

# SNERTIFLETIR ÍSLANDSSTOFU VIÐ FLUGREKENDUR

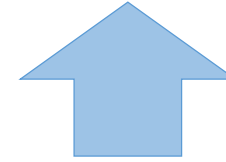
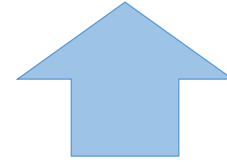
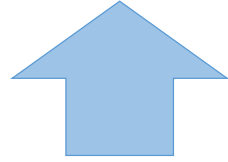
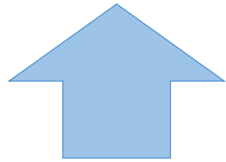
Ingvar Örn Ingvarsson | Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Samgöngufundur á Norðurlandi, 19. nóvember 2015



## Aukning á gjaldeyristekjum þjóðarinnar

Að efla ímynd og orðspor Íslands sem hefur áhrif á áhuga fólks til að eiga hér viðskipti eða sækja landið heim  
Áhersla á náttúru, sjálfbærni, atvinnulíf, fólk og menningu



Greiða fyrir útflutningi vöru og þjónustu

Laða til landsins erlenda ferðamenn

Kynna menningu og skapandi greinar

Laða til landsins erlenda fjárfestingu

- Öflugt kynningar- og markaðsstarf erlendis á sviði útflutnings
- Árangursríkt samstarf við fyrirtæki og stofnanir til að auka samlegð og slagkraft
- Handleiðsla byggð á skilgreindum þörfum
- Efla innlent og erlent tengslanet

- Öflugt kynningar- og markaðsstarf erlendis á sviði ferðaþjónustu
- Jafnari árstíðarsveifla og dreifing um landið
- Bæta viðhorf og vitund um Ísland sem heilsársáfangastað
- Auka meðalneyslu ferðamanna á dag
- Efla innlent og erlent tengslanet

- Áhersla á samstarf innan greinarinnar og með öðrum aðilum um kynningar og markaðsstarf erlendis
- Auka virði menningar og skapandi greina í gjaldeyrisöflun
- Efla innlent og erlent tengslanet

- Öflugt markaðs- og kynningarstarf
- Öflugur vettvangur hagsmunaaðila um fjárfestingarverkefni
- Stuðla að opinberri stefnumörkun
- Efla og nýta styrk og samkeppnishæfni Íslands
- Efla innlent og erlent tengslanet

# MARKMIÐ FYRIR ÍSLENSKA FERÐAÞJÓNUSTU Í MARKAÐSMÁLUM 2014-17

Auka meðalneyslu ferðamanna á Íslandi á hvern dag og auka gjaldeyristekjur Íslenskrar ferðaþjónustu

Draga úr árstíðarsveiflu hvers landshluta og fjölga ferðamönnum til landsins með mismunandi áherslum eftir árstíðum

Að vitund um Ísland sem áfangastað aukist um 2% að meðaltali á erlendum markaðssvæðum á tímabilinu.

Að viðhorf gagnvart Íslandi sem áfangastað batni um 2% að meðaltali á erlendum markaðssvæðum á tímabilinu.

Að viðhorf gagnvart Íslandi sem vetraráfangastað batni um 3% að meðaltali á erlendum markaðssvæðum á tímabilinu.

Að ánægja ferðamanna með för sína til Íslands fari ekki undir 90% að meðaltali. Að auka áhuga að koma að vetri til.

# Lykilmarkaðir

## Neytendamarkaður (B2C) & Viðskiptatengsl (B2B)

Pýskaland, Frakkland, Kanada  
Sviss, Svíþjóð, Noregur, Danmörk,  
Finnland, Bretland og Bandaríkin

## Viðskiptatengsl (B2B)

Spánn, Ítalía, Belgía, Austurríki,  
Holland, Kína, Japan, Rússland,  
Baltíklöndin og Ísrael



# SAMÞÆTT MARKAÐSSETNING



# Hvað er framundan?

## FERÐASÝNINGAR OG VINNUSTOFUR 2016

ÍSLANDSSTOFA  
PROMOTE ICELAND

FERÐASÝNINGAR 2016							
JANÚAR	FEBRÚAR	MARS	APRÍL	MAÍ	SEPTEMBER	OKTÓBER	NÓVEMBER
<b>VAKANTIEBEURS</b> Utrecht 13.-17. jan.		<b>ITB</b> Berlín 9.-13. mars				<b>VESTNORDEN</b> Ísland 4.-6. okt.	<b>WORLD TRAVEL MARKET</b> 7.-10. nóv.
<b>MATKA</b> Helsinki 21.-24. jan.		<b>TUR</b> Gautaborg 17.-20. mars			<b>JATA</b> Tókýó 21.-24. sept.		<b>CITM</b> Sjanghæ 16.-19. nóv.
<b>FITUR</b> Madrid 20.-24. jan.					<b>TOP RESA</b> París 20.-23. sept.		
VINNUSTOFUR 2016							
<b>DUBLIN</b> Í samvinnu við Finnland 26. jan.		<b>USA /KANADA</b> (Washington, Montréal & Boston) 1.-4. mars	<b>FRAKKLAND SVISS/BELGÍA</b> 12.-15. apríl			<b>SPÁNN ÍTALÍA</b> 17.-21. október	<b>KÍNA</b> Chengdu, Chongqing, Wuhan 14.-16. nóv.
<b>LONDON</b> Í samvinnu við Finnland & Eistland 28. jan.			<b>ÞÝSKALAND AUSTURRIKI</b> 18.-20. apríl			<b>USA/KANADA</b> (Seattle, Vancouver, Portland, LA)	
			<b>NORÐURLÖND</b> 25.-29. apríl				

# Hvaða upplýsingar gefum við?



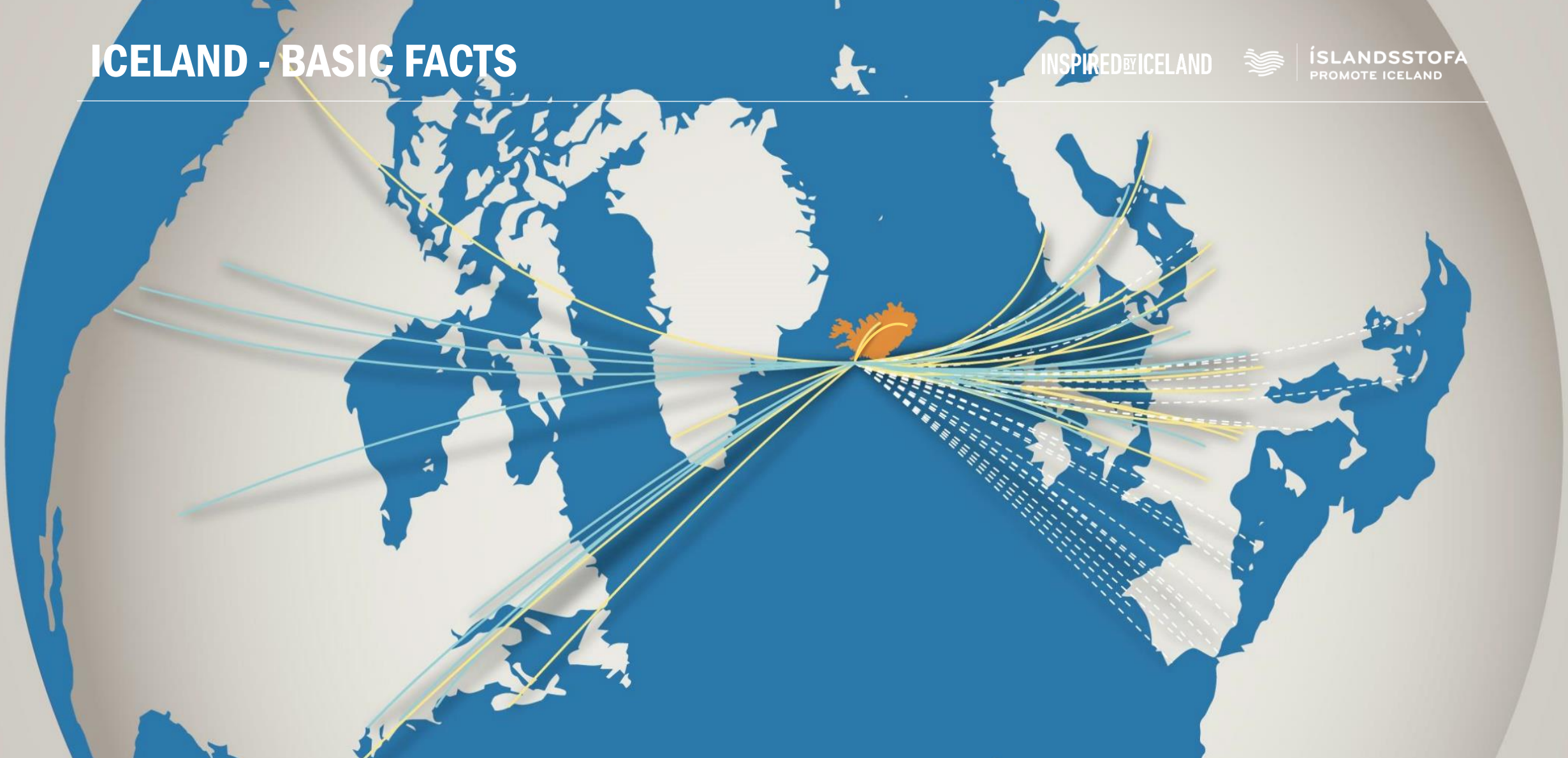


# ICELAND - BASIC FACTS

INSPIRED BY ICELAND



ÍSLANDSSTOFA  
PROMOTE ICELAND



**Land size:**  
103.000 km<sup>2</sup>

**Capital:**  
Reykjavík

**Language:**  
Icelandic

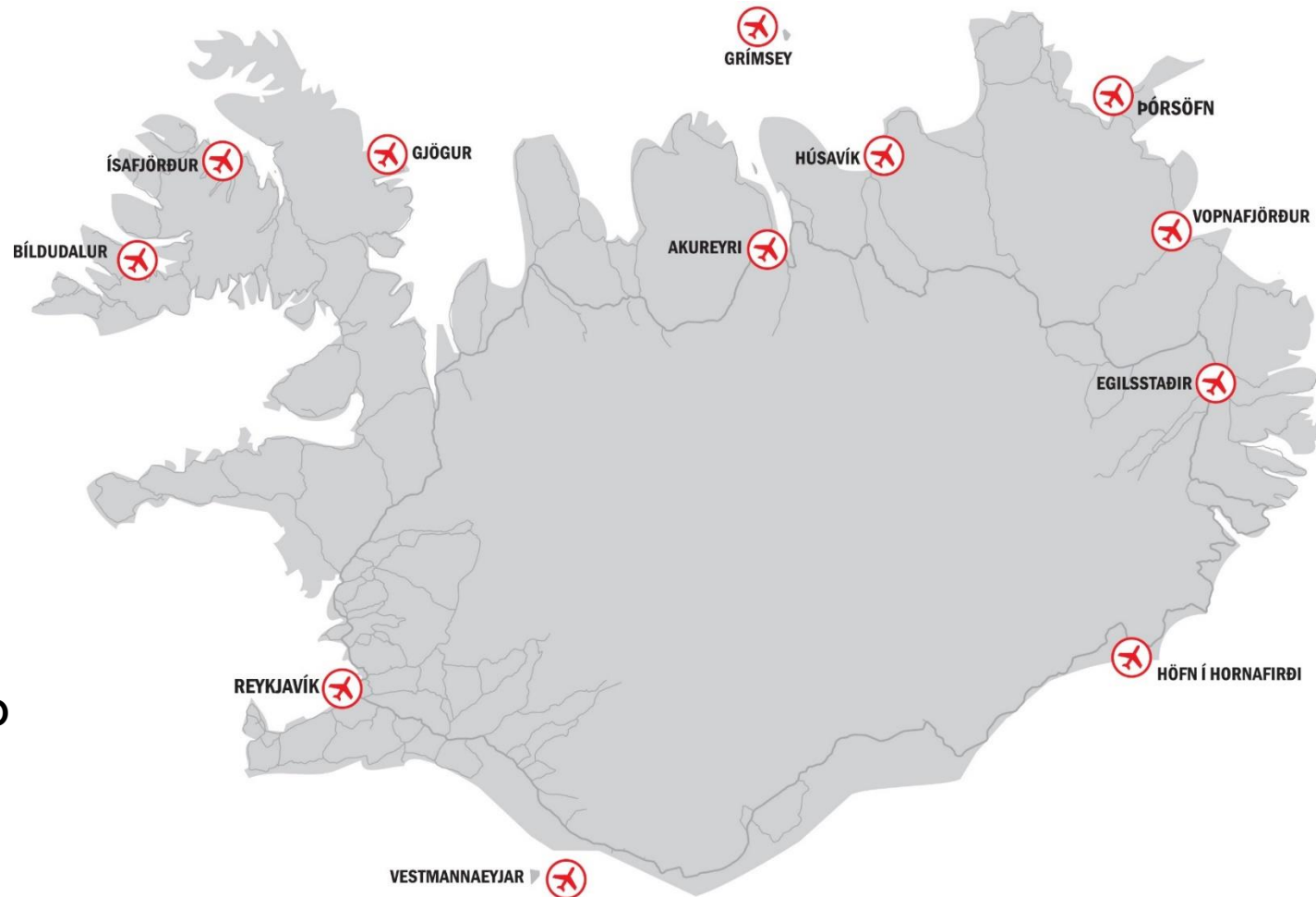
**Currency:**  
The Króna

**Climate, Reykjavík**  
January -0.4 °C /  
July 11.2 °C

**Population:**  
322.000 people  
3,1 inhabitants per km<sup>2</sup>



# DOMESTIC FLIGHTS TO REGIONS ALL YEAR AROUND



WESTFJORDS

WEST ICELAND

REYKJAVIK

REYKJANES

NORTH ICELAND

EAST ICELAND

SOUTH ICELAND

COME AND BE

**INSPIRED**

BY

**ICELAND**

EUROPE 3-5 HOURS  
N. AMERICA 5-7 HOURS

**930 AD**  
OLDEST PARLIAMENT  
IN THE WORLD

103,000 KM<sup>2</sup> (39,756 mi<sup>2</sup>)  
RINGROAD: 1332 KM (828 mi)

**330.000**  
(JUNE 2015)

**JAN 1 – DEC 31**  
THE BEST TIME TO VISIT ICELAND

**ICELANDIC**  
IS THE OFFICIAL LANGUAGE IN ICELAND  
ENGLISH IS WIDELY SPOKEN

**83**  
AVERAGE LIFE EXPECTANCY

**99%**  
ELECTRICITY PRODUCED  
FROM RENEWABLE SOURCES

		☀️ HOURS OF DAYLIGHT		🌡️ TEMPERATURE		🌿 NORTHERN LIGHTS					
January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
☀️ 4	☀️ 7	☀️ 10	☀️ 15	☀️ 18	☀️ 22	☀️ 19	☀️ 16	☀️ 13	☀️ 9	☀️ 6	☀️ 4
🌡️ -1°C 30°F	🌡️ 0°C 32°F	🌡️ 0.3°C 33°F	🌡️ 2.8°C 37°F	🌡️ 6.3°C 43°F	🌡️ 8.9°C 48°F	🌡️ 10.7°C 52°F	🌡️ 10.3°C 50°F	🌡️ 7.5°C 46°F	🌡️ 4.3°C 40°F	🌡️ 1.3°C 35°F	🌡️ -0.1°C 31°F

THE WORD "GEYSER"  
COMES FROM ICELANDIC

**170**  
GEOTHERMAL POOLS

VATNAJÖKULL GLACIER  
COVERS 8% OF THE  
COUNTRY

**Nr.1**  
(GLOBAL PEACE INDEX)

DETTIFOSS IS THE MOST  
POWERFUL WATERFALL  
IN EUROPE

**GMT**

**4.000.000**  
PUFFINS

**REYKJAVÍK**  
UNESCO CITY OF LITERATURE

**460.000**  
SHEEP

**Nr.1**  
GENDER EQUALITY

**80.000**  
HORSES

**LATRABJARG**  
LARGEST BIRD CLIFF IN EUROPE

# WINTER DESTINATIONS AND STATISTICS



## WINTER DESTINATION FLIGHTS

MUNICH

FRANKFURT

BERLIN

Population:

**82,65M People**

Holiday Takers by Age:

**60M People (2013)\***

Possible Iceland Off-Season Travellers:

**700k People**

Real GDP growth

**0.1% (2013)**

GDP per capita

**46.269 USD**

## Iceland's 3rd largest visitor market over the whole year, 4th largest during off season



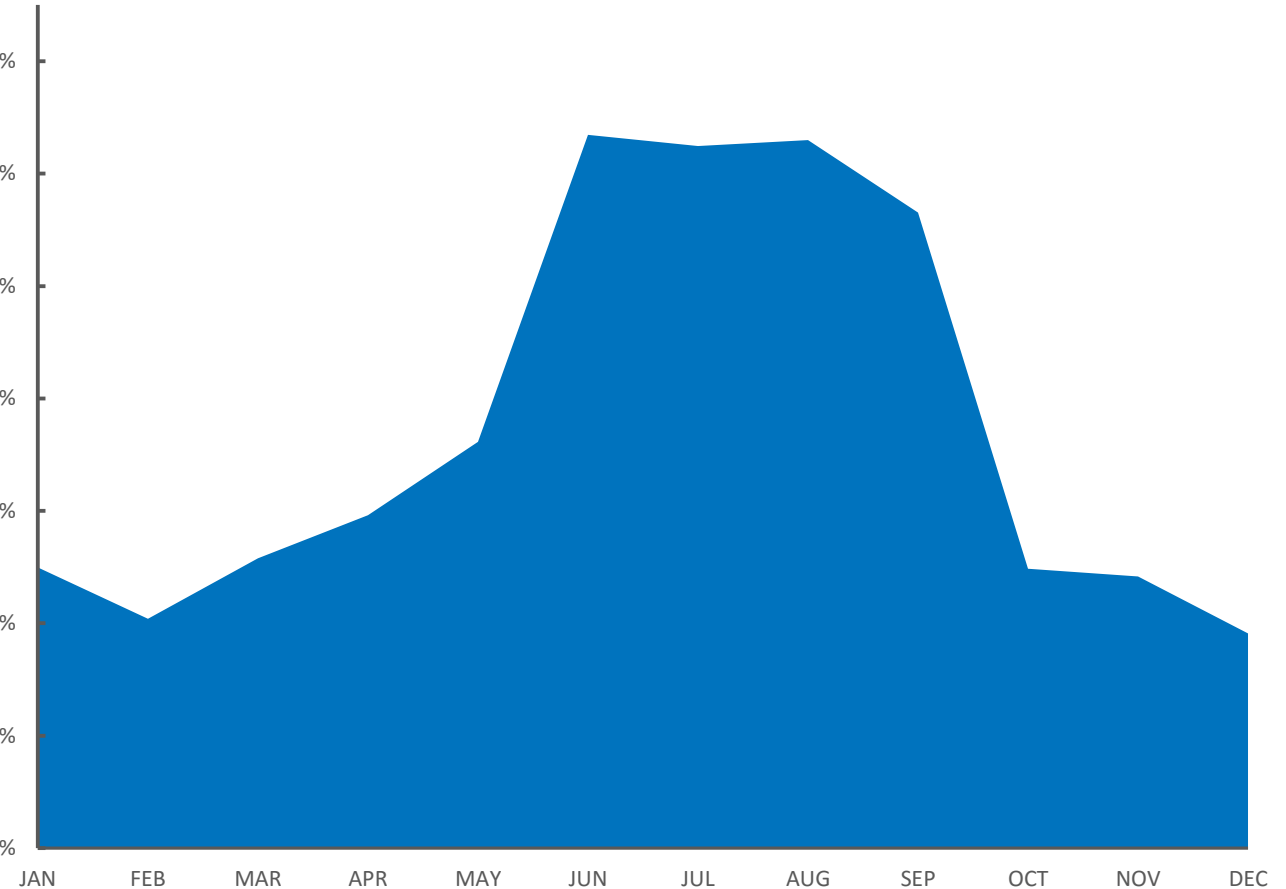
**85.915**  
VISITORS 2014



**112.000 ISK**  
AVERAGE SPEND\*  
(ALL MARKET AVG: 116.000 KR)



**14 NIGHTS**  
AVERAGE STAY DURING OFF SEASON\*\*  
(ALL MARKET AVG: 6 NIGHTS)



**9.604M ISK**  
FOREIGN CARD TURNOVER



**264.239** (13% market share)  
TOTAL HOTEL ROOM NIGHTS 2014

\* INTERNATIONAL VISITOR CREDIT- AND DEBITCARD TURNOVER IN ICELAND \*\* INTERNATIONAL VISITOR SURVEY



# SEASONALITY

44% of all German visitors come in July and August

## COME DURING

**SUMMER: 60%**

(JUNE - AUGUST, ALL MARKET AVG 42,2%)

**WINTER: 15%**

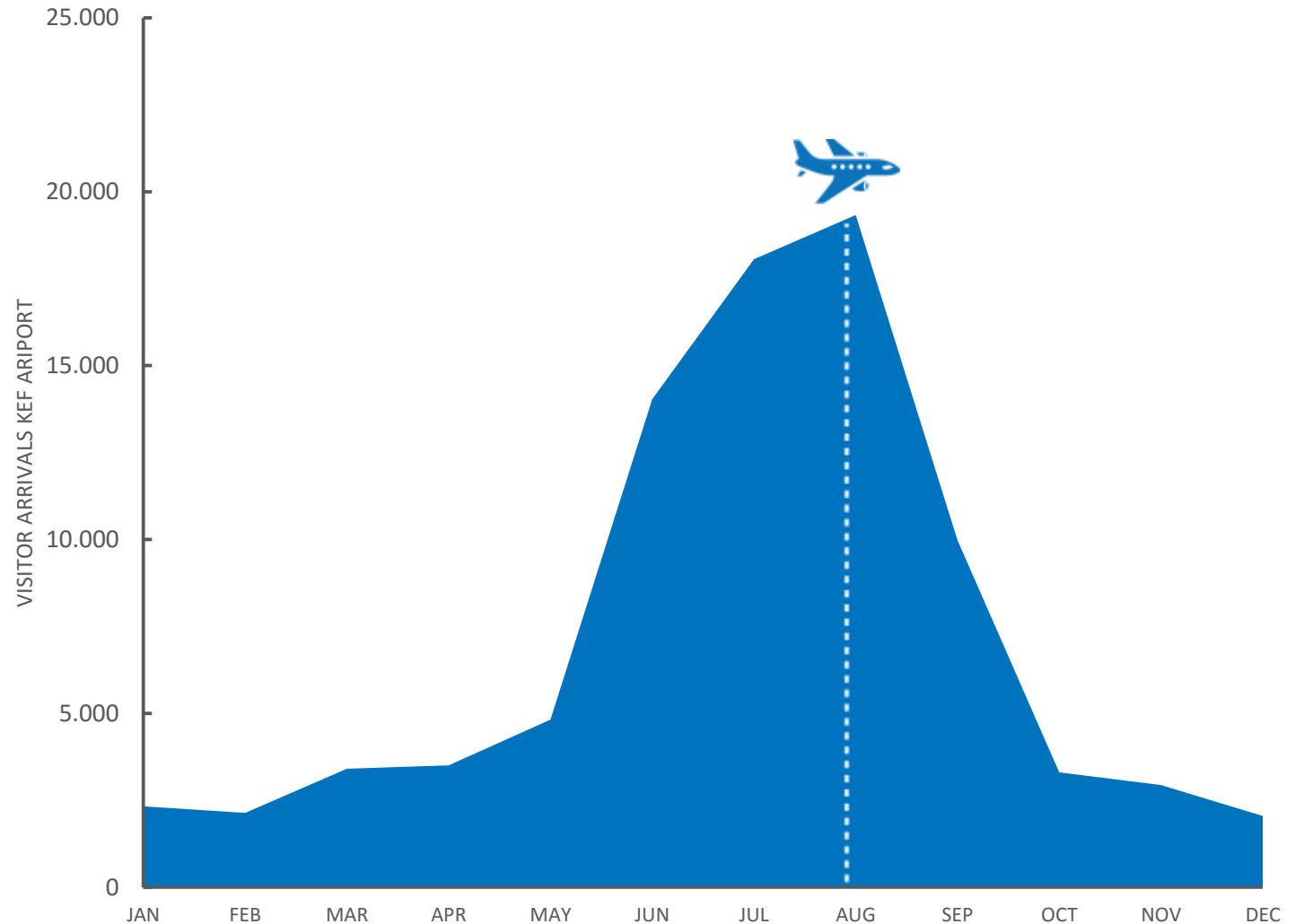
(JAN - MARCH, NOV - DES  
ALL MARKET AVG 28,9%)

**SPRING: 10%**

(APRIL - MAY, ALL MARKET AVG 13%)

**AUTUMN: 15%**

(SEPT - OCT, ALL MARKET AVG 16%)



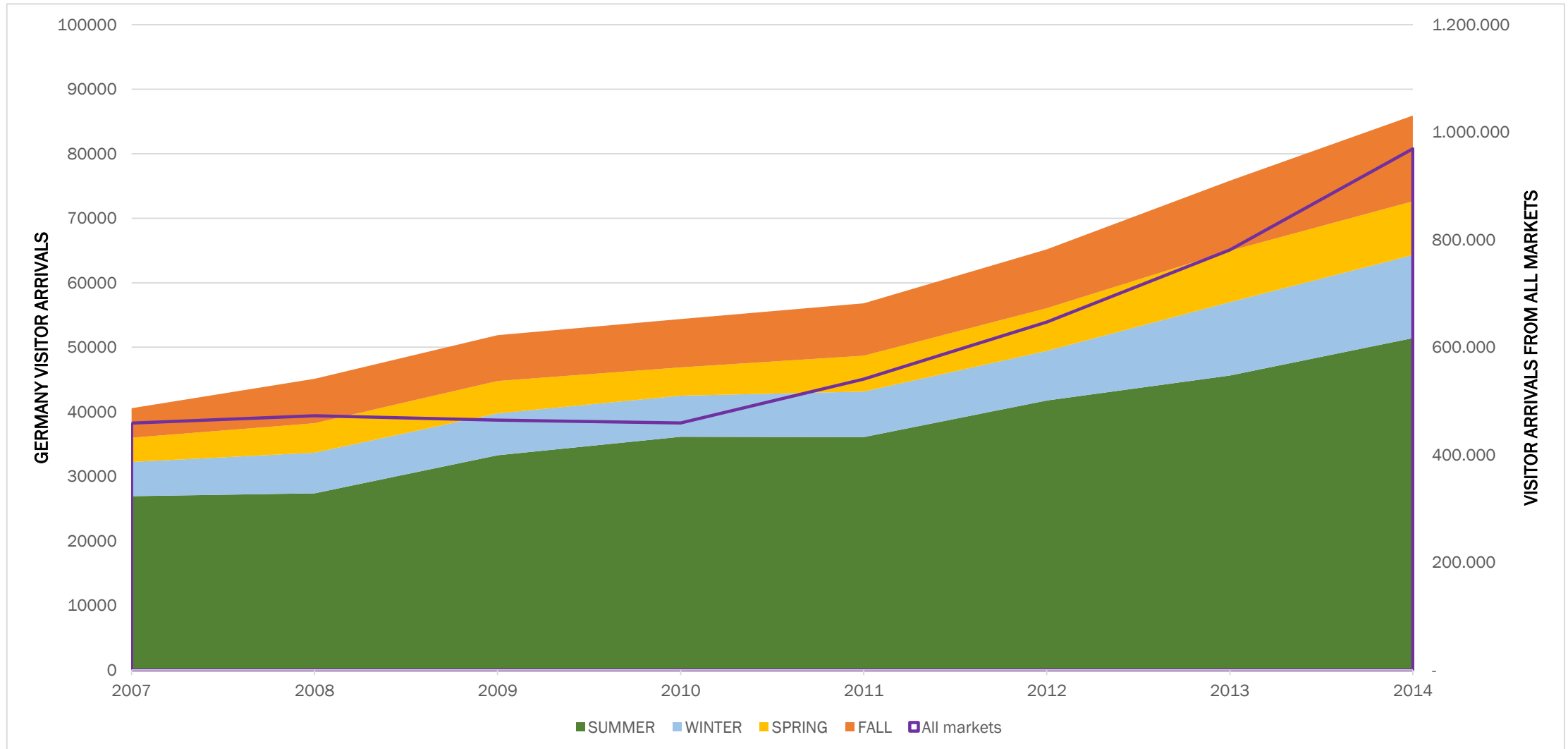
# GERMANY MARKET SNAPSHOT

## ARRIVALS OVER TIME

INSPIRED BY ICELAND



ÍSLANDSSTOFA  
PROMOTE ICELAND



SOURCE: VISITOR ARRIVALS THROUGH KEF AIRPORT

# SNERTIFLETIR ÍSLANDSSTOFU VIÐ FLUGREKENDUR

Spurningar?

