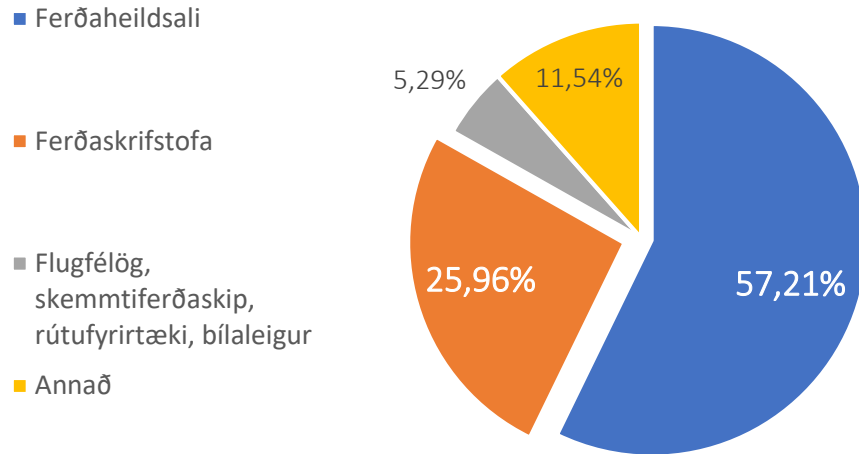


# Viðhorf erlendra söluaðila

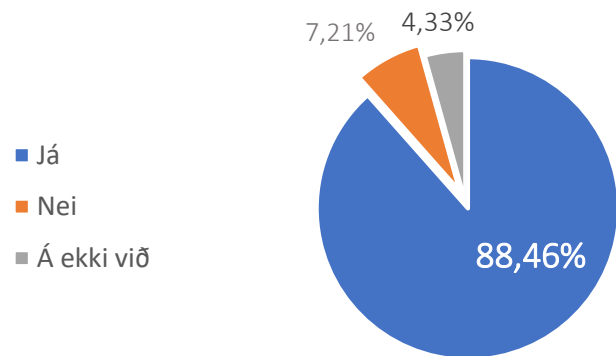
Spurningakönnun framkvæmd í desember 2016 á meðal erlendra söluaðila á póstlista Íslandsstofu sem telur 4500 aðila.



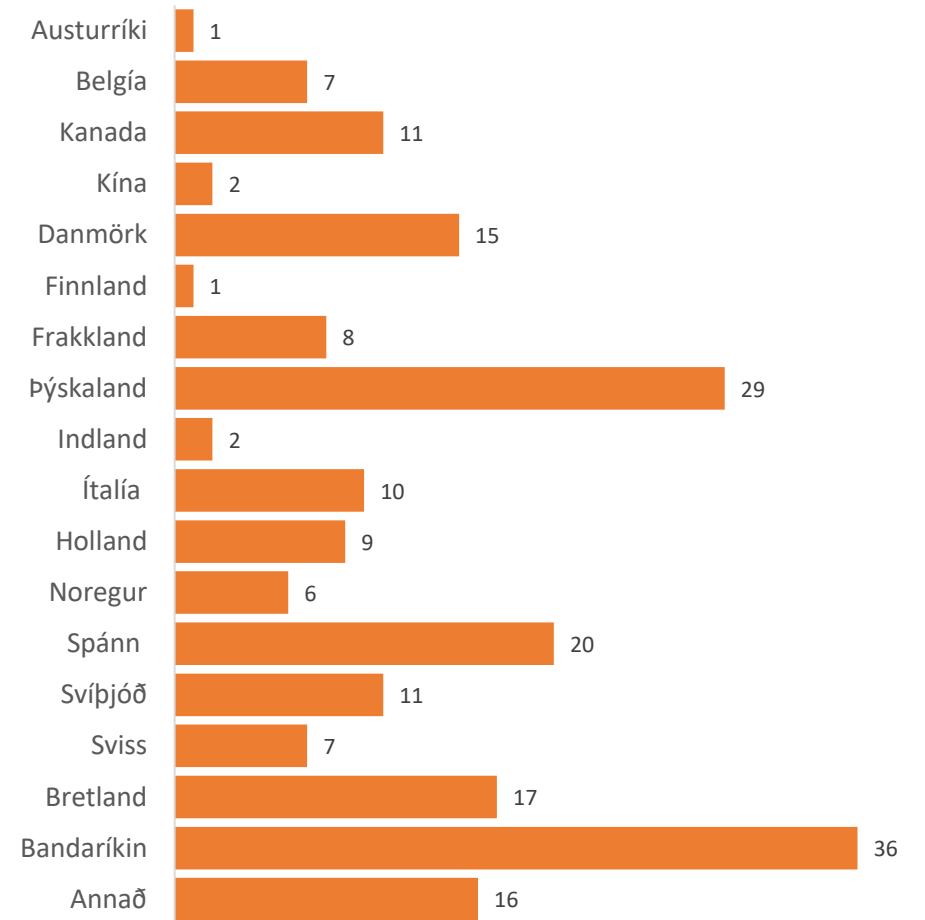
TEGUND FYRIRTÆKIS



SELJA FERÐIR TIL ÍSLANDS



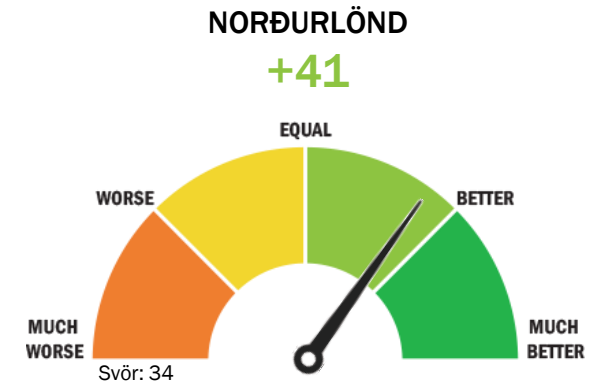
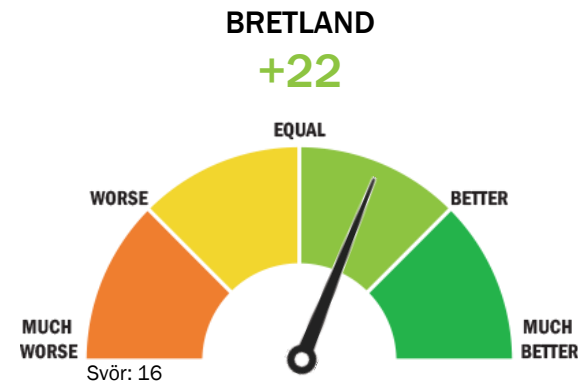
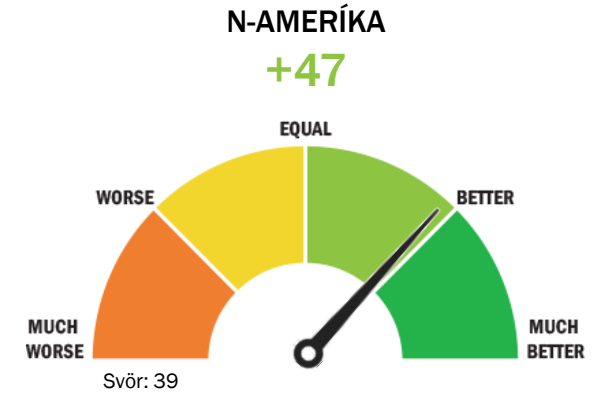
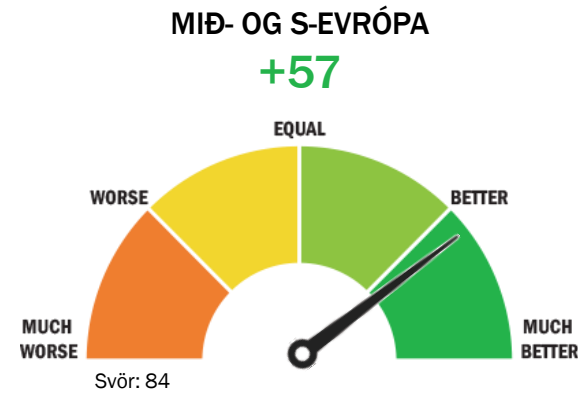
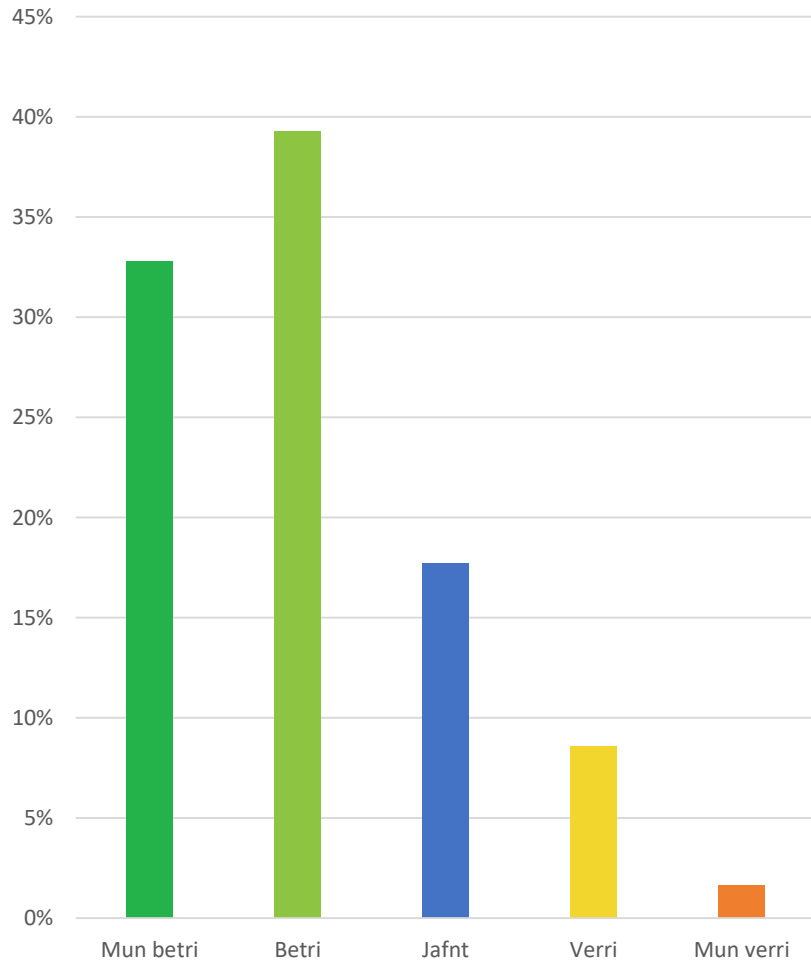
MARKAÐSSVÆÐI



# Samantekt á niðurstöðum

- Erlendir söluaðilar telja að sala haldi áfram að aukast á Íslandsferðum
  - 80% söluaðila upplifa svipaða eða aukna sölu á síðasta ári samanborið við árið 2015. Horfur í bókunum fyrir þennan vetur eru góðar en hóflegri en á síðasta vetrartímabili.
- Erlendir söluaðilar telja að verðlag, gengi íslensku krónunnar og þjónustuframboð muni helst hafa áhrif á þróun ferðaþjónustu á Íslandi á þessu ári

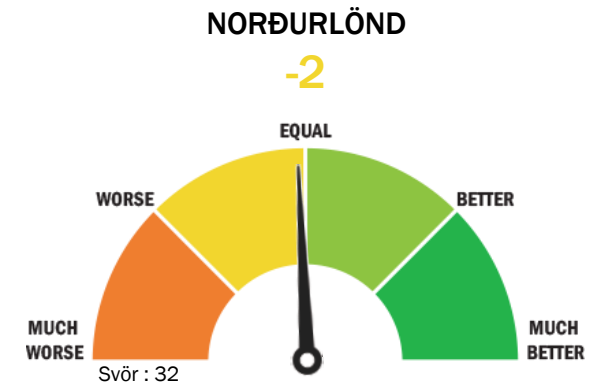
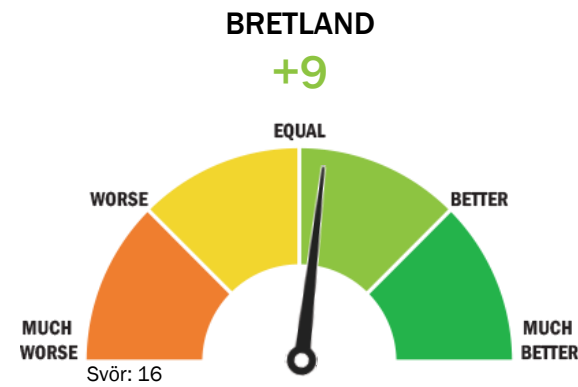
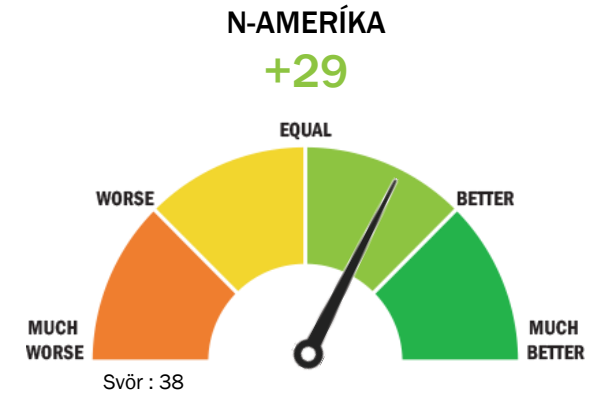
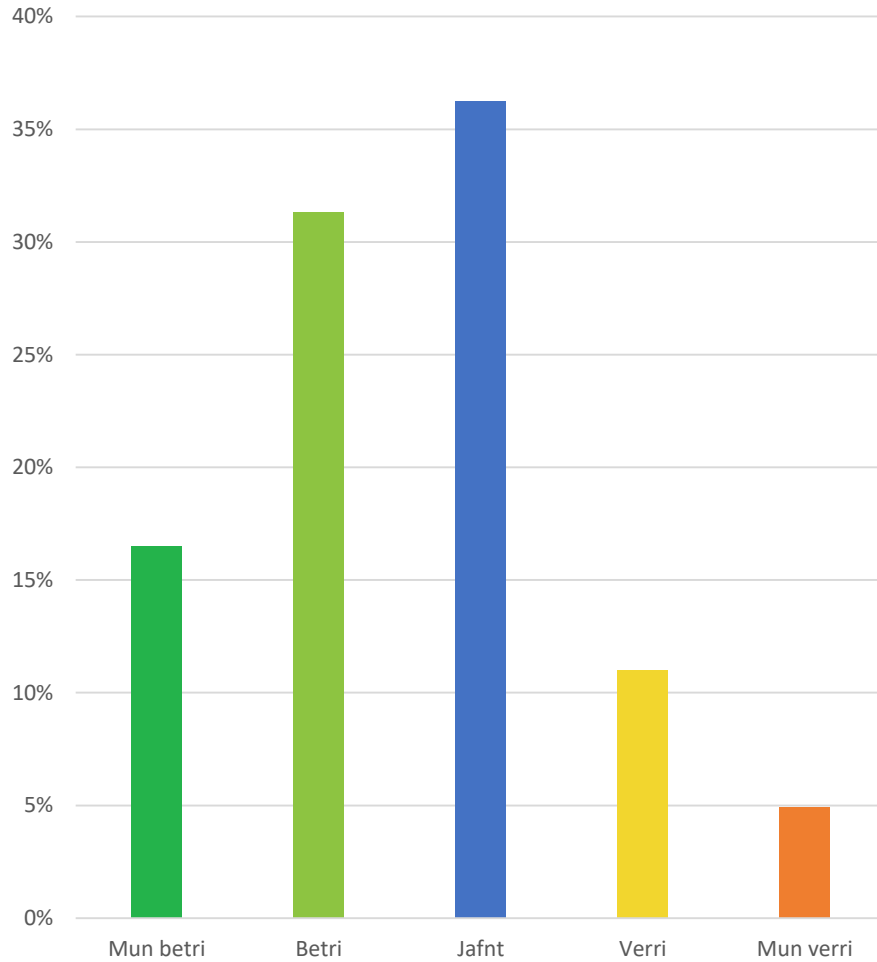
ÖLL MARKAÐSSVÆÐI



Mun verri staða = -100; Mun betri staða = +100

**Horfur í bókunum fyrir veturinn 2016/2017 borið saman við síðasta vetrartímabil\***

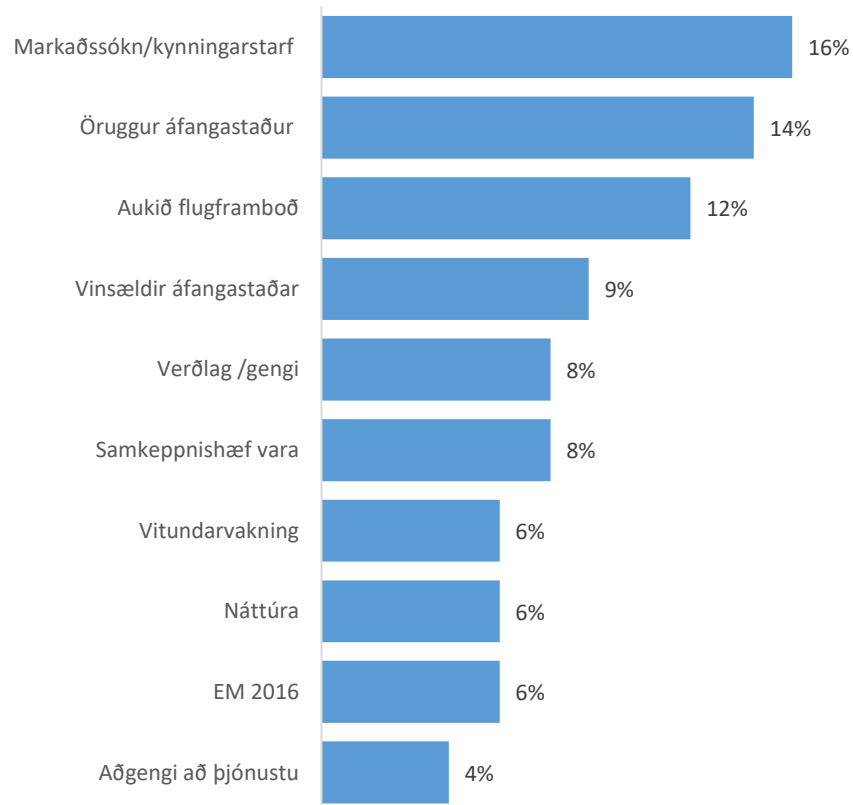
**ÖLL MARKAÐSSVÆÐI**



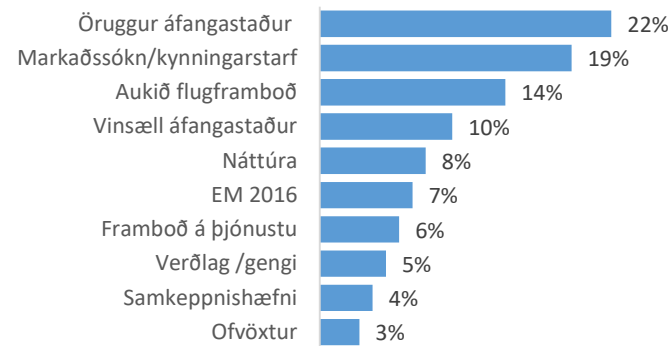
Mun verri staða = -100; Mun betri staða = +100

## Hverjir voru helstu áhrifapættir á þróun ferðapjónustu á Íslands 2016?\*

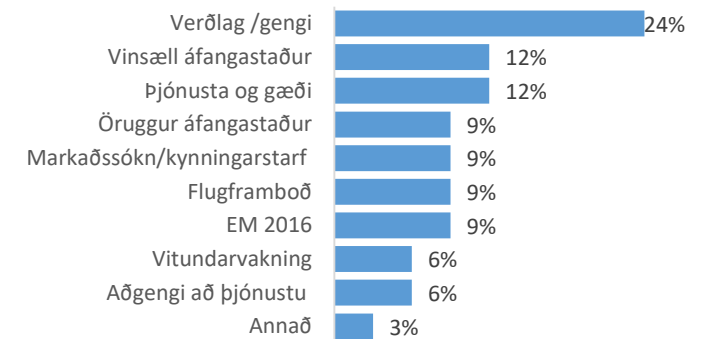
### HELSTU ÁHRIFAPÆTTIR – ÖLL MARKAÐSSVÆÐI



### MÍÐ- OG SUÐUR EVRÓPA



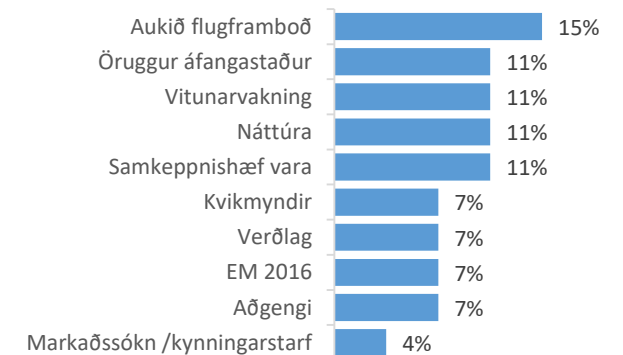
### NORÐURLÖNDIN



### N-AMERÍKA



### BRETLAND



FJÖLDI TILVÍSANA: 234

\*What have been the main factors for the development of tourism to Iceland in 2016?

## Opin svör - dæmi

**„Það er í tísku að ferðast til Norðurlandanna, aukið flugframboð, jákvæð ímynd Íslands í fjölmiðlum“**

“Traveling NORTH is hip and trendy, more direct flights to Iceland, also in wintertime, Iceland has been positively promoted in the news”

**„Öruggur áfangastaður, góð markaðssetning á Íslandi, Ísland sem náttúruáfangastaður, hryðjuverkaógn“**

“Safe destination, good marketing of Iceland, Iceland as a nature destination, terrorism”

...

**„Við heyrum neikvæðar athugasemdir um slæma þjónustu 2015, sumir söluaðilar hafa áhyggjur af þessu og eru tregir til að kynna áfangastaðinn“**

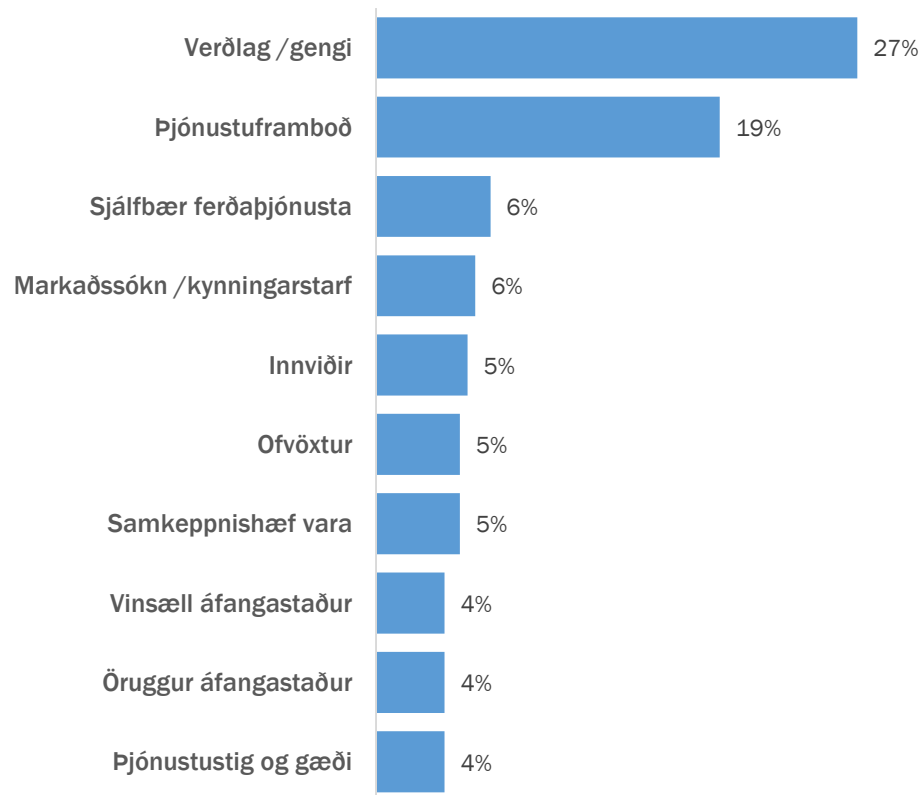
„We are hearing negative comments on bad services in 2015 – some agents worry about this and are reluctant to promote actively“

**„Hærra verð vegna verðþróunar og gengis krónunnar“**

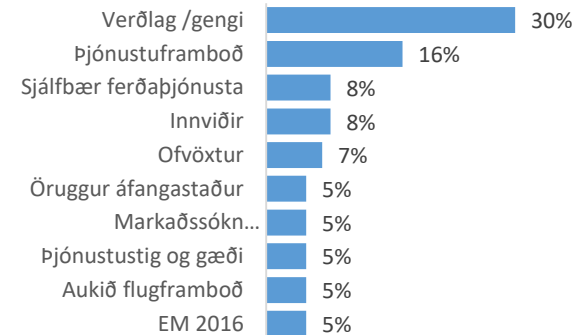
“Higher prices due to both increase in Iceland and changes due to exchange rate”

## Hverjir verða helstu áhrifapættir fyrir þróun ferðapjónustu á Íslandi árið 2017?\*

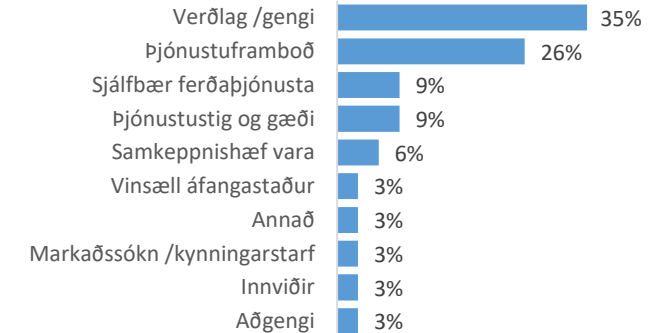
HELSTU ÁHRIFAPÆTTIR – ÖLL MARKAÐSSVÆÐI



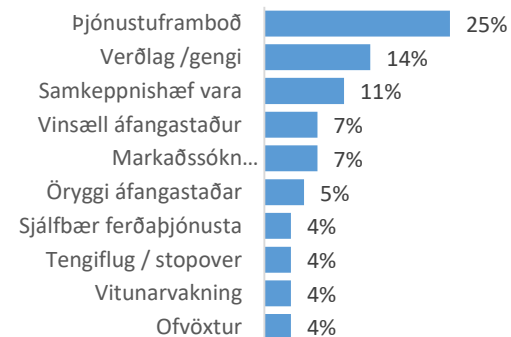
MIÐ OG S-EVRÓPA



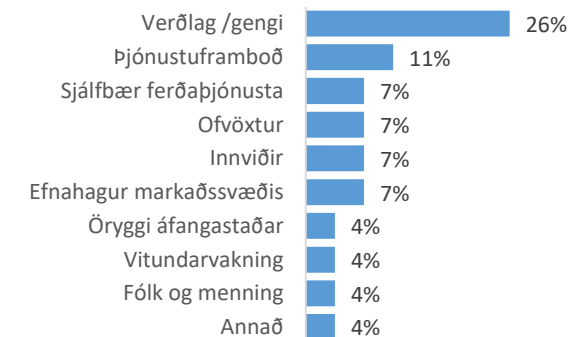
NORÐURLÖNDIN



N-AMERÍKA



BRETLAND





## Opin svör - dæmi

**„Meiri kynning á Íslandi sem vetraráfangastað“**

„More publicity about Winter destination”

...

**„Framboð á gistirými er stórt vandamál!. Við fáum ekki nógu mörg hótélherbergi. Hætta á að breytingar á gengi og verðlagi muni draga úr áhuga ferðamanna“**

“Availability of hotels is a huge issue! We don't get enough hotel rooms. Danger that increasing prices and currency will have soon an influence for less attractiveness”

**„Að ná utan ofvöxt í ferðapjónustu. Að þróa sjálfbæra ferðamálastefnu. Að stýra flæði gesta“**

“Managing overtourism - developing a sustainable tourism strategy. Managing visitor flows”

# VIÐHORFSKÖNNUN UNNIN AF ÍSLANDSSTOFU

SVIÐ FERÐAÞJÓNUSTU OG SKAPANDI GREINA – DESEMBER 2016

TENGILIÐUR: MARGRÉT HELGA JÓHANNSDÓTTIR

---