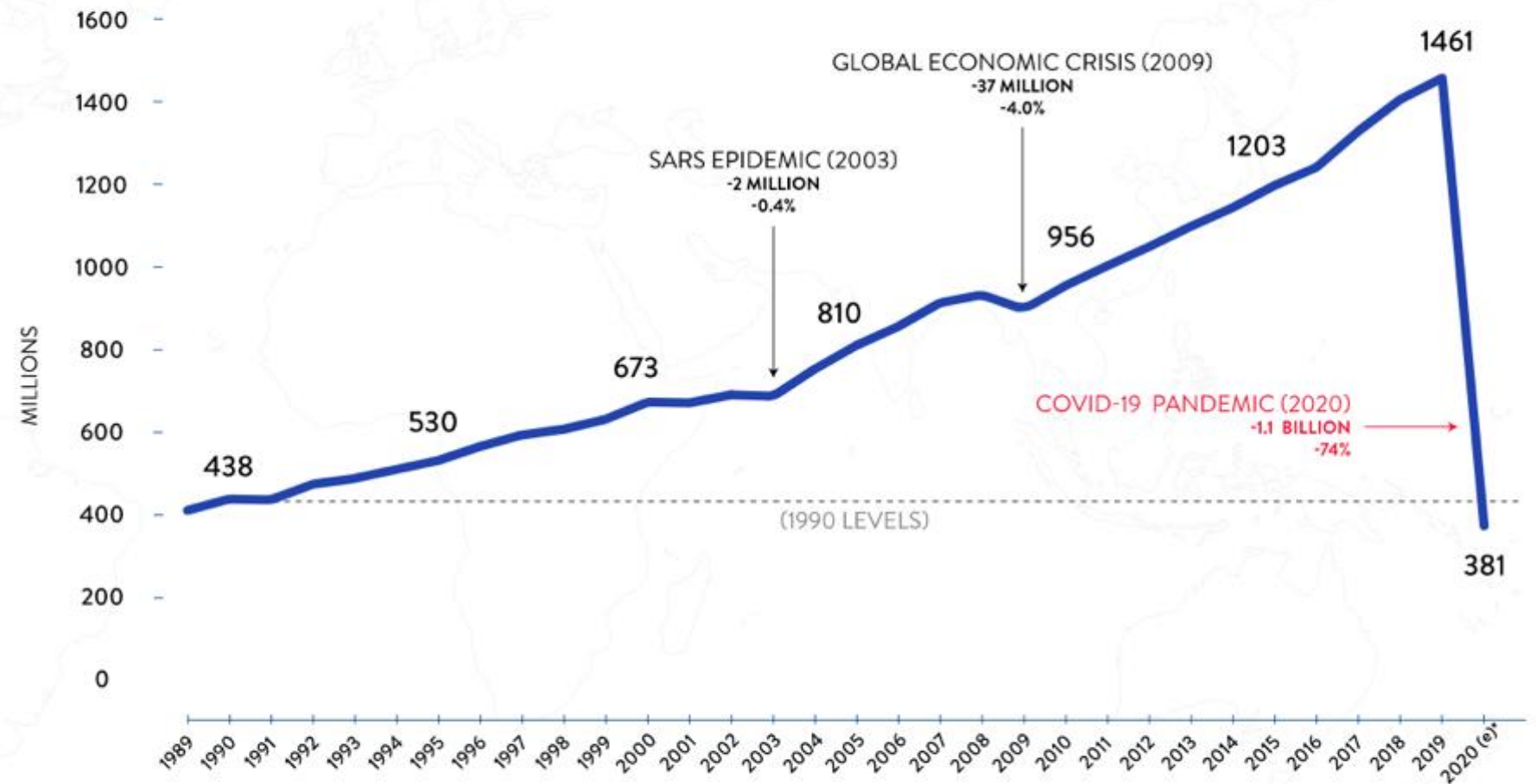
13. mars 2020





# INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS

(MILLIONS)



(e) Estimate

\* Data for 2020 is preliminary and based on estimates for countries which have not yet reported results.



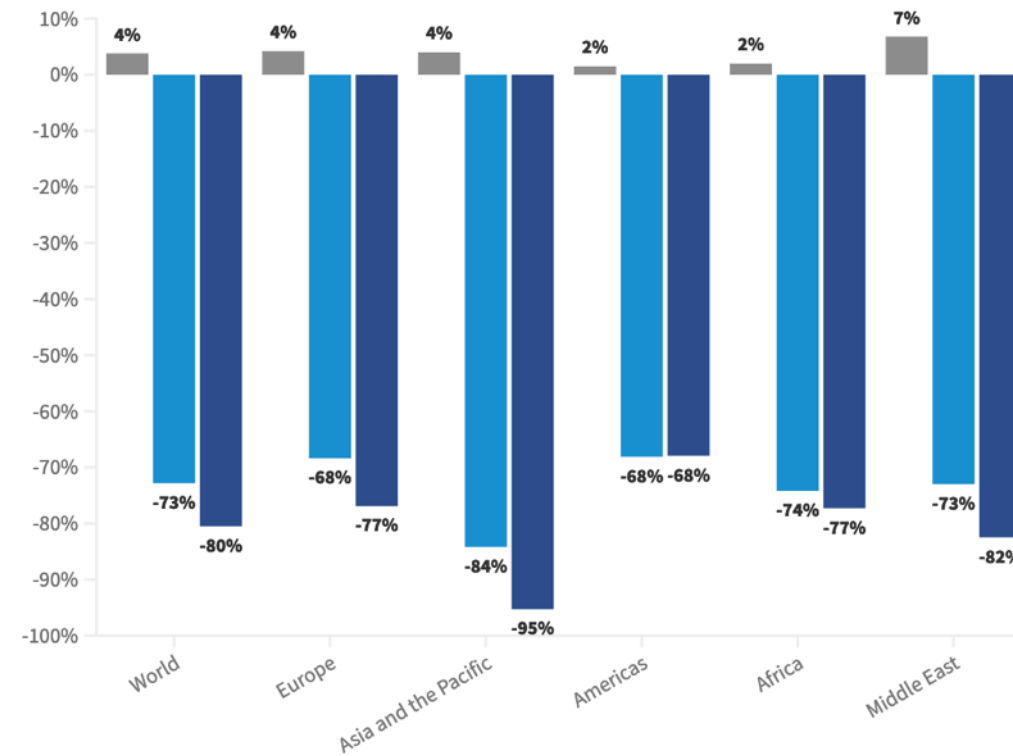
SOURCE:  
VARIOUS (SEE INDICATOR)  
JANUARY 2021

## TOURISM DATA

### International Tourist Arrivals, World and Regions

International tourist arrivals (% change)

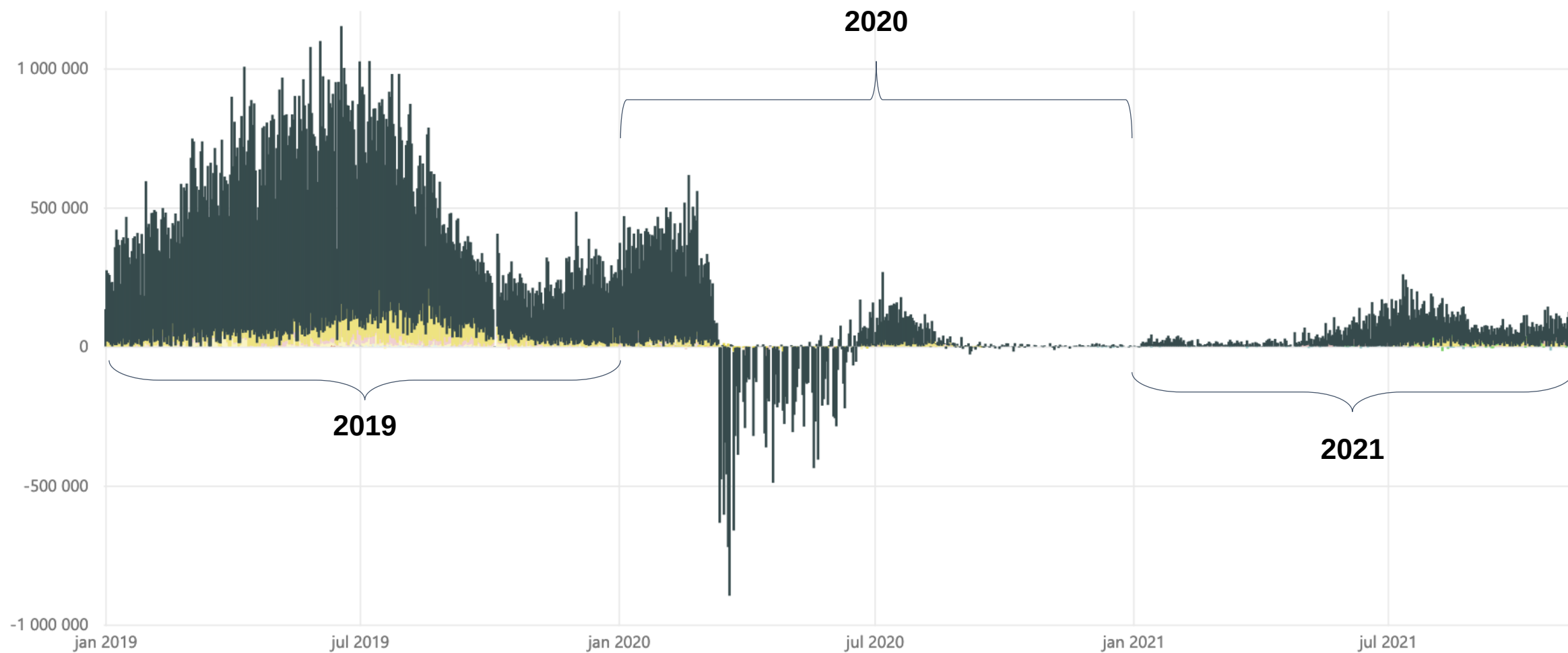
■ 2019 ■ 2020 ■ Jan-Jul 2021\*



Source: World Tourism Organization (UNWTO) © • \* Change over 2019 (provisional data)  
Data as collected by UNWTO, September 2021. Published: 04/10/2021

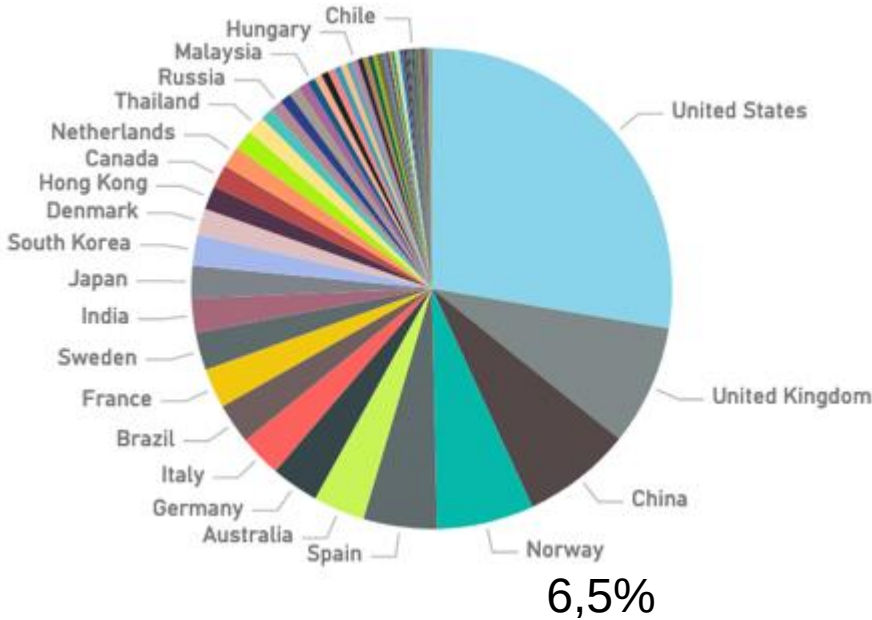


# Salg: 2019 – 2020 – 2021

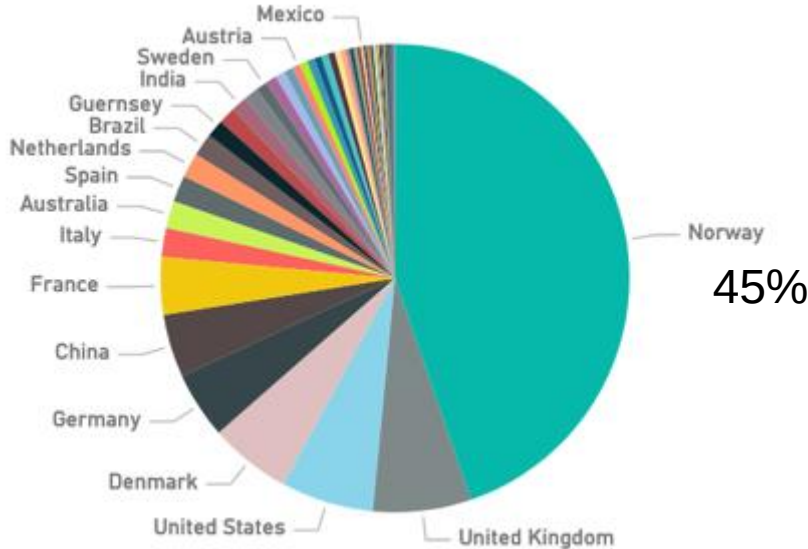


# Markedsutvikling 2019 – 2020 - 2021

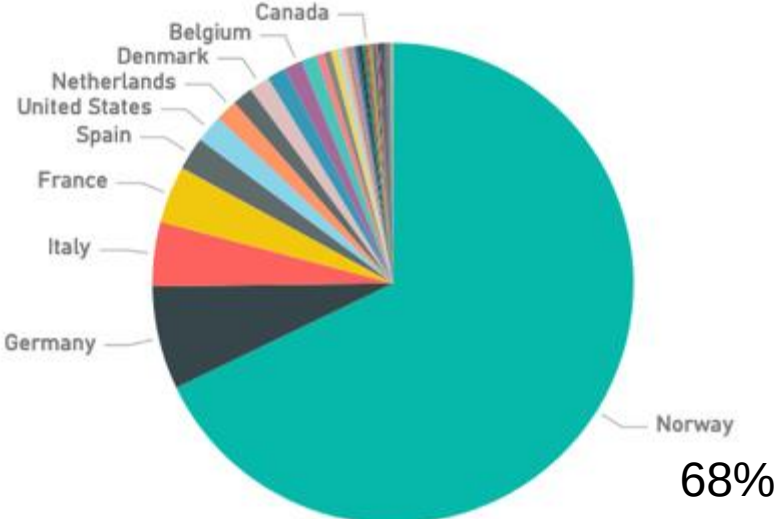
2019



2020

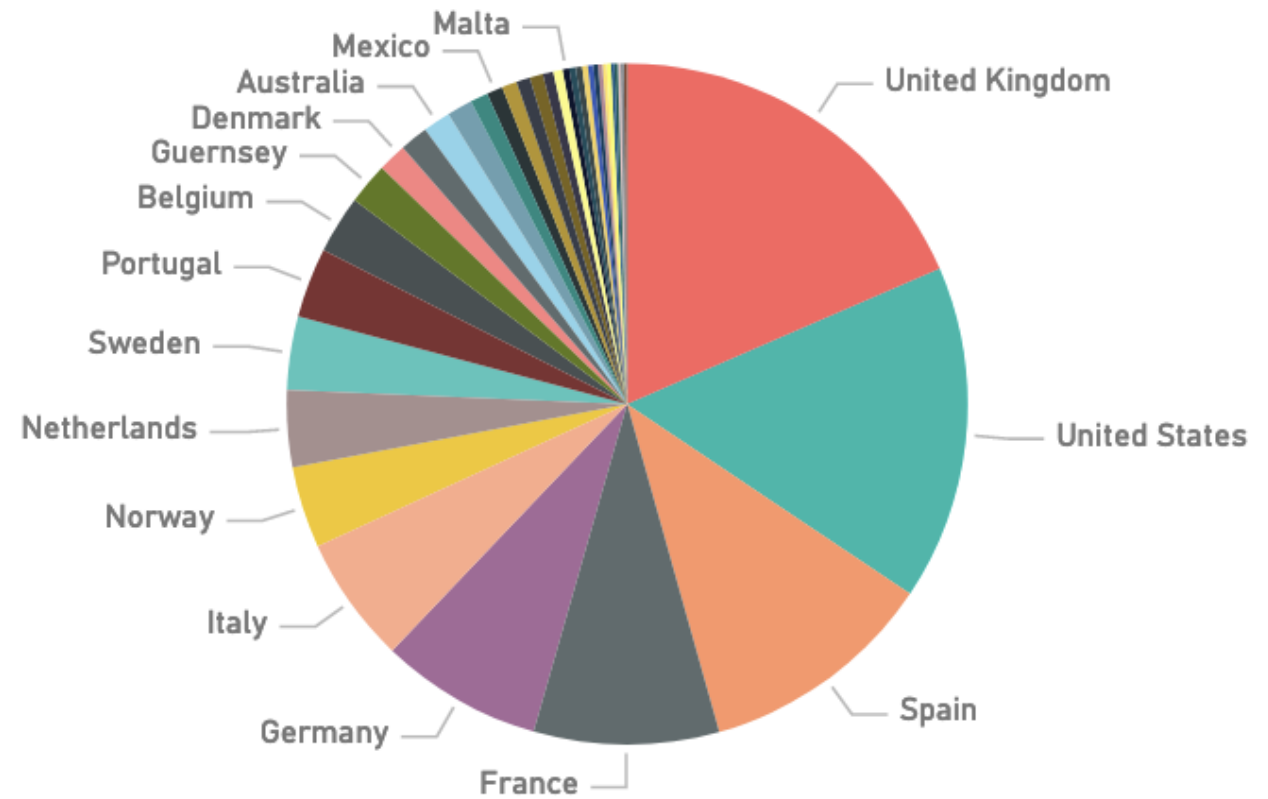


2021



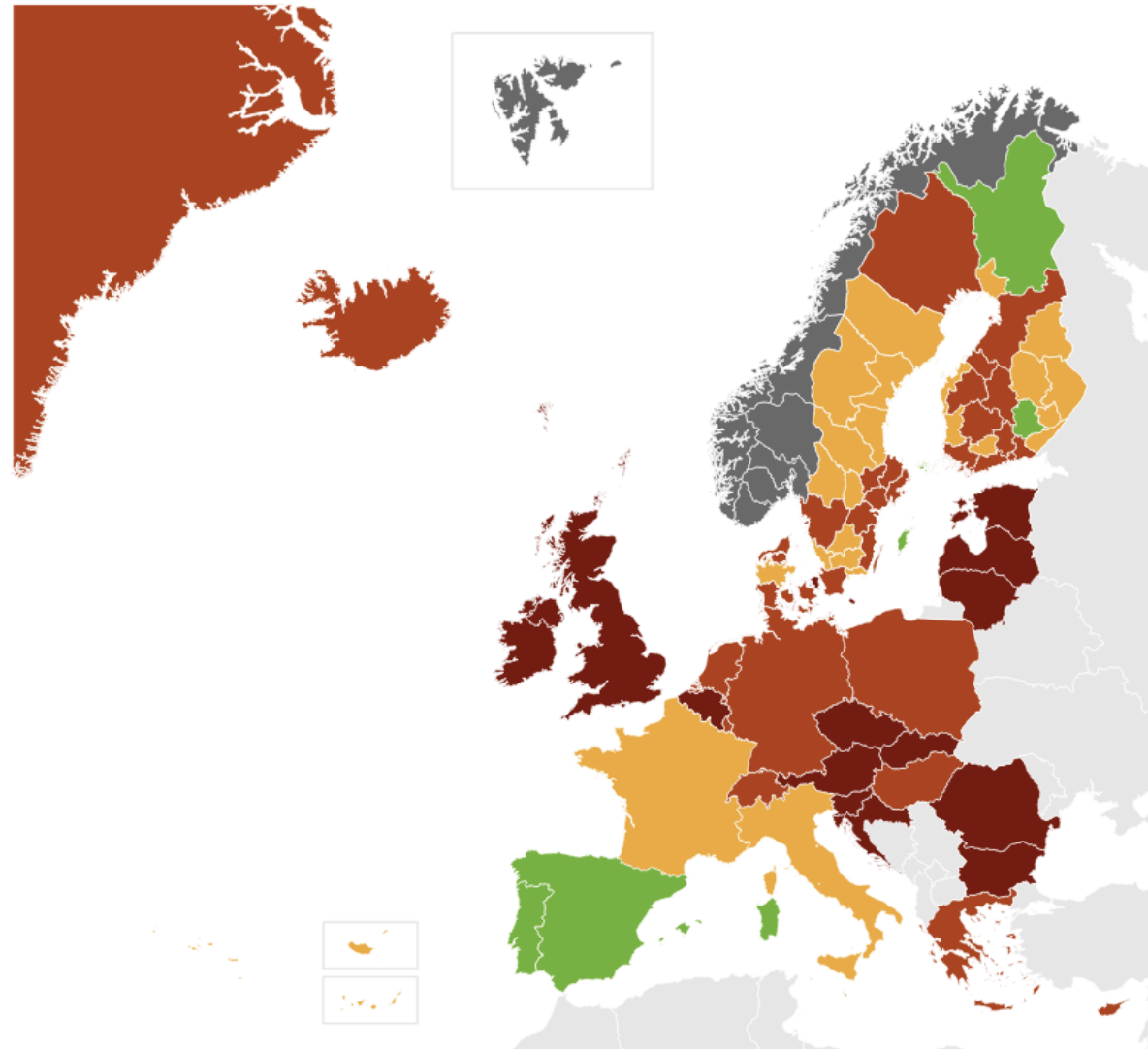


Ordres réservés  
le reste 2021/  
2022



# Map of Nordic region/ Europe

Map of Nordic region/ Europe with status for entry quarantine



**Smittekart over Europa**  
**08.11.2021**

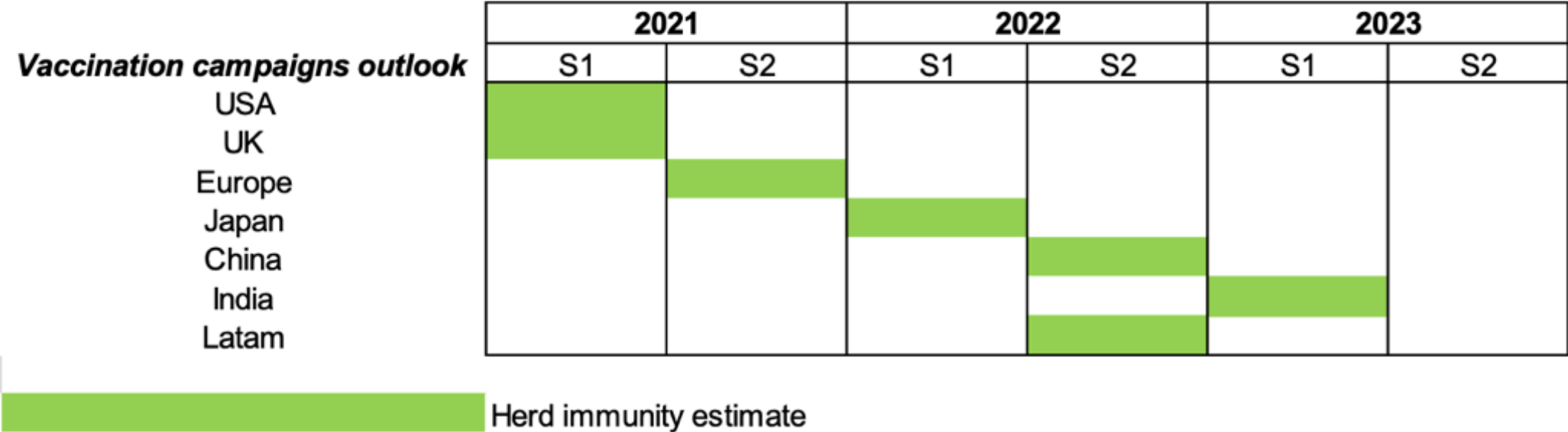


# Fremtidsscenarier



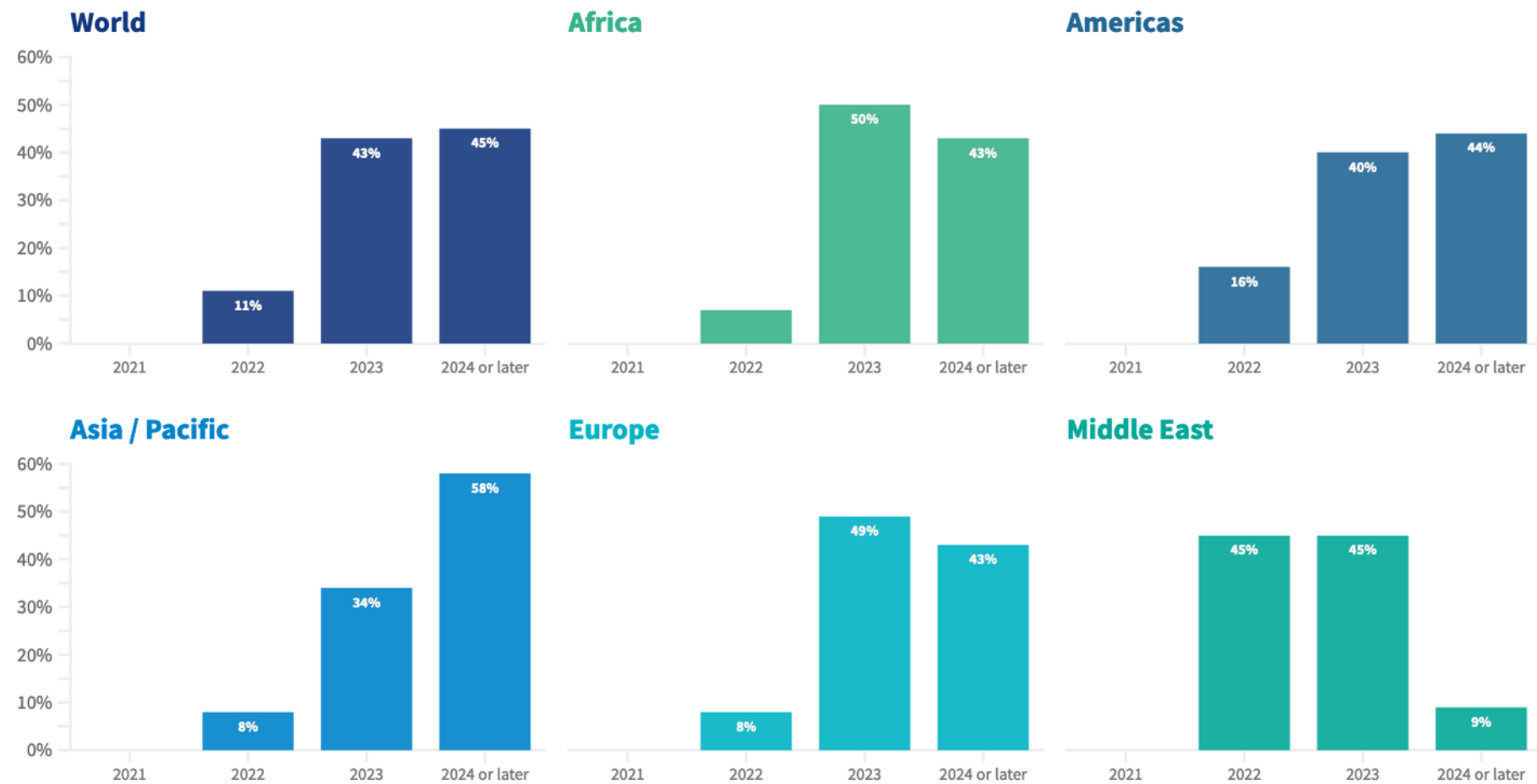
# Vaksinerings fremover

Figure 1: Vaccination schedule by region



Sources: IFPMA, Oxford Economics, Euler Hermes

## When do you expect international tourism to return to pre-pandemic 2019 levels in your country?



UNWTO conducted a global survey among its UNWTO Panel of Tourism Experts on the impact of COVID-19 on tourism and the expected time of recovery.  
Data as collected by UNWTO, September 2021. Published: 04/10/2021



**«Almost half of all experts  
continue to see a return of  
international arrivals to  
2019 levels in 2024 or  
later.»**

UNWTO



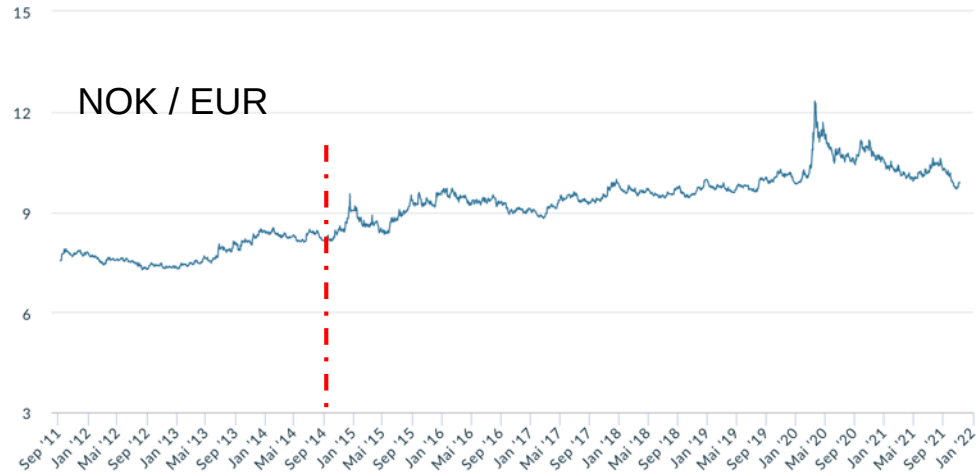
# Prognose for turistutvikling

Figure 3: Tourist arrivals worldwide

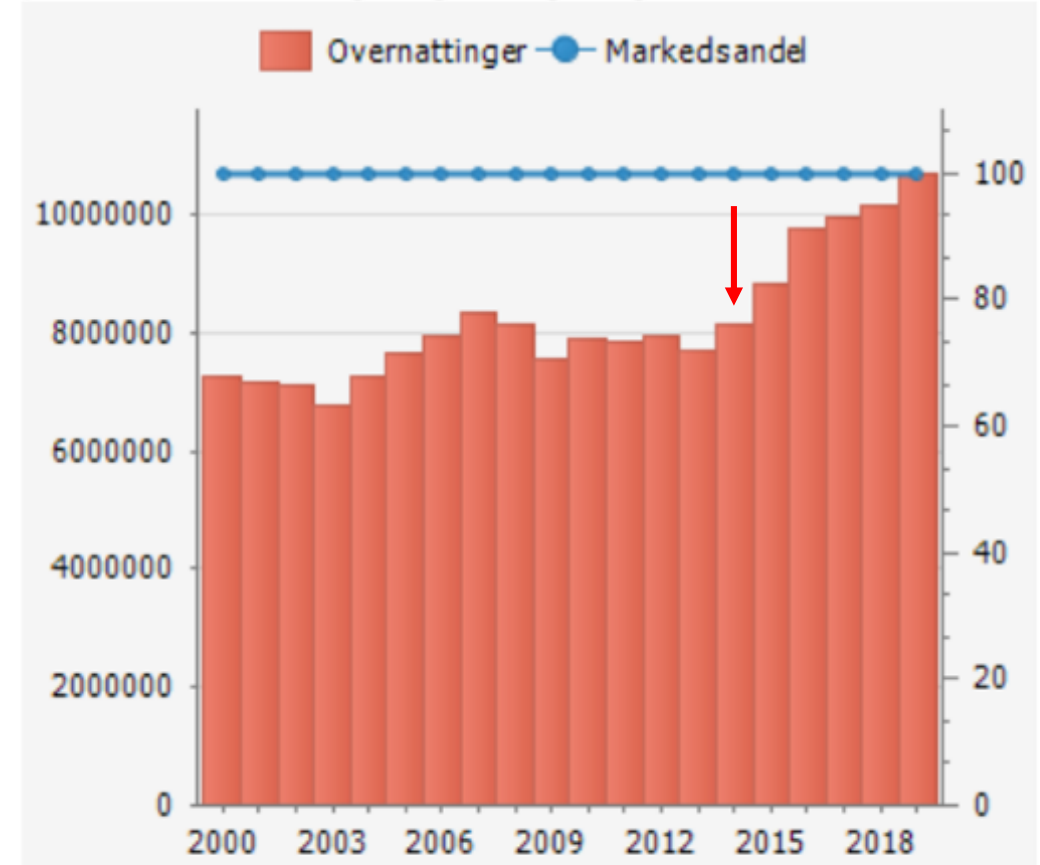
| Millions      | 2017         | 2018         | 2019         | 2020e      | 2021f      | 2022f      | 2023f        | 2024f        |
|---------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|
| <b>World</b>  | <b>1 333</b> | <b>1 408</b> | <b>1 459</b> | <b>400</b> | <b>550</b> | <b>800</b> | <b>1 200</b> | <b>1 400</b> |
| Europe        | 677          | 716          | 744          | 227        | 281        | 406        | 655          | 771          |
| APAC          | 323          | 347          | 361          | 64         | 119        | 178        | 267          | 326          |
| North America | 137          | 142          | 146          | 47         | 71         | 94         | 112          | 136          |
| Africa        | 63           | 68           | 70           | 22         | 27         | 38         | 51           | 63           |
| Middle East   | 58           | 60           | 65           | 17         | 24         | 37         | 49           | 58           |

*Sources: UNWTO, Euler Hermes estimations*

# Utviklingen av NOK er svært viktig for norsk reiseliv sin konkurransekraft



Samlet marked. Antall overnattinger og markedsandel på landsbasis. Valgt region og valgt marked



# Fjord Tours antatt scenario fremover

| 2021                                       | 2022                                                             | 2023                                                      | 2024                                                      |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 15 %<br>av 2019                            | 50 %<br>av 2019                                                  | 75 %<br>av 2019                                           | 95 % +<br>av 2019                                         |
| <b>Hovedmarked</b><br>Norge<br>Vest-Europa | <b>Hovedmarked</b><br>Norge<br>Norden<br>Europa<br>(Asia og USA) | <b>Hovedmarked</b><br>Norden<br>Europa<br>Asia<br>Amerika | <b>Hovedmarked</b><br>Norden<br>Europa<br>Asia<br>Amerika |

# Nylig lansert Nasjonal Reiselivsstrategi - fokus på: «Bring back better»

## Premisser



### Bærekraft

- 10 prinsipper bærekraftig reiseliv
- Klimamål for 2030
- Aktørenes egne innsatser
- Sertifiseringer/merkeordninger
- Kundenenes forventninger



### Digitalisering

- I reiselivet og næringen direkte
- I tilstøtende sektorer (tech, mm)
- I samfunnet generelt

## Mål

Helårig næring som gir lønnsomhet og sysselsetting

Verdiskaping for hele økosystemet (vinn-vinn utvikling)

Bidra til regional og lokal utvikling (samfunnsoppdraget)

Håndteringskapasitet (i alle ledd for den utviklingen som skapes)

- BETYDELIG STØRRE FOKUS PÅ OG KRAV OM ET BÆREKRAFTIG REISELIV
- DIGITALE LØSNINGER OG GLOBAL DISTRIBUSJONSKRAFT ER AVGJØRENDE FOR Å VINNE MARKEDET



“

---

**Tourism will progress through four stages: a crisis period, a pandemic recovery, an economic recovery, and finally a new normal.**

---

”

# Koronakrisen skaper store utfordringer i næringen og usikkerhet i markedet, men åpner også mange nye dører.

## Will the global tourism industry survive coronavirus pandemic?

Millions of jobs at risk as the pandemic upends holiday plans.

[Inside Story](#) 11 May 2020 13:44 GMT [Tourism](#) [Coronavirus pandemic](#) [Health](#) [Business & Economy](#)

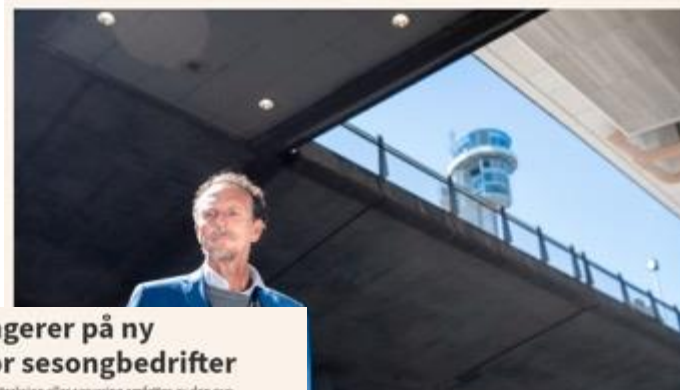


## Alt raknet med corona: Bygda som mistet alt

**VE**  
– Det som skjer nå er så absolutt en katastrofe. Vi har ingen ting. Her er kommunene som er hardest rammet av corona-effekten.

## Avinor: Vil ta år før luftfarten er tilbake til det normale

Avinor tror det vil ta tre til fire år før flytrafikken er tilbake på et normalt nivå. Selskapet har allerede permittert flere hundre ansatte – og om noen måneder vil trolig enda flere stå uten jobb.



## Reiselivet reagerer på ny krisepakke for sesongbedrifter

Hverken overnatting, transport, attraksjon eller servering omfattes av den nye ordningen som skal redde sesongbedrifter. Flere i reiselivsnæringen krever at ordningen utvides og forlenges, men regjeringen ber dem søke støtte på samme måte som andre selskaper.



## Flere enn 6 av 10 reiselivsbedrifter frykter konkurs



# Stor pågang for feriemålene i sommer - fult i Geiranger

*Lydige nordmenn har tatt myndighetenes råd til seg og reiser på norgesferie i sommer. Men trass i stor pågang, er det nedgang hos flere populære destinasjoner.*

## Flåmsbana-eier satser 12 millioner kroner på turisttog på Ofotbanen

En av eierne av Flåmsbana kjøper seg inn i Arctic Train. Nå skal de kopiere turisttogsuksessen på Ofotbanen og lokke utlendinger med spektakulært nordlysshow.

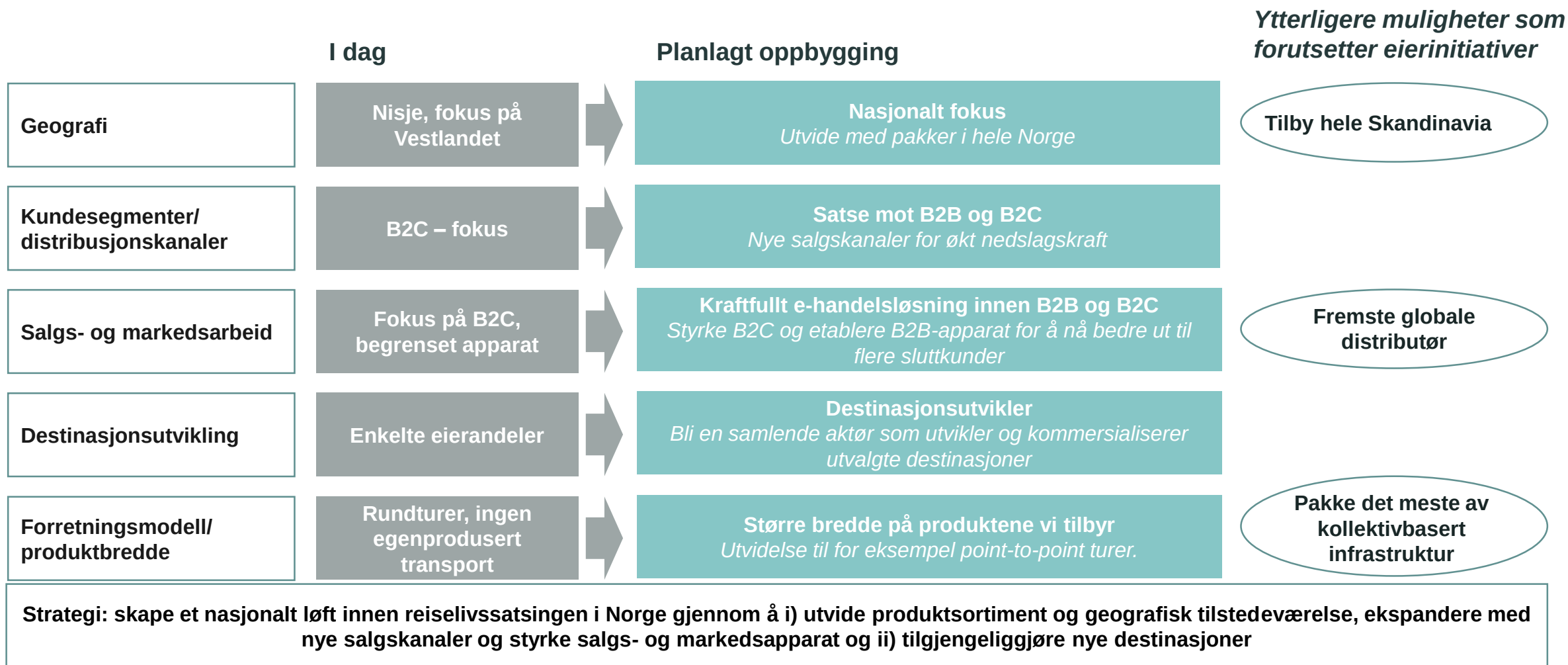


FRA FIORD TIL FJELLS: Turisttoget Arctic Train følger en 42 kilometer lang strekning på Of...

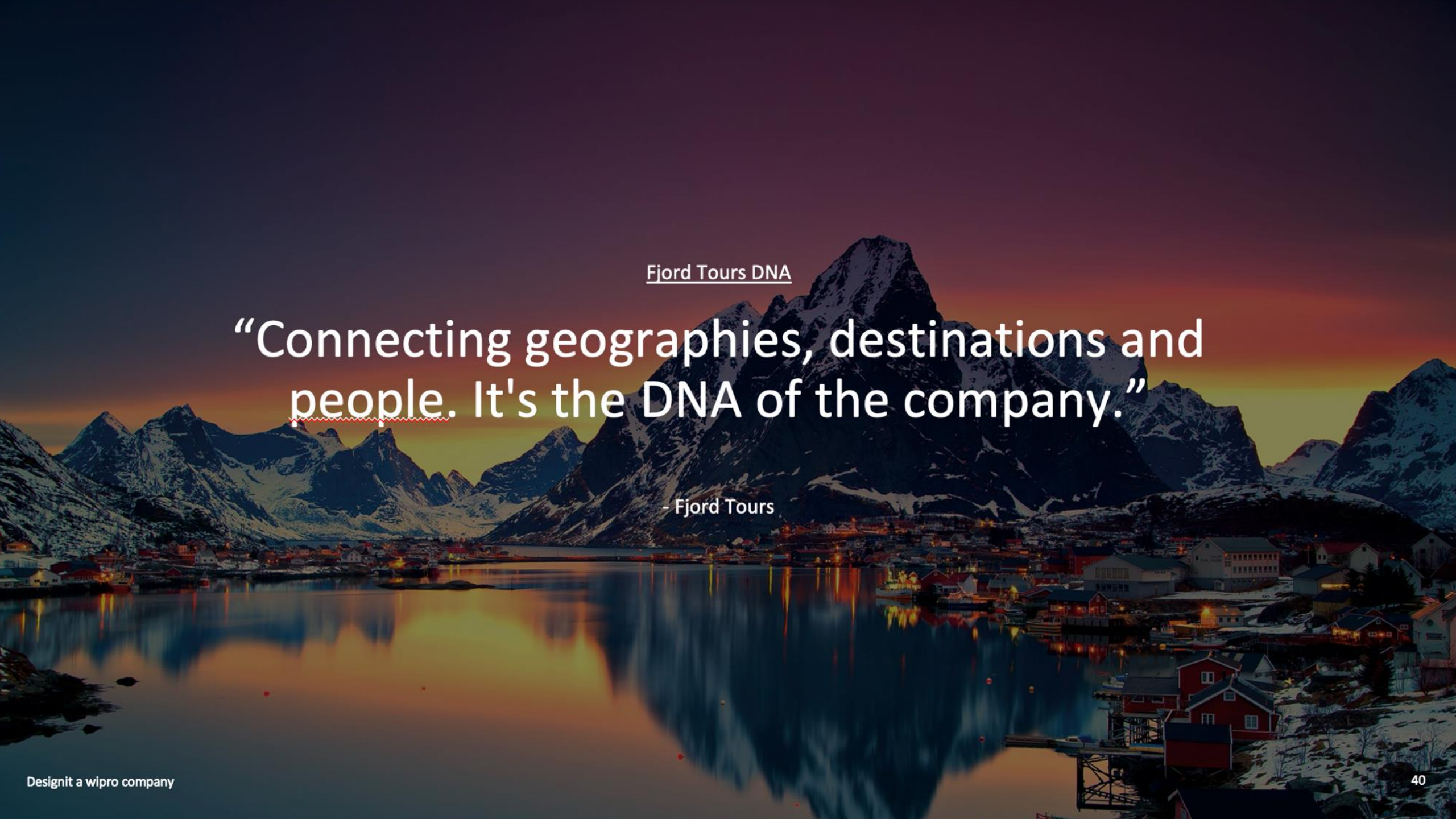
For bedre innsikt i regnskapet

Tripletex brukes av tusenvis av små og store bedrifter og organisasjoner over hele landet.

# Strategien er å bygge videre på suksessen til Fjord Tours, men utvide satsing og virkefelt







Fjord Tours DNA

“Connecting geographies, destinations and  
people. It's the DNA of the company.”

- Fjord Tours



Urban and rural

North and south

New destinations

People and places

# Making Connections.

Bergen and Oslo

Bus and train

Local businesses

History and heritage

Scandinavian culture

Partners and customers

# FT tilgjengeliggjør en rekke destinasjoner i Norge og Sverige, gjennom et omfattende, bookbart transportnettverk for B2C og B2B kunder

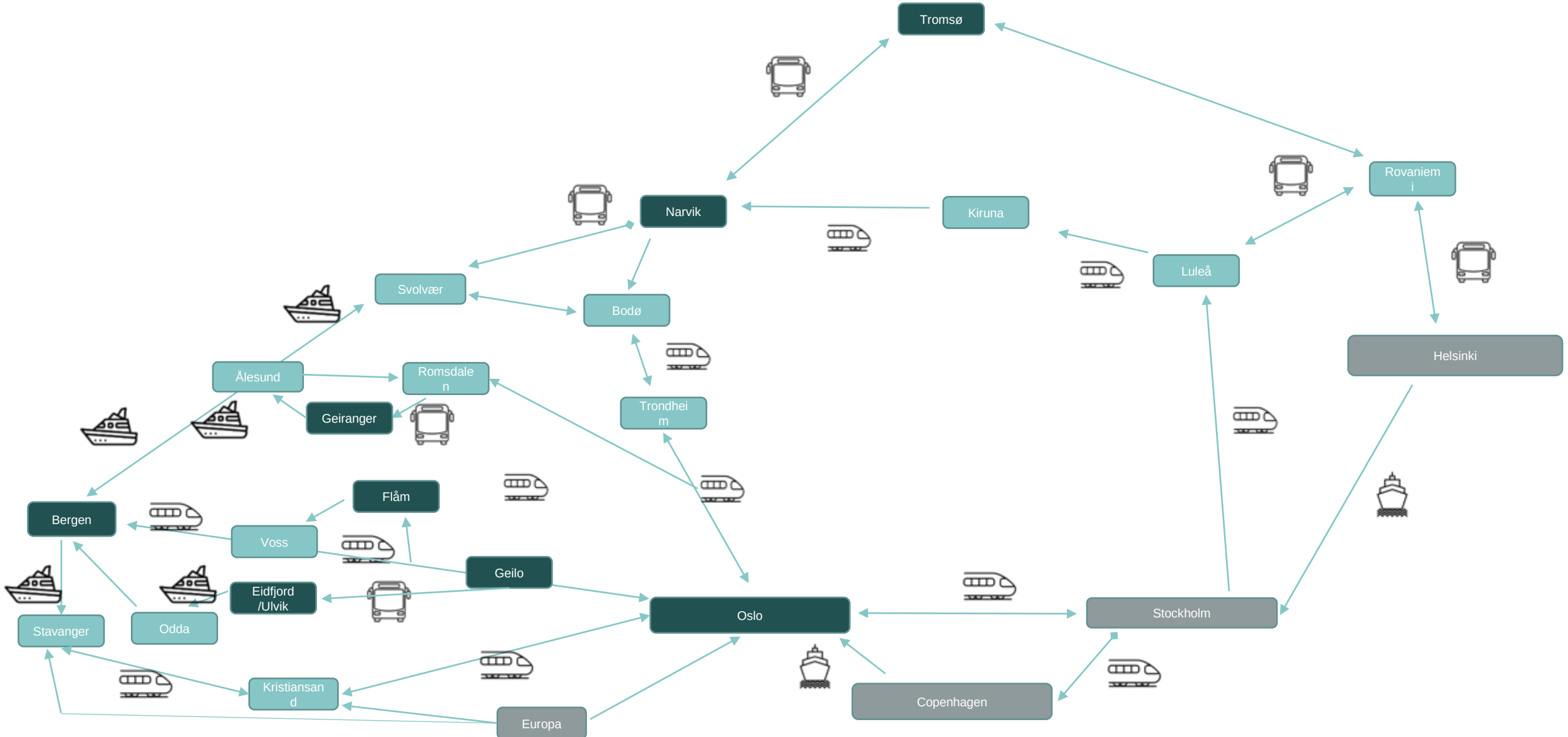
Dagens nettverk bookbart hos FT

Nattåget Stockholm-Narvik

Arctic Route kobler nord-Sverige og nord-Finland sammen med nord-Norge

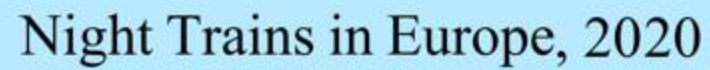


34





DATO: 14.02.2021 / AV: TRYGVE SUNDE KOLDERUP / ESTIMERT LESETID: 3 MIN



Regularly scheduled services of national and open access operators carrying sleeping cars and/or couchette cars. Charter and other occasional services without a regular timetable not shown.

——— Daily up to 5 mg/week.

www.merck.com  
 1-800-451-7237  
 1-800-451-7237  
 1-800-451-7237

Solutions: Page 100 of 100

Source: <http://www.fishbase.org>

<http://www.dailymail.co.uk/you-hug/bright-brains-story>

Copyright © 2006 John Wiley & Sons, Ltd.

These rights are available to all persons who are not U.S. citizens or permanent residents.

- Hamburg
- Amsterdam
- Paris
- Berlin
- til Oslo & Bergen?



I tillegg har våre eiere tilgang til transport og mobilitetsløsninger som kan bygge opp om et bærekraftig reiseliv på destinasjonene:

**Taxi**



100% share in technology company GoMobile AS

Taxi offering in Vy app under development

**On demand buses**



(100% share in technology company GoMobile AS)

Operating on demand services in Bø and Kongsberg, powering on demand services in four counties

More pilots underway

**Autonomous buses**



18% share in Applied Autonomy AS

Two autonomous buses in continuous operation in Kongsberg

More pilots underway

**E-car sharing**

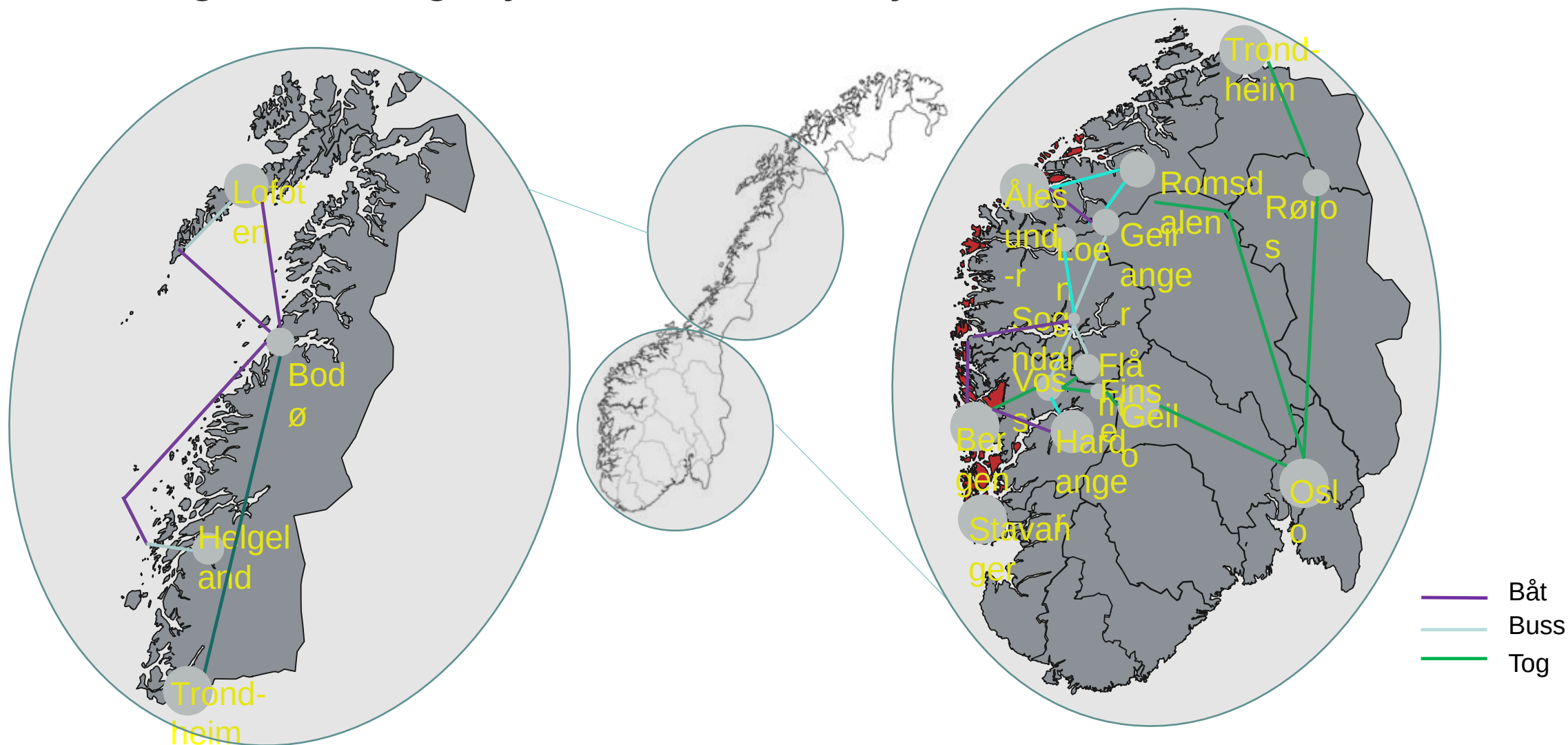


100% share in Din Bybil AS

Service launched in Oslo in January 2019

Expansion under consideration

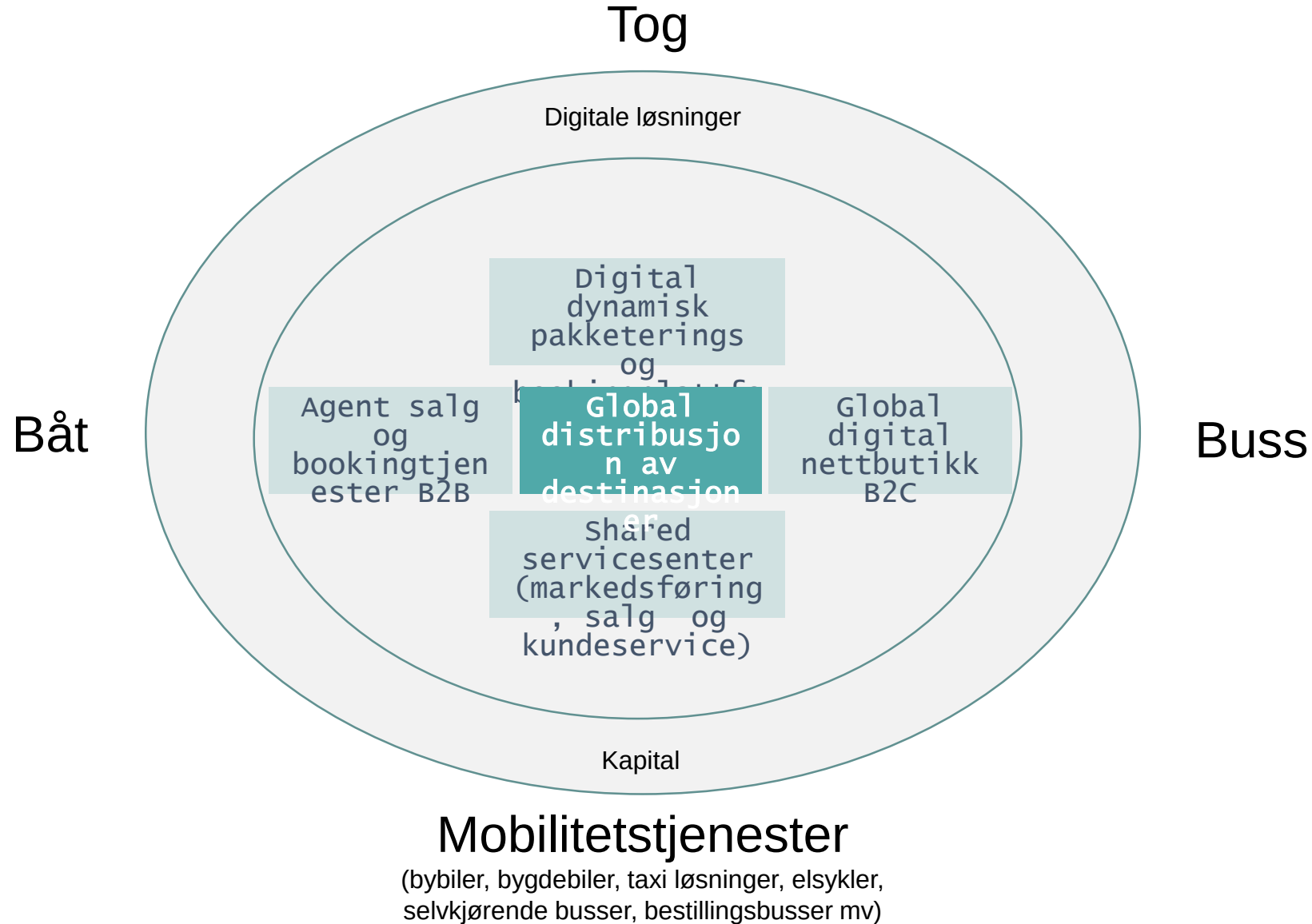
Vi ønsker også å bidra til å tilgjengeliggjøre flere perler gjennom pakker og lokalt engasjement i destinasjoner



Det finnes en lang rekke destinasjoner med stort potensiale i dag – vi ønsker å bruke vår kompetanse, transportnettverk og distribusjonskanal til å tilgjengeliggjøre flere av disse, hele året

# Fjord Tours kan tilby en bred «meny» til destinasjoner.

Vi er opptatt av å utvikle en samarbeidsmodell sammen med destinasjoner som sikrer lokalt eierskap og lokal verdiskapning, samtidig som destinasjonen får tilgang til gode transportkonsepter og et globalt salg og distribusjonssystem.





Den viktigste forutsetningen  
for å lykkes med reiseliv er å  
kunne komme til et reisemål,  
og komme rundt i en  
destinasjon



# Where are you traveling?

*On vacation*

From  
Oslo S



To  
Odda

## When do you want to travel?

Now

Departure

Arrival

Date  
Mon 8. Nov



< Time  
22:58



Search

< March 2022

| Week | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa | Su |
|------|----|----|----|----|----|----|----|
| 9    | 28 | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |
| 10   | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 11   | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 12   | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 13   | 28 | 29 | 30 | 31 | 1  | 2  | 3  |

# Hardangerfjord in a nutshell 01/05 – 30/09 (normal year)

- Start in Bergen, Voss or Oslo
- Add hotels in one or more destinations
- Most popular places to stay overnight are Ulvik, Eidfjord and Lofthus
- Visit local cider farms and trekking the Queen Sonja's trail
- Add activities – Trolltunga Active
- Use the tour as base and make it into a longer holiday!





Vi ønsker å utvikle en helt ny og  
større rundtur struktur i Hardanger  
- hele året



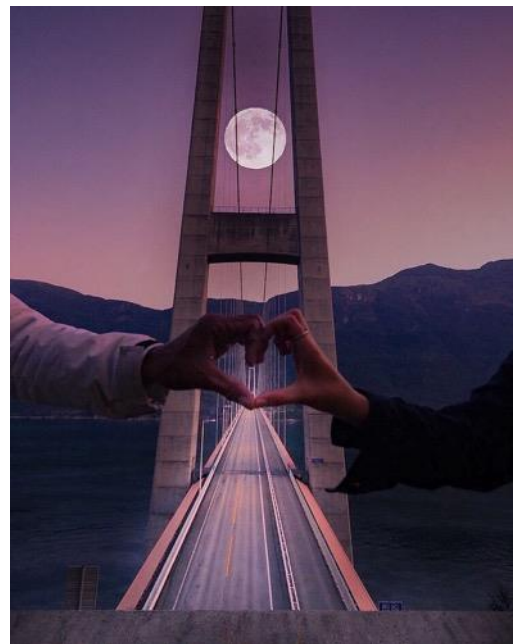
# I Hardanger er det mange attraktive opplevelser (reasons to go).



Cider gårder



Den levende fjorden



Hardangerbroa



Vøringsfossen

Trolltunga



Hardangervidda



Folgefonna

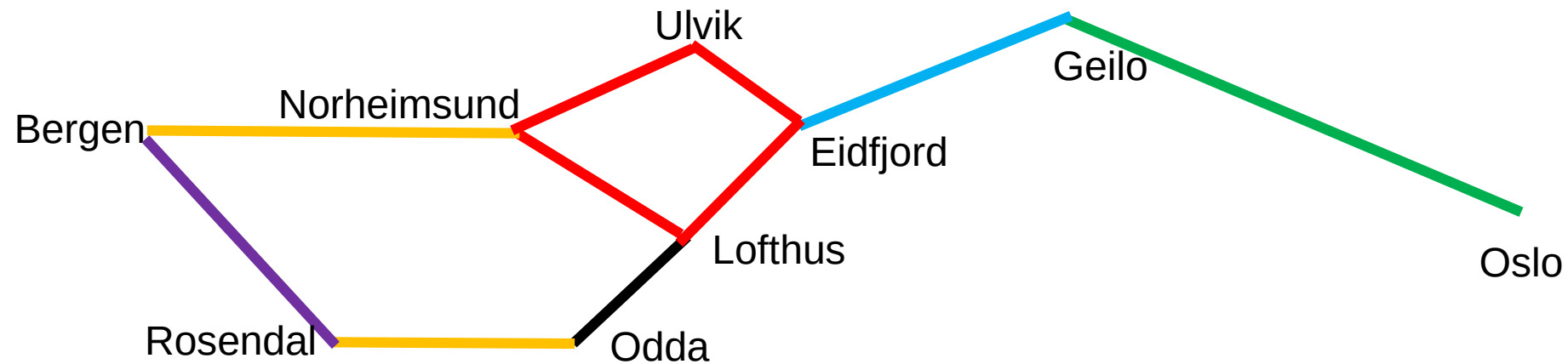




## Viktige premisser for utvikling av ny rundtur i Hardanger

- Rundturen må ha et kommersielt fokus
- Må derfor ta utgangspunkt i attraktive reiselivsikoner som tiltrekker seg ulike målgrupper.
- Både Vøringsfossen og Trolltunga er to slike ikoner, og som treffer ulike målgrupper.
- Den nye rundturen skal

Gjennom å bygge på eller bygge opp infrastruktur i **hele** Hardanger, gjør vi rundturen mer robust med tanke på kommersiell suksess, noe som sikrer større lokal verdiskapning.



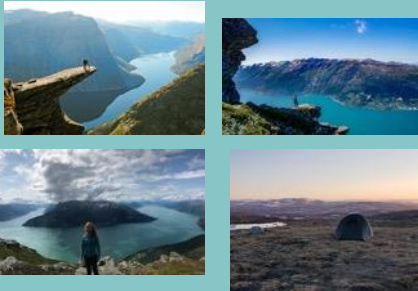
- Rundturen treffer ulike målgrupper
- Rundturen kan tilpasses ulike reisemønstre
- En rundtur som lykkes kommersielt bidrar også til lokal utvikling og verdiskapning i Hardanger.
- Ulvik og Eidfjord kan potensielt bli en attraktiv base med tanke på de gode overnattingsmulighetene, i tillegg til overnatting i Lofthus og Odda



# Ved å bygge en slik «transportinfrastruktur» kan vi utvikle ulike konsepter tilpasset forskjellige målgrupper.

Ulike konsepter tilpasset ulike «mindsett» og ulike målgrupper, kapitaliserer på samme transportinfrastruktur

## Aktive opplevelser



## Naturbaserte «myke» opplevelser



## Sider opplevelser



Eksempelvis:

- Trolltunga
- Dronningstien
- Oksen
- Hardangervidda

Eksempelvis:

- Vøringsfossen
- Kjeåsen
- Agatunet
- Bondhusvatnet

Eksempelvis:

- Siderruta i Ulvik
- Sideropplevelse på Sørfjorden



Hardanger som reisemål kan med fordel presenteres i en mer helhetlig ramme, på samme måte som eksempelvis Toscana (og ikke enkeltsteder) driver turister til Toscana.

Et historisk reisemål med ikoniske fjord, fjell- og natur-opplevelser



Norges fruktkammer, tradisjonsrikt jordbruk med særegen lokal mat



Stort utvalg av aktiviteter og opplevelser som også forener historien om utviklingen av det moderne Norge



En rekke særegne overnattingssteder







# Digital utvikling

# Vi er i gang med betydelige nye investeringer for å videreutvikle vår digitale bookingplattform og bygge ny internasjonal nettbutikk.



## Ny e-handelsløsning

- Ny e-handels plattform for B2C og B2B markedet (nettbutikk)
- Utvikling av ny CRM løsning
- Tilrettelegge plattformen for nye produktkonsept, relevante tilvalgs-produkter, bedre fleksibilitet knyttet til prising mm
- Integrasjon mot destinasjoner og tredjeparts bookingløsninger
- Integrert api-løsning opp mot B2B markedet
- Ny gruppebookingssystem for tog, båt og overnatting fjordtours



## WHY TOURISM MATTERS?



Tourism is more than you imagine

<sup>1</sup> Source: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Source: © UNWTO Barometer 2018 | World Tourism Organization (UNWTO), June 2018



A close-up photograph of a woman with a large, dark, curly afro hairstyle. She is looking out of a window, with her hand resting on the frame. The background is blurred, showing an outdoor scene with trees and a building. The lighting is bright, suggesting daytime.

Å reise er å leve

H.C. Andersen



# MAKING CONNECTIONS

