



ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND



Ársskýrsla 2015

INNGANGUR

Íslandsstofa hóf rekstur sumarið 2010. Stofan er öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda og hefur þann megin tilgang að auka gjaldeyristekjur þjóðarinnar. Með fræðslu og ráðgjöf eflum við samkeppnishæfni íslenskra fyrirtækja og með öflugum kynningarstarfi og samræmdum skilaboðum vekjum við áhuga á íslenskum vörum og þjónustu á erlendum mörkuðum. Við 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 2015 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.

Efnisyfirlit

| | |
|---|----|
| Íslandsstofa | 4 |
| Ferðabjónusta og skapandi greinar | 8 |
| Erlendar fjárfestingar..... | 16 |
| Iðnaður og þjónusta | 22 |
| Matvæli, sjávarútvegur og landbúnaður | 24 |
| Ráðgjöf og fræðsla..... | 32 |
| Sýningar og sendinefndir..... | 36 |



ÍSLANDSSTOFA

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 gjaldeyristekjur 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 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 sjá til þess að starfrækt séu fagráð um áherslur í markaðs- og kynningarmálum erlendis á sviði ferðapjónustu, matvælagreina, umhverfismála, menningarmála og fjárfestinga erlendra aðila á Íslandi, í samráði við viðkomandi ráðuneyti. 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 ferðapjónustu, fagráð fjárfestinga, fagráð iðnaðar og þjónustu, fagráð lista og skapandi greina, fagráð matvæla, fagráð sjávarútvegs

Úttekt á starfsemi Íslandsstofu

Ein af undirstofnunum Sameinuðu þjóðanna ber nafnið International Trade Centre (ITC) og er markmið starfseminnar einkum að aðstoða „minna þróuð“ lönd að setja á laggirnar stuðningsstofnanir fyrir útflutningsfyrirtæki.

Meðal þess sem lögð er áhersla á er að útbúa mælikvarða sem unnt er að nota til að meta árangur af starfsemi. Hafa starfsmenn ITC m.a. þróað mælingakerfi sem byggir á að bera saman lykil árangursþætti milli skyldra stofnanna. (e. Benchmarking). Hafa þeir nú tekið saman gög्न frá 40 útflutningsstofnunum víða um heim, sem teljast bæði til þróaðra og minna þróaðra ríkja.

Tveir starfsmenn ITC dvöldu hér á landi dagana 2.– 6. júní 2015 og tóku út starfsemi Íslandsstofu. Ræddu þeir við fjölda manna til að afla sér upplýsinga – starfsmenn, viðskiptavini og stjórnarmenn. Í september skiluðu þeir ítarlegri úttekt í tæplega 100 blaðsíðna skýrslu sem hefur m.a. að geyma álit þeirra á styrkleikum og veikleikum starfseminnar og ábendingar um þau helstu atriði sem mætti færa til betri vegar í starfsemi. Í heildina voru niðurstöður úttektarinnar mjög jákvæðar og fékk Íslandsstofa einkunnina „very good“.

Fjallaði stjórn Íslandsstofu um skýrsluna á nokkrum fundum og forstöðumenn skiluðu yfirliti yfir þær aðgerðir sem gripið verður til á árinu 2016 til að mæta tillögum ITC um úrbætur.

Skipulag

Hjá Íslandsstofu starfa um 35 starfsmenn. Starfsemi er skipt í fjögur atvinnugreinasvið (megin svið), tvö stoðsvið auk innri þjónustu. Megin sviðin eru fjögur; ferðapjónusta og skapandi greinar, fjárfestingasvið, iðnaður og þjónusta og matvæli, sjávarútvegur og landbúnaður.

Nýsköpunarverðlaun Íslands

Nýsköpunarverðlaun Rannís, Íslandsstofu, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands og Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins eru veitt árlega á Nýsköpunarþingi. Verðlaunin voru fyrst veitt árið 1994. Tilgangur verðlaunanna er að vekja athygli á þeim mikilvægu tengslum sem eru á milli aukinnar verðmætasköpunar í atvinnulífinu og rannsókna og þekkingaröflunar. Verðlaunin eru veitt fyrirtæki sem þykir hafa skarað fram úr í þróun nýrrar vöru eða þjónustu sem byggð er á rannsóknarstarfi og vísindalegri og tæknilegri þekkingu og náð hefur sannfærandi árangri í markaðs- og sölustarfi.

Fyrirtækið Zymetech hlaut Nýsköpunarverðlaun Íslands sem afhent voru á Nýsköpunarþingi 9. apríl 2015. Zymetech er leiðandi íslenskt líftæknifyrirtæki á sviði rannsókna, þróunar, framleiðslu og sölu náttúrulegra sjávarensíma til hagnýtingar í húðvörur, lækningatæki og lyf. Ágústa Guðmundsdóttir prófessor við HÍ og rannsóknastjóri Zymetech veitti verðlaununum viðtöku.

Útflutningsverðlaun forseta Íslands

Útflutningsverðlaun forseta Íslands hafa verið veitt frá árinu 1989 í þeim tilgangi að vekja athygli á þjóðhagslegu mikilvægi gjaldeyrisöflunar og alþjóðlegra viðskipta og heiðra þá sem hafa náð sérstaklega góðum árangri í sölu og markaðssetningu á íslenskum vörum og þjónustu erlendis. Verðlaunin skulu veitt fyrirtækjum eða einstaklingum, íslenskum eða erlendum, fyrir árangursríkt starf að útflutningi á íslenskum vörum eða þjónustu á erlendum markaði. Icelandair Group hlaut Útflutningsverðlaun forseta Íslands árið 2015 fyrir þann einstaka árangur sem fyrirtækið hefur náð í að laða til landsins erlenda gesti og greiða för landsmanna til annarra landa. Verðlaunagripurinn í ár var gerður af Dagnýju Magnúsdóttur glerlistarkonu og heitir verkið Vegferð.

Arnaldur Indriðason, rithöfundur, fékk sérstaka heiðursviðurkenningu við sama tilefni. Viðurkenningin er veitt einstaklingi sem þykir með starfi sínu hafa borið hróður Íslands víða um heim og þannig stuðlað að jákvæðu umtali um land okkar og þjóð. Áður hafa listamenn á borð við Björk og RAX hlotið þessi verðlaun, að ógleymdum Magnúsi Scheving, verðlaunahafa síðasta árs.



Nýsköpunarverðlaun Íslands, vinningshafar ársins 2015



Frá ferð stjórnar Íslandsstofu til Akureyrar



Þátttakendur í útflutningsverkefninu ÚH, ásamt fulltrúum frá Íslandsstofu og formanni stjórnar Íslandsstofu

FERÐAÞJÓNUSTA OG SKAPANDI GREINAR

Hlutverk sviðs ferðaþjónustu og skapandi greina er tvíþætt. Annars vegar að kynna Ísland sem ákjósanlegan áfangastað og laða til landsins erlenda ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi í þágu íslenskrar ferðaþjónustu og auka með því gjaldeyristekjur og efla hagvöxt. Hins vegar að kynna Ísland sem upprunaland skapandi greina og styðja við kynningu á íslenskri menningu erlendis.

Starfsemi sviðsins felst einkum í erlendum almannatengslum, skipulagi fjölmiðlaheimsóknna, gerð kynningarefnis, úthaldi vefja og samfélagsmiðla, erlendu tengslastarfi og skipulagningu viðburða og sýninga erlendis. Landkynningu er sinnt samkvæmt samningi við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti (áður iðnaðarráðuneyti) frá 2011. Á árinu var samningur við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið endurnýjaður til árána 2016-2018. Íslandsstofa annast markaðsverkefnið Ísland - allt árið samkvæmt sérstökum samningi við sama ráðuneyti. Íslandsstofa er einnig aðili að Iceland Naturally, sem er markaðsverkefni fyrir Norður-Ameríku og sinnir framkvæmd þess með utanríkisþjónustunni í New York. Íslandsstofa er aðili að Ráðstefnuborgin Reykjavík og á áheyrnarfulltrúa í stjórn verkefnisins. Fulltrúi Íslandsstofu situr einnig í stjórn NATA (North Atlantic Tourism Association) sem er samstarfsvettvangur um ferðaþjónustu milli Íslands, Færeyja og Grænlands. Þá situr fulltrúi Íslandsstofu fyrir hönd Íslands í verkefni um mörkun Norðurlandanna á vegum Norrænu ráðherranefndarinnar.

Sérstakir tengiliðir eru við ferðaþjónustuna á eftirfarandi mörkuðum: Bretland, Norður-Ameríka, Mið-Evrópa, Norðurlönd og fjarmarkaðir. Einnig starfa á sviðinu tengiliðir við stærstu markaðsverkefni og við listir og skapandi greinar. Starfsmenn sviðsins eru: Inga Hlín Pálsdóttir (forstöðumaður), Daði Guðjónsson, Guðrún Birna Jörgensen, Hera Brá Gunnarsdóttir (fæðingarorlof um mitt ár), Kristjana Rós Guðjohnsen, Ingvar Örn Ingvarsson, Sigríður Ragnarsdóttir, Ragnheiður Sýlvía Kjartansdóttir og Margrét Helga Jóhannsdóttir. Karen Möller Sívertsen starfaði sem starfsnemi hálf árið en er síðan í tímabundinni ráðningu.

Grunnstoðir markaðssetningar

Markaðsstarfið fyrir ferðaþjónustuna er unnið undir vörumerkinu Inspired by Iceland og í samræmi við markmið sem sett voru í samvinnu við atvinnu- og nýsköpunarráðuneytið. Starfið tekur mið af grunnstoðum markaðssetningar sem skilgreindar voru í samstarfi við

hagsmunaaðila greinarinnar og nálgast má á vef Íslandsstofu. Í þeim má finna upplýsingar um markhóp, leiðarljós og annað sem nýtist öllum sem starfa að kynningu og markassetningu Íslands erlendis.

Íslandsstofa hefur framkvæmt markaðsgreiningu í takti við markmið og markhóp. Við val á markaðssvæðum er sérstaklega horft til þeirra svæða þar sem boðið er upp á beint flug til Íslands. Lykilmarkaðssvæði eru: Þýskaland, Kanada, Frakkland, Norðurlöndin, Sviss, Bretland og Bandaríkin. Önnur markaðssvæði eru Spánn, Ítalía, Belgía, Austurríki, Holland, Kína, Japan, Eystrasaltlöndin og Ísrael, en þar er fyrst og fremst unnið í viðskiptatengslum við fyrirtæki á þeim mörkuðum.

Á árinu var unnið að stefnumótun fyrir ferðapjónustuna á vegum atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins, Samtaka ferðapjónustunnar og annarra hagsmunaaðila. Afrakstur þeirrar vinnu var Vegvísir í ferðapjónustu sem kynntur var á árinu, og mun starf sviðsins taka mið af þeirri vinnu.

Markmið og mælikvarðar

Eftirfarandi mælikvarðar eru notaðir til að meta það markaðsstarf sem unnið er á vegum Íslandsstofu: birtingarannsóknir, greiningar á vefjum og umtali, heimsóknir á vefsíður, greining samfélagsmiðla og rannsóknir á viðhorfi og árangri sérstakra verkefna s.s. sýninga og vinnustofa. Íslandsstofa er í samstarfi við ferðamálastofur Norðurlandanna um samræmingu á mælikvörðum og árangursmati í kynningarmálum áfangastaða. Íslandsstofa lét rannsóknarfyrirtækið MMR framkvæma viðhorfs- og vitundarrannsókn á árinu á helstu markaðssvæðum: Þýskalandi, Frakklandi, Bretlandi og Danmörku. Einnig var gerð rannsókn í Kanada á vegum verkefnisins Iceland Naturally. Rannsóknirnar eru aðgengilegar á vef Íslandsstofu. Á árinu fór einnig fram undirbúningsvinna varðandi markhópagreiningar á vegum Háskólans á Akureyri og Háskólans á Bifröst í samráði við Íslandsstofu og Ferðamálastofu.

Kynningar, vefsíður og samfélagsmiðlar

Innan sviðsins starfar teymi sem 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 sviðsins en þrjú vefir spila þar stærstu hlutverkin: iceland.is, visiticeland.com/inspiredbyiceland.com og icelandnaturally.com. Samanlagt eru þessir vefir með um þrjár milljónir einstakra heimsókna á ári. Á árinu var

vefsíða markaðsverkefnisins Inspired by Iceland sameinuð visiticeland.com. Til viðbótar á Íslandsstofa í samstarfi við aðra aðila vegna vefjanna visiteurope.com og goscanadina.com sem sinna afmörkuðum verkefnum.

Samfélagsmiðlar

Notkun samfélagsmiðla er önnur stoð markaðsstarfsins, en 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 tæplega 850.000 fylgjendur sem tengjast þessum samfélagsmiðlum.

Kynningar og útgáfa

Íslandsstofa gefur út almennan landkynningarbækling á 14 mismunandi tungumálum. Bæklingnum var á síðasta ári dreift í um 300.000 eintökum í gegnum dreifingafyrirtæki í Evrópu og Ameríku, á ferða- og vörusýningum, og í gegnum sendiráð Íslands erlendis. Þá er hann einnig aðgengilegur á netinu.

Fyrirspurnir

Íslandsstofa svaraði um 2.000 fyrirspurnum á árinu í gegnum tölvupóst og síma til ferðamanna sem eru áhugasamir um að koma til Íslands eða eru þegar á leið til landsins. Hér eru ekki meðtaldar fyrirspurnir sem berast í gegnum samfélagsmiðla og beiðnir um bæklinga.

Fjölmiðlaumfjöllun

Sviðið vinnur að almannatengslum og fjölmiðlaferðum með aðstoð erlendra almannatengslaskrifstofa. Það er meðal annars gert með fréttatilkynningum, fjölmiðlaferðum, viðburðum erlendis auk tilfallandi tækifæra til að skapa umfjöllun. Í dag er unnið með eftirfarandi almannatengslaskrifstofum: BZ.COMM í Þýskalandi, TQC í Frakklandi, Brighter Group í Bretlandi ásamt Brooklyn Brothers í Bretlandi í tengslum við Ísland – allt árið og BigFish í Bandaríkjunum í tengslum við Iceland Naturally með áherslu á samfélagsmiðla. Auk þess var unnið tímabundið með um 7 skrifstofum í tengslum við ákveðna viðburði og tengslastarf. Á árinu setti Íslandsstofa á laggirnar fjölmiðlagagnagrunn sem fjölmiðlamenn geta sjálfir skráð sig í og mun skapa betri nýtingu á umfjöllunartækifærum.

Íslandsstofa og almannatengslaskrifstofur á hennar vegum voru í samskiptum við meira en 2600 fjölmiðlamenn á árinu. Rúmlega 100 þeirra komu til landsins í skipulagðar fjölmiðlaferðir og yfir 520 blaðamenn fengu beina aðstoð við að skipuleggja Íslandsferðir sínar. Í heildina birtust í fjölmiðlum um 750 greinar tilkomnar vegna almannatengsla Íslandsstofu. Umfjöllunin náði til rúmlega 1,3 milljarðs manna og er virði hennar metin á yfir 84 milljónir evra. (Í þessum tölum eru ekki talin umfjöllun tengd verkefnum Ísland – allt árið og Iceland Naturally en sú umfjöllun er metin sér og talin fram í viðeigandi köflum).

Gott samstarf er við markaðsstofur landshlutanna, miðstöðvar skapandi greina og sendiráð og ræðismannaskrifstofur við skipulagningu og undirbúning fjölmiðlaferða. Íslandsstofa starfar einnig með flugfélögum og ferðaþjónustufyrirtækjum bæði innanlands og erlendis þegar kemur að fjölmiðlaferðum.

Í árslok var unnið sérstaklega að því að koma Íslandi inn á ólíka lista fjölmiðla yfir heitustu áfangastaðina fyrir næsta ár. Það tókst það vel að í janúar 2016 höfðu 12 miðlar nefnt Ísland á slíkum listum sem áfangastað fyrir árið.

Dæmi um miðla

Íslandsstofa aðstoðaði fjölmiðlamenn frá helstu markaðssvæðum og yfir 60 fréttatilkynningar voru sendar út á árinu. Sem dæmi um fjölmiðla má nefna New York Times, Al Jazeera, National Geographic og GEO. Íslandsstofa kom einnig að umfjöllun í flestum stærstu miðlum Bretlands á árinu en stærstu viðburðir ársins voru blaðamannaferð í maí með Daily Telegraph, National Geographic Traveller Magazine, Metro, Independent, The Times og Press Association. Aðrir miðlar sem komu til landsins á árinu voru t.d. The Guardian, Elle, Financial Times, Mail on Sunday, Glamour, Daily Express og Fabulous.

Í Þýskalandi var gerð tilraun sem fólst í að vinna meira með sjálfstætt starfandi fjölmiðlafólki sem starfar fyrir fleiri en einn fjölmiðil. Það gafst vel. Sem dæmi má nefna að Moritz Baumstieger skilaði tveimur mjög stórum umfjöllunum fyrir Die Zeit sem samtals náði til rúmra 6 milljóna, Florian Sanktjohanser skilaði umfjöllun sem náði til rúmra 7 milljóna fyrir Süddeutsche Zeitung, Julia Grossman sem skrifaði fyrir Geo.de skilaði af sér 5 greinum sem náðu til samtals 4 milljóna lesenda. Síðast en ekki síst skilaði Winfried Schumacher af sér 22 umfjöllunum, m.a. fyrir Die Welt, Berliner Zeitung, Sonntag Aktuell og Die Presse en um 15 milljónir sáu þær umfjallanir.

Frönsku sjónvarpsþættirnir Faut Pas Rever og Echappées Belles ná til 3,2 milljóna áhorfenda, en Ísland var til umfjöllunar í þeim á besta tíma á nýársdag í morgunsjónvarpi í Frakklandi. Á Norðurlöndunum birtust umfjallanir m.a. í Reis í Noregi, Episodi í Finnlandi, Ekstrabladet í Danmörku og SVD og Aftonbladet í Svíþjóð.

Vinnustofur, ferðasýningar og Íslandskynningar

Á árinu 2015 stóð Íslandsstofa fyrir skipulagningu á tíu ferðasýningum í jafnmörgum löndum. Vinnustofur sem Íslandsstofa skipulagði á árinu voru 25 talsins á átta markaðssvæðum og sóttu samanlagt um 1000 gestir vinnustofurnar á árinu. Hér til hliðar má sjá yfirlit yfir ferðasýningar og vinnustofur (í bláum lit) á árinu 2015:

Erlent tengslastarf

Mikilvægur þáttur í starfsemi sviðsins er að byggja upp og viðhalda tengslum við erlenda söluaðila Íslandsferða. Skipulagning ferðasýninga og viðskiptasendinefnda (vinnustofa) hafa þar mikið vægi. Fyrir utan landkynningu sem

Mid Atlantic

6. febrúar í Reykjavík
Íslandsstofa þátttakandi
800 gestir

Norður Ameríka

9.-13. nóvember í Minneapolis,
Denver, Chicago og Toronto
14 þáttökufyrirtæki
200 gestir

UK

29. janúar í London
10 þáttökufyrirtæki
40 gestir

WTM

2.-5. nóvember
í London
23 þáttökufyrirtæki
52.000 gestir

á sér stað á slíkum viðburðum þá er ennfremur mjög mikilvægt að sinna tengslanetinu á erlendum mörkuðum hvort sem um ræðir núverandi eða framtíðar söluaðila. Listi yfir erlenda söluaðila fer sífellt stækkandi og telur á fjórða þúsund aðila á lykilmarkaðssvæðum. Upplýsingamiðlun til þessara aðila er mikilvæg og fá þeir send fréttabréf a.m.k. ársfjórðungslega þar sem til þeirra er miðlað fréttum af íslenskri ferðaþjónustu sem og markaðsstarfi og markaðsaðgerðum Íslandsstofu á erlendri grund.

Verkfærakistu fyrir íslenska ferðaþjónustu og erlenda ferðaheildsala er haldið út af Íslandsstofu á www.traveltrade.visiticeland.com. Á síðunni geta áhugasamir nálgast ýmiskonar markaðsefni og nytsamleg verkfæri til að nota í sínu markaðs- og kynningarstarfi. Á árinu hófst vinna við gerð námskeiðs á netinu fyrir þá sem selja ferðir til Íslands. Námskeiðinu lýkur með prófi sem þarf að standast til að eiga kost á vottun frá Íslandsstofu sem „Íslandssérfræðingur“

Hluti af tengslastarfi Íslandsstofu felst í að taka á móti erlendum söluaðilum sem koma hingað til lands í samvinnu við söluaðila, flugfélög og markaðsstofur landshlutanna. Til að efla tengslastarf við erlenda söluaðila er Íslandsstofa aðili að ýmsum samtökum. Í Norður - Ameríku er Íslandsstofa aðili að USTOA (United States Tour Operator Association) sem eru samtök stærstu ferðaþjónustuaðila á markaðnum.

Norðurlönd

4.-8. maí í Helsinki, Osló, Stokkhólmi og Kaupmannahöfn
10 þáttökufyrirtæki,
200 gestir

MATKA

15.-18. janúar í Helsinki
9 þáttökufyrirtæki
65.000 gestir

Vestnorden

22.-23. september
Færeyjar
Íslandsstofa þátttakandi
200 gestir

TUR

19.-22. mars í Gautaborg
7 þáttökufyrirtæki
37.000 gestir

Vakantiebeurs

13.-18. janúar í Hollandi
5 þáttökufyrirtæki
117.000 gestir

MITT

18.-22. mars í Moskvu
8 þáttökufyrirtæki
32.000 gestir

Írland

27.-28. apríl í Dublin og Belfast
12 fyrirtæki, 40 gestir

Top Resa

29. sept – 2. október
París. 8 þáttökufyrirtæki
32.000 gestir

ITB

4.-8. mars í Berlín
22 þáttökufyrirtæki
175.000 gestir

Pólland og Eistland

13.-14. janúar í Varsjá og Tallin
7 þáttökufyrirtæki
70 gestir

Suður Evrópa

19.-23. október í Róm, Mílanó, Barselóna, Madríd
11 þáttökufyrirtæki
150 gestir

FITUR

28. janúar – 1. febrúar
Madrid,
7 þáttökufyrirtæki
200.000 gestir

Mið Evrópa

20.-24. apríl í Frankfurt, Basel og Genf
14 þáttökufyrirtæki,
80 gestir

Kína

13.-17. apríl í Pekíng, Tjanjín, Nanjíng og Sjanghaí
9 þáttökufyrirtæki
300 gestir

JATA

24.-27. september í Tokyo
5 þáttökufyrirtæki
170.000 gestir

Íslandsstofa sótti stærsta viðburð þeirra í Chicago í desember. Í sama tilgangi er Íslandsstofa einnig aðili að ANTOR sem er tengslanet ferðaþjónustunnar 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.

Listir og skapandi greinar

Íslandsstofa studdi á árinu við komu erlendra fjölmiðlamanna og listrænna stjórnenda 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, Stockfish film festival, Reykjavík Shorts & Docs, Iceland Writers Retreat, Lókal, Reykjavík Dance Festival, Bókmenntahátíð í Reykjavík, Iceland Airwaves, Reykjavík International Film Festival og Umræðuþræði, sem er samstarfsverkefni Listaháskóla Íslands, Listasafns Reykjavíkur og Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar. Samtals kom Íslandsstofa að 23 hátíðum og viðburðum á árinu.

Íslandsstofa tók þátt í erlendum viðburðum sem tengjast listum og skapandi greinum. Þar má nefna listahátíðina Air D´Islande í París, Frakklandi þar sem tónlistar- og myndlistarmenn komu fram í samstarfi við Pompidou safnið annað árið í röð. 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 og Maison & Objet í París.

Íslensk tónlist var í forgrunni á Eurosonic hátíðinni og tók Íslandsstofa þátt í markaðsstarfi ÚTÓN í kringum hátíðina. Íslandsstofa tók einnig þátt í verkefni Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar í New York sem bar heitið Way Over. Verkefnið miðaði að því að kynna íslenska myndlist fyrir blaðamönnum og fagaðilum á sama tíma og hin árlega myndlistarmessa The Armory Show var haldin. Boðið var til móttöku þar sem blaðamenn, listræni stjórnendur og myndlistarmenn hittust.

Samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins styrkti 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,

Spark Design Space sýninguna í Fellehus, sýningarrými sendiráðsins í Berlín, Jazz Ahead tónlistarkaupstefnuna sem ÚTÓN stóð fyrir í samstarfi við sendiráð Íslands í Berlín og síðast en ekki síst, hönnunarhátíðina Desingmeile í október.

Skapandi greinar og ferðaþjónusta

Starfsmenn Íslandsstofu vinna að aukinni samlegð milli ferðaþjónustu og lista og skapandi greina í samstarfi við fagråd lista og skapandi greina og fagråd ferðaþjónustunnar. Þá eru almannatengslaskrifstofur Íslandsstofu erlendis í samskiptum við miðstöðvar skapandi greina um komu erlendra fjölmiðla, svör við fyrirspurnum blaðamanna um listgreinarnar og kynningu á þeim erlendis. Þá tóku almannatengslaskrifstofurnar einnig þátt í komu erlendra fjölmiðla á nokkrar hátíðir á árinu og sáu um eftirfylgni frá sínum mörkuðum.

Íslandsstofa átti sæti í vinnuhóp um tölfræði menningar og skapandi greina sem haldið er utan um í mennta- og menningarmálaráðuneytinu. Í framhaldinu var haldið málþing þann 11. nóvember í Gamla bíói þar sem listamenn og aðilar úr starfsumhverfi skapandi greina komu saman og ræddu um söfnun og greiningu á gögnum innan greinarinnar.

Samstarfsverkefni

Upplýsingamiðlun og tengslastarf innanlands er mikilvæg fyrir samstarf í markaðssetningu erlendis. Í apríl og maí fór Íslandsstofa í fundarröð um landið þar sem farið var yfir markaðssetningu Íslands sem áfangastaðar á árinu. 300 manns mættu á fundina.

Starfsfólk Íslandsstofu á náði samstarf við markaðsstofur landshlutanna og hittir starfsfólk þeirra á mánaðarlegum fundum. Það sama á við um miðstöðvar skapandi greina. Íslandsstofa annast einnig framkvæmd nokkurra sértækra markaðsverkefna og á í samstarfi við ýmis samtök s.s. Samtök um söguferðaþjónustu og Samtök um heilsuferðaþjónustu. Í október var haldinn umræðufundur með Samtökum um heilsuferðaþjónustu og markaðssetningu erlendis, sem var vel sóttur. Íslandsstofa skipulagði einnig sérstaka fjölmiðlaferð í samstarfi við Samtök um söguferðaþjónustu.

Isavia og Íslandsstofa eru í samstarfi um kynningarmál er kemur að samskiptum vegna millilandsflugs, þátttaka í Routes Europe sýningunni er liður í því samstarfi. Íslandsstofa átti fulltrúa í nefnd forsætisráðuneytisins um millilandaflug á árinu.

Capacent og Íslandsstofa stóðu fyrir fundi undir heitinu Markaðssetning morgundagsins þann 6. október. Farið var yfir strauma og stefnur sem hafa áhrif á ferðamenn morgundagsins. Hátt í 200 manns mættu á fundinn.

Iceland naturally

Stór hluti markaðsstarfsins í Norður-Ameríku felst í samstarfsverkefninu Iceland Naturally. Verkefnið hefur verið starfrækt í 11 ár. Að baki því verkefni standa nú 11 fyrirtæki sem eiga hagsmuna að gæta á Norður-Ameríkumarkaði auk forsætisráðuneytis, utanríkisráðuneytis, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins og Íslandsstofu. Umsjón með Iceland Naturally hafa Hlynur Guðjónsson, viðskiptafulltrúi utanríkisráðuneytisins og Kristjana Rós Guðjohnsen hjá Íslandsstofu. Markmið verkefnisins er að auka eftirspurn eftir íslenskum afurðum og þjónustu og áhuga á Íslandi sem áfangastað frá Norður-Ameríku. Á hverju ári er útbúin ítarleg markaðsáætlun. Iceland Naturally gerir verkefnabundna samninga við almannatengslaskrifstofur í samræmi við verkefnastöðu hverju sinni. Helstu verkefni Iceland Naturally á árinu voru:

Taste of Iceland

Taste of Iceland er árlegur viðburður sem haldinn er í nokkrum borgum í Norður-Ameríku á hverju ári. Þetta árið fór Taste of Iceland fram í Boston, Edmonton, Denver, Seattle, og Toronto. Dagskráin samanstóð af Reykjavík Calling tónleikum í samstarfi við útvarpsstöð í viðkomandi borg, matarkynningu á veitingastöðum þar sem íslenskur matreiðslumeistari reiddi fram íslenskan mat á veitingastað og samstarf við Reykjavík Shorts & Docs kvikmyndahátíðina um sýningu á heimildar- og stuttmyndum hátíðarinnar. Viðburðurinn er kynntur í gegnum samfélagsmiðla, almannatengsl og auglýsingar. Samningur er gerður við almannatengslaskrifstofu í hverri borg sem sér um fjölmiðlaumfjöllun á hátíðinni.

North matarhátíðin í New York

Iceland Naturally, í samstarfi við Íslandsstofu stýrði þátttöku Íslands og meðlima Iceland Naturally í samnorrænu matarhátíðinni North í New York í september. Almannatengslaskrifstofan Wagstaff var fengin til að sjá um blaðamannamóttöku og umfjöllun um þátttöku Íslands í verkefninu. Einar Gunnarsson, sendiherra Íslands hjá Sameinuðu þjóðunum bauð til móttöku og mættu fjölmargir stórir miðlar.

Fréttatilkynningar og fréttabréf

Iceland er fréttabréf sem sent er út mánaðarlega og nær til um 160.000 lesenda. Í fréttabréfinu koma fram helstu fréttir frá meðlimum Iceland Naturally, upplýsingar um hátíðir og listviðburði og annað áhugavert efni tengt Íslandi.

Aðrir viðburðir

Iceland Naturally studdi við sýningu á starfi Bjarkar Guðmundsdóttur í Museum of Modern Art í New York. Tökustjórum frá Hollywood var boðið í kynnisferð til Íslands og var ferðin var unnin í samstarfi við verkefnið Film in



Iceland sem Íslandsstofa rekur. Bein útsending var frá Iceland Airwaves í Bandaríkjunum í samstarfi við KEXP útvarpsstöðina (30 milljón hlustendur). Þá var einnig bein útsending frá flugeldum í Reykjavík um áramótin sem 8.000 manns fylgdust með. Made in Iceland verkefnið var unnið í samstarfi við Útflutningsskrifstofu íslenskrar tónlistar. Verkefnið stuðlar að kynningu á íslenskri tónlist í Norður- Ameríku og aukinni dreifingu á íslenskri tónlist til útvarpsstöðva í Bandaríkjunum.

Ísland – allt árið

Íslandsstofa sér um framkvæmd markaðsverkefnisins Ísland – allt árið. Tilgangur verkefnisins er að stuðla að sameiginlegu erlendu markaðs- og kynningarstarfi fyrir Ísland og íslenska ferðaþjónustu undir merkjum Inspired by Iceland.

Samstarfsaðilar að verkefninu eru atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Icelandair, Reykjavíkurborg, Samtök ferðaþjónustunnar, Landsbankinn og Íslandsstofa. Fulltrúar frá samstarfsaðilum mynda framkvæmdastjórn verkefnisins sem hittist mánaðarlega.

Markmið verkefnisins er að draga úr árstíðarsveiflu í ferðaþjónustu í öllum landshlutum, auka neyslu ferðamanna og bæta viðhorf og auka vitund gagnvart Íslandi sem áfangastað. Jafnframt er lögð sérstök áhersla á ráðstefnu- og hvataferðamarkaðinn.

Markaðsáherslur

Markaðsaðgerðir verkefnisins felast í auglýsingabirtingum, kynningu á samfélagsmiðlum, almannatengslum, fjölmiðlaferðum og viðburðum erlendis. Áhersla er lögð á að kynna allt landið sem ákjósanlegan áfangastað, allan ársins hring. Í markaðssetningunni er unnið eftir grunnstöðum í markaðssetningu og á lykilmarkaðssvæðum Íslandsstofu. Markaðssvæðin eru ákvörðuð af framkvæmdastjórn verkefnisins í upphafi hvers áfanga. Þau svæði sem voru valin sem áherslusvæði með beinar auglýsingar fyrir árin 2015 – 2016 eru Þýskaland (Frankfurt og München), Frakkland (París) og Kanada (Toronto). Aðrir markaðir þar sem lögð er áhersla á almannatengsl eru: Bretland, Bandaríkin, Sviss og Norðurlöndin.

Verkliðir

Ísland – allt árið er viðamikil verkefni og tekur til margra þátta. Hér má sjá yfirlit um helstu þætti verkefnisins á árinu.

Ask Guðmundur

Í lok apríl var ýtt úr vör nýjum áfanga í markaðsverkefninu Ísland – allt árið sem kallaðist Mannlega leitarvél Guðmundur, eða Ask Guðmundur. Tilgangur herferðarinnar var einkum að hvetja ferðamenn til þess að heimsækja fleiri landshluta utan háannar og skapa tækifæri til frekari umfjöllunar um Ísland.

Valdir voru sjö Guðmundar og Guðmundur frá öllum landshlutum til þess að taka þátt í verkefninu. Þau svöruðu spurningum tilvonandi ferðamanna bæði skriflega og með myndböndum í gegnum samfélagsmiðla Inspired by Iceland. Alls voru framléidd rúmlega 70 myndbönd með svörum Guðmundanna. Þar sem mannleg leitarvél sat fyrir svörum gátu spyrjendur búist við persónulegri svörum en vélrænar leitarvélar á borð við Google geta boðið upp á.

Guðmundur Hangouts

Ask Guðmundur gekk vel á vormánuðum og var því ákveðið að nýta Guðmundana áfram um haustið. Kynnt var til leiks uppfærsla á mannlegu leitarvélinni Guðmundur sem kölluð var Guðmundur Hangouts. Í þetta sinn gafst erlendum gestum tækifæri á að taka þátt í „Hangout“ með Guðmundum landshlutanna. Boðið var upp á „Hangout“, í hverjum landshluta, og gafst erlendum gestum kostur á að vinna sæti í þeim í gegnum samfélagsmiðla Inspired by Iceland. Erlendum blaðamönnum var einnig boðið í „Hangout“ með Guðmundunum á sama tíma.

Guðmundur Mobile

Í nóvember ferðaðist mennta leitarvél Guðmundur um Evrópu í þeim tilgangi að svara spurningum um Ísland í rauntíma undir nafninu Guðmundur Mobile. Guðmundur frá Vestfjörðum svaraði spurningum við fjölfarið torg í París þar sem vegfarendum og blaðamönnum gafst kostur á að spyrja hann um Ísland. Guðmundur fór einnig víða um Parísarborg og heimsótti m.a. Louvre safnið og Eiffelturninn. Guðmundur ferðaðist einnig til London þar sem hann heimsótti World Travel Market, sem er ein stærsta ferðakaupstefna í heimi.

Umfjöllun og árangur

- Yfir 680 greinar birtust um herferðina í fjölmiðlum á skilgreindum markaðssvæðum. Virði umfjöllunar nam 1,2 milljarði íslenskra króna. (Heimild: Brandwatch 2015)
- Dekkun umfjöllunar var um 52,1 milljón manns og yfir 446 milljón birtingar á markaðssvæðum. (Heimild: Brandwatch 2015)
- 164% aukning varð á leitarfyrirspurnum um Ísland á leitarvél Google á meðal þeirra sem sáu myndbönd herferðarinnar samanborðið við þá sem ekki sáu þau. 400% meiri áhugi mældist á vörumerki, vöru og slagorðum herferðarinnar í Frakklandi og Þýskalandi. (Google Brand Lift Survey, maí 2015)
- Myndbönd herferðarinnar fengu meira en 7 milljón spilánir á YouTube með háu áhorfshlutfalli (22% - 40%) á kostuðu efni. Herferðin þótti svo vel heppnuð að Google notar hana sem dæmi (e. case Study) um vel heppnað átak og hvernig á að nota YouTube við gerð markaðsherferða.

Blaðamannaferðir og hátíðir

Ísland – allt árið studdi við komu erlendra blaðamanna á hátíðir á borð við Sónar, Vetrarhátíð, Iceland Winter Games og HönnunarMars sem haldnar voru í febrúar og mars ásamt Iceland Airwaves sem haldin var í nóvember.

Verðlaun

Ask Guðmundur herferðin vann til Skifties verðlauna fyrir nýstárlega notkun samfélagsmiðla. Herferðin vann einnig til verðlauna á World Travel Market í London í nóvember í samkeppni um bestu herferð á samfélagsmiðlum á árinu 2015 í ferðaþjónustu á vegum fyrirtækisins Travel Perspective.

Fundir og samstarf

Íslandsstofa stóð fyrir markaðsfundum fyrir þátttakendur í verkefninu í hverjum mánuði þar sem þátttakendur fengu upplýsingar um framvindu verkefnisins. Tveir lengri vinnufundir voru haldnir með þátttakendum þar sem þeim gafst tækifæri á að koma sínum hugmyndum á framfæri varðandi áherslur verkefnisins hverju sinni.



#askgudmundur

ERLENDAR FJÁRFESTINGAR

Hlutverk fjárfestingasviðs Íslandsstofu er að laða beinar erlendar fjárfestingar til Íslands með því að kynna landið sem samkeppnishæfa staðsetningu, aðstoða erlenda fjárfesta við upplýsingaöflun og tengslamyndun og vinna að gerð athugana á samkeppnishæfni Íslands fyrir atvinnu- og verðmætaskapandi uppbyggingu. Fjárfestingasvið sér einnig um kynningu á Íslandi sem tókustað fyrir erlend kvikmyndafyrirtæki í gegnum verkefnið Film in Iceland.

Sviðinu til halds og trausts starfar fagráð fjárfestinga. Fagráðið er skipað fulltrúum eftirtalinna aðila: Forsætisráðuneytis, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytis, utanríkisráðuneytis, fjármálaráðuneytis, 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 samhæft og skilvirk og vinna þannig að bættri samkeppnisstöðu Íslands á þessu sviði auk þess að kortleggja hvar úrbóta sé þörf.

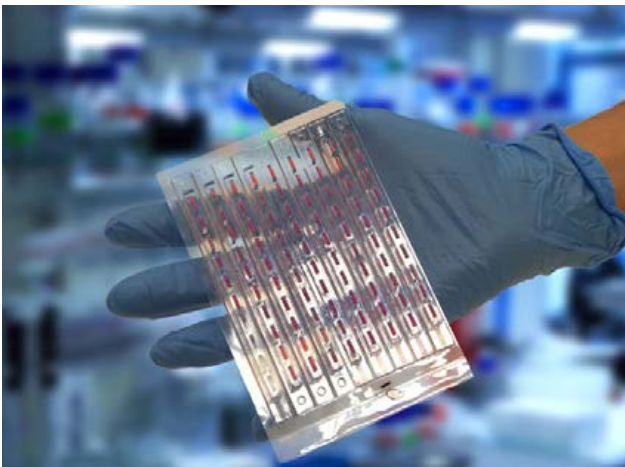
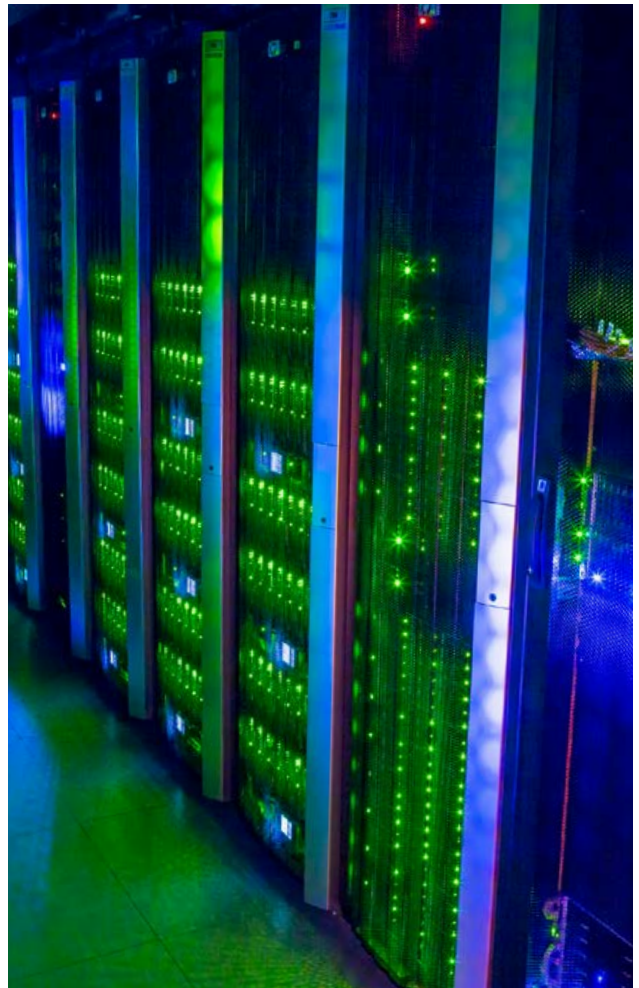
Greina efnislega og koma áfram þeim rökstuddu ábendingum um þörf fyrir aukna skilvirkni eða úrbætur á sviði stjórnslá og lagaumhverfis sem fjárfestingarsvið

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 og beina erlenda fjárfestingu. Árið 2015 hélt fagráðið sex fundi.

Samstarf við sendiráð

Náið samstarf var á árinu við sendiráð Íslands í Evrópu og Asíu varðandi undirbúning funda með erlendum fyrirtækjum og komu þeirra til landsins. Þá var að venju gott samstarf við viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í New York við skipulagningu fyrirtækjaheimsókna, atvinnugreinaráðstefna og markaðs- og kynningarmála Film in Iceland.



Samstarfsverkefni

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu leiddi samstarf við nokkur fyrirtæki og stofnanir á sviði markaðs- og kynningarmála á árinu 2015. Verkefni tóku til gerðar markaðsferis, greiningarvinnu og þátttöku á ráðstefnum tengdum gagnaverum, upplýsingavinnu og heimsóknna til stórnotenda koltrefja og stefnumótun fyrir fyrirtæki í smápörungaframleiðslu og virðisaukandi gróðurhúsaframleiðslu.

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 getur skapað áhugavert samkeppnisforskot við að laða hingað erlend fyrirtæki 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 annarra landa og heimsálfa. Frumathugun á samningnum og áhrifum hans á viðskipti með tiltekna afurðir sýnir að Ísland geti verið áhugaverður staðsetningarkostur fyrir fyrirtæki í allt að 15 atvinnugreinum á grundvelli fríverslunarsamningsins. Kynning á fjárfestingartækifærum tengt fríverslunarsamningnum hófst á árinu 2015 og var áhugi fyrirtækja í matvælaframleiðslu af ýmsum toga kannaður. Íslandsstofa aðstoðar sem stendur tvö fyrirtæki á sviði vatnsframleiðslu við frekari skoðun á tækifærum þessu tengt. Gefnir voru út tveir einblöðungar með helstu staðreyndum um fríverslunarsamninginn og nánar um tvö sóknarfæri; vatn og áfenga drykkir og kjúklingarækt.

Markaðs- og kynningarstarf

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu tekur þátt í fjölmörgum sýningum og ráðstefnum til kynna Ísland fyrir erlendum fjárfestum. Höfuðáhersla 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

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu hefur um nokkurra ára skeið kynnt Ísland sem mjög samkeppnishæfa staðsetningu fyrir gagnaver. Kynningin hefur byggt á úttektar- og greiningarvinnu PriceWaterhouseCoopers í Belgíu og athugun McKinsey ráðgjafafyrirtækisins. Gagnaverum á Íslandi fjölgaði úr fjórum í sex á árinu 2015 og þá hefur viðskiptavinum þeirra

fjölgað undanfarna 12 mánuði. Líkt og undanfarin ár stofnaði Íslandsstofa til samstarfs við hagsmunaaðila í gagnaveraiðnaðinum á árinu 2015 tengt ráðstefnum, greiningarvinnu og fundum með erlendum fjárfestum.

Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í ráðstefnum og sýningum tengdum gagnaverum þetta árið voru; Farice, GreenQloud, KADECO, Landvirkjun, Orka náttúrunnar, Borealis Data Center, Nýherji og Verne Global.

Farið var á tvær gagnaverssýningar á árinu. Fyrri sýningin var á vegum World Hosting Days (WHD) og fór fram í Rust í Þýskalandi. Um 6,000 gestir sóttu sýninguna, sem er eins sú stærsta í heiminum á sviði hýsingar og skjálalausna. 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 IMN West. Ísland var þar með ræðumann og starfsmenn ræddu við gesti sem komu á básinn auk þess sem fundað var völdum aðilum. Þá fór verkefnastjóri Íslandsstofu á þrjár sýningar þar sem unnið var að tengslamyndun og fundað með völdum aðilum samkvæmt fyrirfram bókaðri dagskrá.

Íslandsstofa einbeitti sér að fundum með hugsanlegum fjárfestum í gagnaverum á árinu og starfaði með tveimur ráðgjafafyrirtækjum sem skipulögðu fundi. Fjögur verkefni fóru í formlega skoðun á árinu 2015, eitt varð að veruleika og tvö eru enn í vinnslu. Á árinu var opnaður nýr undirvefur helgaður gagnaverum; datacenter.invest.is og útbúið upplýsingarit til dreifingar á fundum og ráðstefnum.

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 og nýrrar stefnumótandi tillögu til þingsályktunar sem iðnaðarráðherra setti fram í lok árs 2015 um nýfjárfestingar.

Áhugi á Íslandi meðal erlendra fjárfesta hefur farið vaxandi á síðustu misserum. Helst það í hendur við aukinn áhuga stórnotenda á borð við bíla-, vindmyllu- og flugvélaframleiðendur. Þar sem Ísland 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 atvinnugrein eru að aukast jafnt og þétt. Fjárfestingarsvið aðstoðar um þessar mundir tvö koltrefjafyrirtæki við skoðun á Íslandi.

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 og eru nægilega verðmætar til að flutningskostnaður sé ekki ráðandi þáttur. Í því skyni var unnin ákveðin forathugun á slíkum tækifærum árið 2013 og á árinu 2014 var haldið til fundar við einstök fyrirtæki á þessu sviði og rætt um staðsetningu á Íslandi. Á árinu 2015 hóf fjárfestingarsvið aðstoð við fyrirtæki í smáþörungaframleiðslu sem vinnur að gerð hagkvæmnisathugunar á staðsetningu hér á landi. Ákvörðun ætti að liggja fyrir á síðari hluta árs 2016.

Efnagarðar tengdir jarðvarmavirkjunum

Áhugi erlendra aðila virðist vera að vakna að nýju fyrir notkun endurnýjanlegrar orku til efnavöruframleiðslu af ýmsum toga. Oft er um að ræða verkefni sem þurfa 30-60 megavött af raforku auk annarra orkustrauma frá jarðvarmavirkjunum, svo sem gufu, heitt vatn og koltvísýring. Aukinn áhugi erlendra fjárfesta er á framleiðslu græns eldsneytis með nýtingu jarðvarma og efnasambanda úr jarðvarmavirkjunum. Einblöðungur um fjölnýtingu jarðvarma var gefinn út: Iceland – Geothermal Value Proposition.

Upplýsingaveita

Auk upplýsinga- og kynningaefnis sem tengt er einstökum atvinnugreinum heldur fjárfestingarsvið utan um almennar upplýsingar um Ísland sem fjárfestingakost.

Íslandsstofa rekur markaðs- og upplýsingavefinn Invest.is, þar sem finna má upplýsingar fyrir fjárfesta. Vefurinn gegnir einnig upplýsingahlutverki fyrir alla þá sem vilja kynna sér viðskiptaumhverfið á Íslandi. Vefurinn var færður í nýjan búning rétt fyrir árslok og framsetning efnis endurskoðuð.

Greining á vefumferð sýnir áframhaldandi fjölgun heimsóknna, en heimsóknnum fjölgði um 42% á milli ára, úr 30.077 í 42.823. Fjölgun notenda var 50%, úr 23.441 í 35.133. Síðuflettingum fjölgaði um 19% og voru 87.730 samanborið við 73.086. Einkum hefur heimsóknnum notenda gegnum snjallsíma fjölgað hratt eða um 105% á árinu 2015 samanborið við 2014.

Áhersla var lögð á vinna og birta upplýsingar um ný lög og ívilnanir vegna nýfjárfestinga á Íslandi. Einblöðungurinn Iceland FDI Incentives Fact Sheet 2015 var gefinn út og upplýsingaritið Doing Business in Iceland gert aðgengilegt sem PDF skjal.

| Atvinnugrein | Heimsóknir erlendra aðila | Fundir með erlendum aðilum | Aðstoð við íslensk fyrirtæki | Fjöldi verkefna í virkri skoðun |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| Fríverslun | 1 | 9 | 1 | 0 |
| Efnaiðnaður | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kísilvinnsla | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Lyfjafyrirtæki | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Ferðaþjónusta | 4 | 0 | 1 | 1 |
| Fjármálaþjónusta | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vatn | 4 | 0 | 2 | 2 |
| Fiskeldi | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Dekkjaframleiðsla | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gróðurhús | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sólarkísill | 2 | 6 | 0 | 0 |
| Lífræn orkuframleiðsla | 5 | 0 | 0 | 0 |
| Þörungaframleiðsla m.m. | 2 | 19 | 0 | 2 |
| Álframleiðsla | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Koltrefjar | 0 | 12 | 0 | 2 |
| Basalttrefjar | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gagnaver | 6 | 59 | 5 | 4 |
| Erlendar viðsk.sendinefndir | 6 | 0 | 0 | 0 |
| Hugbúnaður | 2 | 1 | 0 | 1 |
| Skipaendurvinnsla | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Ýmislegt | 7 | 1 | 1 | 0 |
| Samtals | 41 | 10 | 13 | 13 |

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 fjárfestingarviðs 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. Ísland er oft eitt af mörgum löndum sem til greina koma, en samkeppnin um atvinnu- og verðmætaskapandi erlendar fjárfestingar hefur vaxið jafnt og þétt.

Fjárfestingarviði bárust 96 fyrirspurnir í gegnum tölvupóst frá nýjum aðilum árið 2015. Prettán fyrirspurnir tengdust skilgreindum fjárfestingaverkefnum, 34 snerust um upplýsingar um stofnun fyrirtækja á Íslandi, lagaramma um beinar erlendar fjárfestingar eða skattaumhverfið. Aðrar fyrirspurnir voru um tengsl við íslensk fyrirtæki í tilteknum greinum eða erindi frá fjölmiðlum, stúdentum eða viðskiptafulltrúum annarra ríkja um íslenskt atvinnu- og efnahagslíf.

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 fyrir þeim með beinum hætti það sem Ísland hefur upp á að bjóða. Yfirlitinu 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.

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 út frá viðhorfum þessara sömu fjárfesta um gæði þeirrar þjónustu sem starfsmenn hafa veitt þeim. Þjónustukannanir af þessu tagi eru framkvæmdar á tveggja ára fresti. Síðasta könnun var framkvæmd árið 2014.

Film in Iceland

Íslandsstofa ber ábyrgð á að kynna lög um 20% endurgreiðslu vegna framleiðslukostnaðar erlendra kvikmynda og sjónvarpsefnis á Íslandi.

Kvikmyndaverkefni

Nokkuð var tekið upp af erlendum kvikmyndum á árinu 2015. Sem dæmi má nefna þrjú Hollywood verkefni; The Huntsman: Winter's War, Captain America: Civil War og Star Wars: Episode VII – The Force Awakens. Þá voru þrjú verkefni til viðbótar, einnig frá Hollywood, tekin upp að hluta hér á landi 2015 en ekki er hægt að greina frá nafni þeirra þar sem kvikmyndirnar hafa ekki komið sýninga þegar þetta er skrifað. Sama má segja um eina breska kvikmynd. Stór indversk mynd var tekin hér að hluta upp á árinu, Dilwale, með stærstu stjórn Indlands. Vinsælasta tónlistarmyndbandið úr kvikmyndinni, tekið upp á Íslandi, hefur verið skoðað 74 milljón sinnum á Youtube á aðeins þremur mánuðum. Loks var hluti af stórrí japanskri mynd var tekin upp á árinu. Hún er byggð á vinsælli teiknimyndaseríu (manga) og heitir Terra Formars.

Sjónvarpsverkefni

Tvo stór sjónvarpsverkefni voru tekin upp hér á árinu 2015. Fyrst má nefna að bandaríska sjónvarpsserían Sense8, sem framleidd er af Netflix, sneri aftur til að taka upp viðbótarefni fyrir fyrstu seríuna sem var að miklu leyti tekin upp hér árið 2014. Þá fóru hér fram tókur fyrir Game of Thrones, sem framleitt er af Fire and Ice og HBO, en tókur voru mun minni að umfangi þetta árið þar sem einungis voru teknir upp bakgrunnar að þessu sinni. Þá aðstoðaði Film in Iceland hátt í 30 minni sjónvarpsverkefni sem ýmist komu og tóku upp hér á landi eða voru að skoða kosti þess að taka upp á Íslandi.

Berlinale

Verkefnastjóri Film in Iceland tók þátt í pallborðsumræðu á vegum Initialize Films sem sérhæfir sig í fjármögnun kvikmyndaverkefna. Þá var fundað með framleiðendum og Ísland kynnt sem ákjósanlegur kostur til kvikmyndaöðru.

AFCI Location Trade Show

Film in Iceland var að vanda með bás á þessari stærstu staðsetningarsýningu ársins þar sem lönd, fylki og borgir kynna sín svæði fyrir kvikmyndaframleiðendum. Árið 2015 tóku fjögur íslensk kvikmyndaþjónustufyrirtæki þátt auk Reykjavíkurborgar. Þau voru Pegasus, Sagafilm, Republik og Truenorth, auk eftirvinnsluþjónustufyrirtækisins RVX og Atlantic Studios.

Ragnheiður Elín Árnadóttir iðnaðar- og viðskiptaráðherra kom með til Los Angeles og fundaði með stjórnendum stóru myndveranna. Þá var haldin móttaka þar sem um 70 gestir mættu, mest framleiðendur og tókustaðastjórar sem viðskiptasambönd hafa verið byggð upp við frá 2005.

AFCI Cineposium

Ársfundur AFCI (Association of Film Commissioners International) var haldinn í Barcelona í lok september. Á fundinum var nánast eingöngu fjallað um áhrif kvikmyndagerðar á ferðþjónustu. Margir fyrirlesarar lýstu efnahagslegum áhrifum þess að fá stór kvikmyndaverkefni og jákvæð áhrif þess fyrir ímynd svæða þegar þessar stóru myndir fara í sýningu. Að lokum ræddu verkefnastjórar kynningarmiðstöðva sín á milli um hvernig þeir hafi leyst hin ýmsu mál og lög um endurgreiðslur.

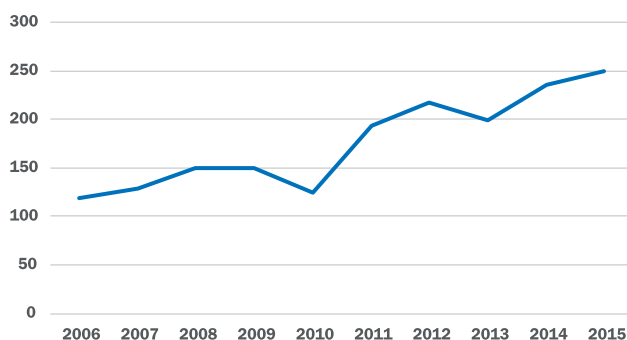
Kynningarefni

Film in Iceland lét útbúa nýjan bækling á árinu 2015. Keyptur var auglýsingapakki hjá The Location Guide sem nær yfir bæði vef og prentað efni. Aðgangur er greiddur fyrir aðgang að IMDB.Pro og félagsgjald hjá LMGA (Location Managers Guild of America) og AFCI.

Þá var Film in Iceland tilnefnt annað árið í röð á lokahófi LMGA fyrir framúrskarandi árangur meðal kynningarmiðstöðva kvikmynda en árlega eru fimm miðstöðvar tilnefndar.

Fyrirspurnir

Á árinu 2015 bárust 248 fyrirspurnir til Film in Iceland eða fleiri en nokkru sinni. Voru þessar fyrirspurnir misjafnar að umfangi og efni. Hér má sjá þróun fyrirspurna frá 2006



Samstarf við utanríkisráðuneytið

Film in Iceland hefur unnið undanfarin 12 ár með viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í New York að kynningu á verkefninu Film in Iceland í Bandaríkjunum og hefur það reynst gæfuríkt samstarf. Einnig hefur Film in Iceland og Höfuðborgarstofa, fyrir hönd Reykjavíkurborgar, starfað saman að ákveðnum þáttum á sviði kynningar á Íslandi sem tókustað. Þá hefur einnig verið gott samstarf við sendiráð Íslands á Indlandi, í Þýskalandi og í Kína. Í kjölfar góðs árangurs við að fá indversk verkefni til landsins hefur áhugi aukist á meira samstarfi við Film in Iceland á öðrum mörkuðum, má því gera ráð fyrir auknu samstarfi við viðskiptafulltrúa sendiráða utanríkisráðuneytisins.

IÐNAÐUR OG ÞJÓNUSTA

Hlutverk sviðs iðnaðar og þjónustu er að auka vitund, áhuga og eftirspurn erlendis eftir vörum, þjónustu og sérfræðipekkingu íslenskra fyrirtækja. Starfsemi sviðsins styður við markaðsstarf og kynnir lausnir fyrirtækjanna fyrir erlendum aðilum. Unnið er með fyrirtækjum og hagsmunaaðilum að því að meta þarfir starfsgreinahópa varðandi erlenda markaðssókn með innlendum og erlendum sérfræðingum.

Lögð er áhersla á sex starfsgreinahópa: upplýsingatækni, græna tækni, heilbrigðis- og líftækni, orku, áliðnað og fyrirtæki með tækni fyrir sjávarútveg og matvæli. Starfsmenn sviðsins eru: Andri Marteinnsson (forstöðumaður), Björn H. Reynisson, Erna Björnsdóttir og Hrafnhildur Brynja Stefánsdóttir. Björn lét af störfum síðla árs og í stað hans kom Sandra Sif Mortens.

Lykilþáttur í starfi sviðsins er samvinna við atvinnulífið og stuðningsumhverfið, með aðstoð fagráðs iðnaðar og þjónustu. Formaður fagráðsins er Hermann Kristjánsson hjá Vaka.

Smiðjan

Smiðjan, markaðsvefur útflutningsfyrirtækja fór í loftið á Tækni- og hugverkabíngi þann 4. desember. Tilgangur vefsins er að styðja við markaðssetningu íslenskra fyrirtækja á erlendum mörkuðum og auka trúverðuleika gagnvart erlendum viðskiptavinum. Fyrirtækin taka þátt í þróun vefsvæðisins með því að koma með tillögur að efni, miðla reynslu og deila upplýsingum sín á milli. Efni Smiðjunnar geta fyrirtæki notað í

sínar eigin kynningar en það greinist í þrjá flokka:

Markaðsefni

Ljósmyndir, vídeó og glærur sem innihalda skilaboð um styrkleika Íslands í alþjóðlegum samanburði.

Verkfærakista

Tölfræði, sem styður við markaðsefnið, upplýsingar sem tengjast útflutningi þ.á.m. um markaði, gagnagrunna, fyrirtæki, samningagerð, sýningar o.fl.

Þjálfun

Framboð af völdu fræðsluefni, upplýsingar um námskeið og ráðgjafarþjónustu sem tengist útflutningi.

Heilbrigðistækni

Á árinu fór fram kortlagning fyrirtækja í heilbrigðistækni þar sem markmiðið var að greina stöðu atvinnugreinarinnar í heild sinni og tækifæri varðandi erlenda markaðsetningu. Tekin voru viðtöl við fulltrúa nítján fyrirtækja víðsvegar um landið

og leiddu niðurstöður í ljós að mikil gróska og nýsköpun á sér stað innan greinarinnar og fyrirtækin stefna öll á erlenda markað. Áhugi flestra beinist að Bandaríkjunum og því hefur verið ákveðið að fá til landsins ráðgjafa sem geta aðstoðað þau við að undirbúa sókn inn á þann markað.

Orka

Hafin var úttekkt á starfsemi íslenskra jarðvarmafyrirtækja þar sem m.a. var unnið að því að greina hvar helstu styrkleikar Íslands liggja á því sviði, á hvaða mörkuðum helstu tækifærin liggja, og hvar eru mögulegir samstarfsfletir. Stefnt er á að ljúka verkinu í apríl 2016 og kynna niðurstöður í tengslum við jarðhitaráðstefnuna IGC 2016.

Áliðnaður

Íslandsstofa gerðist meðlimur hins nýstofnaða álklassa á árinu og tók m.a. þátt í stefnumótun hans. Í framhaldinu hófst kortlagning fyrirtækja í áliðnaði sem er samstarfsverkefni Samáls og Álklassans. Útlit er fyrir að tekin verði viðtöl við 35 fyrirtæki og stofnanir á árinu.

Tækni og búnaður fyrir sjávarútveg og matvæli

Í samstarfi við Íslenska sjávarklasann var unnið að því að safna upplýsingum og búa til kynningarefni um þann fjölbreytta búnað og tæki sem íslensk fyrirtæki þróa og framleiða til notkunar um borð í fiskiskipum undir yfirskriftinni Fishing ship of tomorrow. Markmiðið er að gefa sem heildstæðasta mynd af íslenskum lausnum með áherslu á betri nýtingu orku, afla og minni útblástur. Fishing ship of tomorrow var m.a. kynnt á vörusýningunni World Efficiency í París sem haldin var í tengslum við loftslagsráðstefnuna COP21.

Viðburðir erlendis

Íslandsstofa var með bás á vörusýningunni World Efficiency sem haldin var í París dagana 13.-15. október. Umhverfissvænar lausnir voru í brennidepli á sýningunni og var bás Íslandsstofu tileinkaður lausnum íslenskra fyrirtækja á sviði sjávarútvegs. Sýningin var haldin skömmu fyrir Loftslagsráðstefnu Sameinuðu þjóðanna, COP21 og stóð Norræna ráðherranefndin að baki sameiginlegri



Upplýsingatækni

Íslandsstofa tók þátt í stefnumótun íslenskra leikjáiðnaðarinnar og var í hópi aðila úr stuðningsumhverfinu sem skipulagði ferð sprotafyrirtækja á finnsku sprotaráðstefnuna Slush. Á árinu voru einnig kannaðir möguleikar íslenskra upplýsingatæknifyrirtækja varðandi útivistun verkefna (Shared services and outsourcing) og unnin úttekkt á því hvað Ísland hefur að bjóða erlendum fyrirtækjum sem vilja útvista ákveðnum þáttum í starfsemi sinni. Skoðað var framboð þjónustu sem nú þegar er fyrir hendi og eins hvaða tækifæri eru fyrir erlend fyrirtæki að setja hér upp nýjar þjónustueiningar. Niðurstöður voru kynntar á fundi þann 30. september 2015.

Þátttöku Norðurlandanna í sýningunni undir yfirskriftinni Nordic Efficiency. Í pallborðsumræðum lögðu fulltrúar Norðurlandanna áherslu á að fjárfesting í endurnýjanlegri orku og orkunýtni væri ekki eingöngu góð fyrir umhverfið, heldur einnig arðbær til framtíðar. Lagði Ísland þar einkum áherslu á jarðhitanytingu.

Í nóvember sótti hópur upplýsingatæknifyrirtækja sprotaráðstefnuna Slush í Helsinki. Fimm íslensk fyrirtæki kynntu viðskiptahugmyndir sínar á ráðstefnunni; Rational Networks, Mure, Authenteg, Radiant Games og 3Z en teymin voru valin úr hópi nokkur hundruð umsækjenda. Ferðin var skipulögð í samstarfi við Sendiráð Íslands í Finnlandi og Icelandic Startups, en samhliða ráðstefnunni var skipulögð viðbótardagskrá þar sem settir voru upp kynningafundir, farið í fyrirtækjaheimsóknir, fundað með fyrirtækjum og stoðumhverfinu í Finnlandi.

MATVÆLI, SJÁVARÚTVEGUR OG LANDBÚNAÐUR

Svið matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar vinnur að því að efla ímynd og orðspor Íslands sem upprunalands hreinna og heilnæmra gæðaafurða úr sjávarútvegi og landbúnaði og kynna íslenska matarmenningu. Markmiðið er að auka verðmæti útflutningsafurða í þessum greinum.

Svið matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar hefur frumkvæði að því að leiða saman fyrirtæki og hagsmunaaðila í samstarf um markaðsverkefni og auka þannig slagkraft til kynningar á sameiginlegum hagsmunum útflytjenda. Má þar nefna kynningarstarf á íslenskum sjávarafurðum undir merkjum Iceland Responsible Fisheries (IRF), samkvæmt samningi við Ábyrgar fiskveiðar ses. frá 2010 og kynningu á sölтуðum þorski í Suður Evrópu síðan 2013. Á árinu var lagður grunnur að nýju markaðsverkefni um kynningu á íslenska hestinum til að auka gjaldeyristekjur af sölu íslenskra hrossa og tengdri vöru og þjónustu.

Aðgerðir og verkefni sviðsins eru útgáfa kynningarefnis, almannatengsl og skipulagning fjölmiðlaferða, rekstur vefsíðna og samfélagsmiðla, þátttaka í viðburðum erlendis, markpóstar og svörun fyrirspurna og kynningarfundir, sem og ýmis aðstoð við fyrirtæki. Í markaðsstarfinu er lögð áhersla á að auka vitund um heilnæmi og ferskleika

íslenskra matvæla gagnvart skilgreindum markhópum á lykilmörkuðum. Þá er lögð áhersla á að fylgjast með þróun í útflutningi matvæla og breytingum á einstökum mörkuðum, og kynna fyrir íslenskum fyrirtækjum. Heimsóknir til fyrirtækja voru fjölmargar á árinu, bæði í tengslum við greiningarvinnu og til að kynna starfsemi þeirra og efla við þau tengsl.

Á árinu var einnig unnið að mótun mælikvarða og markmiða fyrir starf sviðsins og í einstökum markaðsverkefnum, í takt við almennar áherslur Íslandsstofu. Talsvert samstarf er við önnur svið Íslandsstofu um einstök verkefni og viðfangsefni s.s. almannatengsl og kynningar á mörkuðum.

Starfsmönnum fjölgaði um einn á árinu 2015, og voru fjórir starfsmenn á sviðinu í árslok: Guðný Káradóttir forstöðumaður, Björgvin Þór Björgvinsson, Áslaug Þ. Guðjónsdóttir og Bryndís Eiríksdóttir. Auk starfsmanna í föstu starfi unnu þrír verktakar að nokkrum veigamiklum verkefnum sem unnin voru á sviðinu.



Kristinn Björnsson vann meistaraprófsritgerð í námi sínu í alþjóðaviðskiptum við Háskólann í Reykjavík í samvinnu við sviðið en Kristinn útskrifaðist í júní 2015. Verkefnið heitir „Saltaðar þorskafurðir í Madrid“ og skiptist í greiningu á gögnum, spurningakönnun á meðal neytenda og viðtöl við matreiðslumenn. Niðurstöður verkefnisins nýtast vel í markaðsverkefni um saltaðar þorskafurðir í Suður-Evrópu.

Tvö fagráð eru faglegt bakland sviðsins um stefnu og áherslur, annars vegar matvæla og hins vegar sjávarútvegs. Fundað var með þeim reglulega og farið yfir verkefni og áherslur.

Tveir sameiginlegir fundir voru haldnir með fagráðunum.

Í ágúst mætti sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra á fund fagráðanna til að greina nánar frá ákvörðun ríkisstjórnarinnar um að veita 80 mkr. á ári í fimm ár í verkefni undir merkjum Matvælalandsins Íslands sem Íslandsstofu er ætlað að hafa umsjón með skv. samþykkt ríkisstjórnarinnar.

Kortlagning matvælageirans

Árið 2015 lét Íslandsstofa kortleggja gjaldeyrisöflun íslenskra matvælafyrirtækja. Tilgangur verkefnisins var að gefa yfir- og innsýn í stöðu útflutnings helstu framleiðslugreina, og varpa ljósi á tækifæri og framtíðarsýn í matvælageiranum. Jafnframt voru skoðuð tækifæri til að auka útflutning matvæla og kannaður áhugi fyrirtækjanna á að efla sölu staðbundinna matvæla (e. local food) til erlendra ferðamanna hér á landi og stuðla þannig að aukinni gjaldeyrisöflun.

Unnin var skýrsla sem byggir á niðurstöðum kortlagningarinnar og er hún aðgengileg á vef Íslandsstofu. Niðurstöðurnar voru kynntar á fjölmennum fundi á Grand hótél Reykjavík 28. september þar sem fulltrúar Samtaka iðnaðarins, Samtaka fyrirtækja í sjávarútvegi og Bændasamtakanna tóku þátt í pallborðsumræðum. Skýrslan var einnig kynnt á fundi á Akureyri 16. október og á Ísafirði 12. nóvember. Fyrirhugað er að kynna skýrsluna á fleiri stöðum á landinu.

Iceland Responsible Fisheries

Kynningarstarf á íslenskum sjávarafurðum á vegum Íslandsstofu er unnið undir merkjum Iceland Responsible Fisheries 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.

Í árslok 2015 voru 113 fyrirtæki aðilar að Iceland Responsible Fisheries markaðsverkefninu. Meirihlutinn voru íslensk fyrirtæki eða 69 og greiða þau árgjald til Ábyrgra fiskveiða ses. sem nýtir fjármagnið til vottunar á fiskistofnum og í markaðs- og kynningarstarf með samningnum við Íslandsstofu. Vaxandi áhersla var lögð á að kynna IRF vottunina, bæði innanlands með heimsóknnum til fyrirtækja sem eiga aðild að verkefninu og erlendis. Vinna við svokallað

GSSI pilot test fór í gang á árinu og var fundað með aðilum sem gerðu úttekt á vottunarkerfi IRF.

Vegna lokunar markaðar fyrir íslenskar sjávarafurðir í Rússlandi var gerð greining á helstu mörkuðum Íslendinga fyrir makríl, síld og loðnu og skoðaðir markaðir Norðmanna fyrir sömu tegundir.

Sýningar

Á árinu 2015 tóku íslensk fyrirtæki og Iceland Responsible Fisheries þátt í þremur stórum sjávarútvegssýningum: Í Boston, Brussel og í Qingdao í Kína. Sjávarútvegsráðherra, Sigurður Ingi Jóhannsson, heimsótti sýninguna í Boston, ásamt sendiherrum Íslands í Bandaríkjunum og Kanada. Ráðherra var aðalræðumaður á opnum kynningarfundum sem haldinn var undir yfirskriftinni „Quality and responsibility – all the way to the market.“ Guðný Káradóttir kynnti Iceland Responsible Fisheries vottunarferlið og þær fisktegundir sem hafa verið vottaðar á Íslandi. Þá voru skipulagðir fundir og heimsóknir fyrir ráðherra; hann fundaði með þremur öðrum ríkjum um vottun og markaðsaðgengi fyrir sjávarafurðir, auk heimsóknna til tveggja fyrirtækja sem kaupa mikið af matvælum frá Íslandi. Sjávarútvegsráðherra heimsótti einnig sýninguna í Kína.

Vinnustofa IRF í London í september

Fundur var haldinn í sendiráðinu í London í samstarfi Íslandsstofu, sendiráðsins og Ábyrgra fiskveiða ses. Innkaupa- og dreifingaraðilum á íslenskum fiski var boðið á fundinn sem og smásölum. Þetta er í fimmta skiptið sem slíkur fundur er haldinn um ábyrgar fiskveiðar Íslendinga. Sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra tók þátt í fundinum ásamt sérfræðingi frá Hafrannsóknastofnun og frá Ábyrgum fiskveiðum. Framkvæmdastjóri SFS stýrði fundi.

Fundur um franska markaðinn

Í nóvember var haldinn markaðsfundur um stöðu íslenskra sjávarafurða á Frakklandsmarkaði. Fundinn sóttu tæplega 60 manns auk þess sem 20 nemendur í Háskólanum á Akureyri fylgdust með fundinum á netinu.

Björgvin Þór Björgvinsson, verkefnastjóri hjá Íslandsstofu, hélt erindi um jákvæða þróun útflutnings íslenskra sjávarafurða til Frakklands síðustu ár, en Frakkland er stærsti markaður Íslendinga með 42% af útflutningsverðmætum ferskra þorskafurða.

Marie Christine Monfort, ráðgjafi í markaðssetningu sjávarafurða, var með kynningu á tækifærum Íslands til að ná fótfestu á verðmætari hluta franska markaðarins, einkum með þorskafurðir. Í erindi sínu fjallaði Marie Christine um stöðu íslenska þorsksins á franska markaðnum í samanburði við samkeppnislönd. Töluverð tækifæri eru fyrir íslenskan þorsk á veitingahúsamarkaðnum í Frakklandi og þá helst á meðaldýrum veitingastöðum þar sem algengt er að hafa þorsk á matseðlum.



Saltaðar þorskafurðir – markaðsstarf í Suður Evrópu

Markaðsverkefni með saltaðar þorskafurðir á Spáni, Portúgal og Ítalíu sem hófst árið 2013 hefur nú fest sig í sessi. Árið 2015 voru 25 fyrirtæki aðilar að verkefninu, auk þess sem gott samstarf var um kynningarstarf við erlend fyrirtæki í þessum löndum. Mikið samráð er við þáttökufyrirtæki um mótun á áherslum og val á markaðsaðgerðum, en ákvarðanir eru einnig byggðar á rannsóknum sem framkvæmdar eru á mörkuðunum. Sjö manna verkefnisstjórn er yfir verkefninu, sex fulltrúar fyrirtækjanna og einn frá utanríkisráðuneytinu. Kynningarstarfið nær bæði til erlendra innflytjenda og dreifingaraðila sem og matreiðslumanna og neytenda í viðkomandi löndum. Slagorð verkefnisins er “Smakkaðu og deildu leyndarmálum íslenska þorsksins” og er lögð áhersla á gæði, ferskleika og ábyrgar fiskveiðar í kynningunni.

Rannsóknir og þróun verkefnisins

Á árinu 2015 voru gerðar rannsóknir á ímynd íslenska þorsksins í Madrid og í Portúgal, en áður hafði sambærileg könnun verið gerð í Barcelona. Þetta voru neytendakannanir en bæði í Madrid og Portúgal voru einnig tekin viðtöl við matreiðslumenn til að dýpka niðurstöður rannsókna. Niðurstöðurnar voru kynntar þátttakendum og nýttust bæði við mótun á aðgerðum og áherslum í verkefninu og fyrirtækjunum sjálfum í þeirra markaðsstarfi.

Kynningar í kokkaskólum

Eitt af markmiðum verkefnisins árið 2015 var að þróa fræðsluefni og koma boðskapnum um gæði saltfisksins og möguleikum í eldamennsku á framfæri við ungt fólk sem er að læra matreiðslu. Fræðsluefni var þróað í samstarfi við reyndan aðila og komið var á samstarfi við þekkt matreiðslumenn til að ná sem best til nemenda. Kynningar fóru fram í þremur kokkaskólum á Spáni á árinu, í Madrid, Valencia og Bilbao, og einum í Lissabon í Portúgal. Nemendur fengu kynningu á íslenska þorskinum, veiðum, vinnslu og gæðum hráefnisins en þar á eftir komu þekktir kokkar og voru með sýnikennslu og elduðu úr íslenska hráefninu. Þessar kynningar tókust vel og er fyrirhugað að halda áfram á sömu braut.

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Unnið var með almannatengslafyrirtækjum í löndunum þremur, Spáni, Portúgal og Ítalíu í ýmsum verkefnum í þeim tilgangi að auka umfjöllun um íslenskan þorsk í fjölmiðlum og á vef- og samfélagsmiðlum. Fyrirtækin tóku að sér að koma fréttatilkynningum til fjölmiðla, bjóða til kynninga erlendis og í ferðir til Íslands.

Umfjöllun fjölmiðla í löndunum þremur og á vef- og samfélagsmiðlum var mjög verðmæt og hefur skilað því að Ísland sem upprunaland er nú oft nefnt, t.d. í uppskriftum sem birtast hjá bloggnum og á netinu almennt. Meðal virtra fjölmiðla frá Spáni sem þáðu boð um að koma og kynna sér veiðar og vinnslu þorskafurða voru El País, El Mundo og La Vanguardia.

Sex portúgalskir fjölmiðlar sendu fulltrúa sína til landsins í júní í tilefni af 30 ára afmæli fyrirtækis í Portúgal sem valdi að fagna afmælinu með því að leggja áherslu á upprunandi Ísland í nýrri saltfiskafurð sem verið er að kynna í Portúgal. Skipulögð var dagskrá og fyrirlestrar fyrir hópinn í samstarfi við Háskólann í Reykjavík.

Þá komu fimm matarbloggarar til landsins í desember frá löndunum þremur og var skipulögð fjölbreytt dagskrá fyrir þá í Reykjavík og úti á landi. Þau fengu að elda úr saltfiski og kynna þannig hráefnin af eigin raun.

Viðburðir og markaðsaðgerðir erlendis

Í febrúar fór fram viðamikil Íslandskynning í Barcelona á vegum Íslandsstofu og samstarfsaðila þar sem kynning á söltuðum þorskafurðum vóg þungt. Forseti Íslands var með í för og fékk heimsóknin og viðburðirnir mikla athygli í fjölmiðlum, en unnið var með almannatengslafyrirtæki í að ná sem best til fjölmiðla. Bládamönnum frá virtum fjölmiðlum var boðið til hádegisverðar með forsetanum, auk þess sem hann fór í viðtöl bæði við útvarp og sjónvarp. Forsetinn hélt fyrirlestur í IESE viðskiptaháskólanum, heimsótti Santa Caterina markaðinn og hitti þar aðila sem selja fisk frá Íslandi og var gerður að heiðursfélagi í Katalónska útvatnarafélaginu.

Einnig var farið í frystivöruverslunina La Sirena þar sem kynning á íslenskum þorskafurðum var formlega sett af stað. Íslensk fyrirtæki á svæðinu voru heimsótt sem og innflutningsfyrirtæki sem keypt hefur fisk frá Íslandi samfelld frá því um miðja 19. öld. Þá var haldinn fjölsóttur fundur í glæsilegum húsakynnum Viðskiptaráðsins í Barcelona, Casa Llojta de Mar, þar sem haldnar voru kynningar frá íslenskum aðilum um ferðaþjónustu, saltfiskafurðir, nýsköpun og bókmenntir. Viðburðurinn varð til þess að styrkja enn frekar tengslin við innflytjendur og söluaðila á Spáni og að auka umfjöllun um Ísland og uppruna saltfisksins sem mikil hefð er fyrir í Katalóníu.

Í janúar var FITUR ferðasýningin haldin í Madrid þar sem boðið var upp á saltfisksmakk á bás þar sem Ísland sem áfangastaður ferðamanna var kynnt. Þetta var unnið í samstarfi við svið ferðaþjónustu hjá Íslandsstofu.

Gott samstarf við bjórframleiðandann DAMM Estrella um kynningu á fiski og bjór á 37 veitingastöðum í Madrid skilaði bæði auknum sýnileika meðal neytenda, gesta á veitingastöðunum og í umfjöllun í fjölmiðlum. Þá var farin ferð til Portúgal til að leggja grunn að þátttöku á stórrí saltfiskhátíð í Ilhavo 2016 og hitta kaupendur og efla samstarfið við þá.

Í september tók verkefnið þátt í saltfiskhátíðinni „Somma e Sua Eccellenza il Baccalà“ sem fór fram í Somma Vesuviana á Ítalíu og var þetta í annað skipti sem Ísland tók þátt með þessum hætti þar sem myndir frá Íslandi voru áberandi. Gestir hátíðarinnar, sem voru um 12.000, gátu tekið þátt í getraun og unnið ferð til Íslands. Von er á vinningshafanum á þessu ári.

Fjölmiðlafólki var boðið til veglegrar saltfiskveislu og kynningar á íslenska hráefninu í Mílanó í desember. Það var Lorenzo Alessio, margverðlaunaður kokkur og meðlimur í ítalska kokkalandslíðinu, sem sá um að elda sjö saltfiskrétti fyrir viðstadda úr hágæða íslensku hráefni. Lorenzo er Íslandsvinur en hann sótti Ísland heim árið 2014 og fór meðal annars á Patreksfjörð til þess að kynna sér veiðar og vinnsluáðferðir á íslenskum saltfiski. Þessi viðburður skilaði sér í birtingu 17 greina í vef- og prentmiðlum sem meta má á allt að 18 mkr.

Íslenski hesturinn

Í lok árs 2014 hófs mótun markaðsverkefnis um kynningu á íslenska hestinum. Íslandsstofa leiddi stefnumörkun í markaðssamskiptum og uppbyggingu vörumerkis íslenska hestsins á erlendum mörkuðum í samstarfi við stjórnvöld og hagsmunaaðila í ræktun og sölu á vörum og þjónustu tengdri íslenska hestinum. Unnið var að stefnumörkun, lagður grunnur að uppbyggingu vörumerkis og kynningu og fjáröflun til framkvæmdar á markaðsaðgerðum næstu árin. Haldnar voru fjölmennar vinnustofur með víðtækri þátttöku aðila í greininni og í framhaldi af því var auglýsingastofa fengin til samstarfs um að útfæra stefnuna í myndmál og meginskilaboð. Verkefnisstjóri var ráðinn til að sinna framkvæmd verkefnisins og hóf hún störf 1. janúar 2016.

Sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra hefur leitt aðkomu ríkisins að verkefninu og fjármagnaði ráðuneytið fyrsta áfanga verkefnisins ásamt Íslandsstofu. Gert er ráð fyrir að verkefninu verði tryggt fjármagn á fjárlögum næstu fjögur árin gegn jafn háu framlagi greinarinnar. Félag hrossabænda, Landssamband hestamannafélaga og Félag tamningamanna hafa samþykkt að fjármagna hluta verkefnisins næstu fjögur árin og er nú unnið að því að fá sem víðtækasta aðkomu fyrirtækja í hestatengdri starfsemi að verkefninu.

Samstarfsverkefni

Svið matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar tók þátt í víðtæku samstarfi um ýmis verkefni og viðburði á árinu. Hér verður getið um þau víðamestu. Þá er ótalið samstarf við Matís, almennt samstarf við viðskiptafulltrúa í sendiráðum Íslands erlendis, erindi og kynningar á starfi Íslandsstofu sem flutt hafa verið á fundum o.s.frv. samráð og samtal við t.d. Slow Food á Íslandi.

Ráðstefna undir merkjum Matvælalandsins Íslands

Samstarfsvettvangur Íslandsstofu, Samtaka iðnaðarins, Bændasamtakanna, Samtaka í sjávarútvegi, atvinnuvega og nýsköpunarráðuneytisins, Matís, Samtaka ferðaþjónustunnar, HÍ o.fl. hefur undanfarin fjögur ár unnið að mótun hugmynda og verkefna sem miða að því að nýta tækifæri til aukinnar verðmætasköpunar matvælaframleiðslu. Samstarfsvettvangurinn stóð fyrir ráðstefnu um útflutningsmál



þann 21. maí og bar hún yfirskriftina „Útflutningur matvæla – til mikils að vinna“. Ráðstefnunni var ætlað að vekja athygli á tækifærum til aukinnar verðmætasköpunar í matvælageiranum með útflutningi, miðla reynslu og hvetja þannig fleiri til að vinna með markvissum hætti að því að sækja á erlendan markað. Gestir voru um 150 talsins. Mörg áhugaverð erindi voru flutt, þ.á.m. reynslusögur íslenskra matvælaútflutjenda. Guðný Káradóttir forstöðumaður hélt erindið „Nýttum tækifærin – með skýra stefnu í farteskinu“.

Kokkalandslíðið – kynningarsamstarf

Svið matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar endurnýjaði samning við Klúbb matreiðslumanna sem einn af fimm bakhjörllum Íslenska kokkalandslíðsins. Líðið náði góðum árangri í keppni á árinu, varð í fimmta sæti á heimsmeistaramóti matreiðslumanna.

Sviðið studdi einnig fulltrúa Íslands í hinni virtu matreiðslukeppni Bocuse d'Or, Sigurð Helgason, með gerð kynningarefnis o.fl. Hann varð í áttunda sæti í keppninni 2015, en Íslendingar hafa átt keppanda í einu af tíu efstu sætunum alveg frá árinu 2001.

Íslensk fyrirtæki á Borough Market

Dagana 7.-10. október 2015 kynntu 14 íslenskir matvælaframleiðendur vörur sínar á Borough Market, einum virtasta og elsta matarmarkaði í London. Um var að ræða samstarfsverkefni Íslandsstofu, sendiráðs Íslands í London og Eirnýjar Sigurðardóttur eiganda Búrsins sem átti frumkvæði að verkefninu. Unnið var með almannatengslaskrifstofu við kynningu á viðburðinum og var fjölmiðlum boðið í móttöku í sendiráðinu. Mikil og góð umfjöllun varð í kjölfarið og birtust fjöldi greina í net- og prentmiðlum. Virði hennar er metið á rúmar 30 mkr og er það aðeins reiknað út frá um helmingi þeirra greina sem birtust. Framleiðendur fóru einnig í heimsóknir og vettvangsferð og söfnuðu dýrmætri reynslu í ferðinni.

NORTH í New York

Dagana 23. - 28. september fór fram samnorrænn viðburður í New York sem Íslandsstofa og Iceland Naturally verkefnið tóku þátt í. Af hálfu matvælasviðs var lögð sérstök áhersla á kynningu á sjávarafurðum undir merkjum Iceland Responsible Fisheries og kynningu á íslenskri matarmenningu þegar Ísland var með hádegis- og kvöldverð og í kynningu fyrir blaðamönnum. Matreiðslumeistarar frá veitingastaðnum Lava í Bláa lóninu sáu um að matreiða og kynntu bæði nýja strauma og hefðir í matarmenningu Íslendinga.

Almannatengsl

Almannatengsl skipa stóran sess í kynningarstarfi sviðs matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar. Á árinu aðstoðuðu starfsmenn sviðsins fulltrúa frá 23 fjölmiðlum í ýmsum löndum. Þjónustan var allt frá því að koma á sambandi við

fyrirtæki og viðmælendur innanlands í samræmi við markmið ferðarinnar, yfir í að velja fjölmiðil og bjóða til landsins og skipuleggja ferðina að fullu. Farið var í heimsóknir í flesta landshluta en það er markmið okkar að sýna sem fjölbreyttasta mynd af Íslandi og matvælaframleiðslu um land allt. Oftast var notast við þjónustu erlendra almannatengslafyrirtækja, hvort sem fjölmiðlamennirnir komu á eigin vegum eða að frumkvæði Íslandsstofu.

Dýrmæt umfjöllun fékkst í kjölfar heimsóknanna og tengdust efnistökin matvælaframleiðslu og matarmenningu, s.s. sjávarútvegi, íslenska lambinu, skyri, kornrækt og hátíðarmat Íslendinga. Fjölmiðlamenn sem kynntu sér sjávarútveg fjölluðu oftast um saltfisk þar sem að ferðir tengdar sjávarútveginum voru hluti af markaðsverkefni um saltaðar þorskaufurðir í Suður Evrópu, en einnig um veiðar Íslendinga, hreinleika landsins og ábyrga fiskveiðistjórnun. Mikil áhersla var lögð á að hafa ferðirnar sem fjölbreyttastar, þannig gætu erlendir gestir fengið innsýn inn í aðrar greinar matvælageirans.

Flestir fjölmiðlamennirnir sem hingað komu voru frá Spáni og Portúgal eða sjö talsins, fjórir komu frá Ítalíu, þrír frá Frakklandi, og einn frá Bretlandi og Hollandi. Miðlarnir voru m.a. El País og La Vanguardia á Spáni, dagblöðin Expresso og Público og sjónvarpsstöðin SIC í Portúgal og franska sælkerablaðið Savour. Þá má nefna vel heppnaða ferð fimm matarbloggara frá Spáni, Ítalíu og Portúgal þar sem megin áherslan var á íslenska saltfiskinn.

Svið matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar gerði samninga við almannatengslafyrirtæki um tiltekin verkefni s.s. Íslandskynningu í Barcelona, kynningu íslenskra matvælaframleiðenda á Borough Market í London, samstarf við bjórframleiðandann DAMM Estrella um sameiginlega kynningu á söltuðum þorski og DAMM bjórnum á 40 veitingastöðum í Madrid, kynningarfund í Háskólanum í Reykjavík fyrir portúgalska fjölmiðla og sýnikennslu í matreiðslu fyrir matarblaðamenn í Mílanó. Þessir viðburðir skiluðu allir fjölmörgum greinum í fjölmiðlum þar sem fjallað var um gæði íslenska þorsksins, ábyrgar fiskveiðar og Ísland sem matvælaaland.

Mjög gott samstarf var við svið ferðaþjónustu og skipandi greina hjá Íslandsstofu. Má þar nefna móttöku blaðamanna, þátttöku í FITUR ferðasýningunni í Madrid og sælkeraganga í Reykjavík „Gastro Walk“ fyrir matarbloggara og vinningshafa í leik á vef Inspired by Iceland.

Einnig er lögð áhersla á að kynna þjónustu og viðburði sviðsins gagnvart fjölmiðlum innanlands, dagblöðum og í sérblöðum sem tengjast t.d. sjávarútvegi. Reglulega hafa birst greinar um markaðsverkefnin og starf sviðsins.

Kynningarefni, vefir og samfélagsmiðlar

Í tengslum við verkefni sín sinnir sviðið rekstri ýmissa vef- og samfélagsmiðla, auk þessa að kynna starfsemi sviðsins og efla kynningu og tengslanet innanlands og erlendis.



Vefurinn ResponsibleFisheries.is er rekinn til að miðla upplýsingum um ábyrgar fiskveiðar, vottun undir merkjum IRF og miðla fréttum og vista upplýsingar um viðburði sem tengjast sjávarútvegi. Markpóstur er sendur reglulega á markhóp innanlands og erlendis. Í tengslum við markaðsverkefni í Suður Evrópu fer fram miðlun í gegnum samfélags- og vefmiðla á spænsku, portúgölsku og ítölsku.

Gefið var út fjölbreytt kynningarefni tengt verkefnum sviðsins árið 2015, svo sem upplýsingar fyrir blaðamenn og bæklingur

með karfauppskriftum fyrir þýska markaðinn. Einblöðungar um fimm helstu fisktegundir eru uppfærðir árlega á fjölda tungumála, með nýjustu upplýsingum um kvóta o.þ.h. Fyrir sjávarútegssýninguna í Qingdao var gefinn út nýr bæklingur á kínversku um sjávarútveg, vottun fiskistofna og einstakar tegundir sem eru mikið fluttar út til Kína. Bæklingur og myndband voru gerð á íslensku og ensku til að kynna stefnu í kynningu á íslenska hestinum, sem og myndband.

RÁÐGJÖF OG FRÆÐSLA

Svið ráðgjafar og fræðslu veitir fyrirtækjum alhliða þjónustu sem miðar að því að styrkja stöðu þeirra við markaðssetningu og sölu á erlendum mörkuðum. Góð grundvallarþekking og undirbúningur geta ráðið úrslitum um árangur þegar kemur að erlendri markaðssókn.

Þjónustan skiptist í tvo hluta; undirbúning fyrir erlenda markaðssókn og aðstoð á erlendum mörkuðum. Einnig vinnur sviðið að ýmsum útflutningstengdum verkefnum með fyrirtækjum bæði hér á landi og erlendis. Starfsmenn sviðsins eru: Andri Marteinnsson (forstöðumaður), Björn H. Reynisson, Erna Björnsdóttir og Hrafnhildur Brynja Stefánsdóttir. Björn lét af störfum síðla árs og í stað hans kom Sandra Sif Morthens.

Útflutningsráðgjöf

Íslandsstofa veitir margvíslega aðstoð við söfnun markaðsupplýsinga, bæði með aðgengi að gagnabönkum og svörun fyrirspurna. Á hverju ári berast rúmlega 400 fyrirspurnir vegna þessa og er stefna Íslandsstofu að svara öllum fyrirspurnum innan tveggja starfsdaga. Einnig leitar fjöldi einstaklinga og fyrirtækja eftir útflutningsráðgjöf Íslandsstofu og áttu starfsmenn fundi með rúmlega 98 fyrirtækjum á árinu sem er talsverð aukning frá fyrra ári þegar 70 fyrirtæki leituðu eftir ráðgjöf. 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

Á ári hverju stendur Íslandsstofa fyrir vinnustofum sem fjalla um málefni sem tengjast útflutningi. Er þeim ætlað að byggja upp almenna þekkingu á málaflokknum og búa fyrirtæki sem best undir erlenda markaðssókn. Á árinu sóttu fulltrúar 113 fyrirtækja vinnustofur Íslandsstofu og samkvæmt könnun voru 87% þátttakenda sammála því að efni þeirra nýttist fyrirtækinu.

Margvíslegir fræðslu- og kynningarfundir voru auk þess haldnir um markaði og þarfir ákveðinna starfsgreina. Alls sóttu um 450 manns eftirfarandi fundi:

- Kynningafundur með fulltrúa Matvæla- og lyfjaeftirlits vegna heilsuvara í Kína



- Kynningarfundur um efnahagsþróun í Kína og utanríkisviðskipti.
- Fundur um útflutning á sjávarafurðum til Kína.
- Kynningarfundur um kortlagningu fyrirtækja í heilbrigðistækni.
- Kynningarfundur fyrir Álklasann.
- Kynningarfundur vegna úttektar bandaríska ráðgjafafyrirtækisins Scott Madden Inc. á samkeppnishæfni Íslands varðandi alþjóðlega útivistun.
- Kynningarfundur um NOPEF - Norræna verkefnasjóðinn sem veitir litlum og meðalstórum fyrirtækjum hagstæð, vaxtalaus lán og styrki til undirbúnings verkefna í löndum utan EES
- Kynningarfundur á Akureyri: Hvað getur Íslandsstofa gert fyrir þig?
- Atvinnuþróunarfélag Eyjafjarðar – Fundir með fyrirtækjum á Norðurlandi
- Austurbrú – Kynning fyrir starfsmenn
- Félag kvenna í atvinnulífínu (FKA) – Kynning fyrir félagskonur
- Háskóli Íslands – Kynning fyrir nemendur í markaðsfræði

Útflutningsverkefnið ÚH

Útflutningsaukning og hagvöxtur – ÚH er verkefni á vegum Íslandsstofu sem er hluti af undirbúningsferlinu og ætlað fyrirtækjum sem vilja ná árangri í markaðssetningu á erlendum markaði. Þátttakendur fá aðstoð við að gera raunhæfar markaðsáætlanir og hver og einn er búinn undir að hrinda áætlun sinni í framkvæmd. Verkefnið hentar vel stjórnendum fyrirtækja sem vilja:

- fara í gegnum faglegan 4 mánaða feril til að markaðssetja vöru erlendis
- fá stuðning frá sérfræðingum og öðrum sem eru í svipuðum hugleiðingum
- finna sér tíma til að framkvæma það sem lengi hefur verið á döfinni

Þátttakendur öðlast mikilvæga þekkingu og gögn fyrir erlenda markaðssetningu.

Sex fyrirtæki fóru í gegnum verkefnið árið 2015.

Viðhorfskönnun leiddi í ljós að verkefnið uppfyllti að öllu leyti væntingar þátttakenda. Samtals 220 fyrirtæki, þar á meðal mörg af þekktustu fyrirtækjum landsins, hafa tekið þátt í þau 25 ár sem ÚH hefur verið í boði. Samstarfsaðilar Íslandsstofu í verkefninu eru Samtök iðnaðarins, Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins, Landsbankinn og Félag kvenna í atvinnulífínu.

Aðstoð á erlendum mörkuðum

Íslandsstofa veitir margskonar þjónustu til fyrirtækja á markaði erlendis.

Útstím

Útstím er ráðgjafarverkefni þar sem íslensk fyrirtæki fá aðstoð við að koma vöru og þjónustu á erlenda markaði. Unnið er með erlendum ráðgjöfum við að finna rétta samstarfsaðila á markaði. Verkefnið er tvíþætt og hefst með því að

ráðgjafi kannar hvaða möguleikar eru fyrir hendi varðandi markaðssetningu og sölu á tilteknum markaði. Ef niðurstaða beggja aðila er sú að tækifæri séu til staðar, hefst samvinna fyrirtækis og ráðgjafa.

Megin markmið verkefnisins er að finna réttan samstarfsaðila og er hlutverk erlenda ráðgjafans að leita að þeim og meta hæfni þeirra sem koma til greina. Hann aðstoðar einnig við að móta ímynd, verðlagningu og gerð kynningarefnis sé þess óskað. Samstarfsaðilar Íslandsstofu í verkefninu eru viðskiptafulltrúar við sendiráð Íslands og ráðgjafafyrirtæki á erlendri grund.

Átta fyrirtæki tóku þátt í Útstím verkefninu á árinu, þar af tvö sem saman sóttu fundi í tengslum við ráðstefnuna Nordic Games í Svíþjóð.

Útflutningsdagar Íslandsstofu

Útflutningsdagar Íslandsstofu voru haldnir í byrjun september. Fyrirtækjum var boðið að hlusta á kynningar sérfræðinga um helstu strauma og tækifæri á fjórtán mismunandi mörkuðum. Í framhaldinu var fyrirtækjum boðið upp á einstaklingsfundi með starfsmanni Íslandsstofu og ráðgjafa viðkomandi markaða. Fjöldi fyrirtækja nýtti sér þennan vettvang sem gaf Íslandsstofu m.a. góða yfirsýn um hvaða markaðir þykja áhugaverðir.

Net samstarfsaðila og ráðgjafa

Íslandsstofa starfar með neti samstarfsaðila og ráðgjafa um allan heim sem búa yfir mikilli þekkingu og tengslum á viðkomandi markaði og í mörgum tilfellum einnig innan ákveðinna atvinnugreina.

Viðskiptafulltrúar og sendiherrar

Íslenskum fyrirtækjum stendur til boða viðtæk þjónusta hjá þeim tíu sendiráðum sem eru með starfandi sérstakan viðskiptafulltrúa. Íslandsstofa og viðskiptasvið utanríkisráðuneytisins eru tengiliðir við sendiráðin sem eru staðsett í Berlín, Delí, Helsinki, Kaupmannahöfn, London, Moskvu, New York, Osló, Peking, og Tókýó. Mikil áhersla er lögð á sveigjanlega þjónustu enda eru þarfir fyrirtækja mismunandi. Íslandsstofa sér um að skipuleggja og auglýsa alla viðskiptafundi viðskiptafulltrúa og sendiherra Íslands erlendis hér á landi og árið 2015 áttu þeir vel á fjórða hundrað fundi með fyrirtækjum ýmist með auglýstum viðtölum eða heimsóknnum. Um 420 verkefni voru í vinnslu hjá viðskiptafulltrúum sendiráðanna á árinu og var um rúmlega 7000 viðskipta- og ferðatengdum fyrirspurnum svarað.

Enterprise Europe Network (EEN)

Eftir rúmlega 20 ára samfellda þátttöku í stuðningsneti Evrópusambandsins við lítil og meðalstór fyrirtæki, hætti Íslandsstofa um mitt ár þátttöku í Enterprise Europe Network. Íslandsstofa, NMÍ og Rannís sóttu um það að reka í sameiningu EEN á Íslandi árin 2015-2020 með svipuðu formi og verið hefur frá árinu 2008 þegar netverkið var stofnað. Umsóknin fékkst

samþykkt en þegar kom að því að semja um fjárframlög til starfseminnar var ljóst að framkvæmdastjórn ESB vildi draga talsvert úr framlögum til starfseminnar á Íslandi. Varð það úr að Íslandsstofa og Rannís drógu sig út úr umsókninni en NMÍ mun áfram sinna verkefnum EEN á Íslandi.

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 hefur það verið endurnýjað í tvisgang. Skráð fyrirtæki í verkefninu eru nú 43 talsins og lauk þeim fasa verkefnisins í árslok 2015. Nýtt verkefni hefst 2016.

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 miðla reynslu í útflutningsmálum. Íslandsstofa skipuleggur 1-2 viðburði á ári þar sem þessum hópi er boðið að hittast og m.a. fræðast um það sem er efst á baugi í útflutningsmálum. Þrjátíu manns komu saman á fundi í september þar sem fram kom að almennur vilji er til að miðla af þekkingunni, ekki síst til þeirra sem eru að stíga sín fyrstu skref í útflutningi. Samhljómur var um að þátttaka í ÚH verkefninu hefði verið mjög gagnleg og þekkingin nýtist þeim enn með margvíslegum hætti. Áætlað er að nýta sér reynslu og þekkingu þessa hóps til að liðsinna fyrirtækjum við útflutning á erlenda markaði.

Samstarfssjóður Íslandsstofu og viðskiptasviðs utanríkisráðuneytisins

Samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins styður fjárhagslega við viðskiptatengd verkefni sendiráða Íslands erlendis í samvinnu við Íslandsstofu. Öll verkefni miða að því að markaðssetja eða kynna íslenskar vörur og þjónustu á erlendum mörkuðum.

Í stýrihópi samstarfssjóðs eru Jón Ásbergsson og Andri Marteinnsson frá Íslandsstofu og Högni Kristjánsson og Júlíus Hafstein frá utanríkisráðuneytinu. Sjóðurinn veitti á árinu rúmlega 15 milljónir til stuðnings við 22 verkefni.

Gulleggið 2015

Klak - Innovit - Icelandic Startups hefur staðið fyrir frumkvöðlakeppninni Gulleggini 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 400.000 kr. Sprotafyrirtækið Mekano hlaut verðlaun Íslandsstofu en það þróar nýja tækni á fjöltengjum með sérstaka áherslu á aðgengilega, einfalda og stílhreina hönnun.

Nýsköpunarþing 2015

Í apríl var haldið Nýsköpunarþing Rannís, Íslandsstofu, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands og Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins. Líftæknifyrirtækið Zymetech hlaut Nýsköpunarverðlaunin árið 2015 en Zymetech er leiðandi á sviði rannsókna, þróunar, framleiðslu og sölu náttúrulegra sjávarensíma til hagnýtingar í húðvörur, lækningatæki og lyf. Á þinginu var fjallað um ferilinn frá frumkvöðli til alþjóðamarkaðar; helstu áskoranir frumkvöðla á Íslandi, styrkleika og veikleika íslensks stuðningsumhverfis nýsköpunar ásamt stöðu íslenskra frumkvöðla í alþjóðlegu samhengi. Gestafyrirlesari var Jørn Bang Andersen frá Clareo Partners.

Evrópska fyrirtækjavikan - SME WEEK 2015

SME ráðstefnan 2015 sem haldin er í tengslum við Evrópsku fyrirtækjavikuna var helguð nýsköpunarfyrirtækjum og frumkvöðlum í Evrópu. Evrópska fyrirtækjavikan er haldin á hverju ári í 37 löndum til að stuðla að frumkvöðlastarfsemi og kynna stuðning og þjónustu sem í boði er fyrir lítil og meðalstór fyrirtæki (SMEs). Að þessu sinni var boðið til ráðstefnu um mismunandi viðskiptalíkon við uppbyggingu nýsköpunarfyrirtækja. Fyrirlesarar voru Georg Lúðvíksson frá Meniga, Margrét Júlíana Sigurðardóttir frá RosaMosa, Jói Sigurðsson frá Investa og Egill Másson frá Nýsköpunarsjóði atvinnulífsins.

Global Compact – samfélagsleg ábyrgð

Íslandsstofa telur mikilvægt að starfa í sátt við samfélagið og umhverfið og 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 og þjónustu. Með því móti auka fyrirtæki samkeppnishæfni á alþjóðavettvangi.

SÝNINGAR OG SENDINEFNDIR

Íslandsstofa aðstoðar íslensk fyrirtæki við að skipuleggja þátttöku á sýningum og í sendinefndum um allan heim. Með ráðgjöf, fræðslu og upplýsingamiðlun tryggir starfsfólk Íslandsstofu markvissa, fagmannlega og árangursríka framgöngu íslenskra fyrirtækja á sýningum erlendis.

Fimmta árið í röð stóð Íslandsstofa fyrir kaupstefnu í Nuuk á Grænlandi í þeim tilgangi að auka viðskiptatengsl milli landanna og kynna íslenskar vörur fyrir grænenskum almenningi. Tólf íslensk fyrirtæki tóku þátt og funduð með grænenskum fyrirtækjum. Vittus Qujaukitsoq ráðherra utanríkis- viðskipta og auðlindamála, kynnti yfirgrípsmiklar fyrirætlanir um að gera ferðaþjónustu einn af hornsteinum efnahagslífs á Grænlandi. Féll það efni vel að hádegisfundum sem haldinn var í samvinnu Íslandsstofu, Grænensk-íslenska viðskiptaráðsins og Ícelandair 27. október þar sem samgöngumál voru í brennidepli

Víetnam, Kórea og Singapúr

Í tilefni opinberrar heimsóknar forseta Íslands til Víetnam skipulagði Íslandsstofa málþing í borgunum Hanoi og HoChiMinh, í samvinnu við Viðskiptaráð Víetnam (Vietnam Chamber of Commerce). Tilgangurinn var að kynna það

sem Ísland hefur fram að færa, annars vegar á sviði endurnýjanlegrar orku og hins vegar á sviði stjórnunar og tæknimála í sjávarútvegi.

Fyrri daginn var fundað í Hanoi um orkumál þar sem ýmsir aðilar héldu erindi, auk forseta Íslands og utanríkisráðherra. Seinni daginn var boðið upp á málþing í HoChiMinh borg um sjávarútvegsmál. Þar fluttu forseti Íslands og utanríkisráðherra einnig ávörp ásamt fulltrúum íslenskra fyrirtækja og sérfræðinga úr röðum heimamanna.

Íslandsstofa skipulagði einnig aðkomu viðskiptasendinefndar samhliða heimsókn forseta Íslands til Seoul í Kóreu og opinberrar heimsóknar til Singapúr í samstarfi við skrifstofu Forseta Íslands. Níttján fyrirtæki tóku þátt í heimsóknunum. Tóku fulltrúarnir þátt í ýmist einum, tveimur eða öllum þremur áföngum ferðarinnar. Þannig voru 11 fyrirtæki í Víetnam, 11 í Kóreu og 5 í Singapúr.





Sjávarútvegssýning í Boston

Íslandsstofa skipulagði þátttöku íslenskra fyrirtækja á sjávarútvegssýningunni í Boston. Sýningunni er skipt í tvo hluta, sjávarafurðir og tækni og þjónusta og var íslenskur þjóðarbás á þeim báðum. Átta íslenskir framleiðendur og útflytjendur sjávarafurða nutu þjónustu viðskiptafulltrúa Íslands í New York og Íslandsstofu við kynningu afurða sinna undir yfirskriftinni „Fresh or Frozen – Sourcing from Iceland“. Þá voru sameiginlegir hagsmunir íslenskra útflytjenda sjávarafurða kynntir á afurðahluta sýningarinnar undir merkjum „Iceland Responsible Fisheries.“

Sjávarútvegsráðherra, Sigurður Ingi Jóhannsson mætti á sýninguna og heimsótti íslensku fyrirtækin ásamt sendiherra Íslands í New York. Sigurður var einnig aðalræðumaður á kynningarfundum sem bar yfirskriftina “Quality and responsibility all the way to market - Would you like to learn the secret?”

Sjávarútvegssýningar í Brussel

Afurðasýningin Seafood Expo Global og tækjasýningin Seafood Processing Global fara fram árlega í Brussel. Íslandsstofa hefur séð um að skipuleggja þátttöku fjölda íslenskra fyrirtækja á tveimur þjóðarbásum þar sem kynntar eru sjávarafurðir, tæki, tæknilausnir og þjónusta við sjávarútveg. Í ár tóku 33 íslensk fyrirtæki þátt í sýningunum, sem eru stærstu fagsýningarnar í sjávarútvegi í heiminum, en gestir eru að jafnaði um 25.000 talsins og mæta víðsvegar að.

World Geothermal Congress

Íslandsstofa stóð fyrir sameiginlegri þátttöku ellefu íslenskra fyrirtækja sem starfa á sviði jarðvarma í World Geothermal Congress ráðstefnuninni í Melbourne í Ástralíu dagana 19.-24. apríl. World Geothermal Congress er stærsta ráðstefnan á sviði jarðvarma í heiminum og er haldin fimmta hvert ár. Ráðstefnan er meðal annars sótt af jarðhitasérfræðingum, vísindamönnum, tæknifræðingum og forystumönnum á sviði orkumála víða úr heiminum. Samhliða ráðstefnunni var í gangi sýning þar sem íslensk fyrirtæki kynntu á sameiginlegum þjóðarbás þá þjónustu og vörur sem þau hafa upp á að bjóða í greininni.

Göteborg Book Fair

Íslandsstofa stóð að sameiginlegum sýningarbás á bókamessunni í Gautaborg í samvinnu við Miðstöð íslenskra bókmennta. Básinn sem bar nafnið „Raddir frá Íslandi“ vakti verðskuldaða athygli og var mikill straumur gesta á básnum allan tímann sem messan stóð yfir. Messuna sækja árlega yfir hundrað þúsund gestir. Alls tóku 15 íslenskir rithöfundar þátt í fjölda dagskráratríða meðan á messunni stóð og Félag íslenskra bókaútgefenda stóð fyrir sölu á íslenskum bókum í sænskri þýðingu á básnum. Illugi Gunnarsson mennta- og menningarmálaráðherra flutti ávarp við opnun messunnar.



Heimsmeistaramót íslenska hestsins

Heimsmeistaramót íslenska hestsins var haldið í Herning í Danmörku. Nítján þjóðir höfðu keppnisrétt á mótinu en jafnan er búist við miklum fjölda gesta þá sjö daga sem það stendur yfir. Íslandsstofa sá um uppsetningu á sameiginlegu Íslandstjaldi, sem kallað var Laufskálarétt,

Félag hrossabænda, Landssamband hestamannafélaga, Bændasamtökin, WorldFengur, Hólaskóli, Landbúnaðarháskólinn á Hvanneyri og Landsmót tóku höndum saman og kynntu íslenska hestinn undir merki Horse Plaza. Fyrirtækin sem kynntu vörur sínar og þjónustu í íslenska tjaldinu voru Íshestar, Kálfholt, Krummusæti, Hugrún, Börkur design, Frú Pálína, Aqua Icelander Water Trainer og Litli Mosi. Í tjaldinu var leitast við að skapa léttu stemmingu með því að bjóða gestum að hlusta á söng og harmonikkuleik auk þess sem gestum var boðið upp á íslenskan mat. Heimsmeistaramótið er einn stærsti vettvangur íslenska hestsins um heim allan.

Maison & Objet

Íslandsstofa hefur stutt við bakið á fimm íslenskum hönnunarfyrirtækjum á Maison & Objet sýningunni sem haldin er árlega í París. Verkefnið hefur staðið yfir í þrjú ár með það að markmið í huga að auðvelda fyrirtækjum að koma sér á framfæri og selja vörur sínar erlendis. Einn af helstu ávinningum fyrirtækjanna er að kynna erlendum dreifingaraðilum og umboðsmönnum.

Fyrirtækin fengu góða umfjöllun í kjölfar sýninganna, voru ánægð með þá athygli sem þau fengu og einnig þau tengsl sem mynduðust og geta nýst þeim í framtíðinni. Hönnunarfyrirtækin eru: Sveinbjörg, IHANNA HOME, Anna Þórunn, Mary og Steinunn Vala.

Sjávarútvegssýning í Kína

Íslandsstofa hélt utan um þátttöku fyrirtækja á sjávarútvegssýningunni í Qingdao, Kína, en borgin er með stærri sjávarútvegsborgum í Kína. Sýningin er stærst sinnar tegundar í Asíu og eru gestir um 25.000 frá um 100 löndum. Íslenskur þjóðarbás hefur verið á sýningunni frá upphafi eða í 20 ár. Þátttakendur voru Icelandic, Triton, HB Grandi, Iceland Pelagic og Vinnslustöðin. Sjávarútvegsráðherra Sigurður Ingi Jóhannsson heimsótti sýninguna og ræddi við sýnendur.



Olgeir Andrésson



Rekstur og efnahagur Íslandsstofu 31.12.2015

Rekstrarreikningur ársins 2015

| | 2015 | 2014 |
|--|------------------------|----------------------|
| Rekstrartekjur | | |
| Markaðsgjald | 539.976.751 | 499.320.615 |
| Ríkisframlög | 233.567.772 | 219.071.342 |
| Önnur framlög | 63.303.548 | 52.008.258 |
| Endurgreiddur kostnaður og seld þjónusta | 204.633.454 | 214.748.315 |
| Aðrar tekjur | 1.429.060 | 0 |
| | <u>1.042.910.585</u> | <u>985.148.530</u> |
| Rekstrargjöld | | |
| Kynningar- og markaðsstarf | (594.453.456) | (506.742.773) |
| Laun og launatengd gjöld | (338.873.742) | (292.888.234) |
| Skrifstofu- og stjórnunarkostnaður | (119.923.881) | (138.240.199) |
| Afskriftir fastafjármuna | (3.002.277) | (3.509.034) |
| | <u>(1.056.253.356)</u> | <u>(941.380.240)</u> |
| Rekstrarafkoma - (tap)/hagnaður | <u>(13.342.771)</u> | <u>43.768.290</u> |
| Fjármunatekjur | 8.853.637 | 6.909.511 |
| Fjármagnsgjöld | (3.093.695) | (3.630.369) |
| Gjöld umfram tekjur | <u>(7.582.829)</u> | <u>47.047.432</u> |

Efnahagsreikningur 31. desember 2015

| Eignir | 31.12.2015 | 31.12.2014 |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|
| Fastafjármunir | | |
| Varanlegir rekstrarfjármunir | 5.534.179 | 2.189.672 |
| | <u>5.534.179</u> | <u>2.189.672</u> |
| Veltufjármunir | | |
| Markaðsgjald | 38.770.962 | 34.644.211 |
| Viðskiptakröfur | 53.734.443 | 33.229.088 |
| Aðrar skammtímakröfur | 11.748.402 | 6.409.602 |
| Eignfært vegna verkefna | 44.631.059 | 36.198.706 |
| Handbært fé | 178.023.409 | 223.626.462 |
| | <u>326.908.275</u> | <u>334.108.069</u> |
| Eignir | <u>332.442.454</u> | <u>336.297.741</u> |
| Eigið fé og skuldir | | |
| Eigið fé | | |
| Óráðstafað eigið fé | 214.219.879 | 221.802.709 |
| Eigið fé | <u>214.219.879</u> | <u>221.802.709</u> |
| Skammtímaskuldir | | |
| Viðskiptaskuldir | 57.911.306 | 62.743.806 |
| Aðrar skammtímaskuldir | 60.311.269 | 51.751.226 |
| | <u>118.222.575</u> | <u>114.495.032</u> |
| Skuldir | <u>118.222.575</u> | <u>114.495.032</u> |
| Eigið fé og skuldir | <u>332.442.454</u> | <u>336.297.741</u> |

Rekstur og efnahagur Ísland-allt árið 31.12.2015

Rekstrarreikningur ársins 2015

| | 2015 | 1.9.2013 - 31.12.2014 |
|--|----------------------|--------------------------|
| Rekstrartekjur | | |
| Opinber framlög | 188.179.388 | 206.143.792 |
| Framlög fyrirtækja | 176.500.000 | 190.100.000 |
| Aðrar tekjur | 0 | 231.767 |
| | <u>364.679.388</u> | <u>396.475.559</u> |
| Rekstrargjöld | | |
| Kynningar- og markaðsstarf | (328.372.087) | (510.021.000) |
| | <u>(328.372.087)</u> | <u>(510.021.000)</u> |
| Rekstrarhagnaður (tap) fyrir skatta | <u>36.307.301</u> | <u>(113.545.441)</u> |
| Fjármunatekjur | 4.187.527 | 6.577.042 |
| Fjármagnsgjöld og gengismunur | (680.564) | (1.141.502) |
| Tekjur umfram gjöld | <u>39.814.264</u> | <u>(108.109.901)</u> |

Efnahagsreikningur 31. desember 2015

| Eignir | 31.12.2015 | 31.12.2014 |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|
| Veltufjármunir | | |
| Viðskiptakröfur | 111.319.692 | 45.627.289 |
| Aðrar skammtímakröfur | 5.115.385 | 751.776 |
| Handbært fé | 87.245.216 | 78.833.862 |
| | <u>203.680.293</u> | <u>125.212.927</u> |
| Eignir | <u>203.680.293</u> | <u>125.212.927</u> |
| Eigið fé og skuldir | | |
| Eigið fé | | |
| Óráðstafað eigið fé | 43.301.157 | 3.486.893 |
| Eigið fé | <u>43.301.157</u> | <u>3.486.893</u> |
| Skammtímaskuldir | | |
| Viðskiptaskuldir | 37.645.349 | 2.226.034 |
| Fyrirfram innheimtar tekjur | 122.733.787 | 119.500.000 |
| | <u>160.379.136</u> | <u>121.726.034</u> |
| Skuldir | <u>160.379.136</u> | <u>121.726.034</u> |
| Eigið fé og skuldir | <u>203.680.293</u> | <u>125.212.927</u> |





