



Vefrit samgönguráðuneytis  
3. útgáfa nóvember 2004



# samferd.is

## Markaðssókn í íslenskri ferðaþjónustu

*Samgönguráðuneytið fer með mál-efni íslenskrar ferðaþjónustu og hefur síðustu ár stórukið aðkomu sína að markaðsmálum greinarnar. Fram að því höfðu kynningarmálin að mestu verið í höndum Ferðamálaráðs og fjölmargra fyrirtækja í atvinnugreininni. Er á engan hallað þegar Flugleiðir eru nefndar sérstaklega í þessu sambandi en fyrirtækið og forverar þess hafa verið í fararbroddi í landkynningu um áratugaskeið.*

*Hér verður vikið að þeim markaðsverkefnum sem ráðuneytið hefur beitt sér fyrir að undanförunu:*

- Á þessu ári varði ráðuneytið 320 milljónum króna til markaðssóknar í íslenskri ferðaþjónustu.
- Samgönguráðuneytið hyggst gera nýjan samning um frekari markaðssókn Íslands í Norður-Ameríku undir merkjum *Iceland Naturally*.
- Ráðuneytið er að kanna möguleika á því að nýta reynsluna af *Iceland Naturally* til að hleypa

sambærilegu verkefni af stökkunum á mikilvægustu markaðssvæðum Íslands í Evrópu.

- Gert er ráð fyrir framhaldi átaksins *Ísland sækjum það heim*, en í ár eru tíu ár síðan samgönguráðuneytið ýtti áttakinu úr vör.

### Markaðssókn í íslenskri ferðaþjónustu

Á þessu ári er varið 320 milljónum króna til markaðssóknar í íslenskri ferðaþjónustu en hún hófst í kjölfar hryðjuverkanna 11. september 2001 en þá var það mat íslenskra stjórnvalda að snúa þyrfti vörn í sókn. Fé þetta er til viðbótar framlögum til Ferðamálaráðs, og ferðamálasamtaka landshlutanna til markaðsmála á erlendum og innlendum vettvangi. Samgönguráðuneytið fól ferðamálastjóra að hafa yfirumsjón með markaðssókninni og hefur fyrirtækjum og sveitarfélögum verið boðið að ganga til samstarfs í markaðs- og kynningarmálum á

árinu. Ekki er um að ræða styrki, heldur fjármagn til sameiginlegra verkefna með Ferðamálaráði Íslands.

Var auglýst eftir samstarfsaðilum á fjórum erlendum markaðssvæðum og farið fram á að framlag samstarfsaðila yrði a.m.k. jafnt framlagi stjórnvalda.

Markaðssvæðin eru Norður-Ameríka, Bretlandseyjar, Norðurlöndin og meginland Evrópu.

Við afgreiðslu umsókna hafa almenn kynningar- og markaðsverkefni, sem hvetja neytendur til Íslandsferða gengið fyrir. Litið er til útbreiðslu þeirra fjölmíðla sem nýta á við kynninguna. Verkefni sem styrkja ferðaþjónustu alls Íslands á heilsársgrunni ganga fyrir enda er lenging ferðamannatímans eitt þeirra meginmarkmiða sem ferðaþjónustan hefur sett sér. Tölur um fjölda ferðamanna til landsins sýna að markaðssóknin virðist vera að skila ágætum árangri og er ljóst að árið 2004 verður enn eitt metárið í íslenskri ferðaþjónustu.



## Iceland Naturally

Á árinu 2000 gerðu samgönguráðuneytið og nokkur íslensk fyrirtæki með sér samkomulag til fimm ára um að bæta og styrkja ímynd Íslands í Norður-Ameríku og auka áhuga á íslenskri ferðaþjónustu og íslenskum vörum. Samkomulagið gengur undir heitinu *Iceland Naturally* og gildir til næstu áramóta. Fyrirtækin sem aðild eiga að samkomulaginu eru Icelandair, ICELANDIC USA, Iceland Seafood Corp., Bændasamtökin, Flugstöð Leifs Eiríkssonar, Ölgerðin Egill Skallagrímsson og 66°norður.

Við upphaf verkefnisins var gerð ítarleg rannsókn á stöðu og möguleikum Íslands á bandarískum markaði og kom í ljós að 89% þekktu engar vörur frá Íslandi og ímyndin var að miklu leyti tengd ís og snjó. Í kjölfarið voru ákveðnir markhópar skilgreindir, en þeir eru útivistarfólk og fólk með háskólaþróf með áhuga á ferðalögum og mikinn kaupmátt. *Iceland Naturally* var síðan valið úr nokkrum slagorðum eftir að leitað hafði verið áhlits hjá hópi fólks.

Til verkefnisins er varið um einni milljón dollara á ári. Framlag ríkisins hefur verið 70% fjárisins, en fyrirtækin hafa lagt fram 30%. Stjórn verkefnisins hefur staðið fyrir auglýsingum, skipulagðri fjölmiðlahefferð, viðburðum og kynningum í einstökum borgum sem og kynningu á einstökum fyrirtækjum í verslunum og á veitingahúsum.

Reglubundnar markaðsrannsóknir hafa síðan verið gerðar til að meta áhrif verkefnisins. Niðurstaða nýjustu rannsóknarinnar, frá því í maí á síðasta ári, sýnir að banda-

rískir neytendur hafa almennt jákvæðara viðhorf til Íslands, eru meðvitaðri um vörur frá Íslandi og mun fleiri en áður hafa áhuga á að ferðast til landsins. Aðstandendur verkefnisins telja þessar niðurstöður gefa vísbendingar um mikil sóknarfæri á bandarískum markaði.

Það er á þeim grunni sem stjórnvöld hyggjast halda þessu samstarfi áfram enda hefur með því skapast framsækinn vettvangur opinberra aðila og útflutningsfyrirtækja.

### Iceland Naturally í Evrópu?

Í ljósi þeirrar reynslu sem fengist hefur með *Iceland Naturally* vestanhafs vill samgönguráðuneytið kanna möguleika á að samskonar verkefni verði hleypt af stokkunum á afmörkuðum markaðssvæðum í Evrópu.

Ráðuneytið leggur áherslu á að beitt verði svipaðri aðferðafræði og í Bandaríkjunum á sínum tíma. Samgönguráðuneytið hefur því sett á laggimar starfshóp sem hefur það verkefni að kanna möguleika á verkefni í Evrópu í anda *Iceland Naturally*.

Starfshópurinn starfar undir forystu samgönguráðuneytis, en auk þess eiga þar sæti fulltrúar Samtaka atvinnulífsins, Þýsk-Íslenska verslunarráðsins, Fransk-Íslenska verslunarráðsins og utanríkisráðuneytis. Starfsmaður hópsins er forstöðumaður Ferðamálaráðs á meginlandi Evrópu en reiknað er með að verði verkefnið að veruleika skuli það vistað hjá Ferðamálaráði, á sama hátt og gert er vestanhafs.

## Ísland sækjum það heim

Ferðaátakið *Ísland sækjum það heim* hóf göngu sína í samgönguráðuneytinu fyrir réttum áratug.

Markmið átaksins er að hvetja Íslendinga til að ferðast um landið sitt og upplifa það með vakandi og forvitnu auga ferðamannsins, með svipuðum hætti og þegar þeir ferðast erlendis. Um leið eru landsmenn hvattir til þess að gefa sér aukinn tíma til slökunar og afþreyingar, kynna sér umhverfi, sögu og menningu þjóðarinnar og njóta þeirrar fjölbreyttu möguleika sem íslensk ferðaþjónusta býður upp á um allt land. *Ísland sækjum það heim* er víðtækt samstarf yfirvalda í íslenskri ferðaþjónustu sem telja sig hafa hagsmuni af ferðalögum Íslendinga um eigið land.

Í upphafi styrktu Olíufélagið hf. og Mjólkursamsalan átakið myndarlega og seinna kom Íslandspóstur. Auk þess hefur hlutur Ríkisútvarpsins og fleiri útvarpsstöðva alla tíð verið mikilvægur. Átakið hefur verið í höndum Ferðamálaráðs undanfarin ár og engin þreytumerki á því að sjá.

Auk þessara markaðsverkefna stendur samgönguráðuneytið fyrir almennri stefnumótun í ferðaþjónustu og fjölmörgum verkefnum sem tengjast uppbyggingu ferðaþjónustu víða um land.

### Vefrit samgönguráðuneytis.

3. tbl. - Nóvember 2004.

Ábm: Ragnhildur Hjaltadóttir

Umsjón: Ingilín Kristmannsdóttir  
ingilin.kristmannsdottir@sam.stjr.is

Veffang samgönguráðuneytis:

[www.samgonguraduneyti.is](http://www.samgonguraduneyti.is)

