

Fundur ferðamálaráðs 23. febrúar 2006 kl. 14:00 í samgönguráðuneyti

Mættir: EOK, GMS, LBP, SS, PR, DM, MO, HH og IK

1. Samgönguráðherra kom með stutt innlegg í upphafi fundarins en sat ekki fundinn.
2. Formaðurinn setti fundinn og lagði áherslu á að nýtt ráð móti hlutina. Sagði samgönguráðherra binda miklar vonir við að ferðamálaráð nýtist sem ráðgefandi til stórra verka.
3. Ársæll Harðarsson fór yfir glærur um markaðsmál (var sent ráðsmönnum í tölvupósti 24.2.06)
4. Umræður á fundinum voru á þessa leið:

Fjöldi ferðamanna:

Rætt var um þróun fjölda ferðamanna til Íslands. Fram kom að spá gerir ráð fyrir 1 milljón ferðamanna til landsins árið 2015.

Því var velt upp hvort vissa væri fyrir því hve mikill hluti af ferðamönnun t.d. frá Kína, Portúgal og Póllandi væru í raun verkamenn en ekki ferðamenn. Talið mikilvægt að vita þetta.

Markmið og markaðssetning:

Markmið að hingað komi ferðamenn í stuttan tíma sem eyða miklum peningum. Við erum á réttari leið með þetta t.d. komu jafn margir ferðamenn til landsins í október 2005 og í júlí fyrir 10 árum síðan. Þá kom mikill fjöldi ferðamanna frá Þýskalandi í janúar.

Mínnt var á markmið sem sett var 1996 um jöfnun árstíðarsveiflunnar. Í dag er minnst árstíðarsveifla á Íslandi.

Ráðsmenn voru sammála um að mesta áherslu þyrfti að leggja á að markaðssetja landið utan sumartímans.

Varðandi markaðssetningu og auglýsingar á jaðartíma var bent á að margar hindranir væru í sölufurðinu. Dýrt er að markaðssetja jaðartímann og mjög erfitt að fá endursöluaðila til að auglýsa á þeim tíma. Sameiginlegt átak þurfi til – eitt fyrirtæki geti ekki dregið vagninn.

Bent á fýsileika þess að leggja meiri áherslu á ferðir Íslendinga t.d. væru miklir möguleikar bundnir við samræmt vetrarfrí í skólum landsins.

Ráðstefnuþjónusta:

Miklar væntingar varðandi tónlistarhúsið og ráðstefnumiðstöðina sem opnar árið 2009. Mikilvægt að ráðast í markaðssetningu strax. Ríki og borg markaðssetji þetta innanlands sem utan. Fyrirtæki og félagasamtök sem eru í erlendum samskiptum, t.d. jarðfræðingafélagið, getu talað fyrir því að fá ráðstefnur hingað til lands. Þetta þarf að kynna. Áreiti og auglýsingar eru í dag af skornum skammti. Fjöldi ráðstefnugesta sem kemur hingað til lands fer vaxandi. Atvinnulífið kom boltanum af stað, t.d. komu 3500 manns á vegum KBbanka hingað til lands í fyrra.

Ekki mikið hægt að fyrir þær 22 m.kr. á ári sem ætlaður eru til þessarar markaðssetningar.

Upp kom spurning um þörfina á því að markaðssetja ráðstefnuþjónustu sérstaklega. Talið mikilvægt að hafa þetta aðgreint svo hagsmununum sé ekki fórnað.

Talið takmarkað hvað hægt er að skipuleggja ráðstefnu á landsbyggðinni, bæði hvað varðar gistingu og flug á svæðið.

Nýting markaðspeninga og staðsetning skrifstofa.

Rætt var um staðsetningu sérhæfðra skrifstofa t.d. í Frankfurt og Kaupmannahöfn. Er hægt að nýta mæti peningana betur? Í dag fara miklir fjármunir í rekstur skrifstofanna. Ákveðið að taka þetta fyrir á næsta fundi ráðsins.

Þolmörk ferðapjónustu:

Talin ástæða til að rannsaka betur þolmörk ferðapjónustu. Íslensk náttúra er mjög viðkvæm. Hvað þolir landið mikið af ferðamönnum?

Hvað gerist ef mótmæli hefjast um að nóg sé komið af ferðamönnum?

Bent á að hægt sé að stýra umgengi ferðamanna t.d. með aðgangstakmörkunum, reglum um umgengni og gjaldtöku. Tekið var dæmi af Lanzarode en þar er einungis hægt að fara út í hraunið í skipulögðum rútuferðum. Allt selt. Alls staðar seldur aðgangur. Ekkert kostar hér, og auðvitað trekkir það að.

Flestir voru sammála um að rétt væri að skipuleggja dreifingu ferðamanna og hugsanlega að setja reglur en gjaldtaka væri ekki tímabær. Þó var bent á að það væri viðkvæmt hér á landi að setja reglur.

Húsbílar og löggjöf:

Bent á vandamál varðandi húsbíla sem koma með Norrænu, t.d. hvað varðar losun skolps. Hér á landi er heldur ekki til lögreglusamþykkt um hvar slíkir bílar megi leggjast. Bent var á að löggjöf væri um þetta annarsstaðar í Evrópu.

Sameinaðir kraftar í markaðssetningu:

Rætt var um tækifæri sem liggja í meiri samvinnu við sendiráðin, sendiherra, ræðismenn og aðila útflutningsráðs. Aðilar voru sammála um að þetta mæti efla án tilkostnaðar.

Verið er að vinna í þessu t.d. hefur Ferðamálastofa staðiað fyrir kynningum á sendiráðsskrifstofum á síðustu vikum. En þetta má efla enn frekar.

Rætt var um að það væri dýrt fyrir fyrirtækin að vinna með viðskiptapjónustu utanríkisráðuneytisins. Þá var einnig bent á að fyrirtæki með öflugt markaðsstarf eins og Icelandair, vissi miklu meira en starfsmenn VUR.

Visit Europe verkefnið í gangi og mikill vilji til að efla samstarf við erlenda aðila. Kostar ekki mikla peninga heldur vinnu. Nýta og efla netin sem fyrir eru til að styrkja innviði því þá erum við betur í stakk búin til að taka á móti fleiri ferðamönnum.

Fjölmörg tækifæri sem liggja í samstarfi, t.d. Norðurljósaverkefnið sem hefur burði til að efla ferðapjónustu á landsvísu.

Ferðamálastofa og samstarf.

Formaðurinn bað ráðsmenn um að segja frá samstarfi við Ferðamálastofu, hvað væri vel gert og hvað mætti betur fara.

Flestir voru sammála um að samstarf við Ferðamálastofu væri gott en að fjármunir sem stofnunin hefðu úr að spila væru allt of litlir. Bent var að að samkeppnislöndin, t.d. Finnland og Noregur settu 10-15 sinnum meira fé til ferðamála en Ísland.

Formaðurinn benti á að jafnvel þó að framlögin yrðu fjórfölduð yrðu framlögin lítil í samanburði við framlög annarra þjóða.

Króna á móti krónu verkefnið þótti takast mjög vel (minniblað um verkefnið var afhent í lok fundarins)

Bent var á að efla mætti nýsköpun hjá Ferðamálastofu og að miklar væntingar væru til Ferðamálastofu.

Rætt var um mikilvægi þess að starfsmenn Ferðamálastofu fari um landið og utan lands og kynni það sem verið er að gera. Það sé klassísk lumma að Ferðamálastofa sé ekki að gera neitt og að stofnunin geri allt vitlaust. Ímynd stofnunarinnar verði að bæta.

Gjaldeyrstekjur af ferðamönnum.

Bent var á að skilgreina þyrfti betur það sem liggur að baki gjaldeyrstekjum af ferðamönnum. Reiknast fjármunir sem renna til ríkissjóðs af bensíni bílaleigubíla, sem ferðamenn taka á leigu, til gjaldeyrstekna? Hvað með gjaldeyrstekjur af kaupum útlendinga á veitingastöðum?

Stefnumótun:

Allir voru sammála um mikilvægi stefnumótunar. Bent á að greinin væri mjög stefnulaus eins og aðrar ungar atvinnugreinar. Talið að fræðslu vantaði í greinina.

Rætt var um að það væri verkefni ferðamálaráðs og vera stefnumótandi hvað varðar Höfuðborgarstofu, Ferðamálastofu, Ráðstefnumiðstöð Íslands o.fl Allir vinni að sömu markmiðum, ímyndin sé eins.

Nýir markaðir:

Bent á að vinna þurfi nýja markaði. Of mikið sé horft til þroskaðra markaðar. Í dag er hægt að hoppa í flugvél hvenær sem er ársins og fljúga nánast hvert sem er.

Væntingar og gullgrafarastemning:

Í dag eru ferðapjónustuaðilar 150 talsins og gistirými um 4000. Ennþá er gullgrafarastemning til að fara út í ferðamennsku. Margt hefur þó breyst á síðstliðnum árum. Í dag er fólk ekki hvatt eins til að fara út í ferðamennsku eins og fyrir 7 árum síðan. Alla nýsköpun vantar í greinina, gróskan felst í því að bæta við herbergjum.

Ferðamálaáætlun 2006-2015 og peningar:

Bent að margar athugasemdir hafi verið gerðar varðandi það að ekkert ákveðið fjármagn hafi fylgt ferðamálaáætlun. Spurning hvort fara eigi með ferðamálaáætlun eins og t.d. samgönguáætlun þar sem fyrirfram er ákveðið í hvaða verkefni verði ráðist og hve miklum peningum skuli varið til hvers verkefnis.

Gæða- og öryggismál:

Athygli vakin á ráðstefnu um aðgengi fyrir alla haldin föstudaginn 24. febrúar á Hótel Sögu. Upplýsingar hvað varðar gæða- og öryggismál oft af skornum skammti. Byrjað er að „stjörnumerka“ hótél en stjörnumerking tjaldsvæða er ekki samræmd. Ekki til heildstæðar upplýsingar t.d. um aðgengi fatlaðra á hótélum. Margt má bæta hvað varðar gæða- og öryggismál.

Næsti fundur:

Næsti fundur áformaður 2. mars kl. 10 í samgönguráðuneytinu.

Drög að dagskrá næsta fundar:

- Ferðamálastofa taki saman og kynni hve miklir peningar fara í markaðshlutann og hve mikill hluti fer í rekstur hveurrar skrifstofa innanlands og utan.
- Farið yfir vefmál. Hvert stefnum við?
- Iceland Naturally í USA og Evrópu kynnt

Ákveðið að fundir verði tíðir til að byrja með og að fundir standi að hámarki yfir í 2 klst. Heiðarleiki og opin samskipti á fundum – leið að velgengni.

Fundi slitið.