



ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND

ÁRSSKÝRSLA 2014

Efnisyfirlit

Stjórn Íslandsstofu	3
Íslandsstofa	4
Ferðapjónusta og skapandi greinar	6
Sjávarútvegur og matvæli	16
Iðnaður og þjónusta	20
Ráðgjöf og fræðsla	22
Erlendar fjárfestingar	26
Sýningar og sendinefndir	32

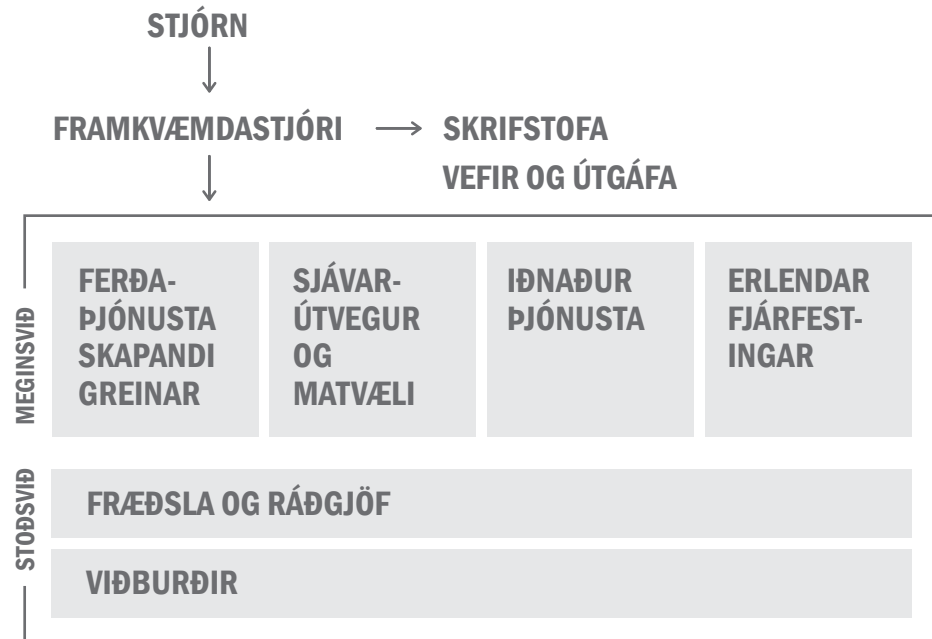


Prentun: Litróf

Inngangur

Íslandsstofa hóf rekstur sumarið 2010 og er stofan öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífsins og stjórnvalda, sem hefur þann megin tilgang að auka gjaldeyristekjur þjóðarinnar. Með fræðslu og ráðgjöf eflum við samkeppnishæfni íslenskra fyrirtækja og með öflugri kynningarstarfi og samræmdum skilaboðum vekjum við áhuga erlendis á íslenskum vörum og íslenski þjónustu, vekjum athygli á þróttfullri menningu landsmanna og sköpum áhuga á landinu sem áfangastað ferðalanga og sem vænlegum kosti fyrir erlenda fjárfesta.

Þessi skýrsla er yfirlit yfir þau verkefni sem unnin voru á árinu 2014 á vegum Íslandsstofu og gefur hún góða sýn yfir það víðfeðma starf sem unnið er á okkar vegum. Skýrslunni er skipt í kafla eftir sviðum í samræmi við skipurit stofunnar.



Stjórn Íslandsstofu 2013-2016



Utanríkisráðherra skipar stjórn Íslandsstofu til þriggja ára í senn. Stjórnarmenn eru sjö og eru fjórir þeirra tilnefndir af Samtökum atvinnulífsins, einn af iðnaðarráðherra, einn af mennta- og menningarmálaráðherra og einn er án tilnefningar. Í stjórn Íslandsstofu sitja:

Vilborg Einarsdóttir, framkvæmdastjóri Mentor (formaður stjórnar):
Tilnefnd af Samtökum atvinnulífsins

Ásta Björg Pálmadóttir, sveitarstjóri í Skagafirði. Tilnefnd af utanríkisráðherra

Baldvín Jónsson, ráðgjafi. Tilnefndur af mennta- og menningarmálaráðherra

Birkir Hólm Guðnason, framkvæmdastjóri Icelandair. Tilnefndur af Samtökum atvinnulífsins
Guðbjörg Edda Eggertsdóttir, fyrrverandi forstjóri Actavis.
Tilnefnd af Samtökum atvinnulífsins

Ríkharður Ibsen, framkvæmdastjóri Bláa demantsins. Tilnefndur af iðnaðarráðherra

Svavar Svavarsson, yfirmaður viðskiptaþróunar HB Grandá.
Tilnefndur af Samtökum atvinnulífsins

Júlíus Hafstein, áheyrnarfulltrúi utanríkisráðuneytisins.

Íslandsstofa

Íslandsstofa er vettvangur markaðs- og kynningarmála landsmanna á erlendum markaði. Þjónusta Íslandsstofu byggir á hagkvæmri nýtingu fjármuna, víðtækri reynslu, sérhæfingu og faglegri dýpt, sem ekki er á færi einstakra aðila.

Íslandsstofa starfar samkvæmt lögum nr. 38/2010. Þar segir m.a. að markmið laganna sé að efla ímynd og orðspor Íslands, styrkja samkeppnisstöðu íslensks atvinnulífs á erlendum mörkuðum og laða erlenda ferðamenn og fjárfestingu til landsins.

Samkvæmt lögnum á Íslandsstofa:

- að vera samstarfsvettvangur fyrirtækja, hagsmunasamtaka, stofnana og stjórnvalda um stefnu og aðgerðir til þess að efla ímynd og orðspor Íslands,
- að veita alhliða þjónustu og ráðgjöf í því skyni að greiða fyrir útflutningi á vöru og þjónustu,
- að laða til landsins erlenda ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi,
- að laða erlenda fjárfestingu til Íslands, upplýsa erlenda fjárfesta um kosti Íslands og vera stjórnvöldum til ráðuneytis um fjárfestingarmál,
- að styðja við kynningu á íslenskri menningu erlendis.

Starfsemi og þjónusta

Íslandsstofa er öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda og miðar að því að auka gjalddeyristekjur þjóðarinnar með því að efla markaðssókn Íslendinga erlendis.

Þjónusta Íslandsstofu byggir á þremur meginþáttum:

- Almennu kynningarstarfi sem beinist að því að efla orðspor og ímynd Íslands erlendis, skapa áhuga á landinu sem áfangastað og auka eftirspurn eftir því sem íslenskt er.
- Fræðslu og stuðningi við samtök, fyrirtæki og einstaklinga sem miðar að því að efla færni þeirra og árangur í alþjóðaviðskiptum.
- Að kynna tækifæri og laða að erlenda fjárfesta til beinnar fjárfestingar í atvinnustarfsemi og nýsköpun, í samræmi við stefnu stjórnvalda.

Framtíðarsýn og leiðarljós

Íslandsstofa er lykilaðili í alþjóðasamskiptum með víðtækan aðgang að samtengdu hagsmunaneti heima og erlendis þar sem öll þjónusta einkennist af fagmennsku og framsækni og innra starf endurspeglar eldmóð, samheldni og gagnkvæma virðingu sem skilar árangri og ánægju með þjónustuna.

Fagráð

Samkvæmt lögum um Íslandsstofu skal stjórn hennar í samráði við viðkomandi ráðuneyti sjá til þess að starfrækt séu fagráð um áherslur í markaðs- og kynningarmálum erlendis á sviði ferðaþjónustu, matvælagreina, umhverfismála, menningarmála og fjárfestinga erlendra aðila á Íslandi.

Stjórnin skipar fagráð úr mismunandi greinum atvinnulífsins með það að markmiði að stuðla að því að Íslandsstofa verði öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda. Fagráðin eru stjórn Íslandsstofu til ráðgjafar við að móta stefnu og áherslur. Eftir atvikum getur stjórnin með sama hætti skipað fagráð á fleiri sviðum. Nú eru eftirfarandi fagráð starfandi:

- Fagráð ferðaþjónustu
- Fagráð fjárfestinga
- Fagráð tækni og hugverkaiðnaðar
- Fagráð lista og skapandi greina
- Fagráð matvæla
- Fagráð sjávarútvegs

Skipulag

Hjá Íslandsstofu starfa tæplega 30 starfsmenn. Starfseminni er skipt í fjögur atvinnugreinasvið (megin svið), tvö stoðsvið auk innri þjónustu. Meginsviðin eru fjögur; ferðaþjónusta og skapandi greinar, fjárfestingasvið, iðnaður og þjónusta, og sjávarútvegur og matvæli.

Útflutningsverðlaun forseta Íslands

Útflutningsverðlaun forseta Íslands hafa verið veitt frá árinu 1989 fyrir markvert framlag til eflingar á útflutningsverslun og gjaldeyrisöflun íslensku þjóðarinnar. Í úthlutunarnefnd sitja fulltrúar frá embætti forseta Íslands, viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands, Landsnefnd alþjóðavæslunarráðsins, Alþýðusambandi Íslands og Íslandsstofu. Framkvæmd er í höndum Íslandsstofu. Verðlaunahafinn fær til varðveislu sérhannaðan verðlaunagrip og skjal, auk þess sem hann fær leyfi til að nota merki verðlaunanna á kynningarefni sitt í fimm ár frá afhendingu. Handhafi verðlaunanna árið 2014 var True North en fyrirtækið er í fararbroddi þeirra aðila sem hafa sérhæft sig í að þjóna erlendum aðilum sem vilja kvikmynda á Íslandi. Mikil fagmennska, dugnaður og ósérhlífni einkennir fyrirtækið, starfsmenn og stjórnendur. Verðlaunagripurinn sem afhentur var við hátíðlega athöfn af forseta Íslands að Bessastöðum 15 maí 2014 var gerður af listamanninum Jónínu Guðnadóttur og heitir listaverkið „Víðfemni“.

Fyrir nokkrum árum ákvað úthlutunarnefndin í samráði við embætti forseta Íslands að einnig skyldi veitt viðurkenning til einstaklinga sem hafa með verkum sínum borið hróður Íslands víða um heim og stuðlað að jákvæðu umtali um land okkar og þjóð. Árið 2013 fékk Jóhann Sigurðsson bókaútgefandi þessa viðurkenningu, en meðal fyrri verðlaunahafa má nefna listamennina Kristinn Sigmundsson óperusöngvara, Björk og RAX. Í ár varð Magnús Scheving stofnandi Latabæjar þessa heiðurs aðnjótandi.

Nýsköpunarverðlaunin

Árlegt Nýsköpunarþing Rannís, Nýsköpunarsjóðs, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands og Íslandsstofu var haldið 10. apríl 2014, en markmið þingsins er að vekja athygli á þeim mikilvægu tengslum sem eru á milli aukinnar verðmætasköpunar í atvinnulífinu og rannsóknna og þekkingaröflunnar. Nýsköpunarþing á að yta undir almennan skilning manna á samspili vísinda, tækni og þekkingar annars vegar og vöruþróunar og markaðsstarfs hins vegar.

Nýsköpunarverðlaunin eru veitt á Nýsköpunarþingi. Þau falla í skaut fyrirtækja sem þótt hafa skarað fram úr í þróun nýrrar vöru eða þjónustu sem byggð er á rannsóknarstarfi og vísindalegri og tæknilegri þekkingu og náð hafa sannfærandi árangri í markaðs- og sölustarfi. Í ár var það fyrirtækið Meniga sem hlaut verðlaunin og er fyrirtækið nítjándi handhafi þessara virðulegu verðlauna.



Ferðapjónusta og skapandi greinar

Hlutverk sviðs ferðapjónustu og skapandi greina er að kynna Ísland sem ákjósanlegan áfangastað ferðamanna með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi í þágu íslenskrar ferðapjónustu samkvæmt samningi við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti frá 2011. Sviðið kynnir einnig Ísland sem upprunaland skapandi greina og styður við kynningu á íslenskrri menningu erlendis.

Starfsmenn sviðsins eru: Inga Hlín Pálsdóttir (forstöðumaður), Daði Guðjónsson, Davíð Jóhannsson (hætti um mitt ár), Guðrún Birna Jörgensen, Hera Brá Gunnarsdóttir, Kristjana Rós Guðjohnsen, Ingvar Örn Ingvarsson (hóf störf í september), Sigríður Ragnarsdóttir (hóf störf í ágúst), Ragnheiður Sýlvía Kjartansdóttir, Líney Arnórsdóttir (hætti um mitt ár) og Margrét Helga Jóhannsdóttir.

Leiðarljós í markaðssetningu

Markaðsstarf Íslandsstofu er unnið undir vörumerkinu *Inspired by Iceland*. Leiðarljós í markaðsstarfi Íslandsstofu í ferðapjónustu er:

Ísland

Það er ekki fyrir hvern sem er. Það er ekki fyrir þá sem fara þangað sem allir aðrir fara. Ekki fyrir ferðalanga sem vilja ekki láta koma sér á óvart.

Það er fyrir þá sem ferðast um heiminn til að upplifa eitthvað öðruvísi og snúa heim með góða sögu í farteskinu.

Sögurnar frá Íslandi hætta ekki að berast þegar vetrar, þeim fjölgar stöðugt og verða ævintýralegrir frá degi til dags, alla 365 daga ársins.

Vertu velkomin í hóp þeirra sem ferðast í anda landkönnuða með ævintýraþrá og sköpunargleði í brjósti.

Ísland er kannski ekki fyrsta landið sem þér dettur í hug að heimsækja í vetur en þetta verður fyrsta landið sem þú segir vinum þínum frá.

Komdu og láttu heillast af Íslandi.

Markaðsaðgerðum er beint að skilgreindum markhópi sem er kallaður hefur verið *hinn upplýsti ferðamaður*. Það sem einkennir þennan hóp er:

Fólk á aldrinum 20-65 ára, býr í þéttbýli, er með menntun og tekjur yfir meðallagi og notar internet, snjallsíma og prentmiðla yfir meðallagi. Fólk sem vill standa utan við hjörðina, vill ferðast sjálfstætt og hefur áhuga á því að kynnast menningu, hugmyndum og lífsstíl annarra. Fólk sem vill fara á nýja og spennandi áfangastaði, vill fara í frí að vetri til, er opið fyrir nýjungum, sækist eftir áskorunum og er tilbúið að deila upplifunum sínum.

Í markaðsaðgerðum er lögð áhersla á að koma á framfæri skilaboðum og sögum um land og þjóð sem tengjast *sköpunarkrafti, ævintýrum, dulúð, sjálfbærni, hreinleika og menningu*. Til þess að skerpa áherslur í markaðsstarfinu og fá meiri slagkraft í skilaboðin hefur almanaksárinu einnig verið skipt upp í þemamánuði, sem haldast vel í hendur við þá viðburði sem eru í gangi hér á landi hverju sinni s.s. Iceland Airwaves, Food and Fun og HönnunarMars. (mynd þemamánuðir)

Markaðssvæði

Tilgangur markaðsstarfs Íslandsstofu fyrir ferðapjónustuna er að hvetja ferðamenn til að heimsækja landið utan háannar. Í samræmi við það er þunga markaðsstarfsins beint að mörkuðum sem tengdir eru Íslandi með flugi allt árið um kring. Árið 2014 var áhersla lögð á eftirfarandi markaðssvæði: Þýskaland, Holland, Belgíu, Frakkland, Bretland, Danmörk, Svíþjóð, Noreg, Finnland, Norður-Ameríku (Boston, New York, Seattle, Washington og Toronto)

Skipulögð vinna fer einnig fram á mörkuðum þar sem um árstíðarbundið flug er að ræða, einkum í Mið- og Suður-Evrópu (Ítalía, Spánn, Sviss, Austurríki, Eystrasaltlöndin, Rússland). Þá er unnið á fjarmörkuðum í Japan, Kína, Indland, og Ísrael.

Mælikvarðar

Íslandsstofa notar mælingar til að meta árangur og umfang þess markaðsstarfs sem unnið er á hennar vegum. Í ferðapjónustu eru þau eftirfarandi: Birtingarannsóknir, greiningar á vefjum, heimsóknir á vefsíður, samfélagsmiðlar og rannsóknir á viðhorfi og árangri sérstakra verkefna s.s. sýninga og vinnustofa.

Í byrjun árs 2014 óskaði Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið eftir tillögu frá Íslandsstofu að uppfærðum markmiðum og mælikvörðum fyrir ferðapjónustuna sem snúa að markaðsmálum

fyrir Ísland sem áfangastað fyrir tímabilið 2014 til 2017. Sú tillaga var byggð á þeirri miklu vinnu sem nú þegar hefur verið unnin af helstu hagsmunaaðilum íslenskrar ferðapjónustu, ferðamálaáætlun 2011-2020, og ítarlegri greiningarvinnu á núverandi markmiðum. Við gerð tillögunnar var m.a. rætt við Ferðamálastofu, Samtök ferðapjónustunnar, Hagstofu Íslands, Rannsóknarmiðstöð ferðamála, markaðsstofur landshlutanna, Ráðstefnuborg Reykjavíkur, fagráð ferðapjónustu hjá Íslandsstofu, stjórn Ísland - allt árið og greiningardeild Landsbankans. Einnig var horft til vinnufunda með ferðapjónustunni um hvar þau vilja vera árið 2020, en þeir fundir voru haldnir á vegum Íslandsstofu og markaðsstofa víða um land. Í apríl 2014 fór fram sameiginlegur vinnufundur á meðal þátttakenda í Ísland - allt árið. Þá framkvæmdi Capacent ítarlega úttekt á mælikvörðum í árslok 2013. Ný tillaga að mælikvörðum fyrir íslenska ferðapjónustu í markaðsmálum næstu 3 ár felast í að mæla árstíðarsveiflu hvers landshluta, meðalneyslu ferðamanna á hvern dag, gjaldeyristekjum ferðapjónustunnar, fjölda ferðamanna til landsins eftir árstíð og viðhorfi og vitund gagnvart Íslandi sem heilsársáfangastað.

Kynningar, vefsíður og samfélagsmiðlar

Teymið fyrir kynningar, vefsíður og samfélagsmiðla sinnir m.a. ritstjórn og umsjón með vefsíðum og samfélagsmiðlum, gerð sérhæfðs kynningar- og markaðsefnis, eftirfylgni með notkun vörumerkja og mótun samræmds útlits, umsjón með myndasamningum, póstlistakerfi og viðburðadagatali, ásamt samskiptum og samningum við dreifingafyrirtæki erlendis.

Vefsíður

Landkynning á netinu er veigamikill þáttur í markaðsstarfi Íslandsstofu. Fjórir vefir skipta þar mestu máli: Iceland.is, Visiticeland.com, Icelandnaturally.com og Inspiredbyiceland.com. Samanlagt fá þessir vefir yfir 2,5 milljónir einstakar heimsóknir á ári. Til viðbótar á Íslandsstofa í samstarfi við aðra aðila vegna vefjanna Cruiseiceland.com, Visiteurope.com og Goscandinavia.com sem sinna afmörkuðum verkefnum.

Samfélagsmiðlar

Þrjú samfélagsmiðlaverkefni eru rekin af Íslandsstofu. Eitt er í tengslum við Inspired by Iceland, annað í tengslum við Iceland Naturally og það þriðja er Iceland Wants to be Your Friend. Alls eru rúmlega 600.000 fylgjendur sem tengjast þessum samfélagsmiðlum.

Kynningar og útgáfa

Gerður var nýr landkynningarbæklingur á árinu. Efnistöð og hönnun bæklingins var endurskoðuð frá grunni. Bæklingurinn hefur verið þýddur og prentaður á 14 tungumálum. Gert er ráð fyrir að bæklingurinn hafi að minnsta kosti tveggja ára líftíma og verður prentaður í rúmlega 300.000 eintökum á þeim tíma. Bæklingnum er dreift til neytenda í gegnum dreifingafyrirtæki í Evrópu og Ameríku, en er auk þess fáanlegur í sendiráðum Íslands erlendis. Þá er hann einnig aðgengilegur á netinu.

Fjölmíðlaumfjöllun og almannatengsl

Íslandsstofa nýtir fjölmíðlagreiningarfyrirtæki í þremur löndum til að safna saman fjölmíðlaumfjöllun sem Ísland nýtur fyrir milligöngu Íslandsstofu. Vöktun fjölmíðla hefur reynst mikilvægari frá því eldsumbrot í Holuhrauni hófust en Íslandsstofa hefur með forvirkum hætti beitt sér til að leiðrétta rangfærslur og koma réttum upplýsingum á framfæri við fjölmíðla vegna eldgossins. Íslandsstofa vinnur með almannatengslafyrirtækjum í Bretlandi, Frakklandi og Þýskalandi. Í öðrum löndum er jafnan unnið með sendiráðum og ræðismannaskrifstofum.

Alls birtust í fjölmíðlum 1.513 greinar tilkomnar vegna almannatengsla Íslandsstofu á árinu 2014. Þar að auki tekur Íslandsstofa þátt í stærri markaðsverkefnum þar sem almannatengsl spila stórt hlutverk en komið er að þeim síðar. Í lok árs var gerð tilraun til að koma Íslandi á topplista fjölmíðla með það fyrir augum að ýta undir bókanir í byrjun árs 2015. Ísland vakti mikla athygli og fékk verulega umfjöllun í erlendum fjölmíðlum. Landið var meðal annars valið á topp lista í Bretlandi, Frakklandi og Þýskalandi; 2015 Hot List hjá Daily Mirror, Top Ten Travel Destinations for 2015 hjá The Independent, og Destinations On the Rise in 2015 hjá Superbreak. Þá setti Amazon.co.uk bækur um Ísland í þriðja sæti yfir leiðsögubækur hjá sér yfir árið, The Guardian valdi Ísland sem eitt fimm landa í grein sem hét Five of the Best, Evening Standard setti Ísland sem einn áfangastaða í grein sem hét Top Destinations for 2015, auk þess sem Ísland var á listum hjá World Travel Guide, Web.de Suddeutsche.de og Lonely Planet í Frakklandi. Þá valdi Elle í Frakklandi Ísland sem einn af þremur bestu áfangastöðunum fyrir þá sem ferðast einir.

Bretland

Íslandsstofa bauð 26 blaðamönnum til Íslands og aðstoðaði 218 til viðbótar við skipulagningu heimsóknar. Alls birtust 1177 greinar um Ísland í Bretlandi fyrir milligöngu Íslandsstofu. Má þar nefna umfjöllun í öllum stærstu miðlum Bretlands, s.s. Daily Telegraph, Guardian og

Financial Times, National Geographic Traveller, Independent, The Sun, Southern Daily Echo og Marie Claire.

Ísland var einnig áberandi í náttúrulífssjónvarpsþáttum BBC Natural World en almannatengslastofan í Bretlandi hafði unnið að því að koma þeirri hugmynd á legg um nokkurt skeið. Þá var Ísland til umfjöllunar í vinsælum matreiðsluþáttum sem heita Ainsley Eats the Streets og í BBC Travel Show þar sem fjallað var um Vestmannaeyjar sem Pompeii Norðursins.

Aukin umfjöllun í Bretlandi auðveldar að skapa enn frekari umfjöllun og því nýtist forvirk vinna Íslandsstofu betur en áður. Sem dæmi má nefna að í desember náði ferðatengd umfjöllun um Ísland í heild sinni til 62 milljón lesenda í Bretlandi en umfjöllun sem Íslandsstofa átti þátt í að skapa náði til 15 milljóna eða tæpra 25% allrar ferðatengdrar umfjöllunar um Ísland á tímabilinu.

Þýskaland

Íslandsstofa bauð til landsins fulltrúum frá 28 þýskum fjölmiðlum og aðstoðaði um 100 í viðbót við að skipuleggja ferð sína hingað. Heildarumfjöllun með beinni aðkomu Íslandsstofu var 290 greinar af 627 sem birtust um Ísland á þýska markaðnum. Má meðal annars nefna tvö sjónvarpsverkefni, Pro 7/Galileo með 1,17 milljónir áhorfenda og Vox/Detlef muss reisen með 1,16 milljón áhorfenda. Þá var einnig nokkuð um útvarpsumfjallanir meðal annars hjá German Radio.

Frakkland

Íslandsstofa bauð 63 blaðamönnum til landsins og aðstoðaði 178 í viðbót. Alls urðu greinar um Ísland í frönskum fjölmiðlum með beinni aðkomu Íslandsstofu 46 en nokkuð af efni mun birtast 2015. Af því efni sem bar hæst 2014 má sérstaklega nefna stóran ferðabátt TV Channel France 5/La Tournée des Popotes, útvarpsþáttur um Walter Mitty kvikmyndatökuna á Íslandi á RTL útvarpsstöðinni, viðamikla umfjöllun í Le Nouvel Observateur, Íslandsumfjöllun í Maison Côte Ouest og sérumfjöllun um Ísland í MILK í franska Vogue.

Norðurlönd

Fjölmar gar fyrirspurnir berast frá fjölmiðlum á Norðurlöndum og er þeim svarað eftir bestu getu. Íslandsstofa hefur tekið þátt í fjölmörgum fjölmiðlaferðum með samstarfsaðilum á Norðurlöndunum og hafa umfjallanir birst í öllum helstu miðlum Norðurlandanna, s.s. Ekstra Bladet, REIS Magazine í Noregi, Aftonbladet, og Svenska Dagbladet auk annarra.

Norður-Ameríka

Almannatengslastarf í Norður-Ameríku fer að mestu fram í gegnum markaðsverkefni Iceland Naturally og Inspired by Iceland, og er gerð grein fyrir þeim sérstaklega síðar. Þess utan vann Íslandsstofa með fjölda þekktra miðla í Bandaríkjunum m.a. The Everyday Show, Boston Globe, Alaska KTVA, Out Magazine. Þá má nefna VestNorden ferðakaupstefnuna og ráðstefnu Society of American Travel Writers' sem haldin var í Reykjavík með um 400 blaðamönnum frá Bandaríkjunum og Kanada.

Erlent tengslastarf og viðburðir erlendis

Verkefni sem snúa að erlendu tengslastarfi og viðburðum erlendis eru margvísleg en þar má m.a. nefna skipulagningu ferðasýninga og vinnustofa erlendis, ásamt utanumhaldi á gagnagrunni yfir erlenda söluaðila og útsendingu á fréttabréfi til þeirra.

Erlent tengslastarf

Á árinu vann Íslandsstofa að því að setja á laggirnar verkfærakistu fyrir ferðabjónustuna, en það er vefsíða með gögnum sem nýtast við markaðssetningu fyrir ferðabjónustufyrirtæki hér á landi og erlendis. Íslandsstofa heldur utan um gagnagrunn yfir þá erlendu söluaðila sem selja ferðir til Íslands og bætist ört á þann lista. Þessum aðilum er reglulega sent fréttabréf þar sem greint er frá því helsta sem er að gerast í ferðabjónustu á Íslandi og markaðsstarfi Íslandsstofu á erlendri grund. Ennfremur er gagnagrunnurinn notaður þegar erlendum söluaðilum er boðið á viðburði sem Íslandsstofa stendur fyrir erlendis. Íslandsstofa tekur meðal annarra á móti erlendum söluaðilum sem koma í kynnisferðir til landsins, oft í samvinnu við söluaðila, flugfélög og markaðsstofur landshlutanna.

Hluti af tengslastarfi Íslandsstofu erlendis er aðild að erlendum samtökum sem varða ferðabjónustu. Íslandsstofa er aðili að USTOA (United States Tour Operator Association) sem eru samtök stærstu ferðabjónustuaðila í Norður-Ameríku og sótti stærsta viðburð þeirra í Florida í desember. Íslandsstofa er einnig aðili að ANTOR sem er tengslanet ferðabjónustunnar á Norðurlöndum og halda samtökin nokkra fundi á ári í Noregi, Danmörku og Svíþjóð og sækja fulltrúar sendiráða viðkomandi landa oft þessa fundi í samstarfi við Íslandsstofu. Þá hefur Íslandsstofa einnig verið aðili að CT, samtökum landkynningaradila í Þýskalandi og Austurríki, ásamt því að vera aukaaðili að DRV, hagsmunasamtökum ferðaheildsala og ferðaskrifstofa í Þýskalandi. Á árinu sagði Íslandsstofa sig úr bæði CT og DRV.

Vinnustofur og Íslandskynningar erlendis

Íslandsstofa skipuleggur fjölmargar vinnustofur og landkynningar erlendis á hverju ári. Þar eru markaðsáherslur Íslandsstofu kynntar og upplýsingum um íslenska ferðaþjónustu miðlað til erlendra aðila. Íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum býðst að taka þátt í þessum viðburðum með Íslandsstofu hverju sinni. Íslandsstofa skipulagði samtals 30 vinnustofur á árinu. Um 750 erlendir aðilar sóttu þessa viðburði. Hér er yfirlit yfir helstu vinnustofur og Íslandskynningar á árinu:

London í janúar

Vinnustofa var haldin í London þann 30. janúar í samstarfi við ferðamálayfirvöld í Eistlandi og Finnlandi í höfuðstöðvum hins konunglega stórskotaliðs, „The Honourable Artillery Company.“ Fjórtán íslensk fyrirtæki funduðu með yfir 30 breskum ferðaskrifstofum.

Moskva og St. Pétursborg í janúar

Þann 14. janúar var móttaka í bústað Alberts Jónssonar, sendiherra í Moskvu þar sem tekið var á móti um 80 rússneskum ferðaþjónustuaðilum sem þangað voru komnir til fundar við fulltrúa 14 íslenskra ferðaþjónustufyrirtækja. Fundurinn var skipulagður af Íslandsstofu og heppnaðist vel. Að loknum fundum í Moskvu hélt hópurinn yfir til St. Pétursborgar þar sem Íslandsstofa skipulagði vinnustofu fjórða árið í röð.

England og Skotland í febrúar

Dagana 10. til 14. febrúar fóru fulltrúar frá 11 íslenskum fyrirtækum og markaðsstofum Suðurlands og Norðurlands til Englands og Skotlands. Tilgangurinn var að skapa tengsl við breska ferðaskipuleggjendur og kynna þeim Ísland sem áfangastað. Skipulagðar voru kynningar í borgunum Manchester, Bristol, Edinborg og Glasgow og að þeim loknum var boðið upp á fundi milli fyrirtækja þar sem möguleikar á samstarfi voru skoðaðir.

Kanada í mars

Í tilefni af fyrsta flugi Ícelandair til Edmonton í Kanada þann 8. mars skipulagði Íslandsstofa röð vinnustofa fyrir ferðaþjónustufyrirtæki dagana 3. til 7. mars. Haldnir voru fundir í borgunum Vancouver, Calgary og Edmonton. Á vinnustofunum gafst 13 fyrirtækjum í ferðaþjónustu tækifæri til að funda með kanadískum ferðasöluáðilum og stofna til nýrra viðskiptasambanda.

Mið Evrópa í mars og apríl

Íslandsstofa stóð fyrir röð vinnustofa í borgunum Hamborg, Stuttgart, Zurich, Lyon, París, og Brussel. Tilgangurinn var að fara yfir markaðsáherslur og upplýsa erlenda aðila um nýjungar og nytsamlega hluti tengda ferðaþjónustu á Íslandi. Að kynningunum loknum voru settir upp stuttir fundir þar sem íslensk fyrirtæki funduðu með ferðaþjónustufyrirtækjum og kynntu vöruframboð á Íslandi með áherslu á veturinn 2014/2015.

Skandínavía í maí

Dagana 5. til 7. maí skipulagði Íslandsstofa vinnustofur í borgunum Þrándheimi, Gautaborg og Billund. Voru þær skipulagðar ýmist í samvinnu við flugvallaryfirvöld eða ræðismann Íslands á viðkomandi stað. Þessu framtaki var vel tekið og voru fyrirtæki sem staðsett eru í talsverði fjarlægð frá höfuðborgunum afar þakklát fyrir að komið væri til móts við þau á þennan hátt. Á öllum þessum stöðum er boðið upp á beint flug til Íslands og mikilvægt að hafa góðar tengingar við heimamenn. Fulltrúar átta fyrirtækja tóku þátt í vinnustofunum.

Bandaríkjafundir í október

Íslandsstofa sá um fundaröð í Bandaríkjunum dagana 6.-10. október sl. Sex fundir fóru fram í borgunum Orlando, Miami, Boca Raton, New York og New Jersey. Þátttaka var góð og komu um 60 gestir á fjölmennasta fundinn. Það voru fulltrúar 11 fyrirtækja sem tóku þátt í fundunum, auk fulltrúa frá markaðsstofum landshlutanna. Aukið flugframboð frá Norður-Ameríku gerir svæðið að einu mikilvægasta markaðssvæði íslenskrar ferðaþjónustu.

Suð-Austur Asía í september

Dagana 15. til 23. september var skipulögð fundaröð í SA-Asíu. Voru haldnir kynningarfundir og vinnustofur í Bangkok, Kuala Lumpur, Jakarta og Singapore. Ferðaskrifstofur í þessum heimshluta hafa gjarnan komið með sína farþega í gegnum milliliði á Norðurlöndunum og því mikilvægt að stofna til beinna viðskipta. Fundirnir voru vel sóttir og greinilegt að mikill áhugi er fyrir Íslandi á þessum slóðum. Þar sjá ferðasöluáðilar meðal annars möguleika á að selja snjó og norðurljós á Íslandi til þeirra sem hafa næga sól og hita. Fulltrúar sjö fyrirtækja tóku þátt en skipulag var unnið með samtökum ferðaskrifstofa í hverju landi.

Spánn og Ítalía, október 2014

Farið var til Madrid, Barcelona, Róm, 13.-17. október sl.. Mikill fjöldi spænskra og ítalskra ferðaþjónustufyrirtækja komu á vinnustofurnar og ljóst er að áhuginn á Íslandi sem áfangastað er mikill í þessum löndum. Af Íslands hálfu tóku átta fyrirtæki þátt í vinnustofunum.

Ferðasýningar

Þátttaka í ferðasýningum og ferðakaupstefnum er mikilvægur liður í markaðstarfi Íslandsstofu. Þar er vettvangur fyrir íslensk ferðaþjónustufyrirtæki til að kynna vöruframboð sitt fyrir neytendum og erlendum ferðaheildsölum. Hlutverki Íslandsstofu í tengslum við ferðasýningar má skipta í þrennt:

- Skipulagning þátttöku og þjónusta við íslensk fyrirtæki á staðnum. Í því felst aðstoð við tengslamyndun þeirra við erlenda söluáðila
- Almennt tengslastarf með það fyrir augum að upplýsa erlenda aðila um starf Íslandsstofu í markaðssetningu og að safna aðilum í gagnagrunn Íslandsstofu

Sýningar á árinu

Á þessu ári tók Íslandsstofa þátt í samtals 14 sýningum, en með í för voru hátt í 40 íslensk fyrirtæki sem mörg hver tóku þátt í fleiri en einni sýningu. Helstu ferðasýningar sem Íslandsstofa skipulagði þátttöku á voru:

MATKA

Íslandsstofa var þátttakandi í MATKA ferðakaupstefnunni í Helsinki dagana 16.-19. janúar. Fulltrúar átta íslenskra fyrirtækja voru á staðnum og kynntu vörur sínar og þjónustu fyrir þeim fjölmörgu fagaðilum og gestum sem sóttu sýninguna. Um 67.000 gestir heimsóttu kaupstefnuna í ár þá fjóra daga sem hún stóð yfir, þar af rúmlega 13.000 fagaðilar. Matka hefur vaxið ört og er orðin ein af helstu ferðakaupstefnunum á Norðurlöndunum. Kaupstefnan er ekki einungis þýðingarmikil gagnvart finnska markaðinum heldur er hún einnig mjög mikilvægur vettvangur til að komast í kynni við ferðskrifstofur frá Rússlandi og öðrum CIS ríkjum, sem og frá Asíu.

ITB

ITB ferðasýningin fór fram í Berlín dagana 5. - 9. mars. Þetta er stærsta sýning sinnar tegundar í heiminum og að þessu sinni sóttu hana 180.000 manns, þar af 110.000 faggestir. Íslandsstofa hélt utan um þátttöku 19 íslenskra fyrirtækja sem kynntu starfsemi sína á 150 fermetra sýningarbás Íslands.

MITT í Moskvu World Travel Market

Ferðasýningin fór fram 19. - 23. mars og var Ísland í fyrsta skipti með sýningarbás. Sýningin stóð yfir í fjóra daga en þar voru samankomnir um 1.800 sýnendur frá 200 löndum. Gestir á svæðinu voru 38.000 talsins og þar af komu um 70% úr röðum ferðapjónustuaðila. Heimsóknir voru þó tæplega helmingi fleiri eða um 74.000 þar sem fjölmargir komu oftar en einu sinni til að ná að komast yfir allt sýningarsvæðið.

Top Resa september 2014

Íslandsstofa stóð fyrir þjóðarbás á IFTM Top Resa, stærstu ferðasýningu Frakka, dagana 23.-26. september sl. Fjögur íslensk ferðapjónustufyrirtæki tóku þátt en samhlíða bauð sendiráð Íslands í París í móttöku í sendiráðsbústaðnum.

Vestnorden 2014

Í ár var Íslandsstofa framkvæmdaraðili ferðakaupstefnunnar Vestnorden Travel Mart sem haldin var í Laugardalshöllinn þann 30. september - 1. október sl. Að ferðakaupstefnunni stendur North Atlantic Tourism Association (NATA), ferðamálasamstarf Norður-Atlantshafsins og samstarfsvettvangur Íslands, Færeyja og Grænlands á sviði ferðapjónustu. Meginhlutverk NATA er að móta sameiginlega stefnu í ferðamálum fyrir svæðið Grænland, Ísland og

Færeyjar og styrkja ýmis verkefni sem efla ferðapjónustu innan þess. Ferðakaupstefnan er haldin annað hvert ár á Íslandi og hin árin til skiptis í Færeyjum eða á Grænlandi

Þetta var í 29. skiptið sem ferðakaupstefnan var haldin og var þetta ein fjölmennasta ferðakaupstefnan hingað til. Ferðapjónustuaðilar frá Grænlandi, Færeyjum og Íslandi auk kaupenda ferðapjónustu frá öllum heimshornum mættu. Boðið var upp á ferðir um landið til þess að kynna þjónustuframboð á Íslandi fyrir og eftir kaupstefnuna. Kaupstefnan var unnin í góðu samstarfi við Congress Reykjavík.

Aðalfyrirlesari kaupstefnunnar var Peter Greenberg, margfaldur Emmy verðlaunahafi frá CBS fréttastofunni. Hann var útnefndur af *Travel Weekly* árið 2012 sem einn af áhrifamestu mönnum ferðapjónustunnar ásamt þeim Bill Marriot og Richard Branson. Peter Greenberg er reglulegur gestur í þekktum sjónvarpsþáttum vestanhafs eins og *Oprah Winfrey Show* og *The View*. Greenberg sendi út frá Íslandi og tók nokkra góða Íslendinga tali fyrir þátt sinn sem síðar var útvarpað í Bandaríkjunum.

World Travel Market 2014

Íslandsstofa tók þátt í einni stærstu ferðasýningu heims, World Travel Market í London, dagana 3.-6. nóvember. Aldrei hafa jafnmargir tekið þátt á sýningunni fyrir Íslands hönd en yfir 50 aðilar frá 18 fyrirtækjum voru með í för að þessu sinni. Á sýningunni var Bláa lónið tilnefnt til verðlauna á fyrstu Global Wellness Travel Awards og hlaut viðurkenningu í flokknum "Best for mineral or Hot Spring" en einnig sem "Country winner" fyrir Skandinavíu.

Aðrar ferðasýningar

Aðrar ferðasýningar sem Íslandsstofa tók þátt í á árinu 2014 voru: FREE í Munchen, CMT í Stuttgart og Reisen í Hamborg allar í Þýskalandi. Ásamt Ferie for alle í Danmörku, Vakantiebeurs í Hollandi og JATA í Tokyo, Japan.

Iceland Naturally

StórhlutimarkaðsstarfsÍslandsstofu í Norður-Ameríku fer fram í gegnum samstarfsverkefnið Iceland Naturally, sem unnið er í samvinnu við viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í New York. Tilgangur verkefnisins er að auka eftirspurn eftir íslenskum afurðum og þjónustu og örva ferðamannastraum til Íslands frá Norður-Ameríku. Verkefnið hefur verið starfrækt síðan 1999, en á þessu ári var skrifað undir nýjan þriggja ára samning um verkefnið. Að baki Iceland Naturally standa nú 11 fyrirtæki sem eiga hagsmuna að gæta á Norður-Ameríkumarkaði auk forsætisráðuneytis, utanríkisráðuneytis, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins og Íslandsstofu. Helstu verkefni Iceland Naturally á árinu voru:

Taste of Iceland

Taste of Iceland er árlegur viðburður sem haldinn er í mismunandi borgum í Norður-Ameríku á hverju ári. Þetta árið fór Taste of Iceland fram í Edmonton, Boston, Denver, Seattle, og Toronto. Dagskráin samanstendur af Reykjavík Calling tónleikum og matarkynningu á veitingastöðum ásamt kvikmynda- og listahátíð. Viðburðurinn er kynntur í gegnum samfélagsmiðla og auglýsingar. Samningur er gerður við almannatengslaskrifstofu í hverri borg sem sér um fjölmiðlaumfjöllun á hátíðinni.

Vefur, fréttatilkynningar og mánaðarleg fréttabréf

Iceland er rafrænt fréttabréf sem sent er út mánaðarlega til um 200.000 lesenda. Einnig eru sendar út reglulegar fréttatilkynningar á PR Newswire í tengslum við viðburði á Íslandi. Samfélagsmiðlastofan Big Fish annast framkvæmd rafrænnar markaðssetningar fyrir Iceland Naturally. Ný vefsíða var unnin í samræði við meðlimi Iceland Naturally. Nýja vefsíðan leggur áherslu á bætt viðmót fyrir snjalltæki og samþættingu milli miðla.

Aðrir viðburðir

Iceland Naturally tók þátt í að bjóða erlendum blaðamönnum á HönnunarMars. Bein útsending var frá Iceland Airwaves í Bandaríkjunum í samstarfi við KEXP útvarpsstöðina (30 milljón áheyrendur). Þá fylgdust 11.000 áhorfendur með beinni útsendingu frá flugeldum í Reykjavík um áramótin. Made in Iceland er verkefni sem er unnið í samstarfi við Útflutningsskrifstofu íslenskrar tónlistar og stuðlar að kynningu á íslenskrar tónlist í Norður Ameríku og aukinni dreifingu á íslenskrar tónlist á útvarpsstöðvar í Bandaríkjunum.

Ísland – allt árið

Í kjölfar eldgoss í Eyjafjallajökli árið 2010 var stofnað til markaðsátaks sem bar nafnið Inspired by Iceland. Í ljósi góðs árangurs af því átaki var gerður þriggja ára samningur um markaðsverkefnið Ísland – allt árið, sem byggja skyldi á því starfi sem unnið hafði verið í Inspired by Iceland og nýta þá fjárfestingu frekar. Tilgangur verkefnisins er að kynna Ísland sem áfangastað utan háannar til þess að jafna árstíðarsveiflu í komu erlendra ferðamanna og skapa þannig ný störf og auka arðsemi af greininni. Markmið Ísland – allt árið eru:

- Að styrkja ímynd Íslands sem áfangastaður ferðamanna allt árið um kring
- Að fjölga ferðamönnum utan háannar um 100.000 frá september 2011 – september 2014 eða um 12% á ári
- Að auka verslun erlendra ferðamanna þannig að endurgreiðsla af VSK til ferðamanna utan háannar aukist úr 560 milljónum í 800 milljónir á tímabilinu

Samstarfsaðilar að verkefninu eru Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Icelandair, Reykjavíkurborg, Samtök ferðaþjónustunnar (53), Isavia, Landsbankinn, Samtök verslunar og þjónustu (8) og Íslandsstofa. Fulltrúar frá samstarfsaðilum mynda stjórn verkefnisins, en Íslandsstofa annast framkvæmd þess. Auk Íslandsstofu unnu auglýsingastofurnar The Brooklyn Brothers í London, og Íslensku auglýsingastofan, auk birtingahússins MEC í Danmörku að framkvæmd verkefnisins.

Markaðsáherslur

Markaðsaðgerðir verkefnisins eru margþættar, en um er að ræða auglýsingabirtingar á fyrrgreindum markaðssvæðum, almannatengslum og blaðamannaferðum, markaðssetningu í gegnum samfélagsmiðla, innlent tengslastarf ásamt viðburðum erlendis sem og innanlands. Lögð er áhersla á að segja sögur frá Íslandi sem kynna landið sem ákjósanlegan áfangastað allan ársins hring. Markaðssvæði fyrir auglýsingabirtingar eru ákvörðuð af framkvæmdastjórn verkefnisins í upphafi hvers áfanga. Svæðin sem valin voru fyrir birtingar hefðbundinna auglýsinga í vetrarherferðinni 2013–2014 voru Frakkland (París), Þýskaland (München, Frankfurt), USA (New York) og Kanada (Toronto).

Verkliðir

Verkefnið Ísland – allt árið er viðamikil og tekur til margra þátta. Hér á eftir er yfirlit yfir helstu þætti verkefnisins eftir tímabilum, en starfstímabil Ísland – allt árið er frá september – september ár hvert.

Share the Secret

Inntak vetrarherferðarinnar 2013-2014 fólst í að kynna „Leyndarmál á Íslandi“ (e. Share the Secret). Tilgangurinn var að vekja áhuga ferðamanna á að kynnast íslenskrar náttúru, ævintýrum og menningu með því að segja þeim frá þeim einstöku upplifunum sem hægt er að eiga hér á landi. Um 200 „leyndarmálum“ var safnað í samvinnu við markaðsstofur landslutanna og voru þau kynnt í gegnum vef verkefnisins, samfélagsmiðla, almannatengsl og annað markaðsstarf.

Upphaflega átti „Share the Secret“ herferðin að standa yfir tímabilið september 2013 til apríl 2014, en ákveðið var að framlengja þennan þátt herferðarinnar fram að áramótum 2014 og hefja nýtt verkefni með nýju inntaki og fjármagni í byrjun árs 2015.

100.000 fararstjórar, 1 ævintýraleg ferð

Ísland – allt árið stóð fyrir þátttökuleik í mars 2014 sem gekk undir nafninu „The Search for the World's Most Intrepid Tourist“ (Leitin að hugdjarfasta ferðamanninum). Þar var leitað að einstaklingi til að ferðast um landið í vikutíma undir fararstjórn fylgjenda Inspired by Iceland á samfélagsmiðlum. Þátttaka í leiknum gekk vel en yfir 4.500 umsóknir bárust þá viku sem

leitinn stóð yfir. Með í för var hópur kvikmyndagerðamanna sem vann kynningarband um ferðalagið sem fékk talsverða umfjöllun í miðlum á lykilmarkaðssvæðum

#IcelandSecret Instagram leikur

Staðið var fyrir leik á samfélagsmiðlum verkefnisins undir myllumerkinu #IcelandSecret til að hvetja ferðalanga á Íslandi til að deila leyndarmálum um Ísland með öðrum. Leikurinn stóð yfir á tímabilinu 7. júlí – 1. nóvember 2014. Alls sáu yfir 220.000 manns stöðufærslur á Facebook frá leiknum og fengu þær 14.696 „likes“, 1.369 deilingar og 474 ummæli. Alls var um 9.500 myndum deilt á Instagram með #IcelandSecret á þátttökutímabilinu.

Blaðamannaferðir og hátíðir

Ísland – allt árið stóð fyrir komu erlendra blaðamanna á hátíðirnar Sónar og Food and Fun sem báðar voru haldnar í febrúar. Ísland – allt árið tók einnig þátt í komu blaðamanna á HönnunarMars og Iceland Airwaves sem fór fram í nóvember. Hátt í 220 erlendir blaðamenn komu á þessar hátíðir að þessu sinni.

The Ultimate Secret Tour of Iceland – haust 2014

Seinni hluti vetrarherferðarinnar hófst í október 2014 þegar myndband sem nefnist á ensku „The Ultimate Secret Tour“ fór í spilun á Youtube síðu Inspired by Iceland. Myndbandið sýnir ævintýraför hugdjarfa ferðalangansins fyrr á árinu og hafði fengið rúmlega 500 þúsund spilarir í árslok 2014 og hafði vakið athygli á samfélagsmiðlum sem og hjá stórum fjölmiðlum á borð við Telegraph Online, T-Online, The Daily Mail Online, Mashable, Wanderlust og Tourmag France. Til þess að styðja við frumsýningu myndarinnar var fjórum áhrifamiklum notendum samfélagsmiðla (e. Influencers) boðið til Íslands þar sem kynnt var matarmenning, ævintýri, menning og skapandi greinar.

Kvikmyndalandið Ísland

Ísland hefur verið notað sem tökustaður fyrir vinsælar kvikmyndir síðastliðin ár og stöðugt skapast ný tækifæri tengd því. Ferðamennska á kvikmyndastaði nýtur vaxandi vinsælda. Ísland – allt árið efndi til samstarfs við kvikmyndaverin Paramount Pictures, Universal Studios, 20th Century Fox, Disney Studios og HBO um markvissa kynningu á áfangastaðnum Íslandi í tengslum við frumsýningar bæði kvikmynda og sjónvarpsþátta. Tilgangurinn var að kynna Ísland sem upptökustað kvikmyndanna og vekja áhuga á landinu sem áfangastað. Markaðsaðgerðir þessa kynningarstarfs samanstóðu að miklu leyti af blaðamannaferðum til Íslands frá lykilmörkuðum, fréttatilkynningum, viðburðum úti á mörkuðum og samstarfi við erlenda miðla (spurninga-/þátttökuleikir og umfjöllun).

Fundir og samstarf

Íslandsstofa stóð fyrir fjölda markaðs-, vinnu- og upplýsingafunda, bæði fyrir þátttakendur í Ísland – allt árið, sem og fyrir ferðapjónustuna í heild sinni. Góð mæting var á fundina

en hátt í 800 aðilar sóttu fundi sem fram fóru í Reykjavík, Egilsstöðum, Akureyri, Húsavík, Borgarnesi, Grundarfirði, Reykjanesi, Vestmannaeyjum, Skaftafelli og Selfossi. Íslandsstofa og markaðsstofur landshlutanna boðuðu einnig til samtals aðila í ferðapjónustu og tengdra hagsmunaðila á fundum víða um land í mars 2014. Þar voru ræddar leiðir til þess að stilla saman strengi í markaðssetningu landshluta, á landsvísu og samstarfsmöguleika. Fundirnir voru haldnir á Akureyri, Varmahlíð, Mývatni, Hvolsvelli, Laugarvatni, Reykjanesi, Egilsstöðum, Stykkishólmi, Borgarnesi, Tálknafirði og Hólmavík. Fundarhöld á Ísafirði féllu niður vegna veðurs.

Lykiltölur og viðurkenningar

Hér á eftir verða helstu lykiltölur og viðurkenningar teknar saman er tengjast Íslandi- allt árið og Share the Secret herferðinni frá september 2013- desember 2014:

- 62 milljón notendur hafa séð auglýsingar á netinu
- Áhugi á Íslandsferð og lengd ferðar var meiri hjá notendum sem sáu vefauglýsingar skv. könnun um áhrifamátt kynningarefnis
- Auglýsingar á auglýsingaskiltum fengu 164.000.000 birtingar (e. impressions) í Þýskalandi og Kanada
- Alls fengu prentauglýsingarnar um 5.000.000 snertingar (e. Contacts) innan markhóps
- Búið er að deila yfir 12.000 leyndarmálum merktum #IcelandSecret á Instagram
- Myndbönd Share the Secret hafa fengið yfir 700.000 áhorf
- Besti árangur Inspired by Iceland á samfélagsmiðlum hingað til – helmingi meiri viðbrögð (e. engagement) við efni en 2012/13 og um 70% aukningu á fylgjendum á Facebook og 92% á Twitter
- Yfir 60.000 manns tóku þátt í leikjum tengdum Inspired by Iceland á samfélagsmiðlum verkefnisins og erlendum fjölmiðlum
- Vefsíða Inspired by Iceland sýnir jákvæða breytingu á helstu lykiltölum, t.d. heimsóknartíma, skopptíðni, fjölda heimsókna og síðuflettinga miðað við sama tímabil árið áður
- Umfjöllun fjölmiðla hefur fengið yfir 1.280.000.000 birtingar (e. impressions) (Birting = hversu oft umfjöllunin birtist á miðlum óháð fjölda notenda)
- 109.000.000 manns hafa séð umfjöllun (Hversu margir einstaka notendur sáu umfjöllun óháð fjölda birtinga)
- Umfjöllun metin að virði yfir 2.268.000.000 kr.

Skifties – Verðlaun fyrir nýstárlega notkun samfélagsmiðla

Íslandsstofa vann til verðlauna fyrir nýstárlega notkun samfélagsmiðla í tengslum við Share the Secret herferðina hjá alþjóðlega ráðgjafar- og upplýsingafyrirtækinu Skift sem

starfar á sviði ferðaþjónustu. Í umsögn dómnefndar segir að verðlaunin séu m.a. veitt fyrir þá hugmynd að fá Íslendinga til þess að deila einlægum sögum af áhugaverðum stöðum með ferðamönnum. Skift veitti verðlaun fyrir notkun samfélagsmiðla í ferðaþjónustu í 15 flokkum, en meðal þeirra sem einnig hlutu verðlaun voru TripAdvisor, Lonely Planet og Tourism Australia.

Inspired by Iceland er kennslubókardæmi

Markaðsverkefnið Ísland – allt árið (Inspired by Iceland) er notað sem dæmi í 15. útgáfu af kennslubókinni Marketing Management eftir þá Philip Kotler og Kevin Lane Keller. Í bókinni er fjallað um markaðssetningu Inspired by Iceland og hvernig samþætting skilaboða hefur slagkraft í markaðssetningu. Bókin var gefin út hjá fyrirtækinu Pearson Inc. í haustið 2014, en fyrsta útgáfa bókarinnar kom út árið 1967. Hún hefur frá fyrstu útgáfu verið talin ein af bestu kennslubókum markaðsfræðinnar og fangar þróun í markaðsfræðum og framkvæmd á hverjum tíma. Bókin er kennd víðsvegar um heim og er iðulega fjallað um stærstu vörumerki heims í bókinni s.s. Apple, Microsoft, Nike og Coca Cola. Bókin er m.a. kennd í háskólum á Íslandi.

Ísland meðal áhugaverðustu áfangastaða á leitarvélum Google 2014

Eitt helsta verkefni Ísland – allt árið er að koma Íslandi á kortið hjá erlendum ferðamönnum og vekja áhuga á að ferðast til Íslands, utan háannar. Árið 2014 var Ísland í öðru sæti yfir þá áfangastaði sem sýndu mesta aukningu í leitarfyrirspurnum hjá leitarvélum Google.

Ísland – allt árið 2015 – 2016 - Áframhaldandi samstarf

Þann 18. desember 2014 var undirritaður nýr tveggja ára samningur um sameiginlegt markaðsstarf undir nafninu Ísland – allt árið. Samningurinn gildir fyrir árin 2015 – 2016. Markmið samningsins eins og áður er að stuðla að sameiginlegu erlendu markaðs- og kynningarverkefni fyrir Ísland og íslenska ferðaþjónustu.

Markmið verkefnisins er að jafna árstíðarsveiflu í ferðaþjónustu og auka neyslu ferðamanna ásamt því að fjölga ferðamönnum til landsins að vetri til og bæta viðhorf og vitund gagnvart Íslandi sem áfangastað. Jafnframt er markmiðið að leggja sérstaka áherslu á ráðstefnu- og hvataferðamarkaðinn.

Samstarfsaðilar að verkefninu eru Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Icelandair, Reykjavíkurborg, Samtök ferðaþjónustunnar, Landsbankinn og Íslandsstofa. Fulltrúar frá samstarfsaðilum mynda framkvæmdastjórn verkefnisins, en Íslandsstofa sér um framkvæmd þess.

Minni samstarfsverkefni tengd ferðaþjónustu

Íslandsstofa annast framkvæmd nokkurra sértækra markaðsverkefna og á í samstarfi við ýmis samtök s.s. Samtök um sögutengda ferðaþjónustu og Ísland of Health. Íslandsstofa á einnig náið samstarf við markaðsstofur landshlutanna um þeirra verkefni er snúa að markaðsmálum, sem og Isavia hvað varðar tengslastarfi við flugfélög.

Routes Europe

Íslandsstofa tók þátt í sýningunni, Routes Europe í Marseille, 6.-8. apríl samstarfi við ISAVIA. Sýningin er vettvangur fagaðila er tengjast flugmálum í Evrópu. Á sýningunni var Íslandsstofa tilnefnd fyrir góðan árangur í markaðsstarfi áfangastaða. Verðlaunin eru mjög virt og þykir það mikill heiður að hafa verið tilnefnd.

Cruise Iceland

Cruise Iceland eru samtök hafna og fyrirtækja sem taka á móti skemmtiferðaskipum og gestum þeirra. Fjórtán fyrirtæki voru kynnt á Cruise Shipping Miami sýningunni sem haldin var dagana 10.-13. mars á Miami Beach. Í september fóru 14 fyrirtæki á Seatrade Cruise sýningu í Hamborg í Þýskalandi. Starfsmaður Íslandsstofu hefur sinnt 20% starfi fyrir Cruise Iceland en í lok árs var rann út samstarfssamningur Íslandsstofu og Cruise Iceland.

Listir og skapandi greinar

Íslandsstofa studdi við komu fjölmargra erlendra fjölmiðlamanna og listrænna stjórnenda á árinu víðsvegar að úr heiminum í samvinnu við miðstöðvar lista og skapandi greina og hátíðarstjórnendur. Á meðal verkefna sem Íslandsstofa kom að má nefna: Myrka Músíkdaga, Sónar Reykjavík, HönnunarMars, Reykjavík Fashion Festival, Tectonics, Reykjavík Short & Docs, Iceland Writers Retreat, Lókal, Reykjavík Dance Festival, Tradition for Tomorrow, Reykjavík Jazz, Iceland Airwaves, Reykjavík International Film Festival og Umræðuþræði sem er samstarfsverkefni Listaháskóla Íslands, Listasafns Reykjavíkur og Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar.

Viðburðir erlendis innan lista og skapandi greina

Íslandsstofa tók þátt í listahátíðinni Air D'Islande í París þar sem tónlistar- og myndlistarmenn komu fram í samstarfi við Pompidou safnið. Íslandsstofa kom að

kynningu á HönnunarMars í Stokkhólmi en Hönnunarmiðstöð og Design Forum Finland stóðu þar saman að kynningu á íslenskri og finnskri hönnun. Íslandsstofa tók þátt í Bókamessunum í Frankfurt og Gautaborg, sem og hönnunarsýningunum Stockholm Design Fair í Svíþjóð og Mason & Objet í París, Frakklandi. Þá kom kom Íslandsstofa að fjölmiðlaferð til að styðja við kynningu á Eurosonic hátíðinni 2015 í Hollandi, en íslenskir tónlistarmenn voru sérstaklega í sviðsljósinu á hátíðinni.

Í gegnum samstarfssjóð Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins var stutt fjárhagslega við fjölmörg verkefni og viðburði sem tengjast menningu og listum og haldnir voru á vegum sendiráða Íslands erlendis. Þar má nefna til dæmis stuðning við Play Nordic, hátíðina í Berlín þar sem norræn tónlist var kynnt í samstarfi við NOMEX. Þá var einnig íslenskur bás á Jazz Ahead tónlistarkaupstefnunni sem ÚTÓN stóð fyrir í samstarfi við sendiráð Íslands í Berlín sem og Íslandsdagar í Turku með sérstakri áherslu á bókmenntir.

You are in Control

Ráðstefna skapandi greina (You are in Control) var haldin fyrstu viku nóvembermánaðar. Íslandsstofa heldur utan um framkvæmd hennar með aðstoð verkefnastjóra og verkefnastjórnar sem samanstendur af fulltrúum frá miðstöðvum skapandi greina. Ráðstefnan er góður samráðsvettvangur skapandi greina þar sem fulltrúar ólíkra listgreina settu saman þá stefnu sem unnið var eftir við skipulag ráðstefnunnar. Þemað var skapandi samsláttur, þar sem áhersla var lögð á verkefni og skapandi fólk sem vinnur þvert á, eða milli listgreina og rýnt í hvaða nýju tækifæri er að finna í þessum samslætti. Hingað til lands komu þekktir erlendir fyrirlesarar og má meðal annars nefna Christine Boland, hún talaði um leiðir til að spá fyrir um strauma á sviði tísku, hönnunar og neyslu. Bandaríski tónlistarmaðurinn Zebra Katz sem hefur fengið verðskuldaða athygli fyrir að vinna þvert á listgreinar í tónlist sinni og Nelly Ben Hayoun sem nefnd hefur verið "Willy Wonka hönnunar og vísinda". Hún er upplifunarhönnuður og þúsundþjalasmiður sem vinnur með vísindamönnum, verkfræðingum og listamönnum og hefur unnið til fjölda verðlauna fyrir verk sín. Ráðstefnan gekk vel og var vel sótt af listamönnum úr öllum listgreinum.

Skapandi greinar og ferðaþjónusta

Áfram hefur verið unnið að því innan sviðs ferðaþjónustu og skapa greina að móta samstarfsvettvang greinanna í samstarfi við fagrað lista og skapandi greina og ferðaþjónustunnar. Vinna innan sviðsins og samlegð við önnur verkefni Íslandsstofu hefur verið í átt að enn frekari samlegð milli ferðaþjónustu og lista og skapandi greina. Boðið var til opins fundar í húsakynnum Íslandsstofu með Hönnunarmiðstöð Íslands þar sem HönnunarMars var sérstaklega kynntur og farið yfir tækifæri á sviði ferðaþjónustunnar í kringum hátíðina. Almennatengslaskrifstofur Íslandsstofu erlendis hafa einnig tekið þátt í enn frekari samþættingu með því að efla sambandið við miðstöðvar skapandi greina og hefur aðstoð þeirra við hátíðar og samtal við blaðamenn á sviði lista og skapandi greina einnig aukist jafnt og þétt.



Sjávarútvegur og matvæli

Hlutverk sjávarútvegs- og matvælasviðs er að efla orðspor og ímynd Íslands sem upprunaland hreinna og heilnæmra matvæla, auka áhuga á íslenskum matvælum, hráefni og íslenskri matarmenningu og stuðla þannig að aukinni gjaldeyrisöflun og verðmætasköpun. Nánar tiltekið:

- Að hafa frumkvæði að stefnumörkun í kynningu á íslenskum matvælum og matarmenningu erlendis
- Sinna kynningarstarfi sem miðar að því að efla orðspor og ímynd landsins sem upprunaland gæðaafurða
- Auka áhuga á íslenskum afurðum á erlendum mörkuðum með það að markmiði að auka gjaldeyristekjur af sölu þeirra
- Að hafa frumkvæði að því að leiða saman fyrirtæki og hagsmunaaðila í öflugt samstarf og vera leiðandi í víðtæku samstarfi á sviði markaðssetningar íslenskra matvæla erlendis
- Að nýta samlegðaráhrif við önnur svið og markaðsverkefni s.s. svið ferðaþjónustu og skapandi greina og auka þannig slagkraft í kynningarstarfinu

Þrír starfsmenn starfa á sviðinu: Guðný Káradóttir forstöðumaður, Björgvin Þór Björgvinsson verkefnastjóri sem sinnir einkum málefnum sjávarútvegs og Áslaug Þ. Guðjónsdóttir verkefnastjóri sem sérhæfir sig í öðrum geirum matvælaframleiðslunnar.

Tvö fagråd starfa sem bakland og tengslanet matvælasviðs við fyrirtækin í greininni, annars vegar fagråd sjávarútvegs og hins vegar fagråd matvæla sem skipað er fólk úr öðrum greinum matvælaframleiðslu en veiðum á villtum fiskistofnum í hafinu. Nokkrar breytingar voru gerðar á skipan fagráðs sjávarútvegs á árinu og komu fimm nýjir aðilar inn í ráðið en alls eru tólf manns í fagráðinu. Brynjólfur Eyjólfsson markaðsstjóri HB Granda tók við sem formaður fagráðs sjávarútvegs á árinu af Ingu Jónu Friðgeirsdóttir. Stefanía K. Karlsdóttir er formaður fagráðs matvæla.

Markaðsrannsóknir

Viðhorfskönnun var gerð á vegum Íslandsstofu í febrúar 2014. Það var MMR sem framkvæmdi könnunina í fjórum löndum; Danmörku, Bretlandi, Pýskalandi og Frakklandi. Viðhorfskannanir Íslandsstofu hafa ekki áður verið gerðar í Frakklandi en samanburðartölur frá árinu 2011 eru til frá hinum löndunum þremur fyrir hluta spurninganna. Könnunin var tvískipt, annars vegar voru spurningar um Ísland sem áfangastað og hins vegar voru spurningar tengdar íslenskum vörum. Spurt var um viðhorf gagnvart íslenskum vörum, þjónustu og vörumerkjum, áhrif upprunaland fisks á kauphegðun þátttakenda og hvaða

upprunaland væri þeirra fyrsti kostur. Einnig voru þátttakendur spurðir hversu sammála eða ósammála þeir væru því að matarmenningin á Íslandi væri spennandi. Ekki hefur áður verið spurt um áhrif uppruna fisks og matarmenningu Íslendinga í viðhorfskönnunum Íslandsstofu. Niðurstöðurnar voru kynntar á fundum með fagráðunum og með greininni.

Sjávarafurðir

Kynningarstarf á íslenskum sjávarafurðum á vegum Íslandsstofu er unnið undir merkjum Iceland Responsible Fisheries (IRF) skv. samningi við Ábyrgar fiskveiðar ses. frá 2010. Unnið er út frá því leiðarljósi að íslenskar sjávarafurðir þyki framúrskarandi valkostur og verði eftirsóttar á erlendum mörkuðum vegna gæða og ferskleika afurðanna sem eiga uppruna sinn í hreinu hafsvæði þar sem stundaðar eru ábyrgar fiskveiðar. Markmiðið er að treysta stöðu íslenskra sjávarafurða á erlendum mörkuðum og styrkja ímynd Íslands sem upprunaland sjávarafurða þar sem stundaðar eru ábyrgar fiskveiðar.

Iceland Responsible Fisheries

Í árslok 2014 voru 117 fyrirtæki aðilar að Iceland Responsible Fisheries markaðsverkefninu samanborið við 107 í árslok 2013. Meirihlutinn voru íslensk, eða 76, og greiða þau árgjald til Ábyrga fiskveiða ses sem nýtir fjármagnið til vottunar á fiskistofnum og í markaðs- og kynningarstarf með samningnum við Íslandsstofu. Á árinu hlutu gullkarfaveiðar vottun en einnig voru þorskveiðar endurvottaðar út frá faggiltri kröfulýsingu IRF, en þorskveiðar hlutu fyrst vottun árið 2010. Vottun þessara tegunda var kynnt með formlegum hætti innanlands og erlendis, með fréttatilkygningum og greinaskrifum, sem og faggilding kröfulýsingar sem er staðall sem vottað er eftir.

Stefnumörkun í markaðssamskiptum

Í janúar hófst vinna við mörkun stefnu í markaðssamskiptum fyrir íslenskar sjávarafurðir og var þetta eitt af viðameiri verkefnum sviðsins. Unnið var með fyrirtækinu FutureBrand í New York í þessu verkefni en það var valið í útboðsferli í samvinnu við Ríkiskaup í desember 2013. Tilgangur verkefnisins er að leggja grunn að því að efla sameiginlegt markaðsstarf með skýrri stefnu sem nýtist greininni í heild í kynningu á íslenskum sjávarafurðum á erlendum mörkuðum (Brand strategy). Haldnir voru vinnufundir með þátttöku fjölmargra einstaklinga í sjávarútvegi auk þess sem viðtöl voru tekin við kaupendur erlendis og framleiðendur og söluaðila á Íslandi. Skýrslur og rannsóknir voru nýttar í greiningarvinnunni, til að meta samkeppnina og sérstöðu sem hægt væri að byggja á. Fagråd sjávarútvegs vann náð með starfsfólki Íslandsstofu í þessu verkefni og var stefnan kynnt á Sjávarútvegsráðstefnunni í

nóvember 2014. Inntak stefnunnar er að byggja upp sterka vitund og áhuga á íslenskum sjávarafurðum með skýrri tengingu við upprunalandið Ísland. (Mynd úr stefnumörkin)

Saltfiskur – markaðsstarf í Suður Evrópu

Íslandsstofa stýrir framkvæmd á verkefni sem hefur þann tilgang að styrkja stöðu saltaðra þorskafurða frá Íslandi á mörkuðum í Suður Evrópu (Spáni, Portúgal og Ítalíu). Verkefnið hófst 2013 sem markaðssamstarf til eins árs en hefur nú verið framlengt til ársins 2015.

Verkefnið varð til að frumkvæði Félags íslenskra saltfiskframleiðenda (ÍSF) í samstarfi við Íslandsstofu og stjórnvöld. Verkefnið er fjármagnað að stærstum hluta af framleiðendum og útflytjendum í greininni og Íslandsstofu, auk þess sem verkefnið hlaut styrk úr AVS sjóðnum (aukið virði sjávarfangs). Sérstök stjórn er yfir verkefninu sem ber ábyrgð á að samþykka markaðs- og fjárhagsáætlanir. Tuttugu og fimm fyrirtæki tóku þátt í verkefninu árið 2014. Fulltrúar frá fyrirtækjunum mynda ráðgjafaráð sem fundar 2-3 sinnum á ári til að móta áherslur í verkefninu.

Frá upphafi verkefnisins hefur verið lögð áhersla að kynna gæði og uppruna íslenska saltfisksins, bæði gagnvart erlendum innflytjendum og neytendum í viðkomandi löndum undir undir kjörordinu "Taste and share the secret of Icelandic bacalao." Almennatengsl og samfélagsmiðlar hafa spilað stórt hlutverk í markaðsaðgerðum, en haldið er úti samfélagsmiðlum á þremur tungumálum, spænsku, ítölsku og portúgölsku (Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest).

Eitt af markmiðum verkefnisins hefur verið að styrkja tengsl við þá sem þekka íslenska saltfiskinn best á mörkuðum, þ.e. innflytjendur og dreifingaraðila erlendis. Á það var lögð sérstök áhersla á þessu árinu 2014 með viðburðum í Portúgal og Ítalíu sem tókust vel.

Matvæli og matarmenning

Svið sjávarútvegs og matvæla hefur tekið þátt á samstarfsvettvanginum Matvælalandið Ísland sl. tvö ár. Þar er unnið að mótun hugmynda sem miða að því að nýta tækifæri til aukinnar verðmætasköpunar matvælaframleiðslu í viðtækum skilningi. Þær snúast m.a. að aukinni framleiðslu, sjálfbærni, nýsköpun og meiri gæðum sem og að auknum gjaldyriskjum í tengslum við ferðaþjónustu og útflytning. Áhersla hefur verið sett á samstarf og samtakamátt hagsmunaaðila, þvert á framleiðslu- og atvinnugreinar s.s. ferðaþjónustu. Í mars var haldin ráðstefna undir merkjum Matvælalandsins sem bar yfirskriftina Vöxtur í ferðaþjónustu: Er maturinn tilbúinn? Á ráðstefnunni var fjallað um þróun matarferðamennsku hér heima og

erlendis og tækifærin sem í henni felast. Svið sjávarútvegs og matvæla hafði milligöngu um komu Ami Hovstadius, frá VisitSweden, sem fyrirlesara á ráðstefnunna. Hún flutti fróðlegt erindi um reynslu Svía af markaðssetningu Svíþjóðar sem matvælalands.

Íslandsstofa á í góðu samstarfi við ýmsa aðila héraðs og erlendis við að efla orðspor og ímynd Íslands sem matvælalands og að gera fyrirtækin í greininni samkeppnishæfari. Meðal samstarfsverkefna af þessu tagi er Íslandsmeistarakeppnin í matarhandverki sem Matís skipulagði í nóvember og studdi Íslandsstofa verkefnið með kostun fyrirlesara sem kom til landsins af þessu tilefni. Fjölmargir smáframleiðendur frá öllum Norðurlöndunum tóku þátt í keppninni og sátu fyrirlestra og námskeið sem í boði voru. Íslenskum þátttakendum var boðið upp á fyrirlestur um útflytningarmál. Með þátttöku í viðburðinum fengu smáframleiðendur dýrmæta endurgjöf á vörur sínar, fróðleik og hvatningu um frekari framleiðslu og deildu reynslu sinni sín á milli. Annað verkefni er samstarf í kynningu íslenskra matvæla í tengslum við tónlistarhátíðina JA JA JA í Bretlandi. Blaðamanni frá vefritinu Munchies var boðið til landsins til að hitta Emiliönu Torrini og elduðu þau saman úr íslensku hræfni og gert var myndband um samstarf þeirra.

Velgengi íslenskra matreiðslumanna er mikilvægur hluti af kynningu á Íslandi sem matvælalandi. Íslandsstofa er einn af bakhjörnum íslenska Kokkalandslíðsins, en svið sjávarútvegs og matvæla gerði á árinu samstarfssamning við líðið, ásamt sviði ferðaþjónustu og skapandi greina. Sviðið studdi einnig fulltrúa Íslands í hinni virtu matreiðslukeppni Bocuse d'Or. Íslandsstofa átti gott samstarf við matreiðslumenn á árinu sem gagnaðist á báða bóga og kynnti þátttöku þeirra í keppnum á alþjóðavettvangi og nýtti tengslanet sitt við almennatengslaskrifstofur erlendis.

Kynningarefni og markaðsaðgerðir

Margskonar kynningarefni var gefið út á árinu á fjölda tungumála til að mæta þörf fyrir upplýsingaefni, sérstaklega fyrir nýja markaði. Markmiðið er að gera efni sem nýtist hagsmunum heildarinnar og einstök fyrirtæki geta nýtt í markaðsstarfi sínu.

Prentað efni

Gefið var út upplýsingarit sem innihélt almenna kynningu á matvælaframleiðslu á Íslandi á þremur tungumálum: ensku, finnsku og þýsku. Staðreyndir um íslenskan sjávarútveg (fact sheet) og um verðmætustu fisktegundirnar (þorskur, ýsa, ufsi og karfi)voru gefin út á þýsku, frönsku, spænsku, ítölsku, portúgölsku og kínversku. Allt útgefið efni er aðgengilegt á vefnum www.ResponsibleFisheries.is og einnig hluti þess á www.iceland.is. Þátttökufyrirtækjum

í IRF verkefninu stendur einnig til boða að fá merki síns fyrirtækis á prentuð eintök til dreifingar meðal viðskiptavina sinna.

Gefinn var út uppskriftabæklingur á spænsku með uppskriftum úr samkeppni sem efnt var til á Facebooksíðu saltfisksverkefnisins á Spáni (Bacalao de Islandia). Bæklingur með þorskuþpskriftum var gerður á finnsku og þýsku á árinu, en áður hafði hann verið gefinn út á ensku og frönsku.

Stafrænt efni, video og vefur

Vefurinn ResponsibleFisheries.is er á fimm tungumálum og er nýttur til miðlunar upplýsinga um viðburði, vottun og um málefni sjávarútvegs almennt. Einu sinni til tvisvar í mánuði eru sendar upplýsingar um viðburði og fréttir á stóran markhóp, bæði á íslensku og ensku, 15 útsendingar á ensku og 23 á íslensku. Notendur vefsins á árinu eru tæplega 16.000 og voru skoðaðar 50.000 síður.

Gerð var kínversk útgáfa af myndbandi sem kynnir íslenskan sjávarútveg og Iceland Responsible Fisheries verkefnið. Einnig voru framleidd tvö myndskleið af heimsókn matreiðslumanna til Íslands til að kynna sér saltaðar þorskafurðir, Mikel Poblacion frá Spáni og Lorenzo Alessio frá Ítalíu, og nýtt til að kynna Ísland sem upprunaland hágæða saltaðra þorskafurða. Allt kvikmyndað efni er aðgengilegt í gegnum ResponsibleFisheries.is, á YouTube rásun (sem eru fjórar) og á Vimeo.

Sviðið heldur úti vefsíðum og samfélagsmiðlum á þremur tunumálum til að kynna saltaðar þorskafurðir á Spáni, Ítalíu og í Portúgal.

Upplýsingum sem tengjast matvælaframleiðslu, markaðsstarfi og verkefnum var einnig miðlað í gegnum Iceland.is (á ensku) og til Íslendinga á vef Íslandsstofu og Facebook síðu.

Sýningar og kynning erlendis

Sjávarútvegs- og matvælasvið tók þátt í tveimur vörusýningum erlendis á árinu, í Boston í Bandaríkjunum í mars og í Brussel í Belgíu í apríl. Þá var Íslenska sjávarútvegssýningin haldin í Kópavogi og þar var Íslandsstofa með bás og kynnti þjónustu við sjávarútveginn og markaðsstarf undir merkjum Iceland Responsible Fisheries.

Í tilefni þess að fríverslunarsamningur milli Íslands og Kína tók gildi 1. júlí 2014 skipulagði Íslandsstofa í samstarfi við íslenska sendiráðið í Kína og Samtök heildsala á matvörumarkaði í Kína (CAWA), viðskiptasendinefnd íslenskra matvælaframleiðenda til Peking dagana 25.-28. júní. Níu fyrirtæki í fjölbreyttri matvælaframleiðslu tóku þátt í ferðinni til Kína (drykkjarvörur, kjötframleiðsla, fiskeldi og sjávarafurðum). Sendinefndin naut góðs af veru utanríkisráðherra, Gunnars Braga Sveinssonar í borginni en hann

átti fundi með fjölmörgum háttsettum kínverskum aðilum í heimsókn sinni til Kína. Utanríkisráðherra ávarpaði viðskiptaþing sem um 60 kínverskir innkaupaaðilar á matvælum sóttu og áttu síðan fundi með íslensku aðilunum.

Dagana 14.-17. október skipulagði Íslandsstofa ferð viðskiptasendinefndar sjávarútvegsfyrirtækja til Brasilíu en tilgangur ferðarinnar var að kanna möguleika á að auka útflutning sjávarafurða til Brasilíu. Ferðin var skipulögð í tengslum við heimsókn Gunnars Braga Sveinssonar utanríkisráðherra til Brasilíu en hann ræddi við yfirvöld og áhrifaðila í viðskiptalífínu með það að markmiði að greiða fyrir viðskiptum milli landanna. Dagskráin fólst í heimsókn til dreifingarfyrirtækis á sjávarafurðum, viðræðum við væntanlega kaupendur, skoðunarferðum í verslanir og markaði og viðskiptaþingi sem haldið var í Sao Paulo 15. október. Viðskiptaþingið var haldið í húsakynnum Viðskiptaráðsins í Sao Paulo sem aðstoðaði við undirbúning, en þangað var boðið brasilískum innkaupaaðilum á sjávarafurðum og vinnslu- og dreifingarfyrirtækjum.

Í maí var ráðist í verkefni í samstarfi við spænska DAMM bjórframleiðendann þar sem nýr bjór fyrirtækisins og íslenskur saltfiskur var kynntur sameiginlega á 37 veitingastöðum í Madrid. Haldinn var kynningarfundur fyrir fjölmiðla í Madrid þar sem fulltrúi úr greininni kynnti hráefnið og Kristinn R. Ólafsson kynnti Ísland. Boðið var upp á íslenskan saltfisk eldaðan af spænskum matreiðslumanni. Þá var bæklingi í 60.000 eintökum dreift til almennings í Madrid með upplýsingum um veitingastaðina og íslenska saltfiskinn

Dagana 5. og 6. nóvember fór fram kynning á íslenskum saltfiski í norðurhluta Portúgal. Fyrri daginn var almenningi í miðborg Porto boðið að smakka íslenskan saltfisk matreiðdan á portúgalska vísu. Seinni daginn var haldinn kynningarfundur með portúgölskum kaupendum og dreifingaraðilum á íslenskum saltfiski í Gafanha da Nazaré við Aveiro en þema fundarins var gæði og nýsköpun. Að fundinum loknum var sameiginlegur hádegismatur fyrir þátttakendur þar sem íslenskur saltfiskur var í aðalhlutverki.

Í lok september tók Íslandsstofa í samstarfi við Íslenska saltfiskframleiðendur þátt í saltfiskhátíðinni „Somma e Sua Eccellenza il Baccalà“, sem u.þ.b. 5.000 manns heimsóttu og fór fram í bænum Somma Vesuviana sem er í útverfi Napolí. Eldhúsið, sem Íslandsstofa hefur notað áður í sínu kynningarstarfi, vakti mikla athygli á saltfiskhátíðinni en það er skreytt munum og myndum frá saltfiskvinnslu Íslendinga í gegnum árin. Þá var Eldhúsinu einnig komið fyrir á einu fjölfarnasta torgi Napolíborgar þar sem gestum var boðið upp íslenskan saltfisk sem saltfiskveitingastaðurinn Baccalaria sá um að útbúa.

Í tengslum við saltfiskverkefnið var á vormánuðum vinningshöfum í uppskriftaleik Facebook síðum verkefnisins á Spáni og Portúgal boðið til Íslands ásamt sínum mökum. Í þessari heimsókn skipulagði Íslandsstofa dagskrá fyrir þau til að kynna þeim upprunaland saltfisksins.

Svið sjávarútvegs og matvæla gerði samninga við almannatengslafyrirtæki á Spáni og í Portúgal um aðgerðir úti á mörkðunum, s.s. þátttöku í saltfiskhátíð á Ítalíu, kynningu á íslenskum saltfiski í Madrid í samstarfi við bjórframleiðandann Damm og kynningarfundu um íslenskan sjávarútveg fyrir kaupendur í Portúgal.

Almannatengsl

Á Íslandsstofu er unnið markvisst að því að byggja upp samskipti við fjölmiðla erlendis og innanlands. Almannatengsl eru mikilvægur þáttur í markaðsstarfi erlendis og kynningu á Íslandi sem matvælalandi. Á árinu veittu starfsmenn sviðsins 27 fjölmiðlamönnum frá ýmsum löndum þjónustu og var farið í heimsóknir í alla landshluta. Margir þeirra komu hingað til lands að frumkvæði Íslandsstofu í samvinnu við erlend almannatengslafyrirtæki, sem Íslandsstofa er í samstarfi við í Bretlandi, Þýskalandi, Frakklandi, Spáni og Portúgal. Aðrir komu að eigin frumkvæði og settu sig í samband við Íslandsstofu eða almannatengslafyrirtækin. Þjónusta við fjölmiðlafólk fólst í ýmis konar aðstoð við skipulagningu Íslandsferðar. Fjölmiðlaheimsóknir sköpuðu dýrmæta umfjöllun og tengdust efnistökin ýmsum þáttum í matvælaframleiðslu og matarmenningu, s.s. sjávarútvegi, íslenska lambinu, grænmetisræktun og hátíðarmat Íslendinga. Þeir sem kynntu sér sjávarútveg og fiskeldi fjölluðu m.a. um tækninýjungar, nýsköpun og laxeldi. Óháð efnistöðum fengu fjölmiðlamenn einnig innsýn í aðrar greinar matvælagæirans og að kynnast íslensku hráefni og færni íslenskra matreiðslumanna á veitingastöðum landsins.

Sjö fjölmiðlamenn komu hingað frá Frakklandi, sex komu frá Bretlandi, fjórir frá Hollandi og fjórir frá Bandaríkjunum; þrír komu frá Spáni, tveir frá Þýskalandi og einn frá Ítalíu. Þeir unnu ýmist við greinaskrif fyrir dagblöð og tímarit, þáttgerð fyrir sjónvarp og netið og gerð efnis fyrir samfélagsmiðla. Miðlarnir voru m.a. La Vanguardia á Spáni, Jamie Oliver's Magazin í Bretlandi, France5 og Le Monde í Frakklandi, Frankfurter Allgemeine Zeitung í Þýskalandi, Bon Appétit í Bandaríkjunum og ýmis fagtímarit í sjávarútvegi.

Gott samstarf var við svið ferðaþjónustu og skapandi greina hjá Íslandsstofu þegar kom að undirbúningi og móttöku fjölmiðlafólks erlendis frá, m.a. í tengslum við komu blaðamanna á Food & Fun matarhátíðina og Sónar tónlistarhátíðina. Í kjölfarið birtust fjölmargar greinar í erlendum miðlum þar sem fjallað var um málefni Iceland Responsible Fisheries, sjávarafurðir, veitingastaði og Ísland sem matvælaland.

Kynning innanlands

Árlegur fundur með þátttakendum í Iceland Responsible Fisheries verkefninu var haldinn í apríl. Þar voru kynntar áherslur í kynningarstarfinu, og helstu verkefni og annað sem tengist markaðsstarfinu rætt. M.a. var kynnt framvinda stefnumörkunar í markaðssamskiptum og niðurstöður viðhorfskönnunar sem gerð var á árinu.

Opinn fundur fyrir fyrirtæki í matvælaframleiðslu var haldinn til að kynna niðurstöður viðhorfskönnunar sem gerð var í Danmörku, Bretlandi, Þýskalandi og Frakklandi sem gerð var í febrúar 2014 og kannaði m.a. viðhorf til íslenskra vara, þjónustu og vörumerkja, sem og viðhorf til Íslands sem áfangastaðs ferðamanna og Ísland sem upprunaland sjávarafurða. Könnunin var unninn í samvinnu við svið ferðaþjónustu og skapandi greina.

Mörkun Íslands var yfirskrift kynningarfundar sem sviðið stóð fyrir í nóvember. Þar fjölluðu Hólmfríður Harðardóttir og Sven Seger frá fyrirtækinu FutureBrand, sem stýrði stefnumótunarvinnu sjávarútvegsins, um niðurstöður tveggja skýrsla fyrirtækisins. Annars vegar svokallaða „Country Brand“ skýrslu, þar sem notaðar eru mælivíddir sem móta viðhorfin þegar kemur að innkaupum á vörum og þjónustu, hvert fólk velur að ferðast, hvar það menntar sig og hvar fyrirtæki eru stofnsett, og hins vegar „Made in..“ skýrslu sem fjallar um vaxandi mikilvægi uppruna afurða fyrir neytendur. Sérstök áhersla var lögð á að kynna niðurstöður sem tengdust Íslandi. Fundurinn var vel sóttur og voru gestir frá ólíkum fyrirtækjum.

Í desember stóð Íslandsstofa fyrir kynningarfundu um upprunamerkingar sjávarafurða. Á fundinum fór Marie Christine Monfort, sem hefur meira en 20 ára reynslu af ráðgjöf í markaðssetningu sjávarafurða, yfir áhrif nýrrar reglugerðar Evrópusambandsins um merkingar á lagarafurðum og lagareldisafurðum (fishery and aquaculture products). Þá fjallaði hún einnig um viðbrögð erlendra kaupenda úti á mörkuðunum við þessum fyrirhuguðu breytingum. Eftir kynninguna fóru fram ágætis umræður um hvaða áhrif breytingar á upprunamerkingum muni hafa í för með sér fyrir íslensk útflutningsfyrirtæki.

Forstöðumaður matvælasviðs hélt erindi á Sjávarútvegsráðstefnunni í nóvember og fjallaði um niðurstöður stefnumörkunar í markaðssamskiptum fyrir íslenskar sjávarafurðir. Starfsmenn FutureBrand héldu einnig erindi á ráðstefnunni um vaxandi mikilvægi vitneskju um uppruna matvæla fyrir neytendur og tækifæri til að nýta sér það í kynningu íslenskra sjávarafurða. Forstöðumaður matvælasviðs hélt einnig erindi á fundi um samfélagsábyrgð í sjávarútvegi sem FESTA hélt í mars.

Starfsfólk sviðsins heimsóttu fjölmörg fyrirtæki víðsvegar um landið og kynntist starfsemi þeirra. Farið var m.a. í ferð um Vestfirði þar sem bæði framleiðendur og veitingastaðir sem leggja sérstaka áherslu á staðbundna matvælaframleiðslu voru heimsóttir. Fyrirtækjaheimsóknir og kynningarfundir í öðrum landshlutum eru fyrirhugaðir á árinu 2015.

Umfjöllun um ýmis verkefni sviðs sjávarútvegs og matvæla birtist í fjölmiðlum sem fjalla um sjávarútveg, Sóknarfæri í sjávarútvegi, Sjávarafli og einnig í Bændablaðinu og grein um þátttöku Íslandsstofu í Food and Fun hátíðinni birtist í Morgunblaðinu.

Iðnaður og þjónusta

Svið iðnaðar og þjónustu hjá Íslandsstofu hefur það hlutverk að efla áhuga og eftirspurn erlendis eftir íslensku hugviti, vöru og þjónustu. Fjölmargar atvinnugreinar falla undir málefni sviðsins sem vinnur náið með atvinnulífínu og stjórnvöldum við að móta verkefni, kortleggja markaði, greina tækifæri og finna skilaboð sem senda á út á markaði. Innan sviðsins eru þarfir og möguleikar hveirrar atvinnugreinar skoðaðar sem og mögulegar aðgerðir varðandi erlent markaðsstarf og hvernig Íslandsstofa getur stutt við þær. Þrír starfsmenn voru við störf á sviðinu árið 2014, Andri Marteinsson, forstöðumaður, Björn H. Reynisson og Erna Björnsdóttir, verkefnisstjórar.

Lykilþáttur í starfi sviðsins er samvinna við fagráð hugverkaiðnaðar sem skipað er tólf einstaklingum úr atvinnulífínu, frá Samtökum iðnaðarins og Nýsköpunarmiðstöð Íslands auk Íslandsstofu. Í fagráði hugverkaiðnaðar eiga sæti fulltrúar fimm starfsgreinahópa sem eru; upplýsingatækni, græn tækni, heilbrigðis- og líftækni, mannvirkjagerð og fyrirtæki með tækni og búnað fyrir sjávarútveg og matvælavinnslu. Formaður fagráðsins er Hermann Kristjánsson hjá Vaka.

Markaðsstarf

Á árinu var ráðist í að móta verkefni sviðsins til framtíðar ásamt fagráði hugverkaiðnaðar. Miðað er að því að styðja með markvissum hætti iðnaðar- og þjónustufyrirtæki við útflutning.

Smíðjan

Unnið hefur verið að gerð vefsíðu sem veitir fyrirtækjum aðgang að upplýsingum sem nýtast sérstaklega við beina markaðssetningu inn á erlenda markaði. Tilgangur síðunnar er að styðja við markaðssetningu íslenskra fyrirtækja og skapa tiltrú væntanlegra viðskiptavina á því sem þau hafa fram að færa. Efni síðunnar er skipt í þrjá yfirflokkka:

Markaðsefni

- Myndskeið sem innihalda skilaboð um styrkleika Íslands, fólksins og fjölbreytileika þeirra lausna sem í boði eru.
- Myndabanki sem endurspeglar þá fjölbreytni sem hér er í atvinnulífínu.
- Sniðmát að glærum sem innihalda mikilvægar upplýsingar sem fyrirtæki geta notað með sínum eigin glærum.

Verkfærakista

- Inniheldur ýmsar upplýsingar sem styðja við þau skilaboð sem koma fram í myndefninu þ.e. nýjustu tölur, staðreyndir og rannsóknir.
- Skilaboð sem eiga að skapa trúverðugleika og traust á íslenskum iðnaðar- og þjónustufyrirtækjum.
- Skýrslur og sniðmát af samningum ásamt öðrum mikilvægum gögnum.

Fræðsla og þjálfun.

- Framboð af völdu fræðsluefni, námskeiðum og ráðgjafarþjónustu tengt útflutningi.
- Útflutningstengt efni um það nýjasta sem er að gerast í markaðs- og sölumálum bæði hérlendis sem og erlendis.

Tengslastarf og viðburðir erlendis

Með faglegri nálgun er unnið með einstökum iðnaðar- og þjónustufyrirtækjum að undirbúningi og inngöngu á erlenda markaði. Í undirbúningi eru ferðir á valda markaði þar sem gefst tækifæri til að kynna fyrirtæki og atvinnugreinar, skoða aðstæður, bera sig saman við það sem fyrir er á mörkuðum, upplifa menningarmun, hitta væntanlega viðskiptavini og síðast en ekki síst að taka með heim nýjar hugmyndir og reynslu sem er hægt að byggja á til framtíðar.

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Íslandsstofa vinnur að almannatengslum og skipuleggur fjölmiðlaheimsóknir til að koma á framfæri ákveðnum atvinnugreinum og lausnum sem íslensk fyrirtæki hafa fram að færa. Sendar hafa verið fréttatilkygningar á valdan hóp fjölmiða og fagtímarita sem fylgt verður eftir með fjölmiðlaferðum og þátttöku í viðburðum erlendis.

Upplýsingatækni

Árið 2014 hélt áfram samstarf Íslandsstofu og Samtaka upplýsingatæknifyrirtækja (SUT) sem hófst formlega árið 2009. Fyrirtæki í greininni hafa áhuga á samstarfi í markaðssókn erlendis og var búinn til samstarfsvettvangur þar sem fyrirtæki í útflutningi, eða sem stefna á útflutning í nánustu framtíð, hittast og ræða málin. Nýr verkefnahópur greinarnar tók til starfa og hrundið var af stað nýrri fundaröð sem hófst í mars. Haldnir voru fundir

sem báru yfirskriftina „Nýjar markaðsáherslur fyrir upplýsingartæknifyrirtæki“ og „Gerð hugbúnaðasamninga á alþjóðamarkaði“. Góður rómur var gerður að þessum fundum en á þá mættu um 60 manns sem voru fulltrúar yfir 40 fyrirtækja.

Græn tækni

Íslandsstofa, ásamt Samtökum iðnaðarins og Nýsköpunarmiðstöð Íslands, hafa kortlagt íslensk umhverfistæknifyrirtæki og öðlast yfirsýn yfir umfang atvinnugreinarinnar, helstu hindranir og sóknarfæri. Á árinu voru skoðuð þau tækifæri þar sem Íslandsstofa getur helst beitt sér og stendur nú yfir vinna við gagnaöflun og upplýsingagjöf. Í samstarfi við stuðningsumhverfið verður sett upp yfirlit yfir grænar lausnir á Íslandi og þau fyrirtæki sem að þeim standa. Unnið er að því að kortleggja hvar styrkleikar íslensku fyrirtækjanna liggja og samstarfsfleti bæði á milli íslenskra fyrirtækja og norrænu þjóðanna. Unnið hefur verið að stefnumörkun í markaðsmálum til næstu 3-5 ára, þar áhersla verður lögð á að auka vitund og áhuga á þeim grænu tæknilausnum sem íslensk fyrirtæki hafa upp á að bjóða.

Heilbrigðis- og líftækni

Íslandsstofa skrifaði á árinu undir samning við ráðgjafafyrirtækið Gekon ehf. um þátttöku í stefnumótun um mögulegan íslenskan heilbrigðisklasa. Tilgangur verkefnisins er að móta stefnu í heilbrigðistengdri atvinnustarfsemi á Íslandi til næstu ára. Finna á helstu styrkleika og veikleika í þessari atvinnugrein hér á landi og kortleggja út frá þeim upplýsingum hvað þarf að gera til að styrkja samkeppnisskilyrði greinarinnar.

Íslandsstofa stóð fyrir kynningum á reglum FDA, bandaríska matvæla- og lyfjaeftirlitsins, fyrir framleiðendur lækningatækja og húðvara. Fyrirlsari var Cornelia B. Rooks, ráðgjafi hjá fyrirtækinu Registrar Corp og fyrrum sérfræðingur hjá FDA í skráningu lækningatækja.

Á árinu voru auk þess skoðaðir möguleikar Íslands á þátttöku í sýningum sem tengjast heilbrigðis- og líftækni. Á sviði heilbrigðistækni var skoðuð þátttaka í Medica sýningunni, sem fór fram í Dusseldorf í Þýskalandi í nóvember. Medica er á meðal stærstu sýninga sem ætlaðar eru fyrirtækjum sem þjónusta öll svið heilbrigðislausna. Einnig var könnuð þátttaka á sýningunni Vivaness sem ætluð er framleiðendum náttúrulegra snyrtivara. Sú sýning fer fram samhliða Biofach sem er með stærri lífrænu matarsýningum í heimi.

Mannvirkjagerð

Íslandsstofa tók á árinu þátt í skipulagningu heimsóknar viðskiptasendinefndar frá Íslandi og Svíþjóð til Indónesíu í samstarfi við ráðgjafa Think Geoenergy. Íslensk fyrirtæki á sviði mannvirkjagerðar eru framarlega á heimsvísu í ráðgjöf við uppbyggingu, hönnun og viðhald jarðvarmavirkjana og var því óskað eftir þátttöku Íslands í sendinefndinni. Ferðin var farin á vegum INSIST (The Indonesian-Swedish Initiative for Sustainable Energy Solutions) og skipulögð í tengslum við fyrstu skref langtímafjármögnunar jarðvarma í Indónesíu.

Í ferðinni var miðlað íslenskri þekkingu á hönnun og viðhaldi jarðvarmavirkjana auk þess sem rannsökuð voru hugsanleg viðskiptatækifæri fyrir Ísland í Indónesíu, helst frá sjónarhorni mannvirkjagerðar en einnig varðandi menntunarmál og reglugerðir sem gilda í löndum sem nýta jarðhita. Ferðin var afar gagnleg og er augljóst að fjöldamörg tækifæri liggja í samstarfi Svía og Íslendinga á þessu sviði.

Tækni og búnaður fyrir sjávarútveg og matvælavinnslu

Íslandsstofa og sendiráð Íslands í Peking hófu skipulagningu fyrirtækjastefnumóts milli íslenskra framleiðanda lausna fyrir sjávarútveg og 22 fyrirtækja í kínversku borginni Zhoushan. Borgaryfirvöld í Zhoushan hafa ákveðið að fyrirtæki í borginni verði leiðandi í notkun tæknilausna fyrir sjávarútveg og óskuðu því eftir að komast í samstarf við íslensk fyrirtæki. Nokkur fyrirtæki sýndu áhuga á að kynna lausnir sínar í Kína en þegar nær dró var ákveðið að fresta viðburðinum til ársins 2015.

Fleiri tækifæri gáfust þó til funda því á hverju ári skipuleggur Enterprise Europe Network fyrirtækjastefnumót í tengslum við sjávarútvegssýningarnar Seafood Expo Global og Seafood Processing Global í Brussel. Tvö íslensk tæknifyrirtæki áttu samtals 10 fundi sem skipulagðir voru af EEN.

Ráðgjöf og fræðsla

Hlutverk sviðs ráðgjafar og fræðslu hjá Íslandsstofu er að veita íslenskum fyrirtækjum alhliða þjónustu með það að markmiði að styrkja stöðu þeirra við markaðssetningu og sölu afurða á erlendum mörkuðum. Þjónustan greinist í tvo hluta; undirbúning fyrir erlenda markaðssókn og aðstoð á erlendum mörkuðum. Sviðið vinnur auk þess að ýmsum samstarfsverkefnum með fyrirtækjum bæði hér á landi og erlendis. Starfsmenn sviðsins voru þrír á árinu, Andri Marteinnsson er forstöðumaður, Björn H. Reynisson og Erna Björnsdóttir, verkefnisstjórar.

Undirbúningur fyrir erlenda markaðssókn

Íslandsstofa veitir margvíslega aðstoð við söfnun markaðsupplýsinga, bæði með aðgengi að gagnabönkum og svörum fyrirspurna. Á hverju ári berast um 400 fyrirspurnir frá íslenskum fyrirtækjum og er stefna Íslandsstofu að svara öllum fyrirspurnum innan tveggja starfsdaga. Í mörgum tilfellum er þó um að ræða flókin og tæknileg atriði sem krefjast lengri úrlausnartíma. Eftirfarandi gagnabankar voru aðgengilegir hjá Íslandsstofu árið 2014: Euromonitor, Kompass, MarketLine, Worldtariff, Fish International og útflutningshandbækur Dansk Industri og Innovasjon Norge. Fyrirtækjum og háskólanemum bjóðst að koma á skrifstofu Íslandsstofu til sækja sér efni í gagnagrunnana við vinnslu markaðsrannsóknna og á árinu nýttu sér það fulltrúar 33 fyrirtækja eða nemendahópa.

Útflutningsráðgjöf

Fjöldi einstaklinga og fyrirtækja leita til Íslandsstofu eftir ráðgjöf þegar kemur að útflutningi og áttu starfsmenn fundi með rúmlega 70 fyrirtækjum á árinu. Hluti fyrirtækjanna fór í gegnum greiningartækið Vaxtarhjólið þar sem er dregin upp mynd af stöðu fyrirtækjanna og er aðstoð veitt við að koma auga á hvar styrkleikar og veikleikar liggja.

Vinnustofur og fræðslufundir

Íslandsstofa setti saman röð vinnustofa í þeim tilgangi að byggja upp almenna þekkingu á málefnum tengdum útflutningi. Á árinu sóttu fulltrúar 136 fyrirtækja vinnustofur Íslandsstofu og samkvæmt könnunum voru 78% þátttakenda frekar eða mjög sammála því að efni vinnustofanna myndi nýtast viðkomandi og/eða viðkomandi fyrirtæki. 93% þátttakenda voru ánægðir með uppsetningu vinnustofanna.

Eftirfarandi efni var tekið fyrir í vinnustofum og fræðsluerindum á árinu:

- Val á markaði
- Val á samstarfsaðilum á erlendum markaði
- Menningarmunur í viðskiptum
- Samskipti við erlenda markaði
- Sölu og kynningartækni
- Gerð viðskiptasamninga á erlendum markaði

Margvíslegir fræðslu og kynningarfundir voru auk þess haldnir um markaði og þarfir ákveðinna starfsgreina. Alls sóttu 382 manns þessa fundi og var almenn ánægja með fundina sem voru:

Kynningarfundir á reglum bandaríska matvæla- og lyfjaeftirlitsins, FDA

- NOPEF Kynningarfundur
- Kynningarfundur um Fríverslunarsaming við Kína
- Viðskiptatækifæri í Finnlandi
- Kynningarfundur um Grænland
- Kynningarfundur um Nicaragua
- Málþing um ferðaþjónustu og skapandi greinar
- Upprunamerkingar sjávarafurða í ESB

Útflutningsverkefnið ÚH

Útflutningsaukning og hagvöxtur, eða ÚH, er verkefni ætlað fyrirtækjum sem þegar eru í útflutningi eða stefna að útflutningi. Þátttakendur fá aðstoð við að gera raunhæfar áætlanir og hver og einn er búinn undir að hrinda markaðsáætlun í framkvæmd. Valin eru 8-10 fyrirtæki úr ólíkum starfsgreinum til þátttöku í verkefninu. Mörg af þekktustu fyrirtækjum landsins, úr flestum greinum atvinnulífsins, hafa tekið þátt í þau 24 ár sem það hefur verið í boði. Alls hafa 216 fyrirtæki af öllum stærðum og gerðum, frá upphafi, farið í gegnum krefjandi sjö mánaða útflutningsverkefni. Níu fyrirtæki fóru í gegnum verkefnið árið 2014 og sýna niðurstöður kannana að 88% þátttakenda voru ánægð með þátttökuna. Samstarfsaðilar Íslandsstofu í verkefninu eru Samtök iðnaðarins, Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins og Félag kvenna í atvinnulífinu.

Aðstoð á erlendum mörkuðum

Íslandsstofa veitir margskonar þjónustu til fyrirtækja á markaði erlendis.

Greining og fundir á erlendum mörkuðum - Útstím

Tilgangur verkefnisins er að veita fyrirtækjum aðstoð við að finna kaupendur að vöru þeirra eða þjónustu, á fyrirfram ákveðnum markaði, í samstarfi við ráðgjafa á helstu markaðssvæðum. Verkefnið skiptist í tvö þrep þar sem í fyrsta hluta er unnin greining á viðkomandi svæði og rannsakaðir möguleikar vörunnar að ná þar fóttfestu. Seinni hlutinn gengur út á samstarf fyrirtækis og ráðgjafa við að finna réttu samstarfsaðilana. Fimm fyrirtæki tóku þátt í verkefninu á árinu og voru þau í heildina ánægð með þátttökuna sem veitti mikilvægar upplýsingar og reynslu sem kemur til með að nýtast í áframhaldandi markaðsstarfi erlendis.

Net samstarfsaðila og ráðgjafa á erlendum mörkuðum

Íslandsstofa hefur aðgang að neti samstarfsaðila og ráðgjafa um allan heim sem hafa tengsl og yfirgripsmikla þekkingu á viðkomandi markaði og í mörgum tilfellum einnig innan ákveðinna atvinnugreina. Samstarfsnetið felst í samvinnu við ráðgjafafyrirtæki, viðskiptafulltrúa í tíu sendiráðum Íslands erlendis, auk aðilar að Enterprise Europe Network.

Viðskiptafultrúar og sendiherrar

Íslandsstofa og viðskiptasvið utanríkisráðuneytisins bjóða íslenskum fyrirtækjum viðtæka þjónustu hjá þeim tíu sendiráðum sem eru með starfandi sérstakan viðskiptafultrúa. Þessi sendiráð eru staðsett í Berlín, Delí, Helsinki, Kaupmannahöfn, London, Moskvu, New York, Osló, Pekíng, og Tókýó. Áhersla er lögð á sveigjanlega þjónustu enda eru þarfir fyrirtækja mismunandi. Styrkleiki viðskiptafultrúanna felst í þekkingu á markaðinum og geta þeir m.a. aðstoðað við að kanna hver möguleiki vöru er á markaði, fundið réttu aðilana til að vinna með og sett upp fundi með þeim. Íslandsstofa sér um að skipuleggja og auglýsa alla viðskiptafundi viðskiptafultrúa og sendiherra Íslands erlendis hér á landi og árið 2014 áttu viðskiptafultrúarnir vel á þriðja hundrad fundi með fyrirtækjum ýmist með auglýstum viðtölum eða heimsóknnum. Á árinu voru einnig auglýstir 7 fundir með sendiherrum Íslands erlendis og alls nýttu 84 aðilar tækifærið til að hitta þá á skrifstofu Íslandsstofu. Um 435 verkefni voru í vinnslu hjá viðskiptafultrúum sendiráðanna á árinu og var um rúmlega 7000 viðskipta- og ferðatengdum fyrirspurnum svarað.

Enterprise Europe Network (EEN)

Íslandsstofa nýtur góðs af þátttöku í neti Enterprise Europe Network (EEN) og fær í gegnum það aðgang að sérfræðingum á erlendum mörkuðum sem aðstoða við öflun markaðsupplýsinga, skipulagningu viðskiptafunda og viðburða. Megintilgangur EEN er að tengja saman fólk og fyrirtæki og stuðla þannig að samstarfi á sviði viðskipta, nýsköpunar og rannsókna. Íslenskum fyrirtækjum býðst að taka þátt í fyrirtækjastefnumótum sem skipulögð eru í tengslum við alþjóðlega viðburði og vörusýningar og einnig geta þau leitað að samstarfsaðilum í gagnagrunni sem opinn er á vefnum. Íslandsstofa getur skráð íslensk fyrirtæki í gagnagrunninn og hvetur fyrirtæki til að skoða þá leið samhliða öðrum, enda er þjónustan án endurgjalds. Samstarfsaðilar Íslandsstofu í EEN á Íslandi eru Nýsköpunarmiðstöð Íslands og Rannís.

Markaðstengd verkefni

Tilgangur verkefnisins *Made in Iceland* er að leita uppi tækifæri í Kína til að kynna vörur og þjónustu íslenskra fyrirtækja og greiða leið þeirra við að koma á viðskiptasamböndum. Verkefnið er samstarfsverkefni sendiráðs Íslands í Kína, Íslandsstofu og viðskiptasviðs utanríkisráðuneytisins og er ætlað íslenskum fyrirtækjum sem hafa áhuga og getu til útflutnings á einn stærsta neytendamarkað heims. Verkefnið, sem er til tveggja ára í senn, hófst formlega í apríl 2009 og vegna mikils áhuga á því hefur verkefnið verið endurnýjað í tvígang með nýjum meðlimahópi í hvert sinn. Skráð fyrirtæki í verkefninu eru nú 43 talsins og mun þeim fasa verkefnisins ljúka í árslok 2015.

Greining viðskiptatækifæra á erlendum mörkuðum

Íslandsstofa stóð að tveimur kortlagningarverknum á árinu þar sem annars vegar voru greind tækifæri í Kína og hins vegar á finnska markaðinum.

Fríverslunarsamningur við Kína

Í kjölfar þess að fríverslunarsamningur milli Kína og Íslands tók gildi á árinu, ákvað Íslandsstofa að greina tækifæri til aukins útflutnings til Kína. Niðurstöður sýna að tollar féllu samstundis niður við gildistöku samningsins, á nær öllum vörum sem Íslendingar

flytja út til Kína, að því gefnu að vörurnar uppfylli skilyrði um upprunareglur. Áður báru þessar vörur toll á bilinu 3-16%. Talið var að þetta ætti að styrkja samkeppnisstöðu Íslands fyrir vörur sem nú þegar eru seldar til Kína og hugsanlega myndi þetta hvetja fleiri fyrirtæki að horfa þangað. Ef lítið er til vara sem lítið eða ekki hafa verið seldar héðan til Kína virðist sem helstu tækifærin liggja í útflutningi á kjöti, innmat, ýmsum sjávarafurðum auk t.d. minnkaskinna. Ekki er þó mögulegt að nýta tækifæri varðandi útflutning á kjöti og innmat fyrir en samið hefur verið sérstaklega um gagnkvæma viðurkenningu á eftirliti með dýraafurðum. Með því móti sé tryggt að þær uppfylli kröfur í innflutningslandinu. Niðurstöður sýna jafnframt að með samningnum hafi mögulega skapast tækifæri til að hefja hér framleiðslu eða vinnslu á vörum sem ekki hafa áður verið fluttar út frá Íslandi. Það er hins vegar háð ýmsum fleiri þáttum en tollum hvernig tekst að vinna úr þessum tækifærum.

Jákvæð ímynd Finna af Íslandi

Niðurstöður kortlagningar á finnska markaðnum sem unnin var á vegum Íslandsstofu og Utanríkisráðuneytisins leiddi í ljós að íslensk fyrirtæki eiga mikil sóknarfæri í jákvæðri ímynd Finna af Íslandi sem landi fegurðar, gæða og hreinleika. Könnunin fólst í kortlagningu vöru- og þjónustuútflutnings til Finnlands árin 2004 til 2013 auk þess sem kannað var viðhorf Finna til Íslands og íslenskra afurða. Niðurstaðan sýndi mjög jákvæða ímynd af landi og þjóð. Finnar líta á Ísland sem ímynd fegurðar og gæða, lands heilbrigðs lífsstíls og hreinleika. Veruleg tækifæri gætu falist í útflutningi vöru og þjónustu sem endurspeglar þessi atriði. Snyrtivörur, sjávarafurðir, matvæli, lýsi og tiskuvörur eru tvímælalaust vöruflakkar sem hér koma til greina. Útflutningur er reyndar hafinn á sumum þessara sviða og fer ört vaxandi.

Samstarfsverkefni

Íslandsstofa á í samstarfi við fjölda stofnanna og fyrirtækja í gegnum ýmis verkefni.

Hringborð ÚH-ara

Íslandsstofa stóð fyrir endurfundi þátttakenda og ráðgjafa ÚH verkefnisins, sem hafa tekið þátt frá upphafi. Helsta markmið fundarins var að efla tengslanetið og kanna áhuga á frekari tengslum og samstarfi. Fundurinn þótti heppnast mjög vel og var almennur áhugi hjá þeim 50 aðilum sem mættu fyrir frekari tengslum í framhaldinu. Íslandsstofa mun því skipuleggja 1-2 atburði á ári þar sem þessum hópi verður boðið að hittast og m.a. fræðast um það sem er efst á baugi í útflutningsmálum. Einnig er á áætlun að nýta sér reynslu og þekkingu þessa hóps til að liðsinna fyrirtækjum við útflutning á erlenda markaði.

Samstarfssjóður Íslandsstofu og viðskiptasviðs utanríkisráðuneytisins

Starfræktur er samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins sem er ætlað að styðja fjárhagslega við viðskiptatengd verkefni sendiráða Íslands erlendis í samvinnu við Íslandsstofu. Verkefnið miðar að því að markaðssetja og/eða kynna íslenskar vörur og þjónustu á erlendum mörkuðum. Í stýrihópi samstarfssjóðs eru Jón Ásbergsson og Andri Marteinsson frá Íslandsstofu og Högni Kristjánsson og Júlíus Hafstein frá utanríkisráðuneytinu. Sjóðurinn veitti á árinu rúmlega 9 milljónum til stuðnings við tíu verkefni.

Evrópusamvinna – tækifæri í Evrópusamstarfi

Íslendingar hafa aðgang að fjölda Evrópuáætlana í gegnum EES-samninginn og hafa verið mjög virkir í Evrópusamstarfi allt frá því hann tók gildi. Þær skrifstofur sem hafa umsjón með áætlunum hér á landi vinna sameiginlega að upplýsingamiðlun undir merkjum Evrópusamvinnu. Í nóvember var haldin kynning á þeim tækifærum sem felast í þátttöku í samstarfsáætlunum Evrópusambandsins. Þar gafst fólki kostur á að hitta fulltrúa evrópskra samstarfsáætlana og þjónustuskrifstofa á Íslandi og kynna sér möguleika á styrkjum og samstarfi á öllum sviðum menntamála, rannsókna, vísinda, nýsköpunar, menningar og atvinnulífs.

Móttaka sendinefndar frá í Níkaragva

Íslandsstofa er þátttakandi í íslenska jarðvarmaklasanum og tók á árinu þátt í móttöku sendinefndar frá Níkaragva. Settir voru upp fundir og vinnustofa sem skilaði sér í að skipulögð var sendinefnd sem fór til Níkaragva síðar á árinu.

Dr. Paul Oquist Kelley, ráðherra þróunarmála í Níkaragva fór fyrir sendinefndinni sem kom hingað til lands í óopinbera heimsókn til að kynna sér hugsanlegt samstarf vegna jarðvarmaverkefna í Níkaragva. Íslandsstofa var einn af samstarfsaðilum Iceland Geothermal sem hafði veg og vanda af heimsókninni sem tókst afar vel. Dr. Oquist hitti forystumenn innan jarðvarmageirans og fleiri fyrirtæki úr atvinnulífinu og var í framhaldinu skipulögð sendinefnd sem fór til Níkaragva síðar á árinu. Sendinefndin kynnti sér verkefni sem Íslendingum býðst vegna viðamikillar reynslu og þekkingar á jarðvarma og hönnun jarðvarmamannvirkja.

Dr. Oquist er stjórnarformaður þess félags sem ber ábyrgð á hinni viðamiklu framkvæmd á skipaskurði gegnum landið sem liggur frá Atlantshafi og Kyrrahafs, alls 280 kílómetrar (Panamaskurðurinn er 77 kílómetrar), gert er ráð fyrir að þetta verði fjárfesting upp á 50 milljarða USD.

Gulleggið 2014

Klak- Innovit hefur staðið fyrir frumkvöðlakeppninni Gullegginu árlega frá árinu 2008. Tilgangur keppinnar er að finna nýja frumkvöðla og hjálpa þeim að láta hugmyndir sínar verða að veruleika. Íslandsstofa hefur undafarin ár veitt sérstök verðlaun í formi útflutningsaðstoðar að andvirði 250.000 kr. Undirfataryrirtækið Mulier hlaut verðlaun Íslandsstofu en það hefur hannað fallegan og praktískan undirfatnað og þróað í nánu samstarfi við verksmiðju á Spáni.

Nýsköpunartorgið

Íslandsstofa kom að skipulagi Nýsköpunartorgsins sem haldið var í Háskólanum í Reykjavík í maí. Um er að ræða fagráðstefnu um starfsumhverfi og uppbyggingarferli nýsköpunarfyrirtækja og sýningu þar sem fyrirtæki og stofnanir kynna árangur sinn í nýsköpun. Málstofur ráðstefnunnar voru sniðnar að þörfum markaðarins og snerust um uppbyggingarferli nýsköpunarfyrirtækja og var fyrirtækjum skipt upp í deildir eftir þroskastigi. Íslandsstofa sá um málstofur tengdar markaðsmálum í öllum þremur deildum en þar var m.a. rætt um mikilvægi undirbúnings við markaðssetningu, nauðsyn markaðsáætlunar og hvernig fyrirtæki geta byggt upp tengslanet sitt á alþjóðamarkaði. Nýsköpunartorgið var haldið í tengslum við evrópsku fyrirtækjavíkuna, SME Week, sem Íslandsstofa hefur tekið þátt í sl. ár og er helguð nýsköpunarfyrirtækjum og frumkvöðlum í Evrópu.

Global Compact – samfélagsleg ábyrgð

Mikil vitundarvakning um samfélagslega ábyrgð fyrirtækja (CSR) hefur orðið um allan heim á síðustu árum. Ísland er þar engin undantekning og nú mega fyrirtæki í öllum atvinnugreinum eiga von á að erlendir viðskiptavinir óski eftir að sjá stefnu þeirra í samfélagsmálum. Íslandsstofa er þátttakandi í *Global Compact* samkomulagi Sameinuðu þjóðanna og Festu sem er tengslanet fyrirtækja um samfélagslega ábyrgð. Í því felst m.a. að hvetja fyrirtæki til þess að huga að samfélagsábyrgð í starfsemi sinni og kynna samfélagslega ábyrgð í gegnum verkefni sín og þjónustu. Með því móti auka fyrirtæki samkeppnishæfni á alþjóðavettvangi.

Nýsköpunarþing

Nýsköpunarþing Rannís, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands og Íslandsstofu var haldið á árinu og voru erindi flutt undir yfirskriftinni *Vaxtarferli fyrirtækja*. Fyrirtækið Meniga hlaut

Nýsköpunarverðlaunin árið 2014 en Meniga er hugbúnaðarfyrirtæki sem er markaðsleiðandi í Evrópu á sviði heimilisfjármálahugbúnaðar, með sautján viðskiptavinum í fjölmörgum löndum.

Kynningar og upplýsingafundir

Íslandsstofa hefur á árinu haldið upplýsingafundi og sameiginlegar kynningar með ýmsum aðilum þar sem markmiðið er að kynna þá þjónustu sem Íslandsstofa veitir. Kynningar voru haldnar fyrir eftirfarandi hópa:

- Atvinnuþróunarfélag Eyfirðinga – Fundir með fyrirtækjum á Akureyri
- Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga - Fundir með fyrirtækjum á Húsavík
- Austurbrú – Kynning fyrir starfsmenn
- Félag kvenna í atvinnulífnum (FKA) – Kynning fyrir félagskonur
- Matis – Kynning í tengslum við Matarhandverk
- Eldey frumkvöðlasetur - Kynning fyrir fyrirtæki á Suðurnesjum
- Háskóli Íslands – Kynning fyrir nemendur í markaðsfræði
- Menntaskólinn á Akureyri – Kynning fyrir nemendur í ferðamálafræði
- Norskir ferðaþjónustuaðilar – Kynning

Norrænt samstarf

Íslandsstofa á sæti í Elexinfo, samstarfshópi systurstofnana á Norðurlöndunum sem hefur þann tilgang að deila upplýsingum um markaðsaðgengi og ýmis tæknileg atriði tengd útflutningi. Þá stuðlar Íslandsstofa að þekkingu fyrirtækja á NOPEF - Norræna verkefnasjóðnum en hann styður norræn fyrirtæki til þátttöku í verkefnum á alþjóðavettvangi. Sjóðurinn veitir litlum og meðalstórum fyrirtækjum hagstæð, vaxtalaus lán og styrki til undirbúnings verkefna í löndum utan EES.

Kynningarfundur um NOPEF var haldinn hér á landi í október og sóttu tæplega þrjátíu manns fundinn. Per Ovesen svæðisstjóri kynnti á fundinum starfsemi NOPEF auk þess sem fulltrúar fyrirtækja sögðu frá verkefnum sínum og samstarfi við sjóðinn. Per Ovesen og Jørgen Meier Sørensen, framkvæmdastjóri JMS Management voru síðan til ráðgjafar eftir fundinn fyrir þá sem vildu ræða einstök verkefni eða verkefnahugmyndir.

Erlendar fjárfestingar

Meginhlutverk fjárfestingasviðs Íslandsstofu er að laða beinar erlendar fjárfestingar til Íslands með því að kynna Ísland sem samkeppnishæfa staðsetningu, aðstoða erlenda fjárfesta við tengslamyndun og upplýsingaöflun og vinna að gerð athugana á samkeppnishæfni Íslands fyrir atvinnu- og verðmætaskapandi uppbyggingu. Einnig sér fjárfestingasvið um kynningu á Íslandi sem tókustað fyrir erlend kvikmyndafyrirtæki í gegnum verkefnið Film in Iceland samkvæmt samningi við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið. Starfsmenn fjárfestingasviðs árið 2014 voru Þórður H. Hilmarsson forstöðumaður, Arnar Guðmundsson, Einar H. Tómasson og Kristinn Hafliðason.

Fagrád fjárfestinga

Fagrád fjárfestinga er skipað fulltrúum eftirtalinnna aðila: Forsætisráðuneytinu, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti, utanríkisráðuneyti, fjármálaráðuneyti, Seðlabanka Íslands, Samtökum atvinnulífsins, Samtökum iðnaðarins, Alþýðusambandi Íslands og Íslandsstofu.

Hlutverk fagráðs fjárfestinga er m.a. eftirfarandi:

- Að vera faglegur bakhjarl fjárfestingarsviðs Íslandsstofu sem sinnir markaðs- og kynningarstarfi á grundvelli opinberrar stefnu stjórnvalda um beinar erlendar fjárfestingar
- Að tryggja að stjórnslá varðandi fjárfestingarverkefni sé samhæfð og skilvirk og vinna þannig að bættri samkeppnisstöðu Íslands á þessu sviði auk þess að kortleggja hvar úrbóta sé þörf
- Greina efnislega og koma áfram þeim rökstuddu ábendingum um þörf fyrir aukna skilvirkni eða úrbætur á sviði stjórnslá og lagaumhverfis sem fjárfestingarsvið Íslandsstofu tekur við í samskiptum sínum við erlenda fjárfesta
- Að vera stjórnvöldum til ráðgjafar um eftirfylgni stefnumótunar á sviði beinna erlendra fjárfestinga og leggja fram drög að aðgerðaáætlunum sem miða að bættri samkeppnisstöðu og markvissara starfi við að laða hingað beina erlenda fjárfestingu

Árið 2014 hélt fagráðið sjö fundi. Í upphafi fólst starfið í því að greina fjárfestingarumhverfið og hvar úrbóta væri þörf. Sex þættir voru settir fram í þessu efni og þeim raðað í forgangsröð eftir vægi og möguleikum fagráðsins til áhrifa. Fagráðið fór síðan yfir þessa þætti á fundum sínum, svo sem lögin um beina erlenda fjárfestingu, lög um ívilnanir, skattamál og atvinnuréttindi erlendra sérhæfðra starfsmanna og löggjöf um takmarkanir á eignarrétti og leigurétti útlendinga hér á landi. Fulltrúar úr einstökum ráðuneytum mættu á nokkra fundanna til frekari dýpkunar á stöðu og lagaumgjörð einstakra samkeppnisþátta.

Samstarf við sendiráð

Náið samstarf var á árinu við sendiráð Íslands í Evrópu (Þýskaland og Frakkland) og Asíu (Japan og Kína) varðandi undirbúning fundu með erlendum fyrirtækjum og komu þeirra til landsins. Þá var að venju þétt samstarf við viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í New York við skipulagningu fyrirtækjaheimsókna, atvinnugreinaráðstefna og markaðs- og kynningarmála Film in Iceland.

Samstarfsverkefni

Íslandsstofa leiddi samstarf við nokkur fyrirtæki og stofnanir á sviði markaðs- og kynningarmála á árinu 2014. Samstarfið hófst formlega á síðari hluta ársins á grundvelli fjármagns sem veitt var af ríkisstjórninni til sérstakra samstarfsverkefna milli stjórnvalda, Íslandsstofu og orkufyrirtækjanna Þriggja, HS Orku, Landsvirkjunar og Orku náttúrunnar

Verkefnin tóku til gerðar markaðsefnis, greiningarvinnu og ráðstefnuþátttöku tengt gagnaverum, upplýsingavinnu og heimsókna til stórnotenda koltrefja og stefnumóta við fyrirtæki í smáþörungaframleiðslu og virðisaukandi gróðurhúsaframleiðslu.

Atvinnuþróunarfélag Skagafjarðar og KADECO (Próunarfélag Keflavíkurflugvallar) tóku jafnframt þátt í nokkrum af ofangreindum verkefnum.

Þá hlutaðist Íslandsstofa til um gerð könnunar á þörf íslenskra fyrirtækja og erlendra fyrirtækja hér á landi fyrir erlenda sérhæfða starfsmenn. Könnunin var unnin af Maskínu ehf. Samstarfsaðilar voru Reykjavíkurborg, Samtök atvinnulífsins, Samtök iðnaðarins og Viðskiptaráð.

Fríverslunarsamningurinn við Kína

Fríverslunarsamningur var formlega staðfestur milli Íslands og Kína á miðju ári 2014. Ísland er eitt örfárra ríkja sem hefur slíkan samning, sem aftur getur skapað áhugavert samkeppnisforskot við að laða að erlend fyrirtæki frá Kanada, USA og Evrópu til að setja upp virðisaukandi framleiðslu hér á landi með útflutning til Kína í huga. Á sama hátt skapar staðsetning á Íslandi kínverskum fyrirtækjum tækifæri til útflutnings frá Íslandi til þessara sömu landa og heimsálfa. Frumathugun á samningnum og áhrifum hans á viðskipti með tiltekna framleiðslufurðir sýnir að ætla megi að Ísland geti verið

á hugaverður staðsetningarkostur fyrir fyrirtæki í allt að 15 atvinnugreinum á grundvelli fríverslunarsamningsins. Undirbúningsvinna hófs í lok ársins við undirbúning markaðs- og kynningarstarfs á ofangreindum tækifærum

Markaðs- og kynningarstarf

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu tekur þátt í fjölmörgum sýningum og ráðstefnum til kynningar á Íslandi fyrir erlenda fjárfesta. Höfuðáherslan hefur verið lögð á þátttöku í atvinnugreinaráðstefnum þar sem greining á samkeppnisstöðu Íslands hefur staðfest samkeppnishæfni landsins fyrir einstakar atvinnugreinar. Fundir með fyrirtækjum í viðkomandi atvinnugreinum hafa jafnframt verið undirbúnir og haldnir í kringum ráðstefnurnar eða með sérstökum fundaherferðum.

Gagnaver

Íslandsstofa hefur um nokkurra ára skeið kynnt Ísland sem eina af bestu mögulegu staðsetningu heims fyrir gagnaver. Kynningin hefur byggt á úttektar- og greiningarvinnu PriceWaterhouseCoopers í Belgíu og athugun McKinsey ráðgjafafyrirtækisins. Gagnaverum á Íslandi fjölgaði úr tveimur í fjögur á árinu 2014 og viðskiptavinum þeirra hefur fjölgað mikið undanfarna 12 mánuði. Líkt og undanfarin ár stofnaði Íslandsstofa til samstarfs við hagsmunaaðila í gagnaversiðnaðinum á árinu 2014 tengt ráðstefnum, greiningarvinnu og fundum með erlendum fjárfestum.

Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í ráðstefnum og sýningum tengdum gagnaverum þetta árið voru Advania, Farice, GreenCloud, HS Orka, KADECO, Landvirkjun, Míla, Orka náttúrunnar, Míla, Nýherji og Verne Global.

Farið var á tvær gagnaverssýningar á árinu og útbúin sérstök „Íslandsmappa“ sem innihélt kynningarefni frá samstarfsaðilum. Fyrri sýningin var á vegum World Hosting Days (WHD) og fór fram í Rust í Þýskalandi. Um 6,000 gestir voru á sýningunni sem gerir WHD þá stærstu í heiminum á sviði hýsingar (Hosting) og skýlausna (Cloud Computing). Ísland var með tvo ræðumenn og var mikill gestagangur á íslenska básnum þar sem gestir ræddu málin og fengu gögn. Þá var farið á sýninguna Super Computing 2014 þar sem Ísland var með bás, útteildi kynningarefni og starfsmenn ræddu við gesti sem komu á básinn.

Íslandsstofa einbeitti sér að fundum með hugsanlegum fjárfestum í gagnaverum á árinu 2014 og starfaði með tveimur ráðgjafafyrirtækjum sem skipulagði fundi. Þrjú verkefni fóru í formlega skoðun og eru tvö þeirra enn í vinnslu. Þá var unnið að því að bæta markaðsefni á netinu og sérstök heimsíða ætluð gagnaverum opnuð. Þá var unnin greining á samkeppnisstöðu Íslands með tilliti til ívilnana og lagaumgjarðar í samanburði við valin lönd.

Koltrefjar

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu hefur beint sjónum að koltrefjaframleiðslu í kjölfar samkeppnisgreiningar sem staðfestir að Ísland er með allra samkeppnishæfustu löndum hvað varðar framleiðslukostnað.

Koltrefjaframleiðsla hentar afar vel til frekari styrkingar atvinnulífs á Íslandi því þessi framleiðsla uppfyllir að öllu leyti þau markmið sem sett eru fram í þingsályktun frá 2012 um stefnu alþingis á sviði erlendra nýfjárfestinga.

Hér er um að ræða meðalstórar framleiðslueiningar sem eru orkuháðar, byggja á afar virðisaukandi framleiðsluferli og bjóða upp á verðmæt störf og umhverfisvæna framleiðslu.

Ísland hefur verið kynnt fyrir öllum stærstu koltrefjaframleiðendum heims á undanförunum árum. Í kjölfar aukins áhuga bílaiðnaðarins á notkun koltrefja hafa starfsmenn fjárfestingarsviðs átt fjölda funda með fyrirtækjum í bílaiðnaði og kynnt þeim þau tækifæri sem liggja í lækkan á framleiðslukostnaði koltrefja með staðsetningu slíkrar framleiðslu á Íslandi.

Á vormánuðum var ráðist í að greina mögulega stórnotendur á koltrefjum í vindmyllu- iðnaðinum. Nálgunin var sú sama og gagnvart bílaiðnaðinum, það er að vinna með fyrirtækjum sem kaupa mikið magn af koltrefjum –sem kallar á nýjar verksmiðjur– upplýsa þau um kostnaðarhagkvæmnina við að framleiða á Íslandi og fá þau til að benda á Ísland sem vænlega staðsetningu fyrir nýja koltrefjaframleiðslu.

Ljóst er að áhugi á Íslandi fer vaxandi eftir því sem eftirspurn stórnotenda á borð við bílaiðnaðinn og vindmylluframleiðendur vex. Mikil áhersla er lögð á þróun hagkvæmari framleiðsluferla og nýrra og ódýrari hráefna með hliðstæðum efniseiginleikum og núverandi grunnhráefni búa yfir. Þar sem Ísland síðan getur boðið upp á samkeppnishæft raforkuverð og umhverfisvæna orkugjafa í gegnum fjölnýtingu jarðvarmans er ljóst að möguleikar Íslands til að laða að fyrirtæki í þessari framtíðar atvinnugrein eru að aukast jafnt og þétt.

Ylrækt

Horft hefur verið til þess í auknum mæli á undanförunum árum hvernig unnt er að nýta hina fjölbættu orkustrauma jarðvarmans. Ylrækt af ýmsum toga er augljós kostur til atvinnuuppbyggingar og verðmætasköpunar á grundvelli þessarar auðlindar. Hefðbundin framleiðsla grænmetisafurða hefur hingað til ekki þótt hagkvæm til útflutnings sökum fjarlægðar frá mörkuðum. Fjárfestingarsvið Íslandsstofu hefur því horft til þess hvort hægt væri að finna afurðir sem henta þeim aðstæðum sem hér eru fyrir hendi, eru verðmætar og ekki flutningsháðar. Í því skyni var unnin forathugun á slíkum tækifærum árið 2013. Árið 2014 var haldið til fundar við 21 fyrirtæki á sviði ylræktar og rætt um staðsetningu á Íslandi. Viðtökur fyrirtækjanna voru mjög góðar og eru sex fyrirtæki sem stendur að hefja eða íhuga mat á aðstæðum hér á landi fyrir starfssemi sína, ekki síst í smáþörungarækt.

Fjárfestingasvið aðstoðaði einnig hollenska aðila sem voru að skoða framleiðslu tómata til útflutnings. Enn sem komið er hefur fjárfestinum ekki tekist að ljúka nauðsynlegum samningum til að uppbygging verkefnisins geti hafist.

Efnagarðar tengdir jarðvarmavirkjunum

Áhugi erlendra aðila virðist vera að vakna að nýju fyrir notkun endurnýjanlegrar orku til efnavöruframleiðslu af ýmsum toga. Oft er hér um verkefni sem þurfa 30-60 Megavött af raforku auk annarra orkustrauma frá jarðvarmavirkjunum, svo sem gufu, heitt vatn og koltvísýring. Á árinu 2014 hefur fjárfestingarsvið Íslandsstofu aðstoðað íslenskt verkefni á þessum vettvangi. Aukinn áhugi erlendra fjárfesta er einnig á framleiðslu græns eldsneytis með nýtingu jarðvarma og efnasambanda úr jarðvarmavirkjunum. Þá hófst vinna við annað verkefni á sviði græns eldsneytis tengt nýtingu glatvarma frá núverandi og væntanlegum kísilverksmiðjum.

Upplýsingaveita

Íslandsstofa rekur umfangsmikinn markaðs- og upplýsingavef www.invest.is þar sem allar upplýsingar sem ætla má að séu gagnlegar fyrir fjárfesta, koma fram. Vefurinn gegnir einnig upplýsingahlutverki fyrir alla þá sem vilja kynna sér viðskiptaumhverfið á Íslandi. Á árinu 2014 var allt efni um áherslugreina fjárfestingasviðs endurnýjað með tilliti til lykilsurninga um aðstæður, skilyrði og stuðning við viðkomandi svið. Þá var gerður samningur við DataMarket um uppsetningu á þremur svokölluðum „mælaborðum“ á vefnum invest.is, þ.e. lífandi framsettum og beintengdum gögnum um skilgreinda þætti.

Vefurinn var tekinn í ítarlega rýni ráðgjafafyrirtækisins GDP Global og verða niðurstöður þeirrar skýrslu hafðar til hliðsjónar við komandi uppfærslu á vefnum í nýjan ham sem þjálli er til birtingar á spjalddölvum og snjallsímum.

Sérvefur um gagnaver var nær fullunninn og beið lokalagfæringa og birtingar um áramót. Þá var nær lokið við endurskoðun efnis í Doing Business ritinu með tilliti til birtingar á vef.

Þjónusta við fjárfesta

Starfsmenn Íslandsstofu taka árlega á móti fjölmörgum fyrirtækjum sem óska eftir upplýsingum um land og þjóð eða þurfa að komast í samband við fyrirtæki og stofnanir hér á landi með fjárfestingu í huga. Segja má að verkefni séu jafn fjölbreytt og þau eru mörg. Þá hefur það einnig færst í vöxt að leitað sé til fjárfestingasviðs af hálfu íslenskra fyrirtækja um aðstoð við tengslamyndun við erlenda fjárfesta. Athuganir hinna erlendu fjárfesta geta tekið talsverðan tíma, jafnvel 1-2 ár, enda er oft um viðamiklar fjárfestingar að ræða sem vanda þarf til. Ísland er oft einungis eitt af mörgum löndum sem til greina koma hvað staðsetningu varðar en samkeppnin um atvinnu- og verðmætaskapandi erlendar fjárfestingar hefur vaxið jafnt og þétt þar sem flest þjóðríki líta á fjárfestingar af þessu tagi sem eitt þýðingarmesta atriðið fyrir atvinnusköpun og öflun nýrrar þekkingar.

Brugðist var við fyrirspurnum frá 98 nýjum aðilum árið 2014. Fjörtíu og þrjár fyrirspurnir tengdust fjárfestingum á Íslandi og þar af voru 11 stærri verkefni sem fylgt var frekar eftir. Þá bárust 36 fyrirspurnir um viðskipta- og lagaumhverfi tengt beinum erlendum fjárfestingum og 19 beiðnir um upplýsingar frá fjölmiðlum og háskólum vegna greinarskrifa og rannsóknarverkefna. Í eftirfarandi töflu getur að líta yfirlit yfir umfang þjónustunnar á árinu 2014.

Árangursmælikvarðar

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu heldur tölulegt yfirlit yfir þá árangursþætti kynningarstarfsins sem starfsmenn þess hafa bein eða óbein áhrif á hverju sinni. Megin markmið og tilgangur starfseminnar er að fá erlenda fjárfesta til að heimsækja Ísland og skoða staðsetningu hér á landi í gegnum faglega ákvarðanatöku. Starfsmenn fjárfestingarsviðs meta því árangur sinn m.a. út frá tölulegum staðreyndum um fjölda heimsókna erlendra fjárfesta og fjölda verkefna sem fara í virka skoðun á hverju ári en einnig og ekki síður út frá viðhorfum þessara sömu fjárfesta um gæði þeirrar þjónustu sem starfsmenn hafa veitt þeim.

Atvinnugrein	Heimsóknir erlendra aðila	Fundir með erlendum aðilum erlendis	Aðstoð við ísl. fyrirtæki	Fjöldi verkefna í virkri skoðun
Snyrtivörur		1		
Efnaíðnaður	1	6	1	1
Lækningatæki		1		1
Lyfjafyrirtæki		1		
Ferðaþjónusta			4	2
Fjármálaþjónusta			2	
Vatn	3		2	3
Fiskeldi	1		1	1
Dekkjaframleiðsla		1		1
Gróðurhús	5			
Sólarkísill	3			1
Lífræn orkuframleiðsla	3			1
Pörungaframleiðsla m.m.	2	21		7
Álframleiðsla			2	2
Koltrefjar		11		1
Basaltrefjar			1	1
Gagnaver	6	47		3
Erlendar viðsk.sendinefndir	5			
Hugbúnaður	2			
Skipaendurvinnsla	2			1
Ýmislegt	2	1	1	
Samtals	35	90	14	26

Þjónustukönnun

Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands var fengin til að gera könnun á viðhorfum þeirra erlendu aðila til þjónustugæða sem fjárfestingarsvið hefur aðstoðað á síðustu tveimur árum. Niðurstöðurnar voru á þá lund að þjónusta sviðsins teldist framúrskarandi og um 80% töldu að þörfum þeirra hefði verið mætt á framúrskarandi eða mjög góðan hátt. Um helmingur svarenda töldu að þjónusta sviðsins hefði verið mjög þýðingarmikil fyrir fjárfestinn og hinn helmingurinn taldi að hún hefði verið fremur mikilvæg. Spurt var jafnframt um ánægju með einstaka þjónustuþætti svo sem gagnaöflun, skipulag og þátttöku á fundum og þekkingu á laga- og viðskiptaumhverfi. Niðurstöðurnar voru á þann veg að enginn svarenda taldi sig hafa fengið óviðunandi þjónustu og yfir 80% töldu þjónustuna ýmist framúrskarandi eða mjög góða, þegar spurt var um einstaka þjónustuþætti.

Markaðsstarfið í tölum

Vaxandi áhersla hefur verið á að finna áhugasama fjárfesta í þeim greinum sem gætu notið góðs af samkeppnishæfni landsins með einum eða öðrum hætti. Áhersla hefur verið lögð á að ná fundum slíkra aðila og kynna þeim með beinum hætti það sem Ísland hefur upp á að bjóða þeim til handa. Yfirlitið er skipt eftir atvinnugreinum og tekur til fjölda heimsókna erlendra aðila, fundum starfsmanna fjárfestingarsviðs erlendis með hugsanlegum fjárfestum, aðstoð við íslensk fyrirtæki og fjölda verkefna í virkri skoðun.

Film in Iceland

Þann 30. mars árið 1999 voru samþykkt lög á Alþingi þess efnis að leyfilegt væri að endurgreiða 12% af framleiðslukostnaði við framleiðslu kvikmynda eða sjónvarpsefnis hér á landi. Með þessum lögum átti að laða að erlenda framleiðslu, styrkja innviði kvikmyndagerðar á Íslandi og skapa fleiri störf í þessum iðnaði. Innleiðing laganna átti sér stað 2001 og frá upphafi hefur Íslandsstofa og forverar hennar borið ábyrgð á því að kynna þessi lög um endurgreiðslur sem nú eru 20% af framleiðslukostnaði vegna framleiðslu kvikmyndar eða sjónvarpsefnis á Íslandi.

Fyrirspurnir til Film in Iceland voru alls 234 sem er meira en nokkru sinni áður. Af kvikmyndaverkefnum ársins ber fyrst að nefna tókur á bandarísku bíómyndinni Star Wars. Hér um að ræða stórt nafn í kvikmyndasögunni og því mikill akkur í að fá það verkefni til Íslands. Þá framleiddu fyrirtækin Scott Free, Xbox og Microsoft bíómyndina HALO sem er byggð á einum vinsælasta tölvuleik sögunnar.

Sjónvarpsverkefni ársins 2014 voru bæði mörg og fjölbreytt og má fyrst nefna sjónvarps seríuna Fortitude sem tekin var upp á Reyðarfirði frá miðjum janúar og fram í lok maí. Um var að ræða breskt verkefni framleitt af Fifty Fathoms/Tiger Aspect og Sky Atlantic. Einnig var hluti af nýrri bandarískri sjónvarpsseríu í upptökum í sumar, Sense 8 og er hún framleidd af Netflix. Það verkefni kom í gegnum Bill Bowling, tökustaðastjóra, sem kom til Íslands árið 2008 í boði Film in Iceland. Game of Thrones sem er framleitt af Fire and Ice og HBO, kom aftur í ár en tökur voru mun minni að umfangi þetta árið þar sem einungis voru teknir upp bakgrunnar að þessu sinni.

Þrjú smærri sjónvarpsverkefni voru framleidd á árinu, One way ticket sem var framleidd af Johl Productions, Dangerous grounds, framleidd af Nancy Glass Production og loks var það Booze Traveler, þáttur sem var framleiddur fyrir Travel Channel af Karga 7.

Framleiðsla á barnaþáttunum um dráttarbátinn Elías sem hófst á árinu 2013, hélt áfram allt árið 2014. Framleiðslusamningurinn hljóðaði uppá 52 þætti og skapaði 30 störf í 2 ár.

Kvikmyndatengd ferðaþjónusta

Verkefnastjóri Film in Iceland aðstoðaði svið ferðaþjónustu og skapandi greina innan Íslandsstofu með ýmsum hætti við uppbyggingu og undirbúning kvikmyndatengdrar ferðaþjónustu svo sem við skipulagningu og undirbúning 4 daga blaðamannaferðar þar sem fjölmiðlar frá Frakklandi (Les Echos, Plume Voyage), Þýskalandi (Freie Presse, Zeit Online, L'Officiel Hommes), Bretlandi (The Luxury Channel, AverageJoesBlog.com.), Kanada (Elle Canada) og Bandaríkjunum (House Seven, Soho House's member portal, Daily Mail Online) heimsóttu alla helstu tökustaði á Suðurlandi. Ferðin heppnaðist einstaklega vel og skilaði af sér ítarlegum umfjöllunum um Ísland sem ævintýralegum tökustað jafnt sem áfangastað.

Berlinale

Verkefnastjóri Film in Iceland tók þátt í pallborðsumræðu á vegum Initialize Films sem sérhæfir sig í fjármögnun kvikmynda-verkefna. Þá var fundað með framleiðendum og Ísland kynnt sem ákjósanlegur kostur til kvikmynda-töku. Eitt verkefni fór í frekari skoðun á Íslandi og töluverðar líkur á að það fari í tök.

AFCI Location Trade Show og fundir í Los Angeles

Film in Iceland var að vanda með bás á þessari stærstu sýningu ársins þar sem lönd, fylki og borgir kynna sitt svæði fyrir kvikmyndaframleiðendum. Árið 2014 tóku fjögur íslensk kvikmyndaþjónustufyrirtæki þátt auk Reykjavíkurborgar. Þau voru Pegasus, Sagafilm, Republik og Truenorth. Einnig tóku TVG Ziemsen, Jónar Transport og Atlantic Studios þátt.

Fundað var með framleiðslufyrirtækjum í Hollywood, haldin kynning um Ísland sem tökustað fyrir „extreme“ kvikmynda-tökur og loks þátttaka í pallborðsumræðum um hvernig best væri að minnka áhættu starfsmanna við slíkar tök.

AFCI Cineposium

Á ársfundi AFCI sem var haldinn í New York í október var fjallað um hvernig kynningarfulltrúar geta bætt gæði sinnar þjónustu, hvernig iðnaðurinn er að þróast og hvernig komið til móts við þær breytingar. Þá var fundað með framleiðslufyrirtækjum í New York og voru þeir fundir bókaðir í samstarfi við viðskiptaskrifstofu utanríkisráðuneytisins í New York.

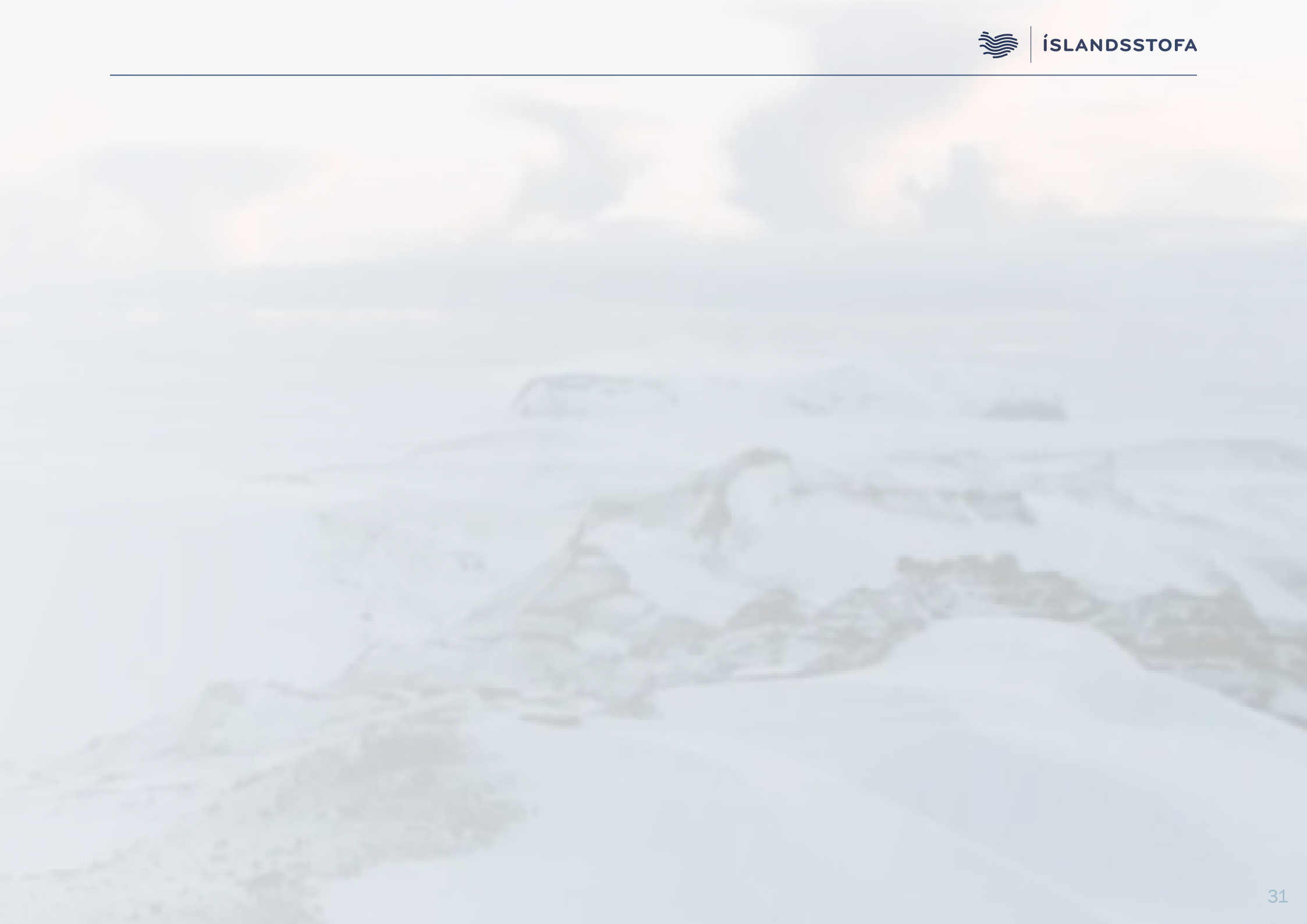
Kynningarefni

Film in Iceland lét útbúa nýjan bækling á árinu 2014. Áfram var unnið með heimasíðu sem á árinu 2012 var unnin algjörlega frá grunni.

Ritstjóra hins þekktu kvikmynda-blaðs, Screen, var boðið til Íslands á árinu 2014 af Film in Iceland, Íslandsstofu og Kvikmyndamiðstöð Íslands. Í októberútgáfu blaðsins var Ísland á forsíðu auk þess sem 10 blaðsíðna umfjöllun var um Ísland sem kvikmyndaland.

Samstarf við viðskiptaskrifstofu utanríkisráðuneytisins í New York

Film in Iceland hefur undanfarin 11 ár unnið með viðskiptafultrúa utanríkisráðuneytisins í New York að kynningu á verkefninu í Bandaríkjunum og hefur það reynst gæfufullt samstarf. Einnig hefur Film in Iceland og Höfuðborgarstofa, fyrir hönd Reykjavíkurborgar starfað saman að ákveðnum þáttum á sviði kynningar á Íslandi sem tökustað. Þá hefur einnig verið gott samstarf við sendiráð Íslands á Indlandi, Þýskalandi og í Kína.



Sýningar og sendinefndir

Íslandsstofa aðstoðaði íslensk fyrirtæki við að skipuleggja þátttöku á fjölda sýninga um allan heim á árinu. Eftirfarandi er stutt greinargerð yfir sýningar síðastliðins árs.

Stockholm Furniture Fair 4. – 8. febrúar

Stockholm Furniture Fair er stærsta sýning sinnar tegundar í heimi þar sem skandinavísk hönnun er til sýnis. Sýningin er haldin árlega og hana sækir fagfólk, innkaupaaðilar, arkitektar sem og áhugasamir um hönnun. Íslandsstofa hefur haldið utan um þátttöku íslenskra fyrirtækja á sýningunni undanfarin ár og hefur þeim verið vel tekið og íslenski básinn fengið góða athygli. Þátttakendur Bryndís Bolladóttir, Á. Guðmundsson og Erla Sólveig.

Seafood Processing North America Og Seafood Expo North America 16. – 18. mars

Íslandsstofa hefur haldið utan um þátttöku íslenskra fyrirtækja á sjávarútvegssýningunum í Boston mörg undanfarin ár. Sýningin dregur að, frá um 100 löndum, 20.000 kaupendur og birgja sjávarfangs, tæknibúnaðar og þjónustu fyrir sjávarútveg. Fjöldi íslenskra fyrirtækja taka þátt í sýningunum árlega en útflutningur á íslenskum sjávarafurðum til Bandaríkjanna hefur aukist nokkuð undanfarin ár. Þátttakendur: Eimskip, Valka, Skaginn, 3X Technologi, Íslandsbandki, Martak, Héðinn, Iceland Responsible Fisheries, Fjarðalax, Menja, ISI Seafood, Novo Food, Ora, Vinnslustöðin, HB Grandi, Icelandic Nýfiskur, Merlo Seafood, Arctic Seafood, Samherji og Icefishfarm.

Seafood Processing Global og Seafood Expo Global 6. – 8. maí

Sjávarútvegssýningarnar í Brussel eru þær stærstu í heimi og jafnfram alþjóðlegustu. Meðal sjávarútvegsfyrirtækja er almennt litið á sýningarnar sem þær mikilvægustu innan greinarinnar til að kynna vörur og þjónustu. Óhætt er að segja að flestir lykilmenn í sjávarútvegi í heiminum séu þar samankomnir. Íslenskur þjóðarbás hefur verið með frá upphafi eða í 23 ár. Ísland er mjög áberandi á sýningunni og skipar stóran sess þar.

Í tækja og þjónustu hluta sýningarinnar eru Íslendingar með stærsta þjóðarbásinn, en alls eru þjóðarbásar frá 43 löndum á sýningunum. Íslandsstofa hafði til ráðstöfunar á báðum sýningunum 750 fermetra sýningarpláss þar sem yfir 30 íslensk fyrirtæki sýndu og kynntu vörur sínar og þjónustu. Sjávarútvegsráðherra ásamt sendiherra Íslands í Brussel mættu á sýningarnar og heimsóttu íslensku fyrirtækin til skrafs og ræðgerða. Þátttakendur: Vinnslustöðin, Novo Food, Golden Seafood, Íslandsbanki, Fjarðalax, Marko Partners, HB Grandi, Ögurvik, Íslenska Umboðssalan, Menja, Vísir, Icelandic Pelagic, Félag Atvinnurekenda, Trítón, Valka, Héðinn, Maint Soft, Azazo, Samskip, Skaginn, 3X Technologi, Optimar, Ocean Excellence, Traust, Borgarplast, Hampiðjan, Wise, Trackwell og Eimskip.

Icelandic Fisheries Exhibition 25. – 27. september

Íslandsstofa tekur þátt í Íslensku sjávarútvegssýningunni sem verður haldin í Kópavogi dagana 25. til 27. september 2014. Þetta er í ellefta sinn sem sýningin er haldin og er henni ætlað að ná til allra hliða í sjávarútvegi og fiskvinnslu, allt frá veiðum og fiskileit til vinnslu og umbúða, markaðssetningar og dreifingar fullunninna afurða. Um 150 íslenskir aðilar taka þátt og kynna þjónustu við sjávarútveg, tæki, búnað og afurðir úr hafinu. Samhliða sýningunni verður úthlutað sjávarútvegsverðlaunum. Árið 2011 komu 13.500 gestir frá 52 löndum á sýninguna og jókst aðsóknin um 9% miðað við sýninguna 2008.

Maison & Objet 5.– 9. september

Maison & Objet sem fram fer í París er með stærri vöruhönnunarsýningum í heimi. Íslandsstofa hefur stutt við þátttöku íslenskra hönnuða á sýningunni og er það annað árið í röð. Íslensk hönnun hefur fengið góðar móttökur á sýningunni. Gestir sem mæta á sýninguna eru samtals um 80.000, að stórum hluta Frakkar þar á eftir koma Ítalir og Bretar. 68% þeirra eru kaupendur frá stórum vöruhúsum og einnig smásalar. Þátttakendur Sveinbjörg, Ingibjörg Hanna, Anna Þórunn, Mary, Steinunn Vala og Ragnheiður Ösp.

Göteborg Book Fair 25.–28. september

Íslandsstofa í samstarfi við Miðstöð íslenskra bókmennta hélt utan um íslenskan bás á Bok & Bibliotek bókamessunni í Gautaborg sem fram fór í september. Um 100.000 manns sækja sýninguna ár hvert og var þetta í 30. skiptið sem hún er haldin. Íslensku rithöfundarnir Yrsa Sigurðardóttir, Sjón, Andri Snær, Eiríkur Örn og Lani Yamamoto voru þátttakendur í bókmenntadagskrá. Íslendingasögurnar og þýðing þeirra yfir á sænsku, norsku og dönsku voru til kynningar, auk þess sem Félag íslenskra bókaútgefenda sá um bóksölu á básnum en Svíar sýna íslenskum bókmenntum mikinn áhuga.

Kaupstefna á Grænland 23.–25. október

Kaupstefna á Grænlandi er verkefni sem hefur verið í gangi hjá Íslandsstofu síðan 2010 í samstarfi við Flugfélag Íslands. Að verkefninu hafa einnig komið Grænlandska-Íslenska viðskiptaráðið og aðalræðismaður Íslands í Nuuk. Tilgangur kaupstefnunnar er að auka tengsl íslenskra og grænlandskra fyrirtækja með það að markmiði að auka viðskipti milli landanna. Í ár tóku 24 fyrirtæki þátt í kaupstefnunni sem samanstefnur af annars vegar sýningu sem sett er upp í menningarhúsinu Katuaq og hins vegar fyrirfram bókuðum tvíhliða fundum.

China Fisheries & Seafood Expo 5. – 7. nóvember

China Fisheries & Seafood Expo hefur verið í miklum vext undanfarin ár. Íslenskur þjóðarbás hefur verið á sýningunni þau 19 ár sem sýningin hefur verið haldin. Sýningin er haldin ýmist í Qingdao eða Dalin sem eru báðar með stærri borgum í Kína hvað varðar veiðar og vinnslu sjávarafurða. Sýningin er ætluð fyrirtækjum í vinnslu sjávarafurða, framleiðslu tækni og tækjabúnaðar, sem og öðrum er sinna þjónustu við sjávarútveginn. Þátttakendur Icelandic, Triton, Vinnslustöðin.

Níkaragva, sendinefnd um virkjanamál

Dagana 16. til 20. nóvember skipulagði Íslandsstofa í samvinnu við Iceland Geothermal, viðskiptasendinefnd íslenskra fyrirtækja á sviði verkfræði og orkumála til Níkaragva. Ragnheiður Elín Árnadóttir, iðnaðar- og viðskiptaráðherra leiddi sendinefndina. Tilgangur sendiefndarinnar var að kynna íslensk fyrirtæki á þessu sviði fyrir heimamönnum og skoða möguleika á samstarfi á sviði jarðvarma, í boði þarlandra stjórnvalda.

Í ferðinni undirritaði ráðherra viljayfirlýsingu af hálfu Íslands um að efla samstarf við Níkaragúa á sviði hagnýtingar endurnýtanlegra orkugjafa. Viljayfirlýsingin felur í sér að löndin tvö muni efla samvinnu sína á milli, m.a. hvað varðar þekkingu á sviði endurnýjanlegrar orku. Viljayfirlýsingin, sem er á milli atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins og ráðuneytis orku- og námumála í Níkaragúa, var undirrituð að viðstöddum Daniel Ortega, forseta landsins.

Í ferðinni tókur þátt tíu íslensk fyrirtæki, Ísor, Eflu, Íslenska jarðhitaklasans, Jarðborana, Green Energy Group, Landsvirkjunar/Landsvirkjunar Power, Mannvits, Verkís, Icelandic Geothermal Power og Reykjavík Geothermal, sem öll starfa innan íslenska jarðhitaklasans.

Rekstur og efnahagur Íslandsstofu 31.12.2014

Rekstrarreikningur ársins 2014

	2014	2013
Rekstrartekjur		
Markaðsgjald	499.320.615	459.592.076
Ríkisframlög	219.071.342	272.400.000
Önnur framlög	52.008.258	52.214.963
Endurgreiddur kostnaður og seld þjónusta	214.748.315	211.393.657
	<u>985.148.530</u>	<u>995.600.696</u>
Rekstrargjöld		
Kynningar- og markaðsstarf	(506.742.773)	(561.846.573)
Laun og launatengd gjöld	(292.888.234)	(285.370.353)
Skrifstofu- og stjórnunarkostnaður	(138.240.199)	(134.718.622)
Afskriftir fastafjármuna	(3.509.034)	(4.722.915)
	<u>(941.380.240)</u>	<u>(986.658.463)</u>
Rekstrarafgangur	<u>43.768.290</u>	<u>8.942.233</u>
Fjármunatekjur	6.909.511	4.579.793
Fjármagnsgjöld	(3.630.371)	(2.113.101)
Tekjur umfram gjöld	<u>47.047.430</u>	<u>11.408.925</u>

Efnahagsreikningur 31. desember 2014

Eignir	31.12.2014	31.12.2013
Fastafjármunir		
Varanlegir rekstrarfjármunir	2.189.672	5.698.706
	<u>2.189.672</u>	<u>5.698.706</u>
Veltufjármunir		
Markaðsgjald	34.644.211	44.223.596
Viðskiptakröfur	33.229.088	68.872.648
Aðrar skammtímakröfur	6.409.602	5.516.154
Fyrirfram greitt vegna verkefna	36.198.706	5.200.000
Handbært fé	223.626.462	155.891.338
	<u>334.108.069</u>	<u>279.703.736</u>
Eignir	<u>336.297.741</u>	<u>285.402.442</u>
Eigið fé og skuldir		
Eigið fé		
Óráðstafað eigið fé	221.802.709	174.755.280
Eigið fé	<u>221.802.709</u>	<u>174.755.280</u>
Skammtímaskuldir		
Viðskiptaskuldir	62.743.806	30.548.098
Fyrirframinnheimtar tekjur	0	23.396.437
Aðrar skammtímaskuldir	51.751.226	56.702.627
	<u>114.495.032</u>	<u>110.647.162</u>
Skuldir	<u>114.495.032</u>	<u>110.647.162</u>
Eigið fé og skuldir	<u>336.297.741</u>	<u>285.402.442</u>

Rekstur- og efnahagur - Ísland allt árið

Rekstrarreikningur tímabilsins 1.9.2013 - 31.12.2014

	1.9.2013 - 31.12.2014	1.9.2012 - 31.8.2013
Rekstrartekjur		
Opinber framlög	206.143.792	294.600.000
Framlög fyrirtækja	190.100.000	171.400.000
Aðrar tekjur	231.767	898.086
	<u>396.475.559</u>	<u>466.898.086</u>
Rekstrargjöld		
Kynningarefni og fundir	(61.021.413)	(16.586.919)
Fjölmiðlaferðir	(12.387.634)	(6.811.243)
Auglýsingar og sérfræðipjónusta v/markaðsmála	(434.903.659)	(449.318.569)
Annar kostnaður v/markaðs- og kynningarstarfs	(1.708.294)	(1.265.392)
	<u>(510.021.000)</u>	<u>(473.982.123)</u>
Rekstrartap	<u>(113.545.441)</u>	<u>(7.084.037)</u>
Fjármunatekjur	6.577.042	2.222.092
Fjármagnsgjöld og gengismunur	(1.141.502)	(474.433)
Gjöld umfram tekjur	<u>(108.109.901)</u>	<u>(5.336.378)</u>

Efnahagsreikningur 31. desember 2014

Eignir	31.12.2014	31.08.2013
Veltufjármunir		
Viðskiptakröfur	45.627.289	47.290
Aðrar skammtímakröfur	751.776	1.324.399
Handbært fé	78.833.862	112.201.745
	<u>125.212.927</u>	<u>113.573.434</u>
Eignir	<u>125.212.927</u>	<u>113.573.434</u>
Eigið fé og skuldir		
Eigið fé		
Óráðstafað eigið fé	3.486.893	111.596.794
Eigið fé	<u>3.486.893</u>	<u>111.596.794</u>
Skammtímaskuldir		
Viðskiptaskuldir	2.226.034	1.976.640
Fyrirfram innheimtar tekjur	119.500.000	0
	<u>121.726.034</u>	<u>1.976.640</u>
Skuldir	<u>121.726.034</u>	<u>1.976.640</u>
Eigið fé og skuldir	<u>125.212.927</u>	<u>113.573.434</u>

Starfsfólk Íslandsstofu



Andri Marteinnsson

Forstöðumaður, iðnaður og þjónusta



Arnar Guðmundsson

Verkefnisstjóri, erlendar fjárfestingar



Áslaug Þorbjörg Guðjónsdóttir

Verkefnisstjóri, sjávarútvegur og matvæli



Berglind Steindórsdóttir

Sýningastjóri



Birgir Þorsteinn Jóakimsson

Verkefnisstjóri, vefir og kynningarmál



Björgvin Þór Björgvinsson

Verkefnisstjóri, sjávarútvegur og matvæli



Björn H. Reynisson

Verkefnisstjóri, iðnaður og þjónusta



Brynja Berndsen Bjarkadóttir

Verkefnisstjóri, vefir og kynningarmál



Daði Guðjónsson

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar



Einar Hansen Tómasson

Verkefnisstjóri, erlendar fjárfestingar



Erna Björnsdóttir

Verkefnisstjóri, iðnaður og þjónusta



Esther Helga Ólafsdóttir

Þjónustufulltrúi



Eyjólfur Árnason

Kerfisstjóri



Guðný Káradóttir

Forstöðumaður, sjávarútvegur og matvæli



Guðrún Birna Jörgensen

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar



Hera Brá Gunnarsdóttir

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

**Hrafnhildur Brynja Stefánsdóttir**

Verkefnisstjóri, iðnaður og þjónusta

**Inga Hlín Pálsdóttir**

Forstöðumaður, ferðaþjónustu og skapandi greina

**Ingólfur Sveinsson**

Skrifstofu- og fjármálastjóri

**Ingvar Örn Ingvarsson**

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

**Jón Ásbergsson**

Framkvæmdastjóri

**Kristinn Hafliðason**

Verkefnisstjóri, erlendar fjárfestingar

**Kristjana Rós Guðjohnsen**

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

**Margrét Helga Jóhannsdóttir**

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

**Ragnheiður Sýlvía Kjartansdóttir**

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

**Sigríður Ragnarsdóttir**

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

**Sveinn Birkir Björnsson**

Ritstjóri, vefir og kynningarmál

**Þorleifur Þór Jónsson**

Viðskiptasendinefndir

**Þórður H. Hilmarsson**

Forstöðumaður, fjárfestingasvið

**Þórey P. Þórarinsdóttir**

Þjónustufulltrúi



