

Cynllun Rheoli Cyrchfannau 2023-2026

Destination Management Plan 2023-2026

Steve Hopkins

Rheolwr Strategol – Twristiaeth, Marchnata a Digwyddiadau
Strategic Manager – Tourism, Marketing and Events



CRhC 2023-2026: Cyd-destun

DMP 2023-2026: Context

- Gofyniad gan Lywodraeth Cymru
- Catalydd ar gyfer ariannu
- Pwysigrwydd twristiaeth i'r economi leol
- Partneriaeth waith effeithiol
- Yn mynd i'r afael â materion tymor byr a thymor hir
- Addasrwydd strategol
- Welsh Government requirement
- Catalyst for funding
- Importance of tourism to local economy
- Effective working partnership
- Addresses short-term and long-term issues
- Strategic fit



CRhC 2023-2026: Blaenoriaethau Allweddol

DMP 2023-2026: Key Priorities

- Ysgogi ansawdd
- Torri'n rhydd o natur dymhorol
- Annog cynladwyedd
- Gweithio mewn partneriaeth



- Driving Quality
- Breaking Free of Seasonality
- Encouraging Sustainability
- Working in Partnership



CRhC 2023-2026: Canlyniadau

DMP 2023-2026: Outcomes

Canlyniadau

Profiad unigryw ac o ansawdd uchel i ymwelwyr

Cynnig twristiaeth cryfach y tu allan i dymor yr haf

Ymagwedd fwy cynaliadwy tuag at dwristiaeth, yn economaidd ac yn amgylcheddol

Twf a ffyniant i'r economi leol



Outcomes

A distinctive, high-quality visitor experience

A stronger tourism offer outside the summer season

A more sustainable approach to tourism, both economically and environmentally

Growth and prosperity for the local economy

Y Darlun Ehangach

The Bigger Picture

Prosiectau a gwblhawyd

- Arena Abertawe yn ardal newydd Bae Copr
- Parc arfordirol Amy Dillwyn
- Pont dirnod sy'n cysylltu canol y ddinas â'r glannau
- Gwaith gwerth £3m i wella Wind Street yn gyrchfan lletygarwch a hamdden gwyrddach a mwy cyfeillgar i deuluoedd
- Ailgynllunio Ffordd y Brenin gyda mwy o fannau cyhoeddus, gwell llwybrau i gerddwyr a beicwyr
- Agor Distyllfa Penderyn ar safle Gwaith Copr Abertawe



Completed projects:

- Swansea Arena in the new Copr Bay district
- Amy Dillwyn coastal park
- Landmark bridge connecting city centre with waterfront
- £3m improvement of Wind Street into a greener and more family-friendly hospitality and leisure destination
- Redesign of the Kingsway with more public spaces, better pedestrian and cycle routes
- Opening of Penderyn Swansea Copperworks Distillery

Y Darlun Ehangach

The Bigger Picture

Prosiectau sy'n cael eu datblygu ar hyn o bryd:

- Y Storfa
- Theatr y Palace
- Neuadd Albert
- 71/72 Ffordd y Brenin
- Sgwâr y Castell ac amffitheatr Abertawe
- Gwaith Copr yr Hafod Morfa
- Skyline
- Datblygiadau mawr mewn gwestai



Projects in development:

- Y Storfa
- Palace Theatre
- Albert Hall
- 71/72 The Kingsway
- Castle Square and Swansea amphitheatre
- Hafod-Morfa Copperworks
- Skyline
- Major hotel developments

Yr Economi Ymwelwyr yn Abertawe

Visitor Economy in Swansea

Gwerth twristiaeth: STEAM 2022



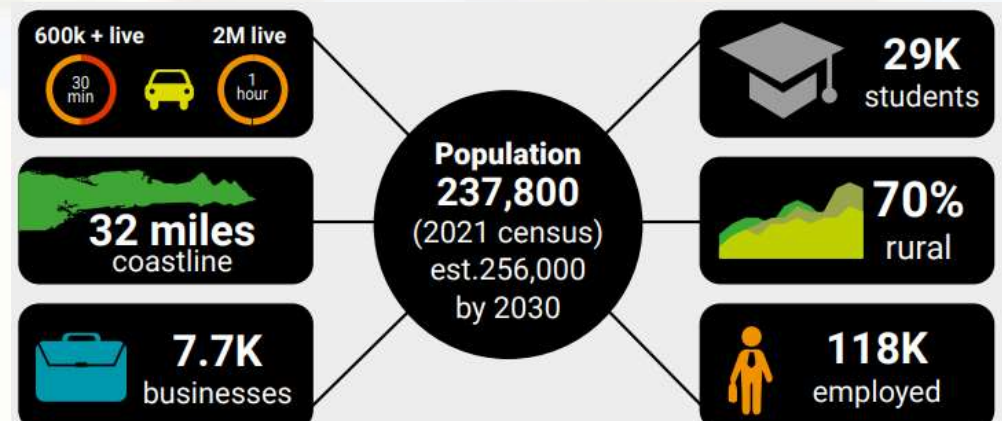
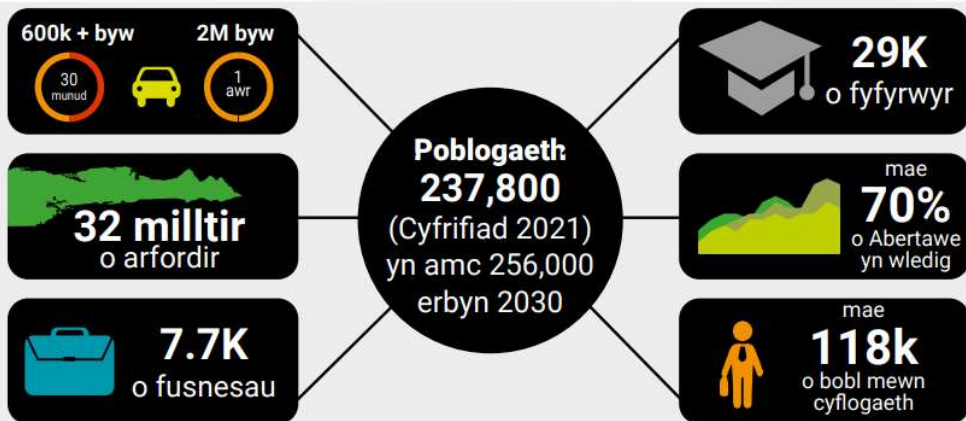
Cyfanswm effaith economaidd twristiaeth:



Value of tourism: STEAM 2022



Total economic impact of tourism:



Arolwg Ymwelwyr 2022

Visitor Survey 2022

Cyplau a theuluoedd o raddau cymdeithasol ABC1 uwch yn bennaf



Mae'r ymwelwyr yn bennaf dros 55 oed, wedi'u dilyn yn agos gan y rheini rhwng 35 a 54 oed

42% Dros 55 oed

37% 35 - 54 oed

Ymwelwyr dros nos

£ 45 y person y noson

Ymwelwyr yn ystod y dydd

£ 29 y person y diwrnod

O ble mae'r ymwelwyr yn dod:

- 47% Rhannau eraill o Gymru**
- 14% y De-orllewin**
- 9% Gorllewin Canolbarth Lloegr**
- 6% Llundain Fwyaf**

74% o ymwelwyr yn dod yn ôl i'r ardal

Yr arfordir, y traethau, y golygfeydd a'r tirwedd yw'r rhesymau pennaf dros ymweld o hyd



Cerdded yw'r gweithgaredd mwyaf poblogaidd

Hyd arhosiad ar gyfartaledd :

4.8 noson

Mainly couples and families from higher ABC1 social grades



Visitors are mainly over 55's followed closely by 35-54

42% over 55 yrs

37% 35 - 54 yrs

Overnight Visitors

£ 45 per person per night

Day Visitors

£ 29 per person per day

Where visitors come from:

- 47% Other parts of Wales**
- 14% South West**
- 9% West Midlands**
- 6% Greater London**

74% repeat visits

The coast, beaches, scenery & landscape remain the key reasons for visiting



Walking most popular activity

Average length of stay:

4.8 nights

Arolwg Ymwelwyr 2022

Visitor Survey 2022



Overnight visitors now account for almost 6 in 10 of all visitors



Visitors placed the highest importance and lowest satisfaction on the availability and cleanliness of public toilets.



Most popular paid for accommodation



Self catering



Hotels



Caravans



96%

recommend a visit



99%

said their visit was 'Very enjoyable or enjoyable'



Mae ymwelwyr dros nos bellach yn cyfrif am bron 6 allan o bob 10 o ymwelwyr



Nododd ymwelwyr eu bod yn bennaf anffodlon ar argaeledd a glanweithdra toiledau cyhoeddus, ac mai hyn yw'r peth pwysicaf i'w wella



Llety mwyaf poblogaidd y telir amdano



Hunanarlwyo



Gwestai



Carafanau



96%

Yn argymhell ymweliad



99%

Wedi dweud eu bod 'wir wedi mwynhau' neu 'wedi mwynhau' eu hymweliad



Arolwg Masnach 2022

Tourism Trade Survey 2022

Mae Tim Twristiaeth Cyngor Abertawe yn dda am roi'r wybodaeth ddiweddaraf i fusnesau

dywedodd **73%**
o bobl eu bod yn teimlo'n
wybodus iawn/weddol wybodus

Perfformiad cyffredinol da yn y diwydiant yn 2022

67% Rhagorol/da

Perfformiad y diwydiant o'i gymharu â 2021

48% Gwell

Adferiad busnes o ran lefelau cyn COVID

51% Wedi'u hadfer yn llawn

31% Bron wedi'u hadfer

Darparwyr Llety

88% Wedi'u hadfer yn llawn/bron wedi'u hadfer

Blaenoriaethau ar gyfer gwella

(wedi'u graddio'n uchel o ran pwysigrwydd ond yn isel o ran perfformiad)



WC



Glendid y strydoedd

Argaeledd a glendid
toiledau cyhoeddus

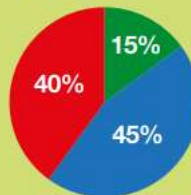
Arwyddion ffordd

Optimistiaeth a rhagolygon ar gyfer 2023

Rhagor o archebion
ymlaen llaw

Yr un lefel

Llai o archebion
ymlaen llaw



Rhagolygon busnes tymor hir

62%

Optimistaidd/
optimistaidd iawn



Swansea Council's Tourism Team is good at keeping businesses informed

73%
very/fairly well
informed

Good overall industry performance in 2022

67% excellent/good

Industry performance compared to 2021

48% better

Business recovery to pre-covid norms

51% fully recovered

31% nearly recovered

Accommodation operators

88% fully/nearly recovered

Priorities for improvement

(rated high in importance but low on performance)



WC



Cleanliness of the streets

Availability & cleanliness
of public toilets

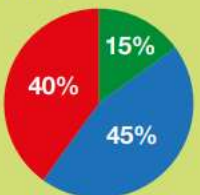
Road signs

Optimism and outlook for 2023

More advanced
bookings

Same level

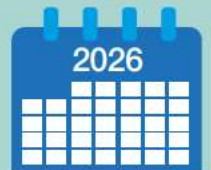
Fewer advanced
bookings



Long-term business prospects

62%

very optimistic/
optimistic



Arolwg Masnach 2022

Tourism Trade Survey 2022



Cyfleoedd i ehangu

 **45%**

Cynlluniau i ehangu yn y dyfodol agos

Materion/Heriau a wynebwyd

Polisiau
Llywodraeth
Cymru

Costau
byw
cynyddol

Caniatâd/
cyfyngiadau
cynllunio

Prinderau
staff

Mynediad
at
gyllid

Natur
dymhorol

Hyder gweithredwyr yng nghynnig y rhanbarth



96%

Yr arfordir/traethau



75%

Golygfeydd/tirwedd

Sut gall y Tîm Twristiaeth helpu

71% Cymorth marchnata/
Pecyn marchnata am ddim

42% Grantiau / cyllid

32% Cyngor ar fusnes

8% Cydgysylltu ag adrannau
eraill y cyngor

Opportunities to expand



45%

have plans to expand in the near future

Issues faced / challenges

Welsh
Government
Policies

Rising
cost of
living

Planning
approval/
restrictions

Staff
shortages

Access
to
finance

Seasonality

Operators confidence in region's offer



96%

coast/beaches



75%

scenery/landscape

How the Tourism Team can help

71% Marketing support/
Free marketing package

42% Grants / Funding

32% Business advice

8% Liaison with other
Council departments



Bae Abertawe
Swansea Bay



Cyngor **Abertawe**
Swansea Council

Astudiaeth Galw am Westai Abertawe 2022

Swansea Hotel Demand Study 2022

CANFYDDIADAU ALLWEDDOL

Ffocws ar

Ganol y Ddinas, SA1 a'r Gwaith Copr

- Gwestai'n perfformio'n dda drwy'r flwyddyn gron ✓
- Galw mawr am hamdden a busnes ✓
- Cyfradd deiliadaeth uchel ✓
- Trawsffurfio canol y ddinas yn sylweddol ✓
- Galw cynyddol ✓
- Marchnad heb ddigon o gyflenwad ✓

ARGYMHELLION

Angen 285 - 355 o ystafelloedd newydd

Mae hyn yn gyfwerth â:

3 gwesty newydd erbyn 2026

+ rhagor o ystafelloedd erbyn 2032



RECOMMENDATIONS

285 - 355 new rooms needed

Equivalent to:

3 new hotels by 2026

+ more rooms by 2032

KEY FINDINGS

Focus on

City Centre, SA1 and Copperworks

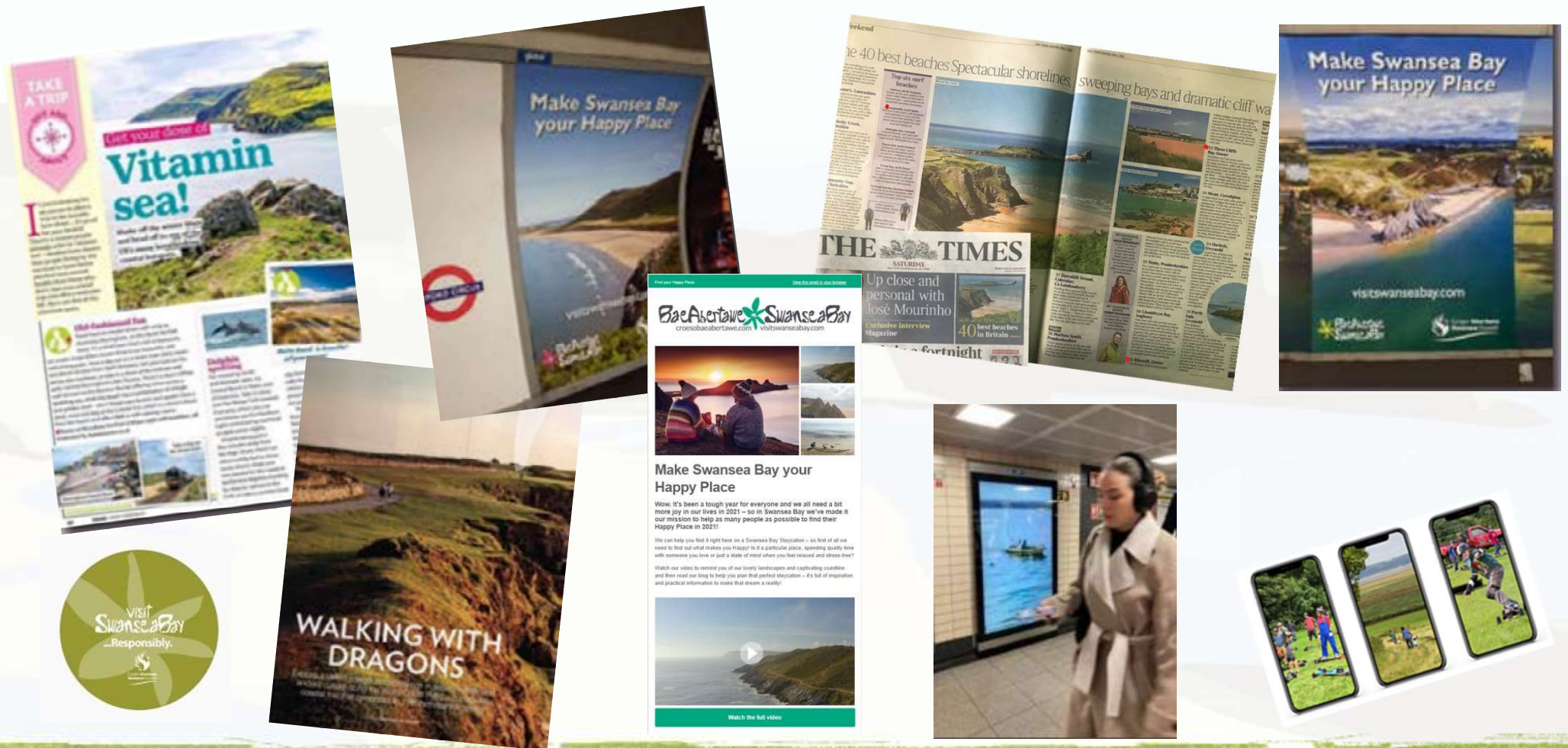
- Hotels performing well all year round ✓
- Strong leisure and business demand ✓
- High occupancy rate ✓
- Major transformation of city centre ✓
- Growing demand ✓
- Undersupplied market ✓

Marchnata Cyrchfannau

Destination Marketing

- 230+ o bartneriaid
 - Ymgyrchoedd marchnata drwy gydol y flwyddyn
 - Facebook, Instagram, TikTok ac YouTube
 - Ymgyrchoedd cyfryngau digidol a sefydlog awyr agored
 - Hysbysebion ar Reilffordd Danddaearol Llundain a fideos ar alw
 - Ymgyrchoedd cysylltiadau cyhoeddus i gyrraedd cynulleidfa newydd
 - Newyddiadurwyr, blogwyr, dylanwadwyr
 - Mae'r holl weithgarwch marchnata'n cael ei fesur i asesu ymgysylltiad a chyrhaeddiad ymgyrchoedd
- 230+ partners
 - Year-round marketing campaigns
 - Facebook, Instagram, TikTok and YouTube
 - Digital and static outdoor media campaigns
 - London Underground and Video on Demand adverts
 - PR campaigns to reach new audience
 - Journalists, bloggers, influencers
 - All marketing activity is measured to assess engagement and reach of campaigns

Marchnata Cyrchfannau Destination Marketing



Digwyddiadau Mawr

Major events

Mae digwyddiadau yn ffordd wych o ysgogi cyrchfan drwy godi ei broffil, denu ymwelwyr ychwanegol a chefnogi'r economi leol drwy gydol y flwyddyn. Gallant hefyd ddenu buddsoddiad busnes tymor hir.



**Sioe Awyr Cymru: 200k o ymwelwyr =
effaith economaidd gwerth £9.7m**

**Airshow: 200k visitors =
£9.7M economic impact (2018)**

Events are a great way to stimulate a destination by raising its profile, bringing in extra visitors and supporting the local economy all year-round. They can also attract long-term business investment.

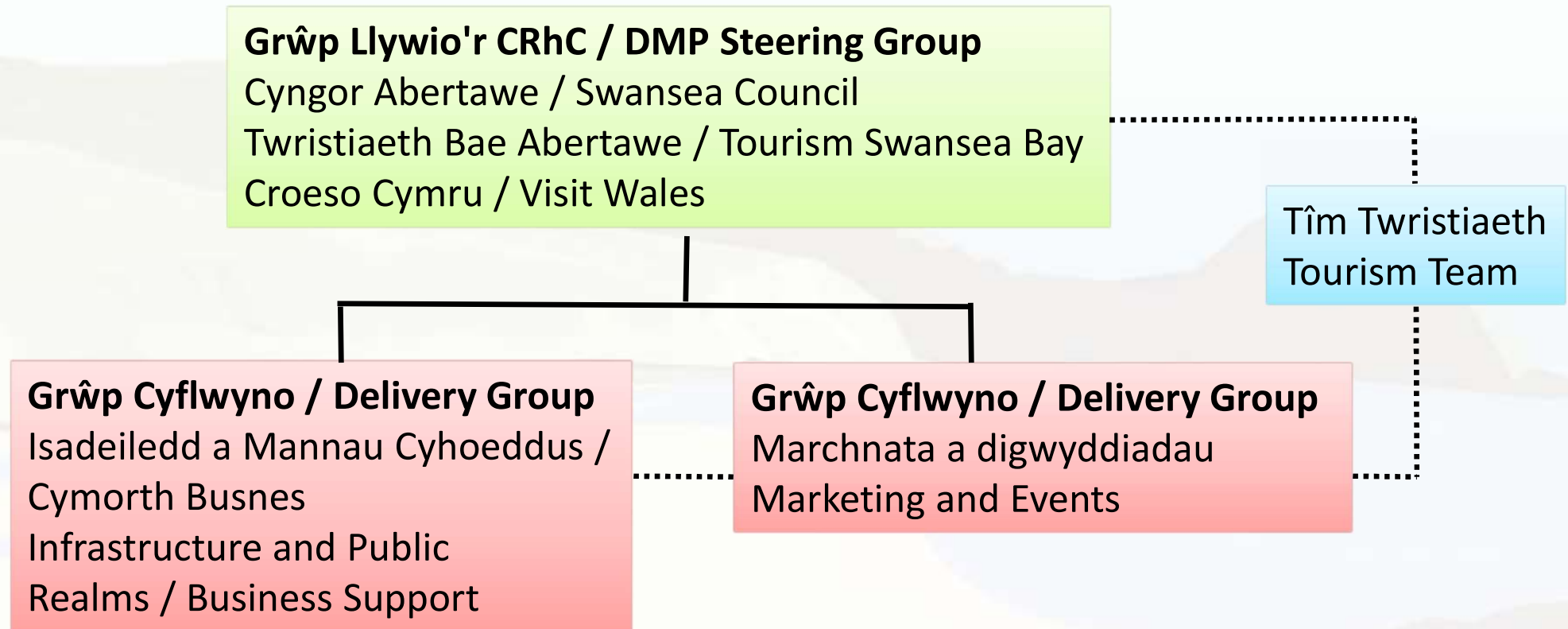


**IronMan: 20K o wylwyr =
effaith economaidd gwerth £2.12m (2022)**

**IronMan: 20K spectators =
£2.12M economic impact (2022)**

CRhC 2023-2026: Strwythur Cyflwyno

DMP 2023-2026: Delivery Structure



Sut beth yw llwyddiant

What success looks like

- Cynnydd yn y gwariant gan ymwelwyr
- Mwy o bobl mewn cyflogaeth
- Ffigurau uwch o ran y defnydd o westai
- Cyfraddau boddhad uchel
- Mwy o ymwelwyr sy'n aros dros nos
- Mwy o bartneriaid ar croesobaeabertawe.com



- Increased visitor spend
- More people in employment
- Higher occupancy figures
- More staying visitors
- High visitor satisfaction rates
- More partners on visitswanseabay.com

Cynllun Rheoli Cyrchfannau 2023-2026

Destination Management Plan 2023-2026

abertawe.gov.uk/dmp
swansea.gov.uk/dmp

Diolch yn fawr
Thank you