



Áherslur Ferðamálastofu við breyttar aðstæður

Helstu áherslur í starfseminni 2009
Ólöf Ýrr Atladóttir, ferðamálastjóri



Yfirlit

- Almennar áherslur 2009
- Uppbygging, þróun og stjórnsýsla
- Markaðsmál
- Aðgerðir Ferðamálastofu í kjölfar breyttra aðstæðna
- Ferð á markaði í nóvember 2008



Almennar áherslur

- Stefnumótunar- og endurskipulagningarferli í gangi
- Heildstæð áætlanagerð
- Aðhald í rekstrarþáttum
- Umhverfisvitund
- Gæði
- Fagmennska
- Samvinna



Uppbygging, þróun og stjórnsýsla

- Tillögur nefndar um skipan ferðamála
- Áherslur í atvinnusköpun
- Einföldun stjórnsýslu
- Landshlutastofur – tengsl við Ferðamálastofu, víðtækt hlutverk
- Samvinna stofnana á sviði uppbyggingar, þróunar og umhverfismála
- Skipuleg aðkoma að öryggismálum – aðkoma í héraði
- Rannsóknir og kannanir



Umhverfis- og gæðamál

- Heildstæð sýn og stefna
- Aukin ráðgjöf
- Skilgreining á grunnþáttum í gæðum og umhverfismálum
- Þróunarverkefni á sviði gæðamála í samvinnu við NMÍ
 - Áframhaldandi samvinna þessara aðila innan byggðaáætlunar
 - Þegar farið af stað með Gáttir, verkefni um menningartengda ferðaþjónustu og verkefni um matartengda ferðaþjónustu.
- Skipuleg uppbygging aðstöðu og aðkomu
 - Samstarf við Umhverfisstofnun
 - Þarfagreining
 - Nýir tekjustofnar
- Svæðisstofur – stefnumótun í héraði
 - Stuðningur Ferðamálastofu, sbr. tillögur nefndar



Markaðsstarf - almennt

- Aukin samræða og samráð
- Þétting samvinnu opinberra aðila sem vinna að markaðsmálum erlendis
- Ímyndarvinna og samþætting áherslna í markaðssetningu á vörum og þjónustu Íslendinga – sbr. Promote Iceland vettvangurinn
- Fjármagn til markaðsstarfs
 - Samstarfsverkefni
 - Á grunni samninga
 - Breiður hópur þátttakenda
 - Auglýst eftir þátttakendum
 - Skilyrði um grunnforsendur
 - Jöfn aðkoma
 - Almenn landkynning
 - Fjöldi samstarfsaðila



Markaðsstarf - Ferðamálastofa

- Heildstæð áætlanagerð á öllum sviðum, m.t.t. markaða og markaðstækja
- Endurskipulagning starfseminnar
- Aukin samræða og samráð milli ferðaþjónustuaðila, svæðisbundinna markaðsstofa og Ferðamálastofu
- Áhersla á nærmarkaði
- Áhersla á PR mál, áframhaldandi vinna að aukinni samvinnu í þeim efnum
- Samlegð við Iceland Naturally og önnur markaðsverkefni sem hið opinbera kemur að.



Markaðsstarf - Ferðamálastofa

- Kynningartól FMS
 - Bæklingur, skipuleg dreifing, samlegð við önnur verkefni
 - Íslandsvefur, endurnýjun
 - FAM ferðir
 - Blaðamannaferðir
 - Kynningarmót
- Nýting vefs sem miðils til upplýsingargjafar, fræðslu og tekjuöflunar
 - Web based learning
 - Gourmet guide o.fl. í þeim dúr
 - Auglýsingar



Viðbrögð við atburðum haustsins

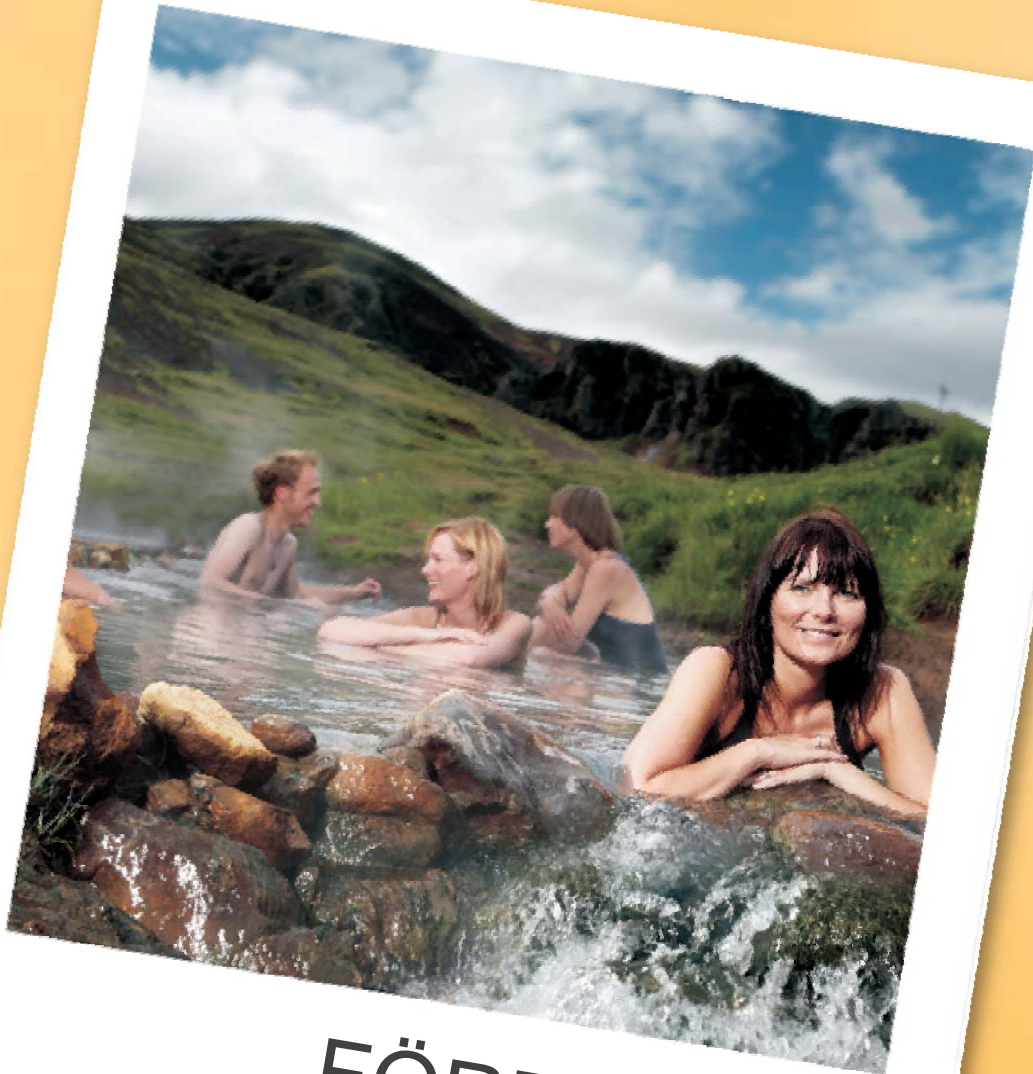
- Áhersla á fjölmiðla (PR) – á öllum mörkuðum
- Átaksfé til markaðsmála á haustdögum
 - 4% fjölgun gesta milli ára í nóvember
- Samvinna við markaðsstofur um land allt í blaðamannaferðum
- Samvinna við Höfuðborgarstofu
- Ferð á markaði í Evrópu til samræðna við söluaðila
- Virk þátttaka í mótun aðgerða hins opinbera í atvinnumálum
- Endurskipulagning starfsemi með hliðsjón af nýjum aðstæðum



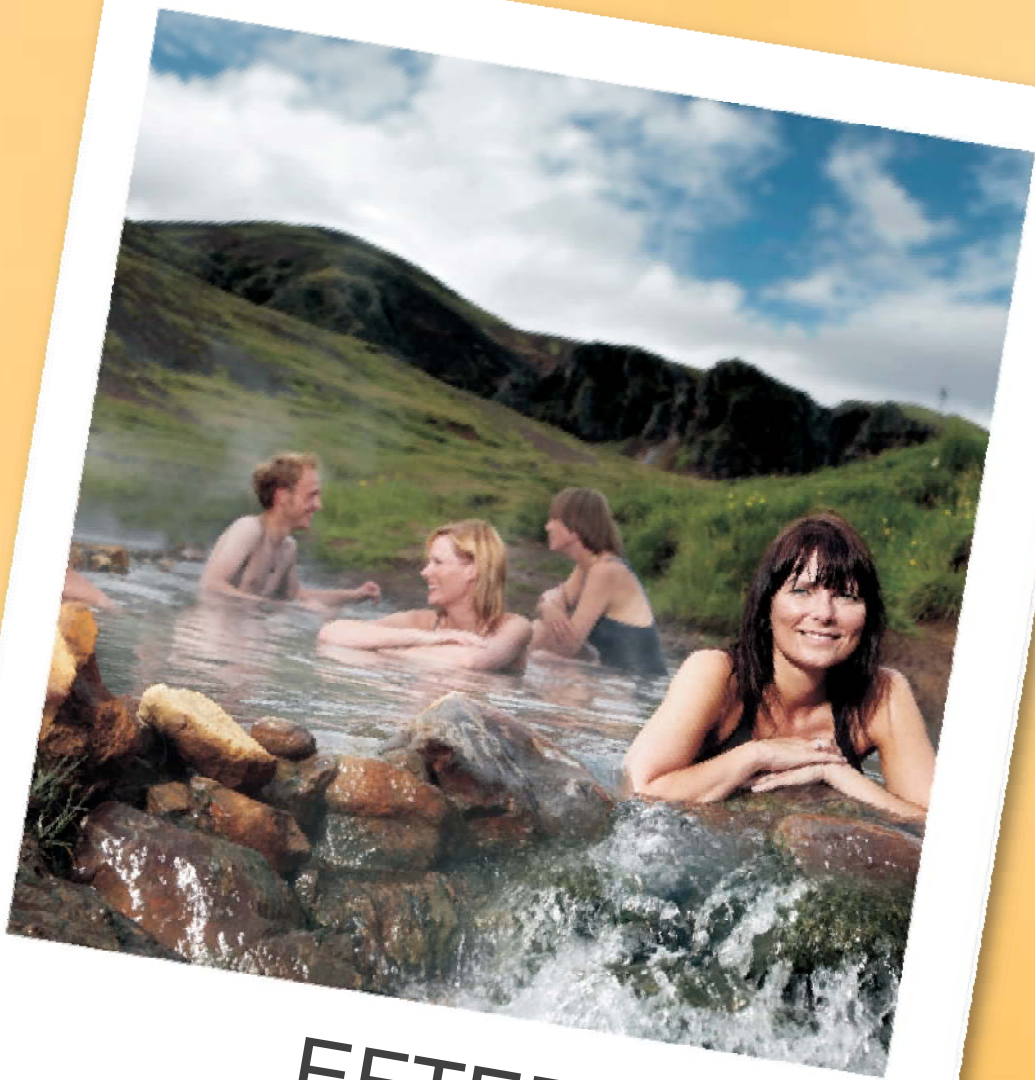
Business as usual – ferð á markaði í nóvember 2009



- Ákveðið að bregðast við sögusögnum og óvissu meðal seljenda á okkar helstu mörkuðum, sem ferðapjónustuaðilar ýmsir upplýstu um
- Ferðamálastofa fékk til liðs við sig Útflutningsráð, utanríkisráðuneyti, Höfuðborgarstofu og SAF
- Öflug samvinna þessara aðila gerði kleift að skipuleggja dagskrá og ferð á tæpum tveimur vikum eftir að farið var af stað.
- Bæklingagerð og kynningarerindi
- Farið til Stokkhólms, Köben, Osló, Frankfurt og Parísar



FÖRE



EFTER

Besök
Iceland

Business
as usual

Island som turistdestination

kommer fortsätta vara lika unikt och

fantastiskt som tidigare.

Business as usual!

- Men Island är ingen vanlig destination. Island är unikt, det har landet alltid varit och Island kommer fortsätta att vara en annorlunda destination.
- Den senaste tidens utveckling visar tydligt styrkan i Islands turismindustri, som en Wall Street Journal artikel påpekar:
 - *“Icelandair has a tradition of turning weaknesses into strengths that could provide valuable lessons to its industry”*. WSJ 14.10.08
- Ett utökat antal flygningar till Island ger våra besökare nya möjligheter. Det kommer fokuseras mycket på att skapa attraktiva erbjudanden till Island framöver.
- Transportbolag kommer fortsätta investera mer av sin marknadsföringsbudget i utländska marknader.
- Island som turistdestination kommer fortsätta vara lika unikt och fantastiskt som tidigare.

Logistiken är på plats



FÖRE



EFTER

Transporter

Flyg, bussar, färjor

Turist service



Hotell

Antalet hotelnätter i Reykjavik har ökat med 75% sedan 2000, främst bland de 4 stjärniga hotellen.

Turist service



FÖRE



EFTER

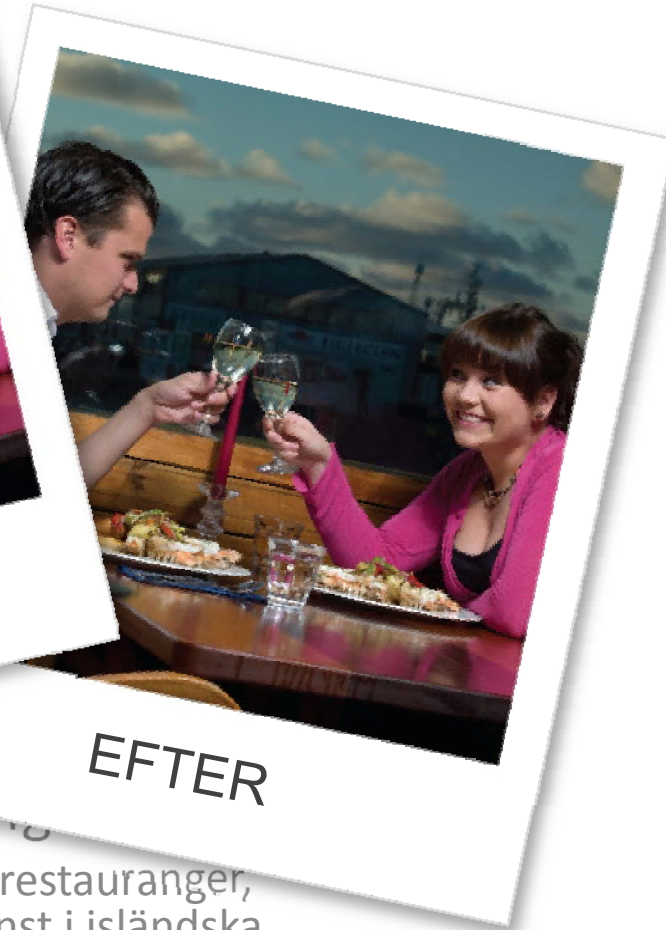
Aktiviteter

Forsränning, valskådning, vandring,
glaciärturer, fiske, ridning, båtturer,
simning

Turist service



FÖRE



EFTER

Utsökta restauranger

Många internationellt erkända restauranger,
som grundar sin matlagningskonst i isländska
organiska råvaror.

Shopping



FÖRE



EFTER

Internationella märken säljes till bra priser, speciellt eftersom skatten kan fås tillbaka vid hemresa.

It's Business
as usual

Möjligheter

- Isländska turismoperatörer är fast beslutna om att satsa på framtiden. Det kommer att innebära nya utmaningar, men även nya möjligheter.
- Den nuvarande situationen på Island förändrar inte turoperatörernas beslutsamhet – det krävs bara mer innovation och entreprenörskap.

Framtida vision

- Islands unika natur som bas för produktutveckling
 - Europas största nationalpark
 - Aktiviteter i nationalparkerna
 - Äventyr
 - Stillsamhet
 - ...och allt där emellan
 - Islands rika historia
 - Sagovandringar
 - Myter och historier
 - Modern kultur
 - Den isländska naturens utmaningar mot befolkningen genom tiden
 - Havet
 - Vildmarken
 - Naturkrafterna
 - Gastronomiska upplevelser
 - Den isländska gourmetguiden

Framtida vision

Miljö

- Nya tillvägagångsätt
- Integrerad vision

Hållbarhet

- Produkter baserade på lokal kultur och miljö

Moderna realiteter

- Reykjavik som en destination
- Konferenser och belöningsresor

Utbildningsresor

- Vatnajökull nationalpark
 - Närhet till biologiska och geologiska fenomen– ett land i skapelse
- Snæfellnes
 - Mystik och historia, samt en levande natur í dialog med samhället
- Thingvellir
 - De skapande krafterna av ett nytt samhälle

Marknadsföring

Vi förutspår

- Ökat tryck på äventyrliga platser
- Nya försäljningsmöjligheter
- En fortsatt strävan efter samarbete
- Närmare samarbete med de existerande marknaderna
- Utveckling av vinterturismen
- Utökning av PR aktiviteter

cultural



Get the idea



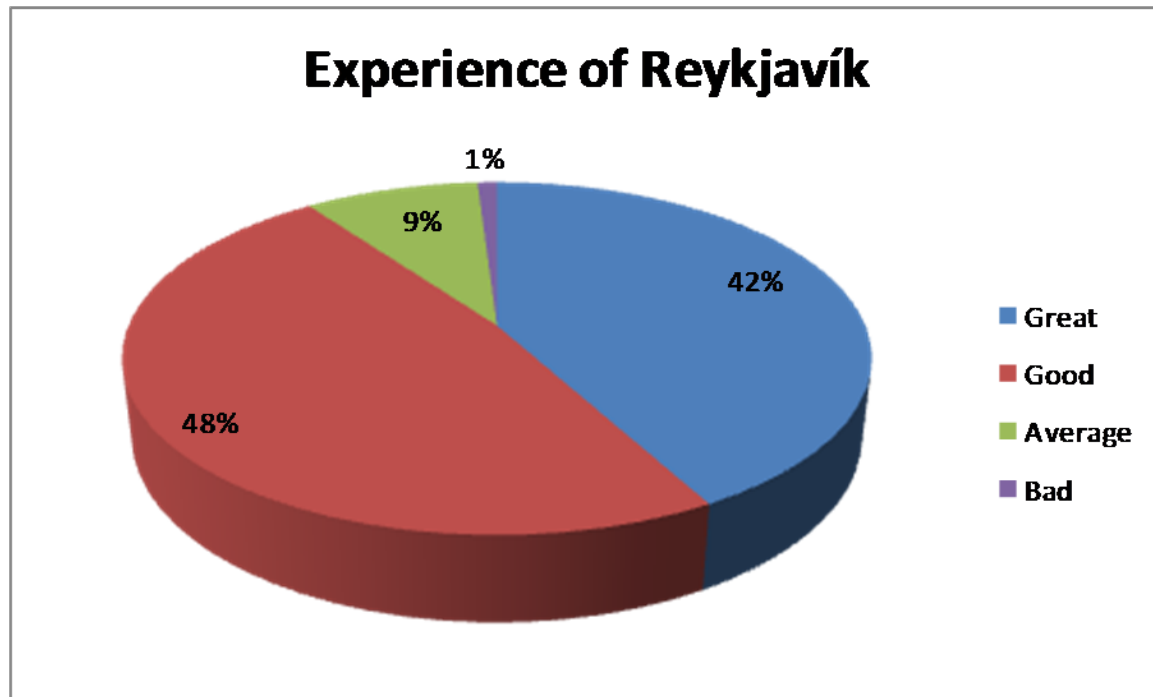
get the idea



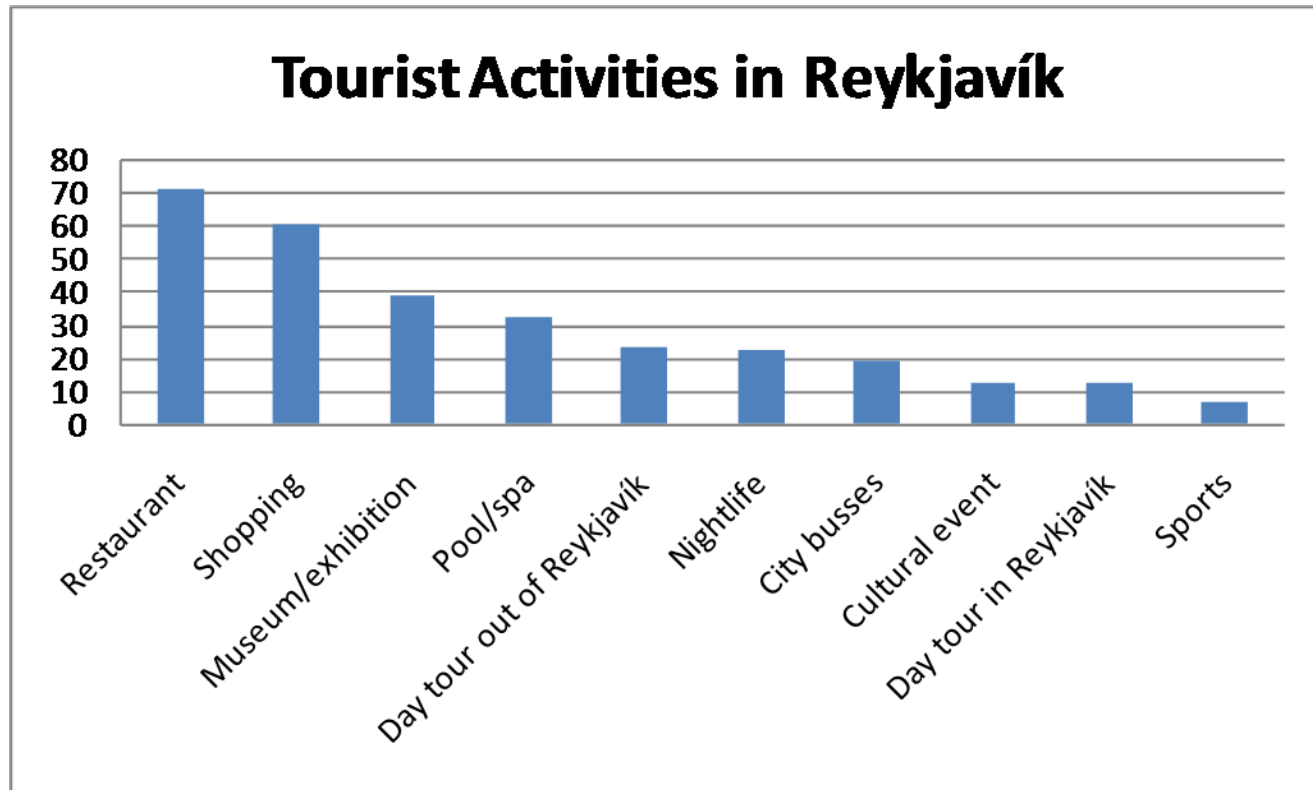
get the idea



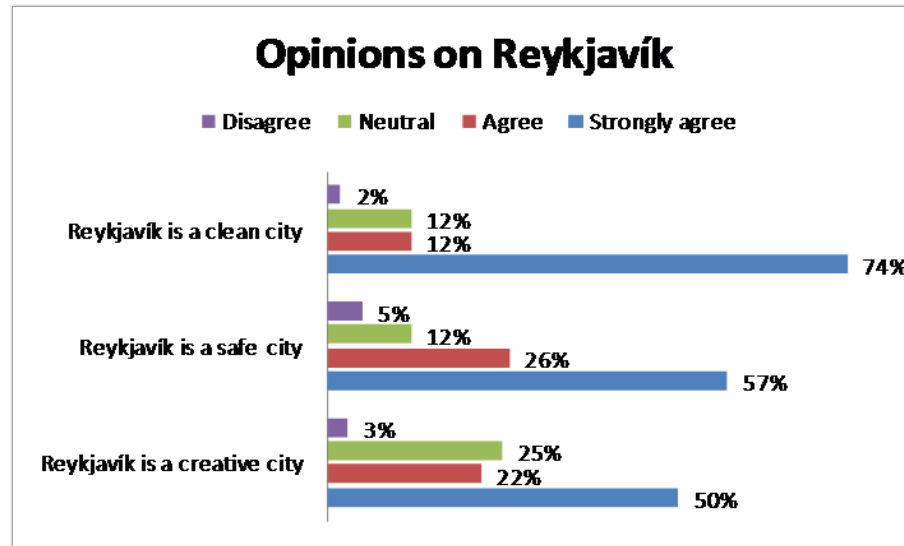
90% of visitors said their experience of Reykjavík was either “good” or “great”



Visiting restaurants, shopping and visiting museums are the most popular activities



Reykjavík is a clean, safe and creative city





Framtíðin

- Heildin stærri en summa hlutanna
- Aðilar út um allt land að eflast
- Tækifæri til þróunar
- Nýlegir atburðir hafa sýnt mikilvægi íslenskrar ferðaþjónustu í efnahagslífi þjóðarinnar

Íslensk ferðaþjónusta mun áfram verða ein burðarstoð íslensks samfélags og mun axla þá ábyrgð með reisu, fagmennsku og framtíðarsýn að vopni