

Með góðum huga
hafið sjálft má brúa

Einar Benediktsson

Ársskýrsla 2012



ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND

Efnisyfirlit

Inngangur	3
Íslandsstofa.....	5
Markaðssókn	7
Ísland allt árið	14
Markaðspróun	16
Önnur verkefni.....	22
Erlendar fjárfestingar	24
Sýningar.....	32
Iceland Responsible Fisheries.....	34
Rekstrarreikningur ársins 2012.....	36
Efnahagsreikningur 31. desember 2012.....	37
Ísland allt árið - ársreikningur.....	39

Inngangur

Íslandsstofa hóf rekstur á miðju ári 2010. Stofan er öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda sem miðar að því að auka gjaldeyrstekjur þjóðarinnar. Í lögum um Íslandsstofu segir að markmið laganna sé að efla ímynd og orðspor Íslands, styrkja samkeppnisstöðu íslensks atvinnulífs á erlendum mörkuðum, laða erlenda ferðamenn og fjárfestingu til landsins og styðja við kynningu á íslenskri menningu erlendis. Verkefni Íslandsstofu eru því næg og á mörgum sviðum og mikilvægt að vel takist til um starfsemina.

Þessi skýrsla er yfirlit yfir þau verkefni sem unnin voru á árinu 2012 á vegum Íslandsstofu og gefur hún góða innsýn í þau fjölmörgu verkefni sem starfsmenn stofunnar unnu að á árinu. Er skýrslunni skipt í kafla eftir sviðum í samræmi við skipurit Íslandsstofu frá 1. janúar 2012.

Í stjórn Íslandsstofu sitja:

Friðrik Pálsson, formaður

Eggert Benedikt Guðmundsson

Einar Karl Haraldsson

Kolbrún Halldórsdóttir

Ólöf Ýrr Atladóttir

Sigsteinn Grétarsson

Vilborg Einarsdóttir

Framkvæmdastjóri er Jón Ásbergsson



ISLANDSTOKA

ISLANDSTOKA
ISLANDSTOKA
ISLANDSTOKA
ISLANDSTOKA
ISLANDSTOKA

MITSUBISHI



ÍSLANDSSTOFA

Stefna og skipulag

Íslandsstofa var stofnuð með lögum vorið 2010 og hóf rekstur 1. júlí sama ár. Verkefni Íslandsstofu felast í grófum dráttum í að markaðssetja og kynna land og þjóð á erlendri grund; að kynna Ísland sem áhugaverðan áfangastað fyrir ferðamenn, kynna Ísland sem góðan kost fyrir erlenda fjárfestingu, og aðstoða íslensk fyrirtæki við að ná fótfestu fyrir vörur sínar og þjónustu á erlendum markaði. Íslandsstofa hefur nú starfað í þrjú ár og rekstrinum eru gerð ítarleg skil í þessari skýrslu.

Stjórn Íslandsstofu hóf strax sumarið 2010 undirbúning að stefnumótun. Í samræmi við lög voru skipuð fimm fagráð, þ.e. fagráð ferðapjónustunnar, fagráð fjárfestinga, fagráð sjávarútvegsins, fagráð skapandi greina og fagráð tækni- og hugverkaíðnaðarins. Hafa þau hist reglulega og reynst öflugur bakhjarl fyrir starfsemi Íslandsstofu. Samhliða stefnumótun stjórnarinnar fór fram stefnumótun fyrir hvert fagráðanna fimm.

Helstu atriðin í þessari sameiginlegu stefnumótun eru eftirfarandi:

Hlutverk

Íslandsstofa er vettvangur Íslendinga í markaðs- og kynningarmálum á erlendum markaði. Þjónusta Íslandsstofu byggir á hagkvæmri nýtingu fjármuna, sérhæfingu og faglegru dýpt sem ekki er á færi einstakra aðila.

Starfsemi og þjónusta

Íslandsstofa er öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda og miðar að því að auka gjaldeyrstekjur þjóðarinnar með því að efla markaðssókn Íslendinga erlendis. Þjónusta Íslandsstofu byggist 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 viðtækan aðgang að samtengdu hagsmunaneti heima og erlendis þar sem öll þjónusta einkennist af fagmennsku og framsækni og innra starf endurspeglar eldmód, samheldni og gagnkvæma virðingu sem skilar árangri og ánægju með þjónustuna.

Stefnumið

- Öflug kynning og markaðssetning á starfsemi Íslandsstofu.
- Skýr markmið og mæling á árangri.
- Samlegð á öllum sviðum.
- Sterk og samhent liðsheild starfsmanna.
- Samstíga bakland í stjórn og fagráðum.

Fagráð Íslandsstofu

Til þess að stuðla að því að Íslandsstofa verði öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda starfa sérstök fagráð skipuð af stjórn Íslandsstofu. Þau eru henni til ráðuneytis við að móta stefnu og áherslur. Mikilvægt er að fagráðin vinni vel sem bakland Íslandsstofu og leggi sitt af mörkum til þess að móta sérstök verkefni og afla fjármuna til þeirra. Þau skulu sýna sjálfstæði um mótun tillagna, en endanleg ákvarðanatáka er í höndum stjórnar.

Fagráð ferðapjónustu

Samstarfsvettvangur kynningar- og markaðsstarfs erlendis á sviði ferðapjónustu. Helstu áherslur:

- Að lengja ferðamannatímabilið með því að vinna út frá skilgreindri stefnu um markhópa og reka markaðsstarf á erlendum mörkuðum
- Leita samlegðar við annað markaðsstarf á þessu sviði
- Samfellt markaðsstarf með því að:
- Standa að almennri kynningu og miðlun upplýsinga erlendis
- Rækja tengsl við ferðamenn sem hingað hafa komið og viðhalda áhuga þeirra á landinu

Fagráð fjárfestinga

- Fá til landsins beina erlenda fjárfestingu í samræmi við stefnu stjórnvalda. Helstu áherslur:
- Skapa Íslandsstofu sterka stöðu sem vettvangi ólíkra hagsmunaaðila um fjárfestingarverkefni
- Beina kröftum að tilteknum verkefnum sem nýta styrk og samkeppnishæfni landsins
- Starfrækja upplýsingaþjónustu innan Íslandsstofu fyrir erlenda fjárfesta og innlend fyrirtæki í leit að erlendri fjárfestingu

Fagráð tækni- og hugverkaiðnaðar

Tryggja öflugan stuðning við markaðsstarf erlendis með gæði, fagmennsku og þjónustu að leiðarljósi. Helstu áherslur:

- Fræðsla og miðlun reynslu og þekkingar sem nýtist við markaðssókn
- Samstarf í erlendum kynningar- og markaðsverkefnum.
- Handleiðsla byggð á skilgreindum þörfum
- Stuðla að virðisaukandi samstarfi fyrirtækja

Fagráð lista og skapandi greina

Tryggja markvisst kynningar- og markaðsstarf sem miðar að því að auka gjaldeyristekjur lista og skapandi greina. Helstu áherslur:

Móta áherslur og gæðamarkmið í erlendu samstarfi

- Þróa átaksverkefni um Ísland sem menningarland
- Nýta til fulls samlegðartækifæri innan greinarinnar og með öðrum atvinnugreinum við kynningar- og markaðsstarf erlendis
- Styðja við áframhaldandi vinnu að hagrænum greiningum og því að gera sýnilegan þjóðhagslegan ávinning af starfsemi lista og skapandi greina

Fagráð sjávarútvegsins

Samstarf við hagsmunaaðila um að kynna ábyrgan íslenskan sjávarútveg. Helstu áherslur:

- Markaðssetja upprunamerki og vottun undir merkjum „Iceland Responsible Fisheries“ og vinna merkinu sterka stöðu á alþjóðavettvangi, þannig að það njóti virðingar og trausts.
- Þróa frekari samstarfsverkefni þar sem hlutverk Íslandsstofu er að vera kynningaraðili og tengja saman markað og fyrirtæki.

Samhæfð skilaboð

Íslandsstofa hefur á stuttum starfstíma stýrt tveimur stærstu markaðs- og kynningarverkefnum sem stjórnvöld og atvinnulíf hafa skipulagt í sameiningu. Þar er annarsvegar um að ræða „Inspired by Iceland“ verkefnið, sem hafði 700 milljónir króna til ráðstöfunar og hinsvegar framhaldsverkefnið „Ísland allt árið,“ sem er þriggja ára verkefni og mun árlega hafa 600 milljónir króna til ráðstöfunar. Fjárhagsleg umsvif þessara verkefna hvors um sig eru á borð við alla grunnstarfsemi Íslandsstofu. Skipulag starfseminnar hefur sýnt styrkleika sinn og sveigjanleika við yfirtöku þessara verkefna en rúmlega 100 samstarfsaðilar taka þátt í verkefninu „Ísland allt árið.“ Til að tryggja samræmi í markaðs- og kynningarstarfi Íslandsstofu fyrir hinar ýmsu atvinnugreinar og til að nýta samlegðaráhrif á milli greinanna samþykkti stjórn Íslandsstofu á fundi vorið 2011 ákveðna aðferðafræði sem er byggð á fyrirfram skilgreindum vaxtarsviðum og skilaboðum. Vaxtarsviðin eru matvæli, ferðaþjónusta, orka, tækni- og hugverkaiðnaður, skapandi greinar og heilsa og vellíðan. Skilaboðin eru hinsvegar um atvinnulíf hér á landi, fólkið sem hér býr, menninguna og náttúru.



MARKAÐSSÓKN

Svið markaðssóknar Íslandsstofu sér um að kynna land og þjóð á erlendri grundu. Eitt af meginverkefnum markaðssóknar er að laða til landsins erlendra ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi í þágu íslenskrar ferðabjónustu, samkvæmt samningi Íslandsstofu við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti (áður iðnaðarráðuneyti) frá 2011. Íslandsstofa sér einnig um framkvæmd markaðsverkefnisins Ísland – allt árið (Inspired by Iceland) og eru verkefnið vistuð innan markaðssóknar. Íslandsstofa vinnur einnig að samstarfsverkefninu Iceland Naturally og leggur til starfsmann í verkefnið. Markaðssókn Íslandsstofu styður líka við kynningarstarf á íslenski menningu erlendis og taka mörg kynningarverkefni markaðssóknar mið af því ákvæði.

Til viðbótar þessu er Íslandsstofa með samning við Cruise Iceland verkefnið um 20% starfshlutfall. Ráðstefnuskrifstofa Íslands flutti starfsemi sína til Íslandsstofu á árinu 2012 og var gerður samstarfssamningur þar um, en skrifstofan var síðan lögð niður um áramótin 2012. Íslandsstofa er einnig eigandi og rekstraraðili að markaðsskrifstofunni Scandinavian Tourism Inc. í New York sem er samstarf Norðurlandabjónanna um markaðssetningu landanna sem áfangastaða.

Skipulagi sviðsins var breytt í upphafi árs 2012 og er nú unnið í teyllum eftir verkferlum og verkefnum en ekki eftir landfræðilegri skiptingu eins og áður var. Tilgangur breytinganna var að ná meiri yfirsýn, samlegð og skipulagi á áætlanagerð og byggja upp betri kjarnahæfni sviðsins. Teymin snúa að kynningum, vefsíðum og samfélagsmiðlum, erlendum almannatengslum og fjölmiðlaheimsóknum, ferðasýningum, viðburðum erlendis og erlendu tengslastarfi. Til viðbótar því eru sérstakir tengiliðir ferðabjónustunnar við eftirfarandi markaði: Bretland, Norður-Ameríku, Mið-Evrópu, Skandinavíu og fjarmarkaði.

Áherslur í starfi 2012

Áherslur í markaðsstarfi Íslandsstofu miða að því að auka vitund um Ísland, styrkja orðspor og ímynd landsins tengt öllum vaxtarsviðum, kynna íslenska menningu og fjölga heimsóknum erlendra ferðamanna utan háannar. Umfangsmesti þátturinn í starfsemi markaðssóknar snýr að ferðabjónustu og er horft til þess að samþætta markaðsstarf sviðsins við önnur verkefni þess, s.s. Ísland – allt árið. Ásamt því var ákveðið að leggja meiri áherslu á ráðstefnu- og fundamarkaðinn (MICE) en gert hefur verið áður, í samstarfi við Ráðstefnuskrifstofu Íslands.

Markaðssóknin vinnur að almennum markaðsverkefnum í tengslum við aðrar greinar og vaxtarsvið eins og frekast er kostur, s.s. matvæli, skapandi greinar og heilsu og vellíðan eins og kemur fram í stefnu í erlendu markaðsstarfi (sjá fremst í ársskýrslu). Áhersla er lögð á að styrkja tengsl og markaðssetningu á þeim mörkuðum sem flogið er til allt árið og talið er að tækifærin liggi til uppbyggingar á heimsóknum ferðamanna utan háannar. Lögð er áhersla á markaðina eftir eftirfarandi áherslum:

Mikil áhersla: Þýskaland, Holland, Belgía, Frakkland, Bretland, Danmörk, Svíþjóð, Noregur, Finnland, Norður-Ameríka (Boston, New York, Seattle & Washington)
Minni áhersla: Ítalía, Spánn, Sviss, Austurríki, Eystrasaltslönd, Rússland
Lítill áhersla: Japan, Kína, Indland, Ísrael og aðrir fjarmarkaðir

	JAN / FEB.	MARS / APRIL	MÁÍ / JUNÍ	JULÍ / ÁGÚST	SEPT. / OKT.	NÓV. / DES.
LYKILPENU OG VIÐBURÐIR	HEILSA OG VELLÍÐAN	HÖNNUN OG VELLÍÐAN	AFÞREYING	AFÞREYING	NÁTTÚRA OG FÓLK	TÓNLIST
ALLTAF Í UMRÆÐUNNI	MATUR				SKÖPUN OG LISTIR	JÓL, ÁRAMÓT, HEFDIR

Í samræmi við vaxtarsvið í stefnu um erlenda markaðssetningu hefur verið unnið að þematengingum og voru settir upp þemamánuðir sem horft er til í vinnu sviðsins, sérstaklega þegar kemur að almannatengslum og fjölmiðlaheimsóknum. Þemamánuðirnir skerpa áherslur í markaðsstarfinu og veita okkur meiri slagkraft í skilaboðunum, þar sem þeir haldast í hendur við áberandi viðburði sem eru í gangi á Íslandi hverju sinni, s.s. Iceland Airwaves, Food and Fun og HönnunarMars.

Viðhorfsrannsóknir

Íslandsstofa lætur reglulega framkvæma viðhorfsrannsóknir, oft í tengslum við ýmis samstarfsverkefni. Þessar viðhorfsrannsóknir eru neytendarannsóknir í völdum löndum. Viðhorfsrannsóknir taka bæði til viðhorfs til Íslands almennt, áhuga á Íslandi sem áfangastað og kaupum á vöru og þjónustu frá Íslandi. Einnig er m.a. skoðað hvort fólk hefur orðið vart við Ísland í fjölmiðlum.

Samstarfsverkefnið Ísland – allt árið lét á árinu framkvæma viðhorfsrannsóknir í Danmörku, Þýskalandi, Bretlandi og Frakklandi. Var þetta í fyrsta skipti sem viðhorfsrannsókn var framkvæmd í Frakklandi en svipaðar rannsóknir hafa verið framkvæmdar reglulega í löndunum síðan 2009. Samstarfsverkefnið Iceland Naturally lætur síðan reglulega gera rannsóknir í Norður-Ameríku og hefur gert síðan 2000. Ein slík var gerð á árinu 2012. Allar rannsóknir sýna jákvæða breytingu á öllum mælikvörðum, s.s. vitund og viðhorfi til Íslands og áhuga á því að ferðast til Íslands.

Kynningar, vefsíður & samfélagsmiðlar

Áhersla var lögð á að samræma útlit á erlendu kynningarefni sem og tengja það betur við stefnu í erlendu markaðsstarfi ásamt því að auka úrval myndefnis í takt við það.

Vefsíður

Mikil áhersla er lögð á markaðssetningu á netinu, en þrjú vefir Íslandsstofu spila þar veigamikla hlutverk: iceland.is, visiticeland.com og inspiredbyiceland.com en þess utan á Íslandsstofa í samstarfi vegna vefjanna cruiseiceland.com, visiteurope.com og goscandinavia.com. Samanlagt fá þessir vefir yfir 2 milljónir heimsóknna á ári.

Undirbúningur hófst við endurgerð vefsins VisitIceland.com undir lok ársins, og lýkur þeirri vinnu á árinu 2013. Efni vefsins verður bætt og samþætting við aðra vefi efl. Einnig var unnið að því að efla póstlista á vefsíðunum.

Íslandsstofa aðstoðaði einnig Nýsköpunarmiðstöð Íslands við gerð heimasíðu um frjórkornaofnæmi, www.hayfeverheaven.is, en Ísland er kjörinn áfangastaður fyrir þá sem þjást að ofnæmi, og félag safnamanna við gerð síðunnar Museums.is

Samfélagsmiðlar

Talsverð vinna hefur verið lögð í samfélagsmiðla, einkum undir hatti Inspired by Iceland. Einnig er rekið samfélagsmiðlaverkefnið Iceland wants to be your friend og verður því haldið áfram. Auk þess eru til samfélagsmiðlasíður fyrir Visit Iceland (s.s. Facebook og Twitter) og Iceland (s.s. Flickr). Alls eru yfir 200.000 manns sem tengjast samfélagsmiðlum Íslandsstofu samanlagt.

Kynningar & útgáfa

Nýr landkynningarbæklingur með breyttu sniði var gefinn út árið 2011 en áhersla var lögð á þematengingar í stað landfræðilegrar skiptingar sem var áður. Bæklingurinn getur nú nýst í fleiri kynningar en í tengslum við ferðapjónustu. Gert er ráð fyrir að bæklingurinn hafi tveggja ára líftíma. Bæklingurinn var gefinn út á 14 tungumálum og var prentaður í um 250.000 eintökum. Hann er einnig aðgengilegur á netinu. Bæklingnum er dreift í gegnum dreifingarfyrtæki í viðkomandi löndum til neytenda auk þess sem erlendir söluaðilar nýta sér bæklinginn til viðbótar sínu markaðsstarfi. Nýr bæklingur um sögueyjuna Ísland var unninn í samstarfi við Samtök um sögutengda ferðapjónustu og kemur hann út á árinu 2013.

Issues & Images er fréttatengt tímarit frá Íslandi um allt sem íslenskt er og hefur verið unnið í takt við áherslur í erlendu markaðsstarfi, s.s. matvæli, heilsu og vellíðan, ferðapjónustu og orku- og tæknimál. Blaðið er gefið út einu sinni á ári og dreift til valdra aðila erlendis og allra sendiráða.

Fyrirspurnir

Íslandsstofa svarar um 3.500 fyrirspurnum á ári í gegnum tölvupóst og síma til ferðamanna sem eru áhugasamir um að koma til Íslands og/eða eru þegar á leið til landsins. Hér eru ekki meðtaldar fyrirspurnir sem berast í gegnum samfélagsmiðla.

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Íslandsstofa vekur athygli á Íslandi með ýmsum leiðum með aðstoð almannatengslaskrifstofa, t.d. með fjölmiðlaferðum, fréttatilkynningum eða viðtölum við athyglisverða einstaklinga símleiðis. Þar að auki aðstoðar Íslandsstofa um 600 blaðamenn á ári við að skipuleggja Íslandsferðir sínar ásamt því að skipuleggja sérstakar fjölmiðlaferðir til landsins. Íslandsstofa vinnur einnig skipulega með kynningarmiðstöðvum listgreina og hátíðarstjórnendum að fjölmiðlaferðum.

Miklar áherslubreytingar urðu á árinu er viðkemur almannatengslum. Vinnuferlar voru samhæfðir og samvinna á milli stofa efl. Gerðir voru samningar við nýjar almannatengslaskrifstofur á flestum mörkuðum. Í dag er unnið með eftirfarandi stofum: BZ.comm í Þýskalandi, TQC í Frakklandi, Brighter Group í Bretlandi ásamt Brooklyn Brothers í Bretlandi í tengslum við Ísland – allt árið (farið verður sérstaklega yfir verkefni Ísland – allt árið og almannatengsl í sérkafla).

Mótuð var almannatengslastefna í í samræmi við áherslur í erlendu markaðsstarfi hvað varðar leiðarljós, efni, markhóp, skilaboð og fjölmiðlaviðmið. Viðmiðin snúa m.a. annars að tegund miðla (gæði fremur en magn) og breiðari efnisumfjöllun og tengjast vaxtarsviðum Íslandsstofu, s.s. mat, listum og skapandi greinum og hreinni orku. Tekið var tillit til vinnu Íslands – allt árið og Iceland Naturally við gerð stefnunnar til frekari samhæfingar á skilaboðum. Í framhaldi af bættum vinnuferlum er nú einnig haldið betur utan um tölur og virði umfjöllunar á öllum mörkuðum.

Fjölmiðlaumfjöllun um Ísland sem áfangastað

Íslandsstofa hefur samið við í þremur löndum um að safna saman þeirri umfjöllun sem landið fær í fjölmiðlum, sérstaklega fyrir milligöngu Íslandsstofu. Skráð er tegund miðils, hvort Ísland er aðalumfjöllunarefnið, kemur fyrir í almennri frétt, er nefnt eða nefnt lítilliga út frá 10-20 lykilorðum. Það gefur góða mynd af tegund umfjöllunar og þróun umræðu. Ekki er hægt að halda tæmandi skrá um umfjöllun erlendis sökum kostnaðar.

Ísland í forgrunni

Ísland fékk mikla athygli frá erlendum fjölmiðlum á árinu og má gjarnan nefna hér að Ísland var efst á lista ferðahluta tímaritsins National Geographic yfir bestu áfangastaði heims árið 2012. Ísland var einnig valið besti áfangastaðurinn í Evrópu fyrir ævintýralegar upplifanir í ferðablaði Sunday Times og valið besti áfangastaður í heimi af lesendum Lonely Planet í kjöri á bestu áfangastöðum ársins 2012. Þá valdi Guardian Ísland sem það Evrópuland sem eigi að heimsækja árið 2013 og CNN Travel valdi Reykjavík sem einn af 10 heitustu áfangastöðum ársins 2013.

Hér að neðan verður farið nánar yfir starf ársins á einstökum löndum, en einnig er farið yfir þau lönd þar sem ekki er unnið með almannatengslaskrifstofum. Í þeim löndum er jafnan unnið með sendiráðum og ræðismannaskrifstofum, auk þess sem unnið er með Scandinavian Tourism Inc í Norður Ameríku.

Bretland

Um fjöllun í Bretlandi hefur verið með besta móti og má m.a. nefna veigamikla um fjöllun sem Ísland fékk í National Geographic Traveller, Lonely Planet, The Guardian, Elle UK, BBC Radio og Monocle. Einnig var Ísland áberandi í sjónvarpsþáttum sem endursýndir voru frá árinu 2011 og Íslandsstofa tók þátt í vinnu við, s.s. BBC Knowledge þætti um jökla á Íslandi og BBC Four þætti um fjallgöngur.

Þýskaland

Um fjöllun um Ísland virðist hafa verið mest í Þýskalandi en dæmi um um fjöllun sem Ísland fékk sem áfangastaður var m.a. í Vouge, Die Zeit, Spiegel Online, ARD Radio, ARD Brisant og Welt am Sonntag. Íslandsstofa aðstoðaði m.a. við sjónvarpsþáttinn „Million Dollar Model“, skipulagði sérstaka fjölmiðlaferð í tengslum við HM 2013 í Berlín þar sem íslenski hesturinn var aðalviðfangsefnið ásamt fjölmörgum öðrum ferðum, s.s. um matarmenningu.

Frakkland

Um fjöllun í Frakklandi var einnig góð og aðstoðaði Íslandsstofa m.a. við undirbúning nokkurra útvarps- og sjónvarpsþátta, einkum þátta um menningu Íslands. Má þar nefna sérstaklega þriggja klukkutíma útvarpsþætti á Radio Culture og fréttapátt um endurnýjanlega orku á France24. Á þessum markaði er mest um aðstoð við einstaka fjölmiðla. Ákveðið var einnig að taka þátt í norrænu samstarfi Le Club Nordique þar sem haldnir voru mánaðarlega viðburðir og sérstök viðfangsefni frá hverju landi tekin fyrir. Á þessa viðburði var fjölmiðlum boðið ásamt öðrum þeim er hafa áhuga á löndunum. Einnig var ákveðið að fara nýstárlega leið til þess að vekja athygli á Íslandi með því að halda þrjónakvöld þar sem farið var í grunnatriði þrjónamennsku.

Norðurlönd

Um fjöllun á Norðurlöndunum er ekki tekin saman þar sem Íslandsstofa er ekki með almannatengslaskrifstofu en stærsta verkefnið á þessum markaði var aðstoð við tókur á þættinum Finland's Next Top Model. Unnið er með sendiráðunum á þessum mörkuðum eins og við á.

Fjarmarkaðir

Náið samstarf er við sendiráðin um verkefni á fjarörkuðum og þá helst í Inlandi, Japan og Kína. Nokkrir fjölmiðlar komu til landsins í samstarfi við Íslandsstofu og ber þar hæst fulltrúa frá tímaritinu Weekend Hong Kong.

Norður Ameríka

Iceland Naturally

Stærsti hluti starfseminnar í Norður-Ameríku felst í samstarfsverkefninu Iceland Naturally sem unnið er í samvinnu við viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins. Verkefnið hefur verið starfrækt í 10 ár. Að baki því verkefni standa nú 12 fyrirtæki sem eiga hagsmuna að gæta á Norður-Ameríkumarkaði auk forsætisráðuneytis, utanríkisráðuneytis, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins og Íslandsstofu. Markmið verkefnisins er að auka eftirspurn eftir íslenskum afurðum og þjónustu og örva ferðamannastraum til landsins frá Norður-Ameríku.

Á hverju ári er útbúin ítarleg markaðsáætlun. Miðað er við 2-3 viðburði í mánuði. Iceland Naturally gerir verkefnabundna samninga við almannatengslaskrifstofur, s.s. Regan Communications, eftir því hvaða verkefni eru í gangi hverju sinni. Verkefnið er með sérstakan samning við stofu sem sérhæfir sig í samfélagsmiðlum og vefsíðum, Big Fish. Vefsíða verkefnisins er www.icelandnaturally.com. Dæmi um verkefni Iceland Naturally á árinu eru eftirfarandi:

Taste of Iceland: árlegur viðburður sem haldinn er í mismunandi borgum á milli ára. Þetta árið var viðburðurinn í Denver, Seattle, Washington DC og Boston. Dagskráin samanstendur af Reykjavík Calling tónleikum og matarkynningu á veitingastöðum ásamt kvikmynda- og listahátíð. Viðburðurinn er kynntur í gegnum samfélagsmiðla og auglýsingar. Viðburðirnir skila mikilli um fjöllun en sem dæmi má nefna að viðburðurinn í Denver skilaði 118 blaðagreinum og í Seattle 264 greinum.

Fréttatilkynningar og mánaðarleg fréttabréf: Dateline er fréttabréf sem sent er út mánaðarlega með öllu því nýjasta frá Íslandi og nær til um 200.000 lesenda. Einnig eru sendar út reglulegar fréttatilkynningar, s.s. um Reykjavík Jazz Festival, Menningarnótt, jólin og fleiri atburði.

Dæmi um aðra atburði: bein útsending frá Iceland Airwaves í Bandaríkjunum í samstarfi við KEXP útvarpsstöðina, bein útsending á vefsíðunni frá flugeldunum um áramótin, sérstök fjölmiðlaferð með Bláa lóninu ásamt keppnum (sweepstakes), s.s. Experience Icelandic með Icelandic Glacial Water, Herd in Iceland sweepstakes og ECCO sweepstakes með ECCO og GearJunkie.

Scandinavian Tourism Inc.

Norðurlöndin reka sameiginlega markaðsskrifstofu, Scandinavian Tourism Inc., og hefur það verið talið geta veitt margvíslegt hagræði og samlegðaráhrif í vinnunni. Nú hefur hins vegar verið ákveðið að draga Íslandsstofu út úr samstarfinu þar sem það er ekki talið skila tilætlunum árangri og kostnaðurinn við rekstur skrifstofunnar er of hár. Íslandsstofa verður aðili að samstarfinu út árið 2013. Helstu verkefni skrifstofunnar eru að svara fyrirspurnum áhugasamra um Norðurlöndin, dreifing á bæklingum og kynningarefni ásamt því að halda úti vefsíðu og samfélagsmiðli. Skrifstofan hefur einnig látið gera rannsóknir á viðhorfi til landanna.

Listir og skapandi greinar

Íslandsstofa studdi við komu fjölmargra erlendra fjölmiðlamanna og listrænna stjórnenda á árinu í samvinnu við kynningarmiðstöðvar listgreina og hátíðarstjórnendur. Á meðal verkefna sem Íslandsstofa kom að má nefna Myrka Músíkdaga, HönnunarMars, Reykjavík Fashion Festival, Aldrei fór ég suður, Ljósmyndadaga í Reykjavík, EVE Fanfest, Reykjavík Music Mess, Listahátíð í Reykjavík, Eistnaflug, Lókal, Reykjavík Dance Festival, Reykjavík Jazz Festival, Iceland Airwaves, Umræðuþræði sem er verkefni Listaháskólans, Listasafns Reykjavíkur og Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar og fleiri.

Viðburðir erlendis innan lista og skapandi greina

Íslandsstofa studdi við komu fjölmargra erlendra fjölmiðlamanna og listrænna stjórnenda á árinu í samvinnu við kynningarmiðstöðvar listgreina og hátíðarstjórnendur. Á meðal verkefna sem Íslandsstofa kom að má nefna Myrka Músíkdaga, HönnunarMars, Reykjavík Fashion Festival, Aldrei fór ég suður, Ljósmyndadaga í Reykjavík, EVE Fanfest, Reykjavík Music Mess, Listahátíð í Reykjavík, Eistnaflug, Lókal, Reykjavík Dance Festival, Reykjavík Jazz Festival, Iceland Airwaves, Umræðuþræði sem er verkefni Listaháskólans, Listasafns Reykjavíkur og Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar og fleiri.

You are in Control

Á árinu fluttist ráðstefna skapandi greina, You Are In Control, tímabundið undir hatt Íslandsstofu. Ráðstefnan er talin geta orðið mikilvægur vettvangur til kynningar á Íslandi og skapandi greinum. En listum og skapandi greinum á Íslandi voru gerð góð skil í erlendum miðlum sem boðið var á ráðstefnunna. Í kjölfarið hefur áhugi erlendra miðla á Íslandi og tengingu við listir og skapandi greinar aukist. Ráðgert er að halda ráðstefnunni undir hatti Íslandsstofu næstu þrjú árin í samvinnu við kynningarmiðstöðvar listgreinanna og hagsmunaaðila.

Fundur ferðapjónustu og lista og skapandi greina

Haldinn var sameiginlegur hugarflugsfundur ferðapjónustunnar og lista og skapandi greina á Reykjavík Hilton Nordica í lok árs 2012. Hugmyndin með fundinum var að stefna saman tveimur fagráðum Íslandsstofu, þ.e. fagráði ferðapjónustunnar og fagráði lista og skapandi greina til að varpa ljósi á sameiginlega hagsmuni og möguleg samlegðaráhrif greinanna. Á fundinum var leitað nýrra leiða til samstarfs milli skapandi greina og ferðapjónustu. Eftirfylgni fór af stað eftir fundinn og er Íslandsstofa að vinna úr niðurstöðum sem verða kynntar og áframhaldandi vinna á verkefninu fer fram á nýju starfsári.

Erlent tengslastarf og viðburðir erlendis

Erlent tengslastarf er mikilvægur þáttur í almennu markaðsstarfi ferðapjónustunnar, sérstaklega tengt erlendum söluaðilum. Viðburðir erlendis eru af ýmsum toga og er reynt að samþætta þá vinnu eins og hægt er með því að tengja viðburði listum og skapandi greinum og matarviðburðum.

Íslandsstofa heldur utan um gagnagrunn yfir þá erlendu söluaðila sem hafa Ísland á sínum sölulista. Íslandsstofa sendir þeim reglulega fréttabréf og hefur aukið upplýsingamiðlun til þeirra. Íslandsstofa tekur einnig þátt í að skipuleggja og taka á móti söluaðilum Íslandsferða erlendis, bæði á eigin vegum og í samstarfi við söluaðila erlendis og markaðsstofur landshlutanna.

Íslandsstofa tekur þátt í ýmsu tengslastarfi erlendis, s.s. Antor sem er tengslanet ferðapjónustunnar á Norðurlöndunum og eru nokkrir fundir sóttir á ári í samstarfi við sendiráðin í Noregi, Svíþjóð og Danmörku. Íslandsstofa á einnig fulltrúa í markaðsnefnd NATA en Ferðamálastofa er fulltrúi Íslands í verkefninu.

Vinnustofur og Íslandskynningar erlendis

Reglulega eru skipulagðar vinnustofur með erlendum og íslenskum ferðapjónustuaðilum þar sem farið er yfir markaðsáherslur og viðskiptasambönd eflað. Stundum eru vinnusmiðjurnar í samstarfi við önnur lönd eða í tengslum við aðra viðburði sem Íslandsstofa stendur fyrir. Íslandsstofa stendur einnig fyrir Íslandskynningum á eigin vegum sem og í tengslum við ákveðna viðburði. Helstu vinnustofur ferðapjónustuna og Íslandskynningar á árinu voru:

Vinnustofa í St. Pétursborg í janúar

Vinnustofa var haldin í St. Pétursborg í samstarfi við Grænlandinga og Færeyinga þann 17. janúar. Þetta er annað árið í röð sem vinnustofa fer þar fram en hún er haldin í tengslum við ferðakaupstefnuna MATKA í Finnlandi. Tæplega 150 erlendir aðilar mættu frá um 100 rússneskum fyrirtækjum. Fulltrúar Íslandsstofu og sendiráðs Íslands í Moskvu héldu kynningu á Íslandi og svöruðu almennum fyrirspurnum.

Vinnufundur í London í febrúar

Vinnustofa var haldin í London þann 28. febrúar í samstarfi við ferðamálayfirvöld í Eistlandi og Finnlandi í höfuðstöðvum hins konunglega stórskotaliðs, 'The Honorable Artillery Company.' Átján íslensk fyrirtæki funduðu með yfir 40 breskum ferðaskrifstofum.

Íslandskynning í Chongqing og Peking í Kína

Fjögur íslensk ferðaðjónustufyrirtæki kynntu starfsemi sína í kínversku borgunum Chongqing og Peking 29. og 30. mars. Um 50 manns frá kínverskum ferðaskrifstofum mættu á hvorn viðburð þar sem fjallað var um Ísland sem áfangastað með ræðum, fundum og sýningu ferðamálamyndbanda frá verkefninu Inspired by Iceland. Fyrirtækin sem um ræðir voru Iceland Travel, Iceland Excursion, Icelandair og Hotels of Iceland, en hið síðastnefnda er skrifstofa Foss- og Reykjavíkurhótela í Kína. Meðal þess sem starfsmenn kínverskra ferðaskrifstofa spurðu um á kynningunum voru einstaklings- og hópfærðir, vegabréfsáritanir, valmöguleikar í flugtengingum til Íslands, ráðstefnuhald og hvataferðir. Íslandsstofa og sendiráðið í Peking hafa undafarið ár einnig unnið sérstakt átak í því að kynna íslenska ferðaðjónustu fyrir kínverskum ferðaskrifstofum og neytendum. Landkynningarbaklingurinn var þýddur sérstaklega á kínversku vegna þessa og við höfum tekið þátt í ferðasýningum. Menningar- og viðskiptafulltrúi sendiráðsins hefur skipulagt það starf með Íslandsstofu.

Vinnustofur og kynningarfundir í Evrópu í apríl og maí

Í apríl og maí gekkst Íslandsstofa fyrir röð kynningarfunda í Evrópu. Haldnar voru kynningar og vinnustofur í Frankfurt, München, Ósló, Stokkhólmi, Kaupmannahöfn, París og Amsterdam. Íslandsstofa hélt kynningar á markaðsáherslum og sérstaklega var tekið fyrir markaðsátakið Ísland – allt árið. Þá gafst íslenskum fyrirtækjum færi á að funda með söluaðilum og kynna nýjungar í vöruframboði sínu veturinn 2012-2013. Fundirnir voru ágætlega sóttir en yfir 90 erlendir aðilar mættu ásamt því að eiga fundi með íslensku fyrirtækjunum sem voru með í för en þau voru 13 talsins.

Íslandskynning í Prag í maí

Í tilfelli af opinberri heimsókn forseta Íslands til Prag stóð Íslandsstofa fyrir Íslandskynningu og vinnustofu þar í borg þann 18. maí. Össur Skarphéðinsson utanríkisráðherra opnaði kynninguna með ávarpi og fulltrúi Íslandsstofu kynnti möguleika Íslands sem ferðamannalands allt árið sem og markaðsátakið Ísland – allt árið. Síðan tók við vinnustofa þar sem 11 íslensk ferðaðjónustufyrirtæki kynntu starfsemi sína fyrir 25 tékkneskum ferðaðjónustuaðilum. Í lok dags var síðan haldin móttaka ásamt ræðismanni Íslands í Prag.

Vinnustofur og Íslandskynningar í Norður Ameríku í september og október

Ellefu íslensk ferðaðjónustufyrirtæki fóru dagana 22.-25. október með Íslandsstofu í funduferð í þrjár borgir í Norður-Ameríku; New York, Washington og Seattle, þar sem haldnar voru vinnustofur og Íslandskynningar. Einnig voru með í för þrjár fulltrúar frá tveimur ferðaðjónustufyrirtækjum í Færeyjum og tveimur hótelum í Grænlandi. Allir fundirnir voru skipulagðir með starfsfólki Icelandair á hverjum stað sem einnig tók virkan þátt. Samtals voru um 100 gestir sem mættu á þrjá fundi. Í framhaldi af vinnustofunum í þessum þremur borgum var síðan vinnustofa í Los Angeles dagana 26.-27. október sem skipulögð var í samstarfi við Scandinavian Tourism Inc.

Íslandskynning í Suður Ameríku í nóvember

Íslandsstofa stóð fyrir í samstarfi við AWT Group (umboðsaðili Icelandair í Suður-Ameríku) kynningum á Íslandi sem áfangastað í þremur borgum Rio de Janeiro og Sao Paulo í Brasilíu og Buenos Aires í Argentínu. Yfir 130 erlendir aðilar sóttu kynningarnar en 8 fulltrúar fjögurra íslenskra fyrirtækja tóku þátt. Kynningarnar fengu töluverða fjölmíðlaumfjöllum á hverjum stað fyrir sig.

Ferðasýningar

Ferðasýningar og ferðakaupstefnur eru mikilvægur liður í starfi markaðssóknar og eru þær annars vegar vettvangur viðskipta milli kaupenda og seljenda í ferðaðjónustu og hins vegar sýning fyrir almenning. Skipta má hlutverki þeirra í þrennt:

1. Almenn landkynning og efling ímynda Íslands þar sem kynnt er það sem landið hefur upp á að bjóða í vöru og þjónustu gagnvart neytendum.
2. Þjónusta og skipulagning fyrir íslensk fyrirtæki og aðstoð við tengslamyndun þeirra.
3. Erlend tengslamyndun við bæði núverandi og mögulega sölu- og markaðsaðila og aðra þá sem áhuga hafa á Íslandi og almenn kynning á verkefnum Íslandsstofu.

Íslandsstofa tekur þátt í fjölda ferðasýninga. Miðað er við að taka þátt í stærstu ferðasýningunum á hverjum markaði, að helstu samkeppnisaðilar taki þátt í sýningu (hér er sérstaklega horft Norðurlöndin) og að a.m.k 3-5 íslensk fyrirtæki hafi áhuga á þátttöku. Einnig tökum við þátt í völdum sýningum með sendiráðunum og þá sérstaklega á fjarmörkuðunum. Íslandsstofa var líka framkvæmdaaðili ferðakaupstefnunnar Vestnorden á árinu 2012 samkvæmt samningi við NATA og Ferðamálastofu. Á árinu var síðan tekinn í notkun nýr Íslandsbás sem er í takt við þá markaðsstefnu sem mörkuð hefur verið í tengslum við markaðssetningu ferðaðjónustunnar. Helstu sýningar sem við tökum þátt í á árinu voru:

MATKA í Helsinki, Finnlandi

Ferðasýningin MATKA fór fram í Helsinki í janúar en þátttaka í þeirri sýningu var í tengslum við vinnustofu sem haldin var í St. Pétursborg í Rússlandi. Alls tóku 16 fyrirtæki þátt í Íslandsbásnum. Í ár voru 71.098 gestir sem sóttu sýninguna sem er ein sú stærsta á Norðurlöndunum, þar af voru rúmlega 16.762 fagaðilar.

Reiselivsmessen í Osló, Noregi

Íslandsstofa var með sýningarbás á Reiselivsmessen sem fór fram í Osló dagana 13.-15. janúar. Sex íslensk fyrirtæki tóku þátt á Íslandsbásnum. Reiselivsmessen er ný sýning með áherslu á neytendur en alls heimsóttu um 40.000 manns sýninguna. Mikill áhugi var meðal gesta á Íslandsbásnum og á þeim vörum sem fyrirtækin kynntu.

Mid Atlantik á Íslandi

Íslandsstofa tók þátt í Mid Atlantik 2012 ferðakaupstefnunni sem Ícelandair stóð fyrir dagana 2.-5. febrúar. Sýningin í ár var sú tuttugasta í röðinni og hana sóttu um 400 kaupendur og seljendur frá Evrópu, Norðurlöndunum og Norður-Ameríku. Fjöldi íslenskra fyrirtækja tók þátt í kaupstefnunni.

ITB í Berlín, Þýskalandi

Að venju var ITB ferðasýningin haldin í Berlín 7.-11. mars, það voru 23 íslensk ferðapjónustufyrirtæki sem tóku þátt þetta árið í þessari stærstu ferðasýningu heims. Þátttakerndur frá um 180 löndum mættu til Berlínar en sýnendur voru alls 10.644 frá 187 löndum. Rétt rúmlega 180.000 sýningargestir komu á ITB í ár, þar af voru 113.006 fagaðilar.

Vest Norden á Íslandi

Ferðakaupstefnan Vest Norden Travel Market er samstarfsverkefni Íslands, Færeyja og Grænlands og er haldin ár hvert, annað hvert ár á Íslandi. Hún var að þessu sinni haldin dagana 2.-3. október í Hörpu. Um 600 kaupendur og seljendur sóttu kaupstefnuna árið 2012. Íslandsstofa fór með skipulag Vest Norden 2012. Undirbúningsnefnd kaupstefnunnar var skipuð fulltrúum framkvæmdaaðila sem að þessu sinni var Íceland Travel, auk þriggja fulltrúa Íslandsstofu og eins fulltrúa Ferðamálastofu.

WTM í London, Bretlandi

Ferðasýningin World Travel Market fór fram 5.-8. nóvember en 21 íslenskt fyrirtæki tók þátt þetta árið. Áætlað er að yfir 28.000 fagaðilar hafi sótt sýninguna þetta árið en það er um 2% aukning frá því í fyrra. WTM er ein stærsta ferðasýning í heimi og ein af tveimur stærstu ferðasýningum sem Íslandsstofa tekur þátt í á hverju ári ásamt ITB í Berlín.

TUR í Gautaborg, Svíþjóð

TUR ferðasýningin fór fram dagana 22.-25. mars 2012 í tuttugasta og níunda sinn. Þetta er stærsta ferðasýningin í Svíþjóð en áætlað er að um 36.100 manns hafi sótt hana að þessu sinni, þar af 13.000 fagaðilar. Átta íslensk fyrirtæki tóku þátt á Íslandsbásnum. TUR er annars vegar vettvangur fyrir viðskipti á milli kaupenda og seljenda í ferðapjónustu (B2B) og hins vegar sýning fyrir almenning.

Top Resa

Íslandsstofa skipulagði þátttöku íslenskra fyrirtækja á ferðasýningunni IFTM – Top Resa 2012 sem fór fram dagana 18.-21. september. Þetta var í fyrsta sinn sem Íslandsstofa skipuleggur þjóðarbás á Top Resa en hún er mikilvægasta ferðasýningin í Frakklandi. Það voru fimm íslensk fyrirtæki sem sýndu með Íslandsstofu. Tæplega 29.000 fagaðilar heimsóttu sýninguna í ár sem er aukning um 3,7% frá árinu 2011.

Aðrar ferðasýningar sem Íslandsstofa tók þátt í á árinu 2012:

Washington D.C. Travel and Adventure, Bandaríkjunum, FITUR í Madrid, Spáni, TTG á Rimini, Ítalíu, CMT í Stuttgart, Þýskalandi, Reisen í Hamborg, Þýskalandi, F.R.E.E í München, Þýskalandi, Vakantiebeurs í Utrecht, Hollandi, BIT í Milanó, Ítalíu, T&C í Leipzig, Þýskalandi, Routes í Evrópu, Scandinavian Show í London, Bretlandi, Birdfair í Englandi

Ráðstefnuskrifstofa Íslands

Í september 2011 flutti Ráðstefnuskrifstofa Íslands starfsemi sína til Íslandsstofu og var gerður samningur í upphafi árs 2012 um hýsingu hennar. Hlutverk Ráðstefnuskrifstofu Íslands er að markaðssetja Ísland á alþjóðamarkaði sem eftirsóttan áfangastað allan ársins hring til ráðstefnu-, funda- og hvataferða. Auk þess ber skrifstofunni að vekja áhuga Íslendinga í alþjóðasamskiptum á að halda ráðstefnur og fundi fagfélaga sinna hér á landi. Hún tekur þátt í alþjóðlegu samstarfi í þessu skyni með því að efna til mikilvægra kynninga, funda og heimsóknna erlendra blaðamanna, skipuleggjenda og kaupenda ráðstefna, funda og hvataferða samhliða upplýsingamiðlun til þessara aðila. Sólveig Lilja Einarsdóttir var framkvæmdastjóri skrifstofunnar en stjórn skrifstofunnar mynduðu fimm aðilar úr aðildarfélögum. Skrifstofan var lögð niður í lok árs 2012 og verkefni færð til Ráðstefnuborgarinnar Reykjavíkur.

Á meðal verkefna Ráðstefnuskrifstofu Íslands á árinu 2012 var sýningin IMEX í Frankfurt og Las Vegas þar sem tólf aðildarfélög ásamt Ráðstefnuborginni Reykjavík tóku þátt. Að auki voru sóttar vinnustofur og viðburðir erlendis í samstarfi við Íslandsstofu, m.a. í Rússlandi, Finnlandi og Bandaríkjunum. Hefðbundin störf fólust að vanda í almennri svörun fyrirspurna, miðlun tilboða sem áfram var aukning á, móttöku erlendra aðila og blaðamanna og miðlun upplýsinga til þeirra sem og aðstoð við innlenda gestgjafa og aðildarfélaga vegna ýmissa málefna.

Cruise Iceland

Cruise Iceland var stofnað 2004 og eru samtök hafna og fyrirtækja sem taka á móti skemmtiferðaskipum og gestum þeirra. Hera Brá Gunnarsdóttir, verkefnisstjóri hjá Íslandsstofu, sinnir 20% starfi fyrir Cruise Iceland samtökin. Í mars fóru 12 fyrirtæki á Cruise Shipping Miami sýningu sem haldin var dagana 12.-15. mars á Miami Beach. Í maí var fjórum starfsmönnum skemmtiferðaskipafélaga í Evrópu boðið í FAM-ferð til Íslands. Ferðin heppnaðist mjög vel og var mikil ánægja meðal gestanna og aðildarfélaga Cruise Iceland sem fengu tækifæri til að hitta gestina á aðalfundi Cruise Iceland. Í september fóru 11 fyrirtæki á Seatrade Cruise sýningu í Marseille, Frakklandi.



ÍSLAND – ALLT ÁRIÐ / INSPIRED BY ICELAND

Markaðsverkefnið Ísland – allt árið er samstarfsverkefni opinberra aðila, einkaaðila og sveitastjórna. Tilgangur markaðsverkefnisins Ísland – allt árið árin 2011-2014 er að jafna árstíðarsveiflu í komu ferðamanna og skapa þannig ný störf og auka arðsemi af greininni. Verkefnið byggir á þeirri fjárfestingu sem lögð hafði verið í markaðsátakið Inspired by Iceland á árunum 2010-2011 og er áfram unnið með það vörumerki. Það beinist fyrst og fremst að því að auglýsa og kynna Ísland sem áfangastað allt árið en um leið er leitast við að virkja almenning á Íslandi til þátttöku í verkefninu. Um samþætt markaðsátak er að ræða undir sterkri yfirskrift sem skapar mikinn slagkraft.

Samstarfsaðilar að verkefninu eru Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Reykjavíkurborg, Icelandair, Samtök ferðapjónustunnar (100 fyrirtæki), Samtök verslunar og þjónustu (20 fyrirtæki), ISAVIA og Landsbankinn. Fulltrúar frá samstarfsaðilum mynda framkvæmdastjórn verkefnisins. Íslandsstofa annast framkvæmd verkefnisins, og starfar einn verkefnastjóri í fullu starfi við að sinna því, ásamt öðrum starfsmönnum Íslandsstofu eftir þörfum.

Í stjórn verkefnisins sitja eftirtaldir aðilar: Einar Karl Haraldsson frá atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu, Lisbet Einarsdóttir frá SVP, Guðmundur Óskarsson frá Icelandair, Elín Árnadóttir frá ISAVIA, Svanhildur Konráðsdóttir frá Reykjavíkurborg, Sævar Skaptason frá SAF, Þorsteinn Örn Guðmundsson frá Ráðstefnuborginni Reykjavík og Elínborg V. Kvarn frá Landsbankanum.

Markmið

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

Markaðsáherslur og markhópur

Inspired by Iceland leggur áherslu á að segja sögur frá Íslandi sem kynna landið sem ákjósanlegan áfangastað með sérstakri áherslu á haust, vetur og vor. Höfðað er til þess að Íslandsferð samræmist eftirsóknarverðum lífsstíl og sé minnisverð upplifun. Einnig er unnið sérstaklega með ráðstefnu- og fundamarkaðinn í nánu samstarfi og með sérstökum samningi við Ráðstefnuborgina Reykjavík.

Stefnan í markaðsstarfi fellur einnig að almennu markaðsstarfi ferðapjónustunnar hjá Íslandsstofu og er allt markaðssefni hennar stimplað með vörumerki Inspired by Iceland og horft til þess sem sameiningartákns í öllu markaðsstarfi. Einnig er m.a. unnið eftir þemamánuðum eins og komið hefur fram. Því eru markaðssvæði einnig þau svæði sem flogið er á allt árið. En á hverjum tíma er ákveðið hvaða svæði eigi að leggja mesta áherslu í samræði við sérstakan markaðssvæðahóp sem ákveðinn er af stjórn Ísland – allt árið.

Leiðarljós í markaðsstarfi

Ísland. Það er ekki fyrir hvern sem er. Það er ekki fyrir þá sem fara þangað sem allir aðrir fara. Ekki fyrir ferðalanga sem vilja ekki láta koma sér á óvart. Það er fyrir þá sem ferðast um heiminn til að upplifa eitthvað öðruvísi og snúa heim með góða sögu í farteskinu. Sögurnar frá Íslandi hætta ekki að berast þegar vetrar. Þeim fjölga stöðugt og verða ævintýralegrir frá degi til dags, alla 365 daga ársins. Vertu velkominn í hóp þeirra sem ferðast í anda landkönnuða með ævintýraþrá og sköpunargleði í brjósti. Þetta er kannski ekki fyrsta landið sem kemur upp í hugann að heimsækja í vetur en þetta verður fyrsta landið sem þú segir vinum þínum frá. Komdu og láttu heillast af Íslandi.

Verkliðir og verkhlutar

Verkefnið er víðamikil og tekur til margra þátta og er verkhlutum ársins skipt hér niður í tímabil eftir árstíma til þess að reyna að auðvelda yfirsýn yfir verkefni:

Tímabilið mars – maí 2012

Vorátakið lagði áherslu á almannatengsl, samfélagsmiðla og markaðssetningu á netinu (PPC) en ekki hefðbundnar birtingar.

Eldhús – Little house of Food

Átakinu var ýtt úr vör með Eldhús – Little House of Food. Í 12 daga var ferðast með lítið hús á hjólum um landið og stoppað á 12 stöðum. Markmiðið var að kynna íslenska matargerð, matarhönnun og matarmenningu fyrir erlendum ferðamönnum sem gafst færi á að sækja matarboð í Eldhúsið og upplifa íslenska matargerð á heimsmælikvarða. Fjölmörgum blaðamönnum var boðið til landsins í tengslum við átakið, m.a. Metro frá Bretlandi, Huffington Post frá Bretlandi, HelloCotton.fr frá Frakklandi, Kulturebloggen frá Svíþjóð, Arthurstocherkocht frá Þýskalandi og Serious Eats frá Bandaríkjunum.

Eldhús – Little house of Design

Í framhaldi af HönnunarMars var Eldhúsinu breytt í hönnunarhús; Eldhús – Little House of Design. Fjórum nemendum frá Bretlandi, Þýskalandi og Danmörku sem stunda nám við Chelsea College of Art and Design var boðið að koma til landsins og kynna íslenskra hönnun og vinna verkefni með íslenskum hönnuðum sem verður liður í lokaverkefni þeirra

við skólann. Nemendurnir vorðu fjórum dögum hér og hittu á þeim tíma fjóra íslenska hönnuði og unnu með þeim í þeirra vinnustofum og í Eldhúsinu. Markmiðið var að kynna íslenska hönnun og fá erlenda gesti til þess að fyllast andagift af íslenskri hönnun. Fjölmörgum blaðamönnum var boðið til landsins í tengslum við Eldhús – Little House of Design. Þessir blaðamenn komu frá miðlum líkt og Trendland.com frá Bandaríkjunum, Glass frá Bretlandi, Computerarts.co.uk frá Bretlandi og Hudat.com frá Þýskalandi.

Huffington Post

Íslandsstofa fór í samstarf við Huffington Post, og systurfyrirtæki þess, AOL og GoViral, þar sem allir miðlar þeirra voru notaðir til þess að koma Inspired by Iceland á framfæri. Grunnurinn í því samstarfi var sérstök síða á Huffington Post þar sem Ísland var í forgrunni. Samstarfið stóð yfir í 6 vikur í mars og apríl. Á þessu tímabili var um að ræða þrískipt þema; frumsýning á kvikmyndinni Ísland sem er heimildamynd um heimboð Íslendinga frá árinu áður, Eldhús – Little House of Food og svo Eldhús – Little House of Design. Á þessari sérstöku Íslandssíðu var hægt að lesa daglegt blogg frá ferðum Eldhús – Little House of Food, blogg frá kvikmyndaleikstjóranum Rupert Murray um upplifun hans af Íslandi, en hann var leikstjóri heimildamyndarinnar Ísland, ásamt ýmsum almennum upplýsingum um Ísland.

Viðburðir

Um páskana var bein útsending um netið frá hátíðinni Aldrei fór ég suður á vef Inspired by Iceland. Rúmlega 36.000 manns horfðu á streymið á vef Inspired by Iceland og var um 50% af því erlent áhorf sem er mikil aukning frá árinu áður þegar um 25.000 manns horfðu.

Áhrif vorátaksins

Vorátakið skilaði 687 milljón snertingum (impressions) þvert yfir rafræna miðla. Verðmæti þeirrar umfjöllunar er metið á 1,2 milljarð íslenskra króna (£6,8 m). Fjallað var um átakið í rúmlega 3000 miðlum á markaðssvæðum Inspired by Iceland. Rúmlega 350.000 manns horfðu á myndböndin á þessu tímabili. Samkvæmt neytendarannsóknnum sem Huffington Post gerði hjá lesendum sínum höfðu 69% lesenda þeirra séð efnið og hafði hlutfall þeirra sem gátu hugsað sér að ferðast til Íslands tvöfaldast á tímabilinu.

Tímabilið ágúst - desember 2012

Vetraráttak Inspired by Iceland hófst í ágúst og var lögð áhersla á að skapa umræðu og hugrenningartengsl um nafnið Ísland. Leitað var til ferðamanna um að stinga upp á nafni sem gæti lýst landi og þjóð og upplifun þeirra af landinu undir yfirskriftinni „What does Iceland mean to you?“ Ferðamenn voru beðnir um að skila inn tillögum að nafni í gegnum vefsíðu Inspired by Iceland og að lokum verður ein tillaga valin og verðlaunuð vorið 2013. Einnig var lögðu áhersla var einnig á þematengda viðburði eins og áður til þess að skapa umræðu.

Eldhús – The little house of Music

Í nóvember var unnið náð með Iceland Airwaves hátíðinni. Eldhús – Little House of Music var skráð sem minnsti „off venue“ tónleikastaður hátíðarinnar. Í fjóra daga var 2-3 erlendum gestum Iceland Airwaves boðið upp á mjög persónulega tónleika með vinsælustu tónlistarmönnum landsins á borð við Valdimar, Retro Stefson, Ásgeir Trausta, Sóley, Dikta o.fl. Á sama tíma var tónleikum úr litla rauða húsinu streymt beint á vef Inspired by Iceland. Fjöldinn allur af erlendum blaðamönnum kom til landsins til þess að taka þátt og upplifa þessa einstöku stemmningu sem skapaðist í kringum Eldhús – Little House of Music og Iceland Airwaves. Markmiðið var að kynna íslenska tónlist og tónlistarmenningu fyrir erlendum ferðamönnum og erlendum blaðamönnum.

Eldhús – The little house of Christmas

Í desember var áhersla á þemað jól og áramót. Eldhúsinu var breytt í jólahús, Eldhús – Little House of Christmas, og var staðsett á Austurvelli við Oslóartréið, fyrstu helgina í desember. Þar gafst erlendum ferðamönnum og erlendum blaðamönnum tækifæri á því að upplifa íslenska aðventu. Einnig var erlendum blaðamönnum boðið til að upplifa íslenskar jólahefðir og söguna í kringum þær í litla rauða húsinu, og matreiðslumaður ársins bauð blaðamönnum að upplifa íslenskan jólamat.

Áhrif vetraráttaksins

Vetrarherferðin skapaði mikla umfjöllun í fjölmiðlum erlendis á öllum mörkuðum Inspired by Iceland. Virði þeirrar umfjöllunar er metin á um 1,78 milljarða íslenskra króna (£8,9 m) enn sem komið er, en henni er ekki lokið. Þá hefur herferðin náð 892.000 snertingum (impressions) í gegnum rafræna miðla á tímabilinu.

MARKAÐSPRÓUN

Svið markaðspróunar Íslandsstofu veitir fyrirtækjum og einstaklingum alhliða þjónustu, upplýsingar og ráðgjöf í því skyni að greiða fyrir útflutningi á vöru og þjónustu. Starfsemi sviðsins miðar að því að styrkja samkeppnisstöðu íslenskra fyrirtækja á erlendum mörkuðum. Kjarnastarfsemi er viðtæk ráðgjöf á sviði markaðssetningar og sölu erlendis. Ráðgjöfin fer meðal annars fram með margskonar námskeiðum, kynningarfundum og ráðstefnum. Fyrirtæki njóta aðstoðar við að koma á viðskiptatengslum erlendis, farnar eru viðskipta- og könnunarferðir á markað og viðtækt net viðskiptafulltrúa og ráðgjafa víða um heim er nýtt til að koma á viðskiptum.

Kortlagning upplýsingatæknigeirans

Í haust réðust Íslandsstofa og Samtök upplýsingatæknifyrirtækja í viðamiklari verkefni sem fólst í að kortleggja upplýsingatæknigeirann. Ráðinn var verkefnastjóri til að sinna þessi verkefni, en stærsti hluti þess fólst í að taka viðtöl við 70 fyrirtæki í greininni. Í framhaldi af þeirri vinnu voru fulltrúar átta fyrirtækja kallaðir saman á vinnufund til að gera verkáætlun byggða á niðurstöðum þessara viðtala og verður henni hrint af stað árið 2013.

Kortlagning umhverfistæknifyrirtækja

Í haust réðust Íslandsstofa og Samtök upplýsingatæknifyrirtækja í viðamiklari verkefni sem fólst í að kortleggja upplýsingatæknigeirann. Ráðinn var verkefnastjóri til að sinna þessi verkefni, en stærsti hluti þess fólst í að taka viðtöl við 70 fyrirtæki í greininni. Í framhaldi af þeirri vinnu voru fulltrúar átta fyrirtækja kallaðir saman á vinnufund til að gera verkáætlun byggða á niðurstöðum þessara viðtala og verður henni hrint af stað árið 2013.

Kortlagning umhverfistæknifyrirtækja

Á árinu fór Íslandsstofa af stað með annað metnaðarfullt verkefni í samvinnu við Samtök iðnaðar og Nýsköpunarmiðstöð þegar ráðinn var starfsmaður til að kortleggja umhverfistæknigeirann. Verkefnið felst í að taka viðtöl við 40 fyrirtæki í greininni og í framhaldinu að greina starfsemi þeirra og þarfir svo hægt verði að aðstoða þau sem best.

Vinna með mannvirkjahönnuðum

Íslandsstofa vann að því á árinu að skoða og greina samstarfsfleti fyrirtækja í mannvirkjahönnun er varðar vinnu á erlendum mörkuðum. Horft er til mögulegrar samvinnu um kynningar-, markaðs- og sölustarf á erlendum mörkuðum og aðra samstarfsfleti sem tengjast útflutningi eða undirbúningi að útflutningi. Vinnan miðar einnig að því að máta hvaða þjónustu Íslandsstofa getur nú þegar veitt þessum aðilum og hvaða þjónustu

þarf að sérsníða að þeirra þörfum, m.t.t. þjónustuframboðs og þekkingar starfsmanna Íslandsstofu. Að verkefnum standa Batteríið, Landslag, Tark, Geysir arkitektar, VSÓ, Verkis, Almenna verkfræðistofan, Mannvit, og Gekon sem jafnframt vann með Íslandsstofu að upplýsingaöflun og greiningu á geiranum.

Útflutningsaukning og hagvöxtur (ÚH)

Verkefnið Útflutningsaukning og hagvöxtur hefur verið starfrækt allt frá árinu 1989 og er því orðið með eldri og þekktari þróunarverkefnum hér á landi. Samstarfs- og stuðningsaðilar verkefnisins árið 2011 voru Háskóli Íslands (með þátttöku meistaranema í viðskiptafræði), Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins og Samtök iðnaðarins.

Verkefnið er skilgreint sem þróunar- og handleiðsluverkefni fyrir lítil og meðalstór fyrirtæki sem eru með viðskiptahugmynd sem byggir á að fara með fullbúna vöru á erlendan markað. Einn þátttakandi kemur frá hverju fyrirtæki, stundum eigandi, markaðs- eða framkvæmdastjóri.

Þátttakendur í ÚH 23 2012-2013 eru BIRNA Trading ehf., EcoNord ehf., Íslenskur æðadúnn ehf., MusikMusik, Reykjavík Letterpress ehf., S4S ehf., Trackwell hf., Vilko ehf. og Sæmark sjávarafurðir ehf.

Spegillinn – Markaðspróun í ferðaþjónustu

Spegillinn er átta til tíu mánaða markaðspróunarverkefni sem átta til tíu fyrirtæki taka þátt í, og hittast þau á jafnmörgum vinnufundum þar sem eitt fyrirtæki er í brennidepli á hverjum fundi. Fundurinn hefst á ítarlegri kynningu á fyrirtækinu þar sem allar upplýsingar eru lagðar fram. Í kjölfarið vinnur svo hópurinn að því að koma auga á leiðir og leggja fram tillögur til úrbóta. Vegna eðlis verkefnisins skrifa allir þátttakendur undir trúnaðaryfirlýsingar strax í upphafi. Ráðgjafi sér um að leiða verkefnið og stýra hópavinnu. Spegillinn snýst um að gefa fyrirtækjum tækifæri til að bera hugmyndir sínar, framtíðarsýn, áætlanir, drauma og óskir undir hóp fólks í sömu stöðu. Þarna er því tækifæri til að sannreyna hugmyndafræði, leiðrétta rangfærslur og endurskoða markmið og leiðir áður en næstu skref í markaðssetningu eru stigin.

Spegill 1, hófst í mars 2011 og lauk í lok apríl 2012. Þátttakendur voru Hótel Reyhlið, Hótel Varmahlíð, ÍT ferðir, Fisherman, Jarðböðin, Elding hvalaskoðun, Mountaineers of Iceland, Gauksmýri, Hótel Hekla og Elftours.

Spegill 2, hófst í maí 2012 og lýkur í apríl 2013. Þátttakendur eru Skemmtigarðurinn, Landnámsetrið, Eaglefjord, Tanni Travel, Sérferðir, Veitingahúsið Vitinn, Saga Travel, Ferðaþjónustan Mjóeyri og Ferðaþjónustan Vatnsholti.



Útstím

Markmið ráðgjafarverkefnisins Útstím er að aðstoða fyrirtæki við að ná fótfestu fyrir eigin vörur og þjónustu á erlendum markaði með því að setja upp 3-6 fundi með hugsanlegum samstarfsaðilum á markaði. Þarfir fyrirtækjanna eru mjög mismunandi og því er lögð áhersla á að aðstoða þau við að innleiða skipulögð vinnubrögð við markaðssetninguna. Til að fá að taka þátt í verkefninu þurfa fyrirtæki að fara í gegnum ákveðið umsóknarferli hjá Íslandsstofu sem ræður í framhaldinu sérfræðinga eða ráðgjafa með sérþekkingu á markaðsmálum tiltekinna atvinnugreina eða markaðssvæðis til að setja upp fundi á markaði í nánú samráði við fyrirtækin. Þau fyrirtæki sem skráðu sig í verkefnið í ár voru Transmit, Controlant, Thor-Ice (Jarteikn ehf./Slurry Ice), KH Ráðgjöf/GGG Cosmetics, My Time Plan ehf., Keilir Pillow og RUSK ehf.

Markaðs- og sölubjálfun fyrir söluaðila sjávarafurða á erlendum mörkuðum

Um er að ræða námskeið í markaðs- og sölubjálfun sem er sniðið að þörfum starfsmanna fyrirtækja sem markaðssetja og selja sjávarafurðir á erlendum mörkuðum. Námskeiðið stóð yfir í fjóra mánuði og var hver vinnustofa í mánuð. Á námskeiðinu var lögð áhersla á samningatækni og menningarmun, sölu og þjónustu á markaði erlendis, markaðsupplýsingar og tímastjórnun svo og kynningartækni á sölufundum. Þátttakendur voru 24 frá eftirtöldum fyrirtækjum: Humarsalan ehf., Danica Seafood ehf., Fiskval ehf., Hafnarnes Ver ehf., Iceland Pelagic ehf., Hraðfrystihúsið Gunnvör, KG fiskverkun, Kampi ehf., Nesfiskur ehf., Icefish ehf., Toppfiskur ehf. og Blámar ehf. Námskeiðið hófst í febrúar 2012 og lauk í maí 2012.

Ráðstefnur og fræðslufundir

Íslandsstofa leggur ríka áherslu á að halda fræðslufundi og námskeið, sérhæfð og hagnýt, fyrir stjórnendur og starfsmenn útflutningsfyrirtækja. Umfjöllunarefnið eru margvísleg og litast oft af umræðu líðandi stundar, ásamt því að kynnt eru viðskiptatækifæri á áhugaverðum mörkuðum og löndum.

Markaðs –og markhópagreining í ferðaþjónustu

Í byrjun janúar fór fram fræðslufundur Íslandsstofu um markaðs- og markhópagreiningar í ferðaþjónustu. Fundurinn var sérlega vel heppnaður og sóttu hann um 130 manns. Á fundinum ræddi William Harding, sérfræðingur hjá ferðamálaráði Kanada (Canadian Tourism Commission), um það hvernig Kanadamenn hafa byggt upp „vörumerkið“ Kanada

á undanförunum árum með góðum árangri. Einnig sagði hann frá sérstöku markaðstækni eða „EQ“ (Explorer Quotient) sem kanadíska ferðamálaráðið hefur þróað fyrir þarlanda ferðaþjónustu til að hámarka árangur í sölu ferða til landsins. Þá kynnti Edward H. Huijbens, forstöðumaður Rannsóknamiðstöðvar ferðamála, hvernig skilgreina má ferðahegðun fólks út frá ýmsum markhópagreiningum.

Evrópusamvinna – tækifæri í Evrópusamstarfi

Kynning á tækifærum í Evrópusamstarfi var haldin í janúar. Þar gafst fólki kostur á að hitta fulltrúa evrópskra samstarfsáætlana og þjónustuskrifstofa á Íslandi og kynna sér möguleika á styrkjum og samstarfi á öllum sviðum menntamála, rannsókna, vísinda, nýsköpunar, menningar og atvinnulífs. Íslendingar hafa aðgang að fjölda Evrópuáætlana í gegnum EES-samninginn og hafa verið mjög virkir í Evrópusamstarfi allt frá því hann tók gildi. Í gegnum samstarfsáætlanir Evrópusambandsins er hægt að sækja styrki og stuðning á flestum sviðum menntunar og atvinnulífs. Þar má telja áætlanir á sviði menntunar á öllum stigum, menningar, rannsókna og vísinda, jafnréttis, vinnumiðlunar og fyrirtækjasamstarfs.

Aðdráttarafli norðurljósanna - fræðslufundur á Akureyri

Miðvikudaginn 8. febrúar stóðu Íslandsstofa og Markaðsstofa Norðurlands fyrir fræðslufundi um norðurljósinn og áhrif þeirra á ferðaþjónustu. Fundurinn var haldinn á Hótel KEA á Akureyri og var fjölsóttur. Einar Sveinbjörnsson veðurfræðingur hélt erindi um norðurljósinn út frá veðurfræðilegu sjónarhorni; hvernig þau eru tilkomin og hvernig spá megi fyrir um birtingu þeirra. Friðrik Pálsson, eigandi Hótel Rangár, ræddi möguleika í sölu og markaðssetningu norðurljósanna á Íslandi. Þá fræddi Ragnar Th. Sigurðsson ljósmyndari viðstadda um reynslu sína og tækifæri í ljósmyndun norðurljósanna.

Kvikmyndatengd ferðaþjónusta

Í febrúar hélt Íslandsstofa fund um möguleg tækifæri fyrir ferðaþjónustuaðila í kvikmyndatengdri ferðaþjónustu. Á fundinum var reynt að svara því hvernig önnur lönd hafa byggt upp slíka þjónustu.

Joakim Lind, markaðssérfræðingur og einn eiganda almannatengslafyrirtækisins Cloudberry communication í Svíþjóð, ræddi meðal annars um Stieg Larsson þríleikinn og áhrif hans á ímynd Svíþjóðar. Þá fór Harvey Edington, kvikmyndasérfræðingur hjá National Trust í Bretlandi, yfir það hvernig kvikmyndagerð getur stuðlað að auknum fjölda heimsóknna á

vissa tókustaði og aukið sögulegt gildi þeirra í leiðinni. Að endingu lýsti Þór Kjartansson, tókustaðarstjóri hjá TrueNorth, mögulegum tækifærum fyrir ferðaþjónustuaðila vegna kvikmynda sem teknar hafa verið á Íslandi og sýndi yfirlit yfir helstu tókustaði á landinu.

Þjónustumenning

Þjónustu- og markaðsstjórnunarhópur Stjórnvísí hélt í samstarfi við Íslandsstofu ráðstefnu um þjónustumenningu í lok febrúar. Ingi Heiðar Bergþórsson þjónustustjóri hjá Hertz ræddi um mikilvægi þjónustu við innri viðskiptavinum og mikilvægi þess að framliðin sé í lagi. Ingibjörg Ólafsdóttir, hótelsstjóri á Radisson Blu Hótel Sögu, fræddi okkur um þjónustuhugtak Radisson keðjunnar „Yes, I can“ og sveigjanleika í þjónustu eftir þjóðernum. Rögnvaldur Guðmundsson, framkvæmdastjóri Rannsóknna og ráðgjafar ferðaþjónustunnar (RRF), greindi frá áhugaverðum staðreyndum um ferðaþjónustuna. Að síðustu greindi Bjarnheiður Hallsdóttir, framkvæmdastjóri hjá Katla Travel, frá þjónustuviðmiðum fyrirtækisins en skrifstofan er staðsett bæði í Þýskalandi og á Íslandi. Um 60 manns mættu á fundinn.

Góð ráð fyrir útflutningsfyrirtæki

Í byrjun mars hélt Íslandsstofa vinnustofu og opinn fund með Chris Bowerman, sem er meðeigandi og stjórnandi Tripos Consultants, þar sem þátttakendur fengu innsýn í það hvernig samningaferill gengur fyrir sig. Yfir 100 manns sóttu fundinn.

NOPEF – Fjármagn til verkefna erlendis

Í mars var haldinn kynningarfundur um NOPEF - Norræna verkefnaútflutningssjóðinn. Hlutverk sjóðsins er að hvetja til þátttöku norrænna fyrirtækja í verkefnum á alþjóðavettvangi og veitir hann litlum og meðalstórum fyrirtækjum hagstæð, vaxtalaus lán og styrki til undirbúnings verkefna í löndum utan EES. Fundinn sóttu 31 en á honum kynnti Per Ovesen starfsemi NOPEF auk þess sem fulltrúar Verkis og Reykjavík Geothermal sögðu frá verkefnum og samstarfi við sjóðinn.

Þróunarsjóður EFTA

Í apríl var efnt til kynningarfundar um tækifæri til samstarfs við þau 15 ríki í Suður- og Austur-Evrópu sem njóta styrkja úr þróunarsjóði EFTA. Í því skyni að styrkja tengsl styrkþegaríkanna við EFTA-ríkin verða í hverju styrkþegaríki starfræktir undirbúnings sjóðir sem stuðla eiga að auknu samstarfi. Til að kynna sjóðina og mögulega samstarfsfleti höfðu

þrír fulltrúar sjóðsins framsögu á fundinum, þau Ragna Fidjestøl, Pawel Krzeczunowicz og Óttar Freyr Gíslason. Fundinn sóttu 43 gestir.

Stærri markaður – fleiri tækifæri.

Íslandsstofa stóð í maí fyrir vinnustofu sem bar yfirskriftina „Stærri markaður – fleiri tækifæri“ og var ætluð þeim sem vildu öðlast hagnýta þekkingu á ýmsum lyklatríðum sem snúa að útflutningi. Góð þátttaka var í vinnustofunni þar sem 18 fulltrúar hinna ýmsu greina voru mættir til að auka við þekkingu sína. Þorgeir Pálsson, ráðgjafi, leiddi vinnustofuna.

Viðskipti í Kína

Rúmlega 50 manns mættu á kynningarfund Íslandsstofu um viðskipti í Kína sem haldinn var í maí, en þar fengu viðstaddir hagnýt ráð og reynslusögur frá fulltrúum fyrirtækja og hinu opinbera varðandi Kínamarkað. Eftir fundinn, sem fór fram á Grand hóteli, gafst fundargestum kostur á að ræða við frummælendur um sín málefni. Markmiðið með fundinum var að veita þeim fyrirtækjum sem áhuga hafa á viðskiptum í Kína hagnýtar upplýsingar sem nýtast þeim í daglegu starfi.

Samningatækni í ólíkum menningarheimum

Íslandsstofa stóð fyrir fræðslufundi í maí þar sem fjallað var um ólíka menningarheima og samskipti þeirra á milli. Fyrirlesari var Vlad Vaiman, prófessor í alþjóðlegri stjórnun og forstöðumaður framhaldsnáms í viðskiptafræði við Háskólann í Reykjavík. Hann er með doktorsgráðu í fjölmenningsstjórnun frá háskólanum í St. Gallen í Sviss. Hann hefur starfað sem ráðgjafi hjá fyrirtækjum víðsvegar um heiminn, þar á meðal í Bandaríkjunum, Kanada, Sviss, Rússlandi og Austurríki. Vaiman er höfundur tveggja bóka og fjölda fræðigreina um mannauðsmál og stjórnun.

Námsstefna um innkaup stofnana SP í Kaupmannahöfn

Fjögur íslensk fyrirtæki sóttu námsstefnu um innkaup stofnana Sameinuðu þjóðanna sem Íslandsstofa átti aðild að og haldin var í Kaupmannahöfn í júní. Alls áttu 114 fyrirtæki frá Danmörku, Noregi og Íslandi fulltrúa á námsstefnunni, bæði fyrirtæki sem eru að kanna þennan stóra markað en einnig þau sem hafa reynslu af viðskiptum við SP. Á námsstefnunni fengu þátttakendur upplýsingar um kröfur sem Sameinuðu þjóðirnar gera til sinna birgja, leiðbeiningar um skráningu á innkaupavef SP og innsýn í innkaupaverli hinna ýmsu stofnana. Að auki gafst þátttakendum tækifæri til að eiga fundi með fulltrúum einstakra stofnana.

Virðisaukaskattur í ESB

Íslandsstofa stóð í september fyrir hagnýtu námskeiði þar sem farið var yfir helstu þætti varðandi virðisaukaskatt í viðskiptum íslenskra fyrirtækja við fyrirtæki í ESB. Þátttakendur fengu gott yfirlit yfir löggjöf ESB um virðisaukaskatt og fræddust um atriði sem snert geta íslensk fyrirtæki, s.s. hvaða tilvik kalla á virðisaukaskráningu í ESB, endurgreiðslu og svokölluð þríhyrningsviðskipti. Löggöð var áhersla á að reglur aðildarlandanna gætu verið ólíkar og eins að það skipti máli hvort selt væri til fyrirtækja eða neytenda. Þátttakendur voru 23. Leiðbeinendur á námskeiðinu voru Mette Juul og Helga Hauksdóttir, sérfræðingar í virðisaukaskatti hjá Ernst&Young.

Viðskipti í Þýskalandi

Um fjórtíu manns mættu á kynningu í lok október sem bar yfirskriftina „Hvernig er að eiga viðskipti í Þýskalandi?“ Á fundinum kynnti Ruth Bobrich, viðskiptafulltrúi Íslands í Berlín, ýmis lykilatriði sem hafa þarf í huga áður en farið er inn á Þýskalandsmarkað. Í máli hennar kom m.a. fram að viðskiptaferlið getur tekið nokkurn tíma og beri því að líta á viðskipti í Þýskalandi sem langhlaup fremur en spretthlaup. Þá sagði hún nauðsynlegt að hafa þýskumælandi aðila sér til stuðnings þegar loka á samningum. Sveinn Áki Lúðvíksson frá fyrirtækinu LS Retail kom einnig fram á fundinum og sagði frá reynslu fyrirtækisins af því að fara inn á markaði í Evrópu og þá sérstaklega þýska markaðinn.

Noregur – samgöngumannvirki og húsbýggingar

Í framhaldi af vinnu með mannvirkjahönnuðum bauð Íslandsstofa til tveggja opinna funda í október um verklegar framkvæmdir í Noregi. Á fyrri fundinum mættu rúmlega 40 manns til að hlýða á Björn Erik Selnes frá norsku vegagerðinni kynna tækifæri í Noregi. Til að gefa hugmynd um umfang verkefna sem gera má ráð fyrir að Norðmenn ráðist í næstu árin, fór Björn Erik yfir fjárhags- og verkefnaáætlun fyrir árið 2013 og samgönguáætlun 2014-2023. Egill Viðarsson og Kolbeinn Kolbeinsson sögðu síðan frá reynslu Almennu verkfræðistofunnar og Ístaks á norska markaðinum. Eftir fundinn átti Björn Erik Selnes fundi með nokkrum fyrirtækjum.

Á síðari fundi af tveimur um verklegar framkvæmdir í Noregi dró Truls Vasvik frá markaðsrannsóknarfyrirtækinu Prognosecenteret upp mynd af norska byggingarmarkaðinum og þróun hans á komandi árum. Hann fór m.a. yfir norskt efnahagslíf og áhrif þess á byggingariðnaðinn og kynnti framtíðarspá um byggingarmagn. Sigurður Harðarson frá Batteríinu arkitektum sagði síðan frá reynslu þeirra á norska markaðinum. Þátttakendur voru rúmlega 40 frá fjölbreyttum hópi fyrirtækja tengdum byggingariðnaði.

SME Week – frumkvöðlar eru framtíðin

Frá árinu 2009 hefur ein vika á ári verið helguð nýsköpunarfyrirtækjum og frumkvöðlum í Evrópu undir yfirskriftinni SME Week eða Evrópska fyrirtækjavikan. Árið 2012 var vika í október tileinkuð frumkvöðlastarfi kvenna og var Vilborg Einarsdóttir, frumkvöðull og einn af aðaleigendum fyrirtækisins Mentor, talsmaður vikunnar fyrir Íslands hönd. Í tilefni Evrópsku fyrirtækjavikunnar stóð Íslandsstofa fyrir ráðstefnu undir yfirskriftinni Frumkvöðlar eru framtíðin í samstarfi við Nýsköpunarmiðstöð Íslands, Rannís, Samtök iðnaðarins, Nýsköpunarsjóð og Hátækni- og sprotavettvang. Þar stigu á stökk reynslumiklar konur sem búa yfir ólíkri og fjölbreyttri reynslu á því ferli sem frumkvöðlar þurfa að ganga í gegnum við stofnun og rekstur á eigin fyrirtæki. Yfir 200 manns sóttu ráðstefnuna sem þótti takast vel.

Þróun ferðaleiða

Á fundi um þróun ferðaleiða 1. Nóvember, fjallaði Trine Kanter Zerwekh, kynningarstjóri hjá norsku vegagerðinni, National Tourist Routes, um samstarfsverkefni vegagerðarinnar og ferðaþjónustunnar þar í landi sem miðar að því að byggja upp vinsælar leiðir fyrir ferðamenn. Þetta eru 18 ferðaleiðir sem valdar voru sérstaklega og hannaðar með hliðsjón af þjónustu og afþreyingu fyrir ferðamenn og þeim náttúruperlum sem sjá má á leiðinni. Nú eru sex af leiðunum tilbúnar en gert er ráð fyrir að búið verði að fullhanna allar 18 leiðirnar fyrir árið 2020. Á fundinum kynnti Hreinn Haraldsson, vegamálastjóri fjórar skýrslur sem vegagerðin hefur látið vinna á síðustu þremur árum og innihalda hugmyndir að ferðamannaleiðum og afmörkun þeirra. Hlynur Snæland Lárusson hjá Snælandi Grímssyni hefur mikla reynslu af akstri um landið og var fenginn til að deila reynslu sinni í þeim efnum. Síðasti ræðumaður, Þórarinn Malmquist, arkitekt hjá Batteríinu, ræddi fjármögnun verkefna og forsendur verkefna af því tagi sem Norðmenn hafa lagt í. Yfir 100 manns sóttu fundinn.

Lausn ágreiningsmála í viðskiptum?

Í desember heimsótti Timothy Harkness, yfirsálfræðingur hjá enska knattspyrnufélaginu Chelsea FC, Ísland, og hélt meðal annars fyrirlestur í boði Íslandsstofu um það hvernig á að leysa ágreining þegar tekist er á um ólík sjónarmið í viðskiptum þar sem miklir hagsmunir eru í húfi. Rúmlega 80 manns mættu á fyrirlesturinn.

Upplýsingamiðlun

Árlega berast Íslandsstofu um 400 fyrirspurnir frá íslenskum fyrirtækjum sem varða tolla, upprunareglur og fríverslunarsamninga, og leggjum við metnað okkar í að svara innan tveggja sólarhringa ef mögulegt er. Í mörgum tilfellum er þó um að ræða allflókin og tæknileg atriði sem krefjast lengri úrlausnartíma. Háskólanemar í verkefnavinnu leita gjarnan til Íslandsstofu um upplýsingar og eigum við gott samstarf við háskólana um kynningu á starfsemi okkar og þjónustu fyrir nemendum. Talsverður fjöldi erlendra fyrirtækja leitar einnig til Íslandsstofu eftir upplýsingum um mögulega birgja, markað fyrir vörur og viðskiptaumhverfi á Íslandi. Vefur Íslandsstofu er nýttur til miðlunar á margvíslegum upplýsingum. Þar eru t.d. birtar fyrirspurnir sem berast frá erlendum aðilum sem óska eftir samstarfi við íslensk útflutningsfyrirtæki.

Gagnabankar

Við úrvinnslu fyrirspurna hafa starfsmenn aðgang að ýmiss konar gagnaböndum. Gagnabankarnir eru kynntir á vef, í upplýsingaefni og í svörum til fyrirtækja og býðst fyrirtækjum og nemendum að koma og nýta sér efni gagnabankanna til vinnslu markaðsskýrsla. Eftirfarandi gagnabankar eru aðgengilegir hjá Íslandsstofu: Datamonitor, Euromonitor, FIS – Fish Information & Services, Kompass, OECD iLibrary, útflutningshandbækur danska útflutningsráðsins og Innovasjon Norge og Worldtariff.

Iceland Trade Directory

Meginefni handbókarinnar Iceland Trade Directory eru upplýsingar um íslenska útflytjendur og seljendur þjónustu. Skráð fyrirtæki eru tæplega 700 talsins og birtast upplýsingar um þau bæði í prentuðu útgáfunni og á vefnum, www.icetradedirectory.com. Bókin er gefin út í 10.000 prentuðum eintökum og er henni dreift á vegum Íslandsstofu og fleiri aðila bæði hérlendis og erlendis, t.d. á sýningum, til ræðismana og sendiráða, útflutnings- og verslunarráða, í viðskiptaheimsóknum og til fjölda fyrirtækja um allan heim.

Enterprise Europe Network

Með áætlun Evrópusambandsins, CIP (Competitiveness and Innovation Framework Programme) varð til tengslanetið Enterprise Europe Network og tók það til starfa í upphafi árs 2008. Íslandsstofa vinnur með Evrópumíðstöð Impru á Nýsköpunarmiðstöð og Rannís og sinnir hver þessara aðila sínum þætti í þjónustunni. Hlutverk Íslandsstofu í þessu samstarfi er að auðvelda íslenskum fyrirtækjum að nýta sér þau tækifæri sem

þjóðast til viðskipta í Evrópu og aðstoða þau við hvaðeina sem snýr að markaðssetningu vöru og þjónustu. Íslandsstofa nýtur góðs af samstarfi við um 600 sambærilegar skrifstofur um alla Evrópu og nýtir þau tengsl við skipulagningu viðburða og öflun og miðlun upplýsinga til fyrirtækja og stofnana.

Enterprise Europe Network rekur gagnagrunn sem getur auðveldað fyrirtækjum að komast í samband við erlenda aðila með samvinnu í huga. Um margs konar samstarf getur verið að ræða, bæði tengt sölu og markaðssetningu á vöru, fjármögnun og rannsóknnum sem og þróun og framleiðslu. Íslensk fyrirtæki geta skráð sig og sínar óskir um samstarf í grunninn og fengið upplýsingar um erlend fyrirtæki í leit að samstarfsaðilum á Íslandi.

Alþjóðabankinn

Alþjóðabankanum er í mun að styrkja tengsl við fyrirtæki með það fyrir augum að auka vitund þeirra og þátttöku í verkefnum í þróunarlöndunum. Bankinn hefur í því skyni stofnað til samstarfs við stofnanir og fyrirtæki og er Íslandsstofa tengiliður Alþjóðabankans við einkageirann á Íslandi.

Viðskiptafultrúar og sendiherrar

Íslandsstofa og viðskiptasvið utanríkisráðuneytisins bjóða íslenskum útflytjendum viðtæka ráðgjafarþjónustu sem sniðin er að fjölbreyttum þörfum útflutningsfyrirtækja. Áhersla er lögð á sveigjanlega ráðgjöf, enda þarfir fyrirtækja ólíkar. Í upphafi ráðgjafarferlisins er leitast við að greina þarfir viðskiptavinarins og sníða honum lausnir sem hæfa atvinnugrein hans og stöðu í útflutningsferlinu.

Íslandsstofa sér einnig um að skipuleggja og auglýsa alla viðskiptafundi viðskiptafultrúa og sendiherra Íslands erlendis hér á landi. Árið 2012 voru fjórar heimsóknir auglýstar með viðskiptafultrúum og nýttu 77 fulltrúar fyrirtækja sér tækifærið til að eiga fund með viðskiptafultrúunum á meðan á heimsókn þeirra stóð. Á árinu voru sex fundir auglýstir með sendiherrum og alls nýttu 99 aðilar tækifærið til að hitta þá á skrifstofu Íslandsstofu.

Einu sinni á ári koma allir viðskiptafultrúarnir hingað til lands á sama tíma í nokkurra daga heimsókn til að hitta fyrirtæki, stilla saman strengi og taka þátt í vinnustofu sem haldin er á vegum Íslandsstofu og viðskiptasviðs utanríkisþjónustunnar. Markmið vinnustofunnar er að allir séu vel upplýstir um það sem er að gerast hér á markaði sem og erlendis og að finna helstu viðskiptatækifærin og hvernig best sé að vinna saman að því að nýta þau. Viðskiptafultrúarnir bjóða svo fyrirtækjum upp á viðtöl og í ár voru það 130 aðilar sem nýttu tækifærið sem gerir um 16 fundi á hvern viðskiptafultrúa.

ÖNNUR VERKEFNI

Samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins

Hjá Íslandsstofu er starfræktur samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins. Samkvæmt 5. gr. rammisamnings milli Íslandsstofu og viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins frá 30. apríl 2003 skuldbindur Íslandsstofa sig til þess að veita 10 milljónum árlega í sérstök samstarfsverkefni. Einnig skuldbindur utanríkisráðuneytið sig til þess að nýta endurgjald fyrir sölu á þjónustu viðskiptafulltrúa til uppbyggingar á þjónustu á vegum viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins. Í stýrihópi samstarfssjóðs eru Jón Ásbergsson og Hermann Ottósson frá Íslandsstofu og Högni Kristjánsson og Júlíus Hafstein frá utanríkisráðuneytinu. Samstarfssjóður lagði 13,7 m.kr. til 21 kynningar og markaðsverkefna erlendis á árinu 2012.

Global Compact – samfélagsleg ábyrgð

Mikil vitundarvakning hefur orðið á meðal fyrirtækja og stofnana um allan heim á síðustu árum um samfélagslega ábyrgð fyrirtækja (CSR). Ísland er þar engin undantekning og hafa fyrirtæki í öllum atvinnugreinum orðið vör við að erlendir viðskiptavinir búast við því að fyrirtækin hafi yfirlýsta stefnu í samfélagsmálum. Útflutningsráð skrifaði í september 2009 undir Global Compact samkomulag Sameinuðu þjóðanna. Með því skuldbatt Útflutningsráð – og síðar Íslandsstofa – sig til að taka þátt í umræðunni um samfélagslega ábyrgð fyrirtækja á sínum vettvangi, ásamt því að hvetja fyrirtæki til þess að tileinka samfélagslega ábyrgð í starfsemi sinni, sem gerir þau samkeppnishæfari á alþjóðavettvangi.

Nýsköpunarþing

Nýsköpunarþing Rannís, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands og Íslandsstofu var haldið í apríl. Á þinginu voru flutt erindi undir yfirskriftinni, „Stjórnun nýsköpunar.“ Fyrirtækið Primex fékk Nýsköpunarverðlaunin árið 2012.

Made in Iceland

Markmiðið með verkefninu er að leita uppi tækifæri í Kína til að kynna vörur og þjónustu íslenskra fyrirtækja og greiða leið þeirra við að ná þar viðskiptasamböndum. Verkefnið er samstarfsverkefni sendiráðs Íslands í Kína, Íslandsstofu og utanríkisþjónustu Íslands og er ætlað íslenskum fyrirtækjum sem hafa áhuga og getu til útflutnings á einn stærsta

neytendamarkað heims. Verkefnið hófst formlega í apríl 2009 og eftir tvö ár var ákveðið að framlengja það til tveggja ára til viðbótar. Í lok árs voru 20 fyrirtæki skráð sem þátttakendur í verkefninu.

Nordic Cleantech Alliance (NCA)

NCA er samnorrænt verkefni sem miðar að því að markaðssetja þau fyrirtæki sem taka þátt í því á nýjum mörkuðum undir vörumerkinu Nordic Cleantech. Markmiðið er að hægt sé að bjóða upp á heildarlausnir umhverfistækniyrirtækja sem leysa verkefni af öllum stærðargráðum, hvar sem er í heiminum. Verkefninu er ætlað að ná fram samlegðaráhrifum norræna fyrirtækja og stofnana með sérstakri áherslu á lítill og meðalstór fyrirtæki. Á meðal meginmarkmiða er sameiginlegt vörumerki, sameiginlegar kynningarleiðir, s.s. vefsíða, bæklingar o.fl. og að mynda grundvöll fyrir uppbyggingu viðskiptasambanda á milli þátttakenda. Verkefninu lauk formlega í ár og er óvíst með framhaldið.

Ferðaþjónusta að vetri til – könnunarferð til Lapplands

Hópur aðila í ferðaþjónustu fór um miðjan febrúar 2012 í þekkingarleit til Lapplands, þar sem heimsótt voru fyrirtæki sem starfa við vetrarferðaþjónustu í finnska hluta Lapplands. Finnar hafa lagt mikla áherslu á vöruhönnun og fræðslustarf í ferðaþjónustu undanfarin ár. Þetta hefur skilað sér í auknum fjölda ferðamanna til Lapplands, en á síðasta ári fjölgaði ferðamönnum á svæðinu um 9%. Heimamenn hafa mikil áform um uppbyggingu í heilsársferðamennsku og hyggjast herja á erlenda markaði til að fjölga ferðamönnum til Lapplands enn frekar. Íslenski hópurinn samanstóð af fulltrúum fyrirtækja sem eru þegar starfandi í ferðaþjónustu og hafa áform um frekari þróun þjónustu yfir veturinn. Þátttakendur voru frá eftirfarandi fyrirtækjum: Ríki Vatnajökuls, Hótel Rangá, Saga Travel, Hótel Reynihlið, Tanni Travel, Hótel Framtíð, Hótel Varmahlíð, Akureyrarstofu og Kynniserðum, auk fulltrúa frá Íslandsstofu sem annast skipulagningu ferðarinnar í samvinnu við heimamenn.

Æðarbændur í fræðsluferð í Noregi

Í lok ágúst stóð Íslandsstofa fyrir fræðsluferð fyrir æðarbændur til Noregs í samvinnu við Bændasamtök Íslands. Átján bændur tóku þátt í ferðinni. Farið var til eyjunnar Vega sem er á mitt á milli Tromsø og Prándheims, en Vega ásamt eyjunum í kring er á heimsminjaskrá Sameinuðu þjóðanna. Dúntekja hefur verið á eyjunum í margar aldir og er hún ásamt vinnubrögðum við hreinsun dúns ein helsta ástæðan fyrir því að svæðið var skráð á heimsminjaskrá.

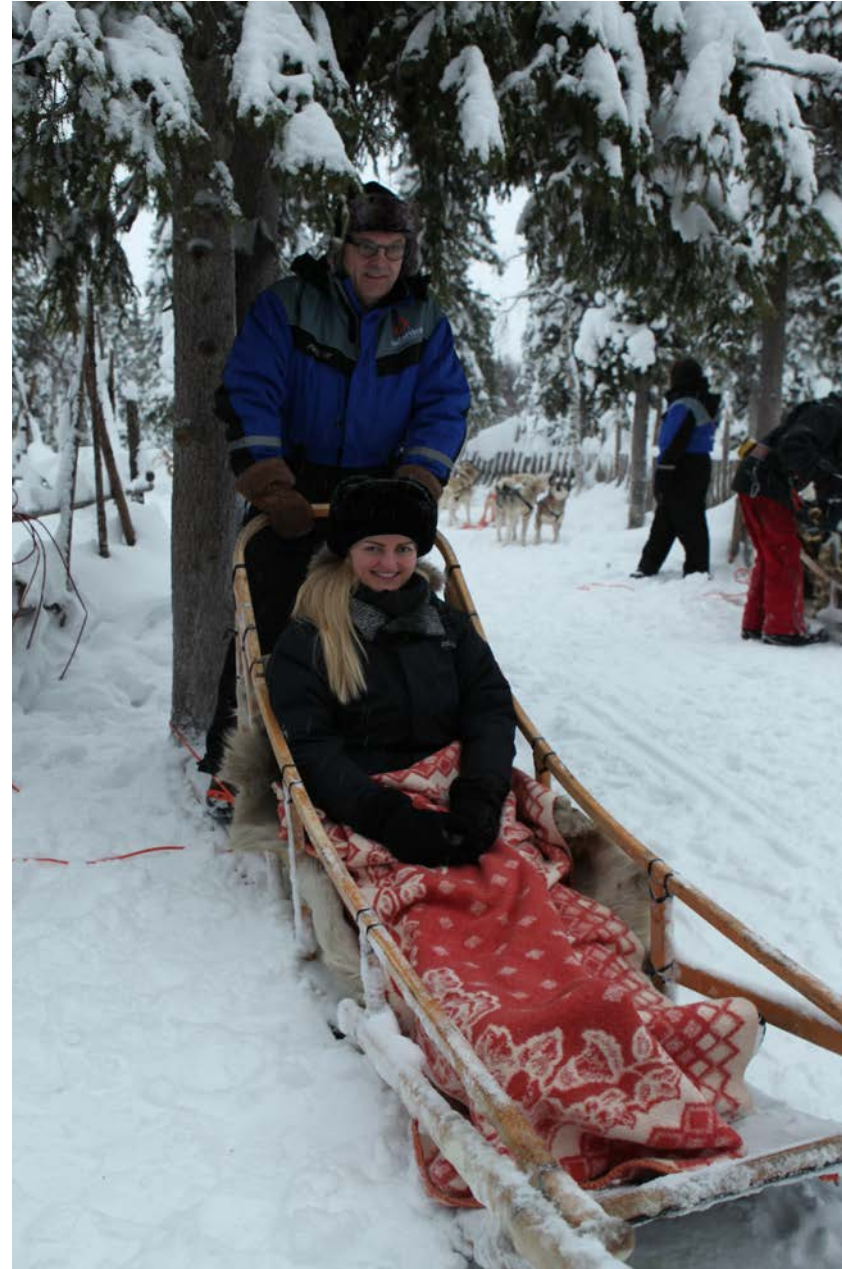
Ferðin var afar gagnleg fyrir Íslendingana, ekki síst til að kynnst markaðssetningu dúnafurða og fullvinnslu dúns. Þá eru mörg áhugaverð verkefni í gangi á eyjunum er varða ferðapjónustu og tengingu hennar við sjálfbærni og ábyrga nýtingu náttúrugæða til lands og sjávar. Þegar hefur verið ákveðið að norskir æðarbændur heimsæki íslenska kollega sína á næsta ári til að kynnst betur aðstæðum hér á landi.

Könnunarleiðangur - Hjólreiðaferðamennska

Hjólaleiðin Coast to Coast liggur á milli vestur- og austurstrandar Skotlands og er þekkt um allan heim. Samkvæmt opinberum talningum hjóla um 12 til 15 þúsund manns þessa 230 km leið á hverju ári, en talið er að sú tala sé þó mun hærri, eða yfir 100 þúsund manns. Áætlað er að C2C skili fyrirtækjum á því svæði sem hjólað er um árlegum tekjum upp á 2,5 milljarða íslenskra króna. Sex íslensk fyrirtæki sem hafa hug á að bjóða upp á hjólreiðaferðir sem afþreyingu eða vilja bjóða upp á sértæka þjónustu við hjólreiðafólk fóru í ferð til Skotlands til að kynnst þessari frægustu hjólaleið Bretlands. Með því að hjóla leiðina fengu þau að upplifa af eigin raun hvernig þessi þjónusta er uppbyggð. Í ferðina fóru eftirfarandi fyrirtæki: Fagrahlíð í Fljótshlíð, Þjónustumiðstöð SKG, Bike Company ehf., Hike and Bike ehf., Hótel Natur og Hótel Framtíð.

Gulleggið 2012

Gulleggið hefur verið haldið árlega síðan 2008. Meginmarkmiðið er að hjálpa hugmyndum að verða að veruleika. Leitast er við að finna nýja frumkvöðla í samfélaginu til að segja frá viðskiptahugmyndum sínum. Í kjölfarið fá þátttakendur aðstoð við að breyta hugmyndum í viðskiptaáætlanir, þar sem farið er yfir alla helstu þætti sem nauðsynlegt er að hafa í huga þegar nýtt fyrirtæki eða vara verður til. Eins og undanfarin ár veitti Íslandsstofa verðlaun í Gullegginu og eru verðlaunin sæti í ÚH verkefni Íslandsstofu. Það var Tónlistarskóli Maximúsar sem hlaut verðlaun Íslandsstofu. Um er að ræða vefsíðu sem býður áskrift að gagnvirkri tónlistarfræðslu með tölvuleikjum, þrautum og öðru tengdu efni.



Útgáfa og verðlaun

Íslandsstofa heldur uppi markvissu kynningarstarfi innanlands til þess að fræða viðskiptavinum um þá þjónustu sem stofan býður upp á og hvaða verkefni eru á döfinni. Helstu kynningarleiðir eru vefsíða Íslandsstofu, www.islandsstofa.is, Fréttaskotin sem eru send út 9 sinnum ári.

Issues and Images

Tímaritið Issues and Images er gefið út á ensku einu sinni á ári í samstarfi við Heim útgáfufélag. Í blaðinu eru menn og málefni í fyrirrúmi og fjallað um áhugavert fólk, verkefni og fyrirtæki, auk þess sem þar er að finna tölur og upplýsingar og svokallaða dagbók sem rekur helstu viðburði undangenginna mánaða. Tímaritinu er dreift án endurgjalds til fjölmargra aðila erlendis og í gegnum ræðismannaskrifstofur Íslands en einnig til íslenskra fyrirtækja.

Verðlaun

Útflutningsverðlaun forseta Íslands

Útflutningsverðlaun forseta Íslands hafa verið veitt frá árinu 1989 í viðurkenningarskygni fyrir markvert framlag til eflingar útflutningsverslun og gjaldþyrpingar íslensku þjóðarinnar. Í úthlutunarnefnd verðlaunanna sitja fulltrúar frá embætti forseta Íslands, viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands, Landsnefnd alþjóðavæðingarráðsins, Alþýðusambandi Íslands og Íslandsstofu. Öll framkvæmd er í höndum Íslandsstofu í samstarfi við skrifstofu forseta Íslands. Verðlaunahafinn fær til varðveislu sérhannaðan verðlaunagrip og skjal, auk þess sem hann fær leyfi til að nota merki verðlaunanna á kynningarefni sitt í fimm ár frá afhendingu. Handhafi verðlaunanna árið 2012 er fyrirtækið Trefjar ehf. fyrir þá forystu sem fyrirtækið hefur sýnt í þróun og smíði báta úr trefjaplásti til fiskveiða. Trefjar framleiða gæðavörur sem eiga greiðan aðgang inn á alþjóðlegan markað og er fyrirtækið góð fyrirmynd fyrir þann fjölda fyrirtækja sem byggja framleiðslu sína á íslenskrari þekkingu og reynslu á sviði fiskveiða og fiskvinnslu.

Úthlutunarnefndin ákvað á síðasta ári í samráði við embætti forseta Íslands að festa í sessi veitingu sérstakra heiðursverðlauna til einstaklinga sem með starfi sínu og verkum hafa borið hróður Íslands víða um heim og stuðlað að jákvæðu umtali um land okkar og þjóð og þannig beint eða óbeint bætt ímynd okkar og orðspor erlendis. Var Ragnar Axelsson ljósmyndari fyrir valinu enda hefur hann um árabíl myndað líf fólks hér á Íslandi og á öðrum eyjum í Norður Atlantshafi og þau óblíðu náttúruöfl sem móta lífshætti þess og venjur og myndir hans birst í blöðum og tímaritum um allan heim. (Listaverkið sem Ragnar fékk að gjöf er eftir Sigrúnu Einarsdóttur glerlistakonu, en á heiðursskjalinu segir einfaldlega: „Viðurkenning fyrir einstakt framlag til að auka hróður Íslands á erlendri grundu.“)



Primex frá Siglufirði

Nýsköpunarverðlaun

Árlegt Nýsköpunarþing Rannsóknarráðs, Nýsköpunarmiðstöðvar og Íslandsstofu hefur verið haldið um nokkurt skeið til að vekja athygli á þeim mikilvægu tengslum sem eru á milli aukinnar verðmætasköpunar í atvinnulífinu og rannsókna og þekkingaröflunar. Markmið þingsins er að ýta undir skilning manna á samspili vísinda, tækni og þekkingar annars vegar og vörubröðunar og markaðsstarfs hins vegar. Í ár var yfirskrift þingsins „Stjórnun nýsköpunar“.

Nýsköpunarverðlaunin eru veitt á Nýsköpunarþingi. Þau falla fyrirtækjum í skaut er þótt hafa skara fram úr í þróun nýrrar vöru eða þjónustu sem byggð er á rannsóknarstarfi og vísindalegri og tæknilegri þekkingu og náð hafa sannfærandi árangri á markaði. Við val á verðlaunahafa er litið til þess hvort um sé að ræða nýtt sprotafyrirtæki, hvort það sé byggt á nýskapandi tækni og hugmynd og sé kröfuhart á þekkingu. Þá er lagt mat á virðisauka afurða og hvort fyrirtækið hafi náð árangri á markaði. Í ár var það fyrirtækið Primex frá Siglufirði sem hlaut verðlaunin og er fyrirtækið sautjandi handhafi þessara virðulegu verðlauna. Á síðasta ári bættist Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins í hóp þeirra aðila sem standa að þinginu og verðlaununum.



ERLENDAR FJÁRFESTINGAR

Meginmarkmið starfsemi fjárfestingarsviðs Íslandsstofu er að kynna Ísland sem fjárfestingarkost fyrir erlendum fjárfestum, aðstoða þá við tengslamyndun og upplýsingaöflun og vinna að gerð athugana á samkeppnishæfni landsins fyrir atvinnu- og verðmætaskapandi erlend fjárfestingartækifæri. Einnig sér fjárfestingarsvið um kynningu á Íslandi sem tókustað fyrir erlend kvikmyndafyrirtæki í gegnum verkefnið Film in Iceland fyrir hönd atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytis.

Fjárfestingarvaktin

Iðnaðarráðherra skipaði svokallaða fjárfestingarvakt í febrúar árið 2012. Ákveðið var í framhaldinu að fjárfestingarvakt og fagrát fjárfestinga yrðu sameinuð undir nafni fjárfestingarvaktarinnar. Ráðuneytið óskaði eftir því að fjárfestingarvaktin, sem skipuð er fulltrúum þriggja ráðuneyta, fulltrúum frá Samtökum atvinnulífsins og Alþýðusambandi Íslands, Seðlabanka og Íslandsstofu, geri tillögur um hvernig bæta megi samkeppnishæfni Íslands fyrir erlenda fjárfestingu. Í því felst m.a. yfirferð á lagaumgjörð og viðskiptaumhverfi erlendra fjárfestinga og tillögugerð um það hvernig heppilegast sé að efla markaðs- og kynningarstarf fyrir erlendar fjárfestingar. Áformað er að hópurinn skili tillögum um ofangreind atriði í maí 2013.

„Sendiherrar“ svæða og samstarf við sendiráð

Samstarfssamningar voru í gildi við einstaklinga sem allir eru búsettir hér á landi og með sterk tengsl inn í upprunaland sitt. Um er að ræða aðila með tengsl við Kína, Þýskaland og Ítalíu. Reynslan af þessu fyrirkomulagi hefur verið mjög góð þar sem tekist hefur að mynda mikilvæg tengsl í þessum löndum, m.a. með heimsóknum til fjölmargra fyrirtækja og stofnana. Þá hafði fjárfestingarsvið náð samstarf við viðskiptafultrúa japanska sendiráðsins um heimsóknir japanskra fjárfesta til landsins og aðalræðismann viðskiptaskrifstofunnar í New York við skipulagningu fyrirtækjaheimsókna, atvinnugreinaráðstefna og markaðs- og kynningarmála varðandi endurgreiðslur til erlendra kvikmyndaverkefna.

Samstarf við græna hagkerfið

Fjárfestingarsviði var falið að annast framkvæmd fimm ára átaksverkefnis til að auka erlendar fjárfestingar í grænni atvinnustarfsemi í samræmi við tillögur nefndar Alþingis um eflingu græns hagkerfis. Þriggja manna starfshópur sem samanstóð af fulltrúum úr forsætisráðuneyti, efnahags- og viðskiptaráðuneyti og atvinnuvega- og

nýsköpunarráðuneyti hafði umsjón með verkefninu. Í fyrsta áfanga var lögð megináhersla á greiningu samkeppnishæfni Íslands á völdum sviðum grænnar atvinnustarfsemi. Heildarúttekt fór fram á ferðabjónustu; þörf hennar fyrir og möguleika á beinni erlendri fjárfestingu. Samkeppnishæfni Íslands sem rekstrarstaðar fyrir gagnaver og á sviði koltrefjaframleiðslu voru stærstu áherslusviðin og verður gerð nánari grein fyrir þessum verkefnum undir liðnum „samkeppnisgreiningar“ hér á eftir.

Ráðstefnur, sýningar og fyrirtækjaheimsóknir

Fjárfestingarsvið tekur þátt í fjölmörgum sýningum og ráðstefnum til að kynna Ísland fyrir erlendum fjárfestum. Höfuðáherslan hefur verið lögð á þátttöku í atvinnugreinaráðstefnum og sýningum fram til þessa, en á árinu 2012 var jafnframt lögð áhersla á að ná fundum með völdum fyrirtækjum innan þeirra atvinnugreina sem lögð er áhersla á í kynningarstarfinu. Þær ráðstefnur og sýningar sem fjárfestingarsvið tók þátt í á síðasta ári voru eftirfarandi, skipt eftir atvinnugreinum:

Minkarækt

Í mars var farið á stóra sýningu tengda minkarækt sem haldin er ár hvert í Herning á Jótlandi. Íslandsstofa var þar með kynningarbás í þriðja sinn í samstarfi við Samtök Íslenskra Loðdýraræktenda. Mikill áhugi var meðal danskra loðdýrabænda á möguleikum í loðdýrarækt á Íslandi, og komu margir á básinn til að spyrjast fyrir um kosti þess að setja upp minkabú á Íslandi.

Gagnaver

Í byrjun maí var haldin kynning fyrir gagnaversfyrirtæki í New York á kostum Íslands sem aðseturs fyrir slíka starfsemi. Kynningin var haldin í samvinnu við fyrirtækið Carbon Zero IT og skrifstofu ræðismanns Íslands í New York. Einnig var fundað með einstökum fyrirtækjum. Íslandsstofa stofnaði til samstarfs um kynningarmál við hagsmunaaðila í gagnavers-iðnaðinum á árinu 2012. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt voru Farice, Landvirkjun, Orkuveita Reykjavíkur, HS Orka, Míla, Advania, KADECO og Verne Global.

Farið var á fjórar veigamiklar fagsýningar fyrir gagnaversiðnaðinn á árinu. Fyrsta sýningin var á vegum Uptime Institute, haldin í Santa Clara í maí. Fjöldi gesta var á sýningunni sem haldin var í hjarta gagnaversiðnaðarins í Silicon Valley. Margir gestir komu á kynningarbásinn, til að ræða málin og fá upplýsingar og gögn. Sömu sögu má segja frá sýningum sem sóttar voru í Amsterdam, Frankfurt og London, en þessar þrjár borgir, auk Parísar, eru helstu miðstöðvar gagnavera í dag. Í kjölfarið sköpuðust tengsl sem áfram er unnið með, bæði af hálfu Íslandsstofu og fyrirtækjanna sem tóku þátt.

Koltrefjar JEC

JEC heldur þrjár ráðstefnur/sýningar fyrir koltrefjaiðnaðinn á hverju ári, eina í Evrópu, eina í Bandaríkjunum og eina í Asíu, og tók Íslandsstofa þátt í þeim öllum. Mikill samhljómur er meðal koltrefjaframleiðenda og notenda koltrefja um að framtíð þessa iðnaðar sé afar björt, ekki síst þegar til lengri tíma er litið. Ástæðan er einkum sú að bílaiðnaðurinn er að skoða notkun koltrefja í bílafraframléisluna og ef koltrefjar komast inn í almenna bílafraframléisluna þarf að margfalda heimsframléisluna (úr u.þ.b. 50.000 tonnum í dag í 300.000-500.000 tonn). Helsta óvissan í þessu sambandi er hversu hröð þessi þróun muni verða. Á JEC sýningunni í Boston var kynnt skýrsla OMNIA LLC um samkeppnishæfni Íslands sem aðsetur fyrir koltrefjafraframléisluna sem gerð var fyrir Íslandsstofu með aðstoð Landsvirkjunar, Orkuveitu Reykjavíkur, HS Orku, Faxaflóahafna og KADECO. Fulltrúar frá Landsvirkjun, Orkuveitu og KADECO fóru með á ráðstefnuna.

Composite World

Fulltrúar frá Íslandsstofu og Landsvirkjun fóru til LaJolla á ráðstefnu Composite World þar sem OMNIA LLC kynnti niðurstöður sínar um samkeppnishæfni Íslands varðandi staðsetningu fyrir koltrefjafraframléisluna.

Hreinkísill

PHOTON's – Solar Silicon Conference

Íslandsstofa tók þátt í fjölmennri sólarorku ráðstefnu sem haldin var í Berlín. Rætt var um framtíðarmöguleika sólarraforku. Boðið var upp á sex ráðstefnur þemahluta undir formerkjum PHOTON þar sem fjallað var um mismunandi hluta sólarorkuvirðisáæðjunnar en Íslandsstofa tók eingöngu þátt í sólarorkiráðstefnunni (Solar Silicon Conference).

Á ráðstefnunni kom berlega í ljós að Ísland hefur upp á ýmislegt að bjóða sem framleiðendum á sólarorku þykir eftirsóknarvert. Markaður fyrir sólarorku hefur hríðfallið síðustu misseri og því mikilvægt að lækka kostnað. Það var staðfest að riflega þriðjungur af breytilegum kostnaði við framleiðslu sólarorku er orkukostnaður og þar sem Ísland getur boðið upp á langtímasamninga um samkeppnishæft orkuverð stendur landið vel að vígi í þessum iðnaði.

Film in Iceland

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu annast kynningu á ívilnunum til erlendra kvikmyndafyrirtækja sem kjósa að taka upp efni á Íslandi. Starfið felst í kynningu á Íslandi á stórum kvikmyndaráðstefnum í USA (LA) og uppbyggingu tengslanets við framleiðsludeildir helstu kvikmyndaframleiðenda þar vestra. Film in Iceland er meðlimur í samtökunum „Association of Film Commissioners International,“ sem eru alþjóðasamtök aðila sem keppast við að laða kvikmyndaferkefni á sitt svæði.

Árið 2012 var afburðagott ár fyrir þá aðila sem þjónusta erlend kvikmynda- og sjónvarps verkefni hérlendis. Verkefnin voru mörg og fjölbreytt. Fjórar stórar Hollywood kvikmyndir voru teknar upp árið 2012 þar sem framleiðandi mætti með leikstjóra og aðalleikara, auk þess sem tvær Hollywood kvikmyndir sendu hóp til að taka upp bakgrunnsefni. Þá kom hingað indverskt tökulið til að taka upp efni fyrir indverska bíómynd. Í lok árs komu framleiðendur sjónvarpsþáttanna Game of Thrones til að taka upp hér annað árið í röð og hefur strax verið rætt um möguleikann á að þeir komi aftur á árinu 2013.

Þá er búið að ljúka samningum um framleiðslu 52 þátta um björgunarbátinn Elías. Þetta eru norskir þættir sem hafa verið framleiddir í Noregi frá 2005 og eru með dreifingu í yfir 100 löndum. Það er Caoz sem mun framleiða þættina í samvinnu við Animando AS. Þetta verkefni mun standa í um 20 mánuði og mun Caoz þurfa að ráða a.m.k. 30 starfsmenn til viðbótar. Verkefnið kemur til Íslands fyrir tilstuðlan Film in Iceland. Þá eru fjögur verkefni sem Film in Iceland vinnur að, í skoðun fyrir árið 2013.

Helstu verkefni sem Film in Iceland kom að á árinu 2012;

Oblivion – Kvikmynd (Universal/USA), Noah – Kvikmynd (Paramount/USA), The Secret Life of Walter Mitty – Kvikmynd (20th Century Fox/USA), Thor 2 – Kvikmynd (Marvel/USA), After Earth – Kvikmynd (SONY/USA), The Leader – Kvikmynd (Universal Media/Indland), Game of Thrones – Sjónvarp (HBO/USA), The Gadget Show – Sjónvarp, House Hunters – Sjónvarp, The Travel Channel – Sjónvarp, Matter of Time – Sjónvarp, Explore Iceland – Sjónvarp, Elska Videos – Barnaeftni, Elias – Barnaeftni – Sjónvarp, Discovery Channel – Sjónvarp

Fyrirspurnir til Film in Iceland árið 2012 voru 214 (24 fleiri en árið 2011) sem er meira en nokkru sinni í sögu Film in Iceland. Voru þessar fyrirspurnir misjafnar að umfangi og efni. Hér má sjá þróun fyrirspurna frá 2006;

Ár	Fjöldi fyrirspurna
2006	113
2007	123
2008	145
2009	145
2010	119*
2011	190
2012	214

*Eldgos

HELSTU ATRIÐI MARKAÐS-STARFSINS ÁRIÐ 2012

Fundur í London

Fundað var með framleiðendum í London í marsmánuði. Alls var fundað með 15 fyrirtækjum. Þá var einnig farið í byrjun desember með KADECO (eiganda Atlantic Studios) og fundað með stúdíóm og rágjafa með það að markmiði að fá fleiri stúdíóverkefni til Íslands.

Location Trade Show

Film in Iceland var með bús á þessari stærstu tókustaðasýningu ársins, auk þess sem fundað var með framleiðslufyrirtækjum í Hollywood. Að þessu sinni var sýningin í samstarfi við Los Angeles Film Festival (LAFF), sem er á vegum Film Independent (FIND). Árið 2012 tóku fjögur íslensk kvikmyndafyrirtæki þátt auk Reykjavíkurborgar.

Kvikmyndatengd ferðapjónusta

Að frumkvæði Film in Iceland stóð Íslandsstofa fyrir ráðstefnu um kvikmyndatengda ferðapjónustu og hvaða möguleika hún getur átt á Íslandi. Fengnir voru sérfræðingar frá Bretlandi og Svíþjóð til að gefa innsýn í þau tækifæri sem í þessu felast. Ákveðið var í kjölfarið að ná fundum þeirra kvikmyndafyrirtækja sem tóku upp myndir á Íslandi árið 2012. Fundirnir fara fram um miðjan janúar 2013 og verður kannað með samvinnu um markaðssetningu á Íslandi þegar kynningarherferðir þessara mynda fara af stað.

Kynningarefni

Film in Iceland lét útbúa nýja heimasíðu á árinu. Heimasíðan var endurunnin algjörlega frá grunni, settir inn myndabankar og sérstakt tókustaðakort. Þá var einnig endurprentaður bæklingur, auglýst hjá The Location Guide og fundað með blaðamönnum bæði hérlandis og erlendis á árinu.

Samstarf við VUR

Undanfarin ár hefur mikið og náið samstarf verið með viðskiptapjónustu utanríkisráðuneytisins í New York í tengslum við kynningu á Film in Iceland verkefninu í Bandaríkjunum og hefur það reynt gæfuríkt. Einnig hefur verið unnið með Höfuðborgarstofu, fyrir hönd Reykjavíkurborgar, í kringum kynningu á Íslandi sem tókustað.

Úttektir og samkeppnisgreining

Gagnaver

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu hefur um 5 ára skeið kynnt Ísland sem eina samkeppnishæfustu staðsetninguna fyrir gagnaver. Kynningin hefur byggt á úttektar- og greiningarvinnu PriceWaterhouseCoopers í Belgíu og athugun McKinsey ráðgjafar-fyrirtækisins. Tvö alþjóðleg gagnaver hafa hafið starfsemi sína hér á landi og flest hinna stærstu í hópi alþjóðlegra gagnavera hafa athugað aðstæður hér á landi. Eigi að síður hefur ekki orðið af fjárfestingarverkefnum í samræmi við það sem vonir stóðu til. Það þótti því ástæða til að endurmeta samkeppnishæfni landsins á þessu sviði.

Endurmat á samkeppnishæfni

Samþykkt var að endurmeta samkeppnishæfni Íslands fyrir staðsetningu gagnavera. Fyrri úttekt fór fram árið 2007 og staðfesti mikla samkeppnishæfni landsins. Miklar breytingar hafa hinsvegar orðið á tækniþróun í gagnaversiðnaði síðan það mat var framkvæmt og því nauðsynlegt að skoða áhrif þessara breytinga á samkeppnishæfni. Þá var talið að efnahagskreppan á Íslandi kynni að hafa haft áhrif á orðspor landsins og að eldgosíð í Eyjafjallajökli kynni að hafa valdið neikvæðri viðhorfsbreytingu gagnvart staðsetningu gagnavera á Íslandi. PricewaterhouseCoopers í Belgíu sem annaðist úttektina 2007 tók að sér endurskoðunina og skilaði því verki af sér í september 2012. Niðurstöðurnar eru jákvæðar fyrir áframhaldandi markaðssetningu Íslands og veita verðmæta vitneskju um fjárfestingaráform 20 gagnavera sem fjárfestingarsvið Íslandsstofu mun hafa samband við á þessu ári og næsta. Það sem helst má læra af skýrslunni er að núverandi ákvæði um meðferð virðisaukaskatts gagnaversfyrirtækja og viðskiptavina þeirra er óhagstætt, auk þess sem skilyrði um fasta starfsstöð slíkra aðila hér á landi eru mun þrengra skilgreind en í helstu samkeppnislöndum okkar. Einnig er ljóst að tilkoma kapaltengingar milli Evrópu og Bandaríkjanna með tengingu upp til Íslands myndi gera landið mun meira aðlaðandi í augum gagnaversfyrirtækja, bæði vegna þess að mörg hinna stærri fyrirtækja hafa starfsemi beggja vegna Atlantshafsins, en einnig vegna tregðu gagnaverseigenda til að stofna til langtíma viðskiptasambands við aðila sem hefur verið í einokunarstöðu á gagnaflutningi til og frá landinu.

Úttekt á áhættu gagnavera vegna náttúruhamfara

Í framhaldi af samtölum við stór alþjóðleg gagnaversfyrirtæki í kjölfar gossins í Eyjafjallajökli árið 2010 varð ljóst að sannfæra þyrfti fjárfesta um að óhætt væri að staðsetja gagnaver á Íslandi þrátt fyrir ákveðna hættu af eldgosum á landinu. Verkis hf. var fengið til að meta hamfaraáhættu fyrir gagnaversiðnaðinn út frá mismunandi staðsetningu slíkrar starfsemi hér á landi. Svæðið sem metið var liggur frá Reykjanesi og til og með Akureyri. Niðurstöðurnar eru afgerandi: Staðsetning gagnavera á þessu



svæði er hættulaus eða hættulítill og Ísland hefur í heildina færri áhættuþætti tengda náttúruhamförum en flest önnur lönd.

Í framhaldi af framangreindum niðurstöðum um samkeppnishæfni og náttúrvá hefur náðst breið samstaða meðal hagsmunaaðila hér á landi um að sækja fast úrbætur á sviði skattamála fyrir þann hluta gagnaversiðnaðarins sem sérhæfir sig í svonefndum hýsingariðnaði og jafnframt að hefja samhæfða kynningu á Íslandi að nýju við þá alþjóðlegu aðila sem hugsanlega hefðu hug á að setja upp stórar gagnaverseiningar í eigin nafni hér á landi. Hluti þessara aðgerða er undir verkefnaáætlun vegna græna hagkerfisins fyrir árið 2013.

Koltrefjaframleiðsla: Greining á samkeppnishæfni Íslands

- Koltrefjaframleiðsla þykir afar áhugaverð fyrir atvinnuþróun á Íslandi af mörgum ástæðum:
- Framleiðslueiningarnar eru tiltölulega umhverfisvænar
- Stærð eininganna er hófleg, 20.000 m², 80-100 manns og orkunotkun 15 MW.
- Starfsemin er orkuháð en ekki orkufrek.
- Störfin eru verðmæt
- Lega landsins talin hagkvæm þar sem varan er seld til austurs og vesturs.
- Flutningskostnaður ekki hindrun og viðskiptaskilmálar okkar við helstu viðtöklönd hagstæð
- Ný starfsemi sem ekki er auðvelt að setja á fót hér á landi án erlendra þekkingaryfirfærslu
- Mikill vöxtur framleiðslunnar er talinn framundan þar sem notkun koltrefja fer vaxandi í bílaiðnaði.

Ákveðið var að leita tilboða til mats á samkeppnisgreiningu Íslands á þessu sviði og ná tengslum við alla helstu notendur og framleiðendur efnisins í framhaldinu, ef niðurstöður slíks mats þættu jákvæðar fyrir Ísland. Bandaríska fyrirtækið Cecon Group Ltd. tók að sér gerð samkeppnisgreiningarinnar og réði Chuck Segal markaðsráðgjafa til verksins en Segal rekur ráðgjafafyrirtækið Omnia og er einn virtasti ráðgjafi heims á þessu sviði.

Niðurstöður samkeppnisgreiningarinnar voru tiltölulega hagstæðar varðandi beinan kostnaðarlegan samanburð milli Íslands, Bandaríkjanna og Evrópu en gengið var út frá tiltölulega háu raforkuverði miðað við þau kjör sem búast má við að standi til boða hér heima. Leitað var til Smithers Information Ltd. um samstarf við að kynna samkeppnismatið fyrir notendum koltrefja með það fyrir augum að notendurnir þrýsti á framleiðendurna að íhuga staðsetningu á Íslandi. Mikill þrýstingur er á framleiðendur um að lækka kostnað sem er forsenda breiðara notkunarviðs koltrefjanna, svo sem inn í bílaiðnaðinn.

Ferðapjónusta- Heildarúttekt á stöðu greinarinnar

Íslensk ferðapjónusta hefur vaxið afar hratt undanfarin þrjú ár. Jafnframt fara áhyggjur vaxandi af því að arðsemi greinarinnar sé óviðunandi, verulega reyni á innviði á helstu ferðamannastöðum og meðaltekjur á ferðamann virðist fara lækandi þrátt fyrir gengisfall krónunnar í kjölfar efnahagshrunsins.

Á ráðstefnu um fjárfestingar og ferðapjónustu sem Íslandsstofa hélt í janúar 2012 í samstarfi við Landsbankann og iðnaðarráðuneyti, komu þessar áhyggjur berlega fram. Í þessu sambandi var lýst yfir þörf fyrir stefnumótun, aukna áherslu á markaðsgreiningu og vandaða aðgerðaáætlun til að laða að erlenda fjárfestingu til viðbótar við innlenda fjárfestingu til frekari uppbyggingar ferðapjónustunnar.

Starfshópur um græna hagkerfið samþykkti að verja fé í samstarfi við Íslandsstofu til kortlagningar á íslenski ferðapjónustu og tillagna um framtíðaráherslur í uppbyggingu innviða, markaðs- og kynningarmálum, stofnanafyrirkomulag og áherslur í erlendri fjárfestingu.

Fyrirtækið PKF Ltd. frá Bretlandi var valið til starfans og hefur skilað drögum að viðamikilli greinargerð í tveimur hlutum (september og desember). Endanlegar niðurstöður verða kynntar á ráðstefnu þann 20. mars 2013. Ljóst er að greiningin mun nýtast afar vel til stefnumótunar og aðgerða innan ferðapjónustugeirans og fyrir fjárfestingarsvið Íslandsstofu til undirbúnings markaðssetningar og kynningar gagnvart erlendum fjárfestum.

Heildarkostnaður er skv. tilboði PKF GBP 100.000 eða sem næst ikr. 20 milljónum. Síðari hluti þóknunarinnar (GBP 50.000) verður inntur af hendi þegar verklok eiga sér stað (mars 2013)

Loðdýrarækt: Viðskiptaáætlun

KPMG á Íslandi var fengið til að vinna ítarlega viðskiptaáætlun fyrir rekstur minkabúa á Íslandi. Verkefninu var skipt í tvo áfanga. Í fyrri áfanga var unnin viðskiptaáætlun og í síðari áfanga var könnuð fjármögnun á slíku verkefni meðal innlendra lánastofnana og fagfjárfesta. Settar voru fram þrjár mismunandi sviðsmyndir um bústærð; 2.500, 5.000, og 10.000 læðu bú. Niðurstöðurnar staðfesta mikla samkeppnishæfni Íslands í þessari grein og verða notaðar til kynningar fyrir dönskum og hollenskum loðdýraræktendum í því skyni að laða þá til uppsetningar framleiðslueininga hér á landi.

Upplýsingaveita

Fjárfestingarsvið rekur umfangsmikinn upplýsingavef (www.invest.is) þar sem allar upplýsingar sem ætla má að séu gagnlegar fyrir fjárfesta koma fram. Vefurinn gegnir þýðingarmiklu upplýsingahlutverki fyrir alla þá sem vilja kynna sér viðskiptaumhverfið á Íslandi eins og glögglega kom fram í kjölfar efnahagskreppunnar 2008, en skv. upplýsingum frá Nordic eMarketing ehf. var vefur fjárfestingarsviðs ein helsta gáttin að upplýsingum um stöðu mála hér á landi þar sem hann vísar á alla helstu tengivefi inn í landið. Vefsíðan var endurhönnuð á árinu 2012 með það að markmiði að auka upplýsingagildi og flétta inn fjölþættari upplýsingamiðlun, t.d. í formi lifandi mynda. Þá gefur fjárfestingarsvið út upplýsingaritíð „Doing Business in Iceland“ sem uppfært er á sex mánaða fresti, auk atvinnutengdra upplýsingarita sem unnin eru í kjölfar samkeppnisgreiningar um viðkomandi atvinnugreinar.

Þjónusta við fjárfesta

Starfsmenn fjárfestingarsviðs 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 hugsanlega fjárfestingu í huga. Segja má að verkefni séu jafnfjölbreytt og þau eru mörg. Þá hefur það einnig færst í vöxt að leitað sé til fjárfestingarsviðs af íslenskum fyrirtækjum um aðstoð við tengslamyndun við erlenda fjárfesta. Athugun hinna erlendu fjárfesta getur tekið talsverðan tíma, jafnvel eitt til tvö ár, enda er oft um viðamiklar fjárfestingar að ræða sem vanda þarf til. Ísland er oft eitt af mörgum löndum sem til greina koma hvað staðsetningu varðar, en samkeppnin um atvinnu- og verðmætaskapandi erlendar fjárfestingar hefur vaxið jafnt og þétt þar sem flest þjóðríki líta á fjárfestingar af þessu tagi sem eitt þýðingarmesta atriðið fyrir atvinnusköpun og öflun nýrrar þekkingar.

Hér að neðan getur að líta yfirlit yfir umfang þjónustunnar á árinu 2012:

Fjöldi fyrirspurna.....	189
Fjöldi viðbótarfyrirspurna frá sama aðila.....	63
Fjöldi heimsókna frá fjárfestum.....	45
Fjöldi endurtekinna heimsókna.....	14
Fundir með fyrirtækjum erlendis.....	14
Fundir með núverandi erl.fjárfestum.....	9
Tenglamyndun á ráðstefnum.....	36

Erlendar fyrirspurnin skipast svo eftir atvinnugreinum:

Álframleiðsla.....	2
Álkapalframleiðsla.....	1
Gagnaver og upplýsingatækni.....	17
Ferðaþjónusta.....	6
Iðngarður/efnaferlar.....	19
Kisilver.....	6
Koltrefjar.....	7
Kjúklingarækt.....	2
Minkarækt.....	1
Skartgripaframleiðendur.....	2
Skipaendurvinnsla.....	1
Smápörungar.....	4
Vatnsútflutningur.....	2
Annað.....	13



Viðskiptasendinefndir

Eitt af markmiðum Íslandsstofu er að finna viðskiptatækifæri fyrir íslensk fyrirtæki á nýjum mörkuðum. Slík tækifæri geta verið hvort tveggja á nýjum landsvæðum eða fyrir nýjar atvinnugreinar á reyndari mörkuðum. Til að kanna slík tækifæri skipuleggur Íslandsstofa ferðir viðskiptasendinefnda á viðkomandi markaði. Þessar viðskiptasendinefndir geta verið af ýmsum toga, allt frá því að vera fámennir könnunarleiðangrar með upplýsingaöflun að markmiði, til þess að vera stærri sendinefndir leiddar af íslenskum ráðamönnum.

Áherslan í flestum ferðum er þó lögð á fyrirfram skipulagða viðskiptafundi. Einnig hefur reynt vel að tengja ferðir viðskiptasendinefnda við ákveðna viðburði erlendis, s.s. ráðstefnur og sérhæfða fundi, og sinna þannig vissum atvinnugreinum, t.d. orku- og ferðaþjónustufyrirtækjum. Þá hefur Íslandsstofa aðstoðað við móttöku erlendra sendinefnda til Íslands eins og fram kemur í lok kaflans.

Heilsuferðaþjónusta í Ungverjalandi

Íslandsstofa skipulagði í apríl fræðslu- og skoðunarferð til Ungverjalands. Ferðin var unnin í samvinnu við ungverska ferðamálaráðið. Skoðaðar voru fjölmargar heilsulindir, bæði á hótelum sem og almenningslaugar. Heilsuferðaþjónusta stendur á mörg hundruð ára gömlum merg í Ungverjalandi og eru mörg baðanna frá dögum Ottóman-veldisins sem var við lýði á fimmtánda öld. Var því afar fróðlegt að kynna þá hvernig nútímaferðaþjónusta er fléttuð inn í þessa gömlu hefð. Farið var víða í Ungverjalandi, til borganna Búdapest, Hévis við Balaton vatnið og Sárvar en þar er jarðhiti nýttur í miklum mæli sem hefur breytt allri ásýnd bæjarins. Fyrirtækin sem tóku þátt voru Þaraböðin Reykhólum, Ferðaþjónustan Reykjanesi, Heilsuhótel Íslands, Miðaldaböðin Borgarfirði, Fontana Laugarvatni, Grand Hótel Reykjavík, Reykjavíkurborg, Markaðsstofa Vestfjarða, auk fulltrúa frá Hafnarfirði.

Jarðhitaráðstefna í Varsjá

Íslandsstofa og iðnaðarráðuneytið, ásamt Sendiráði Íslands í Berlín, stóðu að ráðstefnu um jarðhita í Varsjá í Póllandi 29. september. Ráðstefnan var unnin í nánu samstarfi við pólsk stjórnvöld og sýndu heimamenn málefnið mikinn áhuga. Sendiherra Íslands í Berlín, Gunnar Snorri Gunnarsson, flutti eitt af opunarerindunum og ræddi meðal annars mikilvægi samstarfssamnings um jarðhitamál sem gerður var milli landanna beggja á síðasta ári. Fjórir íslenskir sérfræðingar kynntu þá tækni og þróun sem orðið hefur á nýtingu jarðvarma hérlandis á undanföllum árum en vonir standa til að hægt verði að nýta þekkingu og krafta íslenskra verkfræðifyrirtækja við jarðvarmavinnslu í Póllandi í framtíðinni.

Þá fóru pólskir sérfræðingar á sviði jarðfræði og jarðvarma, ásamt fulltrúum stjórnvalda, ítarlega yfir möguleika á jarðvarmanýtingu í Póllandi og kynntu hið opinbera stuðningskerfi. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt voru Verkís, Efla og Gekon. Að ráðstefnu lokinni heimsóttu íslensku þátttakendurnir tvö sveitarfélög þar sem jarðhitanýting er ýmist komin til framkvæmda eða búð að bora eftir heitu vatni. Vaxandi áhugi er á jarðhitamálum í Póllandi og hafa verið gefin út yfir 25 rannsóknarleyfi til jarðhitavinnslu, bæði til hefðbundinna baðlauga sem og til upphitunar íbúðarhúsnæðis.

Góð viðskiptatengsl náðust í Kanada

Fjögur íslensk fyrirtæki tóku þátt í Centralia fyrirtækja-stefnumótinu sem haldið var í Winnipeg í Kanada 10. til 11. október. Tengslamyndun heppnaðist vel og náðu íslensku þátttakendurnir góðum viðskiptasamböndum en þegar upp var staðið höfðu tvö fyrirtækjanna, skartgripafyrirtækin Uppsteyt og Alrún, náð að koma vörum sínum í sölu hjá leiðandi verslunum í Winnipeg. Þá komust hugbúnaðarfyrirtækin DataDwell og MaintSoft í samband við fjölmarga aðila sem lýstu yfir áhuga á frekara samstarfi. Grein um árangur Uppsteyt birtist í Winnipeg Free Press sem er víðlesnasta dagblað fylkisins. Íslandsstofa var í forsvari fyrir þátttöku fyrirtækjanna og setti m.a. upp landkynningarbás þar sem Ísland var kynnt. Fulltrúi Íslandsstofu var á staðnum og sat fjölmarga fundi með fyrirtækjum sem óskuðu eftir að komast í samband við íslensk fyrirtæki af ýmsu tagi. Alls tóku um 700 þátttakendur frá á fjórða tug landa þátt í fundalotunni.

SÝNINGAR Verkefnayfirlit 2012

Stockholm Furniture Fair – Stokkhólmi

Fjögur íslensk fyrirtæki sýndu undir hatti Íslandsstofu á Stockholm Furniture Fair en sýningin er stærsta sýning sinnar tegundar á Norðurlöndunum. Íslensku sýnendurnir voru Á. Guðmundsson, Lighthouse, Netagerðin og Sýrusson. Jóhanna Sigurðardóttir, forsætisráðherra, kom á sýninguna og heimsótti íslenska básinn og spjallaði við sýnendur sem þótti það mikill heiður. Gestir sýningarinnar, sem samanstanda m.a. af innkaupaaðilum, framleiðendum, arkitektum og blaðamönnum, voru tæplega 40.000 talsins sem er nokkur fjölgun frá því í fyrra, en talsverð aukning hefur orðið á erlendum gestum undanfarin ár.

Fish International – Bremen

Fish International sjávarútvegssýningin er haldin annað hvert ár í Bremen í Þýskalandi. Sýningin er helsta sýningin fyrir sjávarútveg sem haldin er í Þýskalandi og eru gestir mikið til heimamenn. Iceland Responsible Fisheries var með bás á sýningunni þar sem áhugasamir gátu kynnt sér vottun Íslendinga á fiskveiðum. Hafnarfjarðarhöfn sýndi einnig á básnum.

Seafood Processing America - Boston

Íslandsstofa skipulagði þátttöku íslenskra fyrirtækja á sjávarútvegssýningunni í Boston. Sýningunni er skipt í tvo hluta, annarsvegar sjávarafurðir og hinsvegar tækni og þjónusta, og var íslenski þjóðarbásinn í þeim síðarnefnda. Fyrirtækin sem tóku þátt voru Eimskip, Íslandsbanki, Trackwell, Valka og Iceland Responsible Fisheries (IRF) sem lagði áherslu á að kynna ávinning kaupenda og dreifingaraðila af því að taka þátt í verkefninu. Aðsókn á sýninguna jókst töluvert milli ára, eða um 5%, og voru sýnendur um 900 talsins víða að úr heiminum. Mátti merkja að sýningin, sem hefur verið aðeins í lægð undanfarin ár, er aftur í sókn og að áhugi íslensku fyrirtækjanna á viðskiptum við Norður-Ameríku er að aukast. Viðskiptafultrúi Íslands í New York, Hlynur Guðjónsson, bauð framleiðendum og útflytjendum sjávarafurða á Íslandi upp á aðstoð við kynningarstarf á Íslandsbásnum með það að markmiði að koma á viðskiptasamböndum í Norður-Ameríku. Verkefnið var unnið undir heitinu „Fresh or Frozen Fresh – Sourcing from Iceland“ og tóku tíu fyrirtæki frá Íslandi þátt.

European Seafood Exposition og Seafood Processing Europe – Brussel

Tuttugu ár eru liðin frá því sjávarútvegssýningarnar í Brussel, European Seafood Exposition og Seafood Processing Europe voru settar á laggirnar og hefur Ísland hefur verið með þjóðarbása á sýningunum frá upphafi sem fara stækkandi milli ára, en um 30 íslensk fyrirtæki tóku þátt í ár. Hr. Ólafur Ragnar Grímsson, forseti Íslands, heimsótti sýningarnar og heilsaði upp á íslensku þátttakendurna. Hann var einnig viðstaddur sérstaka móttöku á sýningarbás Íslandsstofu sem skipulögð var í samvinnu við sendiráð Íslands í Brussel en þar mætti fjöldi erlendra og innlendra gesta. Fyrir Íslendinga er sýningin orðin fastur liður margra aðila í greininni að sækja heim. Sýningarnar eru jafnan vettvangur alls hins besta og framsæknasta sem sjávarútvegsfyrirtæki heimsins og fyrirtækja sem þjónusta sjávarútveginn hafa upp á að bjóða. Í ár tóku rúmlega 1600 sýnendur þátt í ESE-sýningunni og sýnendur á SPE sýningunni, sem er vettvangur véla- og tækjaframleiðenda, voru rúmlega 200 talsins.

London Book Fair London

Íslandsstofa skipulagði þátttöku íslenskra fyrirtækja á sjávarútvegssýningunni í Boston. Sýningunni er skipt í tvo hluta, annarsvegar sjávarafurðir og hinsvegar tækni og þjónusta, og var íslenski þjóðarbásinn í þeim síðarnefnda. Fyrirtækin sem tóku þátt voru Eimskip, Íslandsbanki, Trackwell, Valka og Iceland Responsible Fisheries (IRF) sem lagði áherslu á að kynna ávinning kaupenda og dreifingaraðila af því að taka þátt í verkefninu. Aðsókn á sýninguna jókst töluvert milli ára, eða um 5%, og voru sýnendur um 900 talsins víða að úr heiminum. Mátti merkja að sýningin, sem hefur verið aðeins í lægð undanfarin ár, er aftur í sókn og að áhugi íslensku fyrirtækjanna á viðskiptum við Norður-Ameríku er að aukast. Viðskiptafultrúi Íslands í New York, Hlynur Guðjónsson, bauð framleiðendum og útflytjendum sjávarafurða á Íslandi upp á aðstoð við kynningarstarf á Íslandsbásnum með það að markmiði að koma á viðskiptasamböndum í Norður-Ameríku. Verkefnið var unnið undir heitinu „Fresh or Frozen Fresh – Sourcing from Iceland“ og tóku tíu fyrirtæki frá Íslandi þátt.

Nordic Game - Malmö

Níu íslensk tölvuleikjafyrirtæki kynntu saman vörur sínar og þjónustu á sameiginlegum bás Icelandic Gaming Industry, (IGI) sem Íslandsstofa skipulagði. Nordic Game er hvort tveggja sýning og ráðstefna þar sem aðaláherslan er lögð á kynningu á fyrirtækjum innan tölvuleikjaindunarins. Viðburðurinn laðar að sér fjárfesta, dreifingaraðila og fólk í faginu í leit að tækifærum hjá tölvuleikjafyrirtækjum. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í Nordic Game 2012 eru CCP, CLARA, Fancy Pants Global, og Locatify.

Nor-Fishing – Þrándheimi

Fiskveiðasýningin Nor-Fishing fer fram í Þrándheimi annað hvert ár. Sýningin er helguð fyrirtækjum í þjónustu, sem og framleiðslu og sölu á tækjum fyrir sjávarútveg. Á sýninguna mæta tæplega 15.000 gestir frá um 50 löndum en stærsti hluti gestanna eru þó heimamenn. Að þessu sinni tóku sjö íslensk fyrirtæki þátt á sameiginlegum þjóðarbás sem Íslandsstofa stóð fyrir: Neptúnus, Dis, Málmei, Hampiðjan, Thorice, Hafnarfjarðarhöfn og Naust Marine.

Bird Fair – Rutland

Bird Fair sýningin er haldin árlega í Rutlandi á Bretlandi og er mikil hátíð fuglaskoðara. Íslandsstofa hefur undanfarin ár haldið utan um þátttöku Íslands á sýningunni. Settur er upp sameiginlegur Íslandsbás þar sem unnið er að því að koma Íslandi inn á kortið hjá erlendum fuglaskoðurum sem áfangastað til fuglaskoðunar. Á básnum er einnig vakin athygli á þeim einstöku aðstæðum sem landið hefur upp á að bjóða til fuglaskoðunar. Um 20.000 manns sækja sýninguna heim árlega. Þátttakendur á íslenska básnum voru: Fuglastígur á Norðausturlandi, Norðursigling, Breiðarfjarðarfléttan, Blábjörg og Discover The World.

Conxemar - Vigo

Sjávarútvegssýningin Conxemar var haldin í Vigo á Spáni. Íslandsstofa var með bás á sýningunni í samvinnu við Iceland Responsible Fisheries þar sem sjávarafurðir frá Íslandi voru kynntar og notkun á upprunamerkinu í markaðssetningu á íslenskum sjávarafurðum og ábyrgar fiskveiðar. Íslenskum fyrirtækjum var boðin fundaraðstaða á básnum en sýningin er sótt töluvert af íslenskum fyrirtækjum.

Salone del Gusto – Tórinó

Slow Food sýningin Salone del Gusto fór fram í Tórinó á Norður-Ítalíu. Á sýningunni fór fram fjöldinn allur af matvælakynningum og fyrirlestrum um sértæk matvæli en þar voru samankomnir margir helstu sérfræðingar á sviði menningarlegrar matvælaframleiðslu, vingerðar og matseldar víðs vegar úr heiminum. Íslandsstofa skipulagði þátttöku átta fyrirtækja á sýningunni þar sem þau kynntu íslensk matvæli sem og matartengda ferðaþjónustu á Íslandi. Íslensku þátttakendurnir voru: Rjómbúið Erpsstaðir, Saltverk Reykjaness, Móðir Jörð, Urta Islandica, Ytri Fagridalur, Sívakur, Lónkot og Ríki Vatnajökuls, en þau komu öll fram undir slagorðinu „Slow Food in Iceland.“

Sýnendur eru tæplega eitt þúsund og koma víðs vegar að úr heiminum. Gestir eru um 200.000 talsins en þar á meðal eru fagaðilar, sérfræðingar, matreiðslumenn, blaðamenn og áhugamenn um gæðamatvæli í anda Slow Food.

Kaupstefna í Nuuk

Íslandsstofa skipulagði, í samstarfi við Air Iceland, kaupstefnu í Nuuk á Grænlandi í október sl. Þetta er í þriðja sinn sem slík kaupstefnan er skipulögð og var þátttakan góð að venju. Kaupstefnan var tvíþætt og skiptist annars vegar í viðskiptafundi og hins vegar sýningu sem haldin var í menningarhúsinu í Katuaq í Nuuk. Sýningin heppnaðist afar vel en hana sóttu um 500 gestir sem þangað voru komnir til að kynna sér hvað íslensku fyrirtækin höfðu fram að færa. 17 íslensk fyrirtæki tóku þátt að þessu sinni: Ísmar, Hafnarfjarðarhöfn, Nói Sírius, 66°N, Verkís, Mannvit, HBH verktakar, Jónar Transport, TVG Zimsen, Faxaflóahafnir, Umbúðir og Ráðgjöf, Norðurlflug, Prentsmiðjan Oddi, Ístak, HRV, Kadeco, Air Iceland og Viðskiptaráð Íslands.

China Fisheries & Seafood Expo

Íslandsstofa hélt utan um skipulag á þjóðarbási Íslands á sjávarútvegssýningunni China Fisheries and Seafood Expo 2011 sem fór fram í borginni Qingdao í byrjun nóvember. Sýningin hefur verið haldin árlega undanfarin 17 ár en þetta árið tóku um 800 sýnendur víðsvegar úr heiminum þátt. Gestir voru um 20.000 talsins og er sýningin orðin næst stærsta sjávarútvegssýning í heimi á eftir European Seafood Exposition í Brussel. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt voru: Icelandic, Triton, Optimar Iceland og Reykofninn sem voru mjög ánægð með árangur og viðtökur á sýningunni.

Sjávarútvegssiðnaðurinn í Kína hefur breyst mikið á síðustu árum og í því samhengi má meðal annars nefna að véla- og tækjahluti sýningarinnar hefur stækkað gríðarlega undanfarin tvö til þrjú ár.

ICELAND RESPONSIBLE FISHERIES

Verkefnayfirlit 2012

Íslandsstofa sinnir kynningarmálum fyrir íslenskar sjávarafurðir á erlendum mörkuðum undir merkjum Iceland Responsible Fisheries samkvæmt samningi við Ábyrgar fiskveiðar ses. Íslandsstofa greiðir launakostnað markaðsstjóra Iceland Responsible Fisheries en verkefnafé kemur frá fyrirtækjum í greininni í gegnum Ábyrgar fiskveiðar Sigrún Elsa Smáradóttir, og framlög í gegnum AVS sjóðinn. Árið 2012 starfaði einn starfsmaður í fullu starfi hjá Íslandsstofu við þetta verkefni, auk þess sem fleiri starfsmenn Íslandsstofu komu að einstökum verkefnum, s.s. útgáfu upplýsingaefnis, viðhaldi á vefsíðu og undirbúningi sýninga, auk almennrar aðstoðar ritara.

Fagráð sjávarútvegs

Fagráð sjávarútvegs hjá Íslandsstofu er bakhjarl um mótun á áherslum í kynningarmálum. Í því sitja tíu einstaklingar sem allir sinna ábyrgðarstörfum í sjávarútvegi; í framleiðslu- eða sölufyrirtækjum, samtökum sem og einn frá atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti. Framtíðarsýn fagráðsins er 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.

Markmið og áherslur

Meginmarkmiðið í kynningarstarfinu er að treysta stöðu íslenskra sjávarafurða á erlendum mörkuðum og styrkja ímynd Íslands sem upprunaland sjávarafurða þar sem stundaðar eru ábyrgar fiskveiðar. Kynning íslensks upprunamerkis á mikilvægustu mörkuðum sem og staðfesting á sjálfbærni fiskveiða í formi vottunar mun styrkja stöðu og orðspor þeirra sem selja íslenskar sjávarafurðir á erlendum mörkuðum. Kynningarstarfið beinist einkum að fyrirtækjamarkaði (B2B) og fer fram með margvíslegum hætti; á sjávarútvegssýningum, kynningarfundum, útgáfu kynningarefnis og á vefnum www.ResponsibleFisheries.is. Einnig er stutt við markaðs- og kynningarstarf fyrirtækja sem eru aðilar að verkefninu með ýmsum hætti.

Þátttaka fyrirtækja í verkefninu

Fyrirtækjum sem nýttu sér upprunamerkið í sínu markaðsstarfi fjölgaði á árinu og voru 102 í árslok, þar af 69 íslensk, níu í Þýskalandi, sjö í Bretlandi, fimm í Bandaríkjunum og Belgíu, þrjú í Frakklandi og eitt á Spáni, Sviss, Portúgal og Svíþjóð.

Helstu verkefni og upplýsingamiðlun

Almennt kynningarefni og þróun

Á árinu var unnið áfram að uppbyggingu efnis og þróun markaðsstarfsins. Komið var á samstarfi við Alaskamenn um kynningu á vottun og sameiginlegir kynningarfundir haldnir með kaupendum og hagsmunaaðilum. Bæklingar voru gerðir og þeim dreift, aðallega á viðburðum og sýningum, innanlands og erlendis.

Kynning innanlands

Haldnir voru tveir kynningarfundir innanlands á árinu. Fundur um viðhorf á markaði til ábyrgra fiskveiða og sjálfbærni og áhrif á innkaup var haldinn 6. júní. Markmið fundarinnar var að upplýsa um aðstæður á mörkuðum erlendis fyrir sjávarafurðir og skapa umræður um raunveruleg áhrif viðhorfa kaupenda og neytenda á innkaup. Tveir ræðumenn frá norska rannsóknarfyrirtækinu NOFIMA kynntu nýlegar rannsóknir sem fyrirtækið gerði á þessu sviði á franska og breska markaðinum.

Í október var haldinn upplýsingafundur fyrir þátttökufyrirtækin í Iceland Responsible Fisheries um fjármögnun og rekstur verkefnisins, þróun í vottunarmálum og áherslur í markaðsmálum.

Markaðsstjóri Iceland Responsible Fisheries hélt erindi á sjávarútvegssýningunni í nóvember um tækifæri í sameiginlegu markaðsstarfi sjávarútvegsins. Á ráðstefnunni var einnig kynning frá Norðmönnum um markaðsstarf þeirra í sölu sjávarafurða. Auglýst var í íslenskum fjölmiðlum sem fjölluðu sérstaklega um sjávarútveg til að efla samstöðu og kynningu innanlands og í erlendum vefmiðlum fyrir breska markaðinn sérstaklega.

Vefurinn www.ResponsibleFisheries.is

Árið 2012 var gerð spænsk og þýsk útgáfa af vefnum en hann er einnig á ensku og íslensku. Efni hans var uppfært reglulega með fréttum af viðburðum, markaðsskýrslum o.fl. Á vefnum er hægt að afla upplýsinga um fyrirtæki sem eru aðilar að Iceland Responsible Fisheries verkefninu og nýta upprunamerkið í markaðsstarfi sínu. Einnig er hægt að finna allar þær vinnslustöðvar eða markaðsfyrirtæki sem hafa hlotið vottun á rekjanleika fyrir þorsk en veiðar á þorski voru vottaðar ábyrgar í lok árs 2010. Kynningarbæklingar sem hafa verið prentaðir eru einnig aðgengilegir á vefnum á pdf.-formi.

Sjávarútvegssýningar og kynningarfundir erlendis

Kynning á Iceland Responsible Fisheries fór fram á fjórum sýningum á árinu; í Bremen í Þýskalandi í febrúar, í Boston í Bandaríkjunum í mars, Brussel í Belgíu í apríl og Vigo á Spáni í október. Íslandsstofa skipulagði þátttökuna og bæði í Boston og Brussel var um að ræða þátttöku á þjóðarbás.

Í Bremen var haldinn fjölmennur kynningarfundur á ábyrgum fiskveiðum Íslendinga og vottun samhliða sýningunni og var mikil umfjöllun um fundinn í helstu fjölmiðlum, bæði þýskum tímaritum sem fjalla um sjávarútveg og matvælaframleiðslu sem og á Intrafish.com. Fundurinn var haldinn í samstarfi við sendiráð Íslands í Þýskalandi og þýsk-íslenska viðskiptaráðið.

Í Boston og Brussel voru haldnir kynningarfundir (hádegisverðarfundir) í samstarfi við Alaska Seafood Marketing Institute (ASMI) samhliða sjávarútvegssýningunum. Í Boston hélt ríkisstjóri Alaska ræðu og í Brussel forseti Íslands. Vakti þátttaka þessar leiðtoga mikla athygli og varð til að auka trúverðuleika. Fjölmiðlar sóttu í að mæta á fundinn í Brussel og fjölluðu um hann bæði í vefmiðlum, m.a. með upptöku af fundinum, og í prentuðum miðlum. Forseti Íslands tók einnig þátt í móttöku á sýningarbás Íslandsstofu sem haldin var í samstarfi við sendiráðið í Brussel. Sýningarbásinn í Brussel vakti mikla athygli fyrir skemmtilega hönnun.

Þátttakan í Conxemar sýningunni í Vigo var talin mikilvæg til að treysta tengslin bæði við markaði á Spáni og í Portúgal, en upplýsingum um saltfisk var dreift á sýningunni í samstarfi við íslenska saltfisksframleiðendur.

Ísland var eitt af sjö löndum sem fékk tækifæri til að kynna sjávarafurðir, upprunamál og vottun á kynningarfundum í París í október. Fundinn sóttu mikilvægir innkaupaáðilar frá smásölum og öðrum hagsmunaaðilum. Í kjölfarið komust á tengsl við áhugasama samstarfsaðila í kynningu á franska markaðinum.

Í nóvember skipulagði markaðsstjóri Iceland Responsible Fisheries kynningarfund á Humber-side svæðinu í Englandi í samstarfi við sendiráðið í London en það var atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið sem efndi til fundarins. Um var að ræða upplýsingafund til að koma sjónarmiðum Íslands í maki við ræðunum á framfæri. Fundurinn var haldinn samhliða ársfundum bresk-íslenska verslunarráðsins.

Kvikmyndað efni

Í apríl var gefinn út DVD-diskur með kynningarmynd um Iceland Responsible Fisheries á þremur tungumálum; ensku, þýsku og spænsku. Disknum var dreift til allra þátttökufyrirtækja í verkefninu auk þess sem honum var dreift á sýningum erlendis (Brussel og Vigo). Fyrirtækin hafa síðan nýtt diskinn í kynningu úti á mörkuðunum. Síðar á árinu var gerð frönsk útgáfa af sömu mynd og verður hún m.a. notuð til kynningar á íslenskum sjávarafurðum á viðskiptaráðstefnu í París 28. febrúar 2013. Frumútgáfa af myndbandinu sem gerð var 2011 er til á íslensku, ensku og spænsku og var m.a. sýnd á sjómanna daginn í Sjóminjasafninu Víkinni í Reykjavík.

Almannatengsl

Lögð var áhersla á markvissa upplýsingamiðlun til fjölmiðla erlendis, sem og innanlands, um viðburði og fréttir. Rafrænt fréttabréf er sent út reglulega, bæði á innlandan markhóp og erlendan. Fjölmar gar greinar birtust í erlendum miðlum þar sem fjallað var um málefni Iceland Responsible Fisheries og bárust óskir um greinaskrif í erlend sérfræðitímarit, s.s. Infish sem gefið er út af FAO.

Einnig var lögð áhersla á samstarf við almannatengslastarf Íslandsstofu sem beindist að öðrum atvinnugreinum, s.s. ferðaþjónustu. Stutt var við kynningu á sjávarfangi og matarmenningu og fjölmar gar blaðamenn aðstoðaðir og leiddi það til greinaskrifa um fisk og matarmenningu Íslendinga. M.a. var farin sérferð með þýskan blaðamann til Grindavíkur þar sem skoðuð var aðstaðan í Stakkavík, farið um borð í línuveiðibát Vísis, farið á sjóstöng á Faxaflóa og tekið viðtal við matreiðslumann á Fiskfélaginu. Allt þetta skilaði sér í jákvæðri umfjöllun í víðlesnu dagblaði í Þýskalandi.

REKSTRARREIKNINGUR ÁRSINS 2012

	Skýr.	2012	2011
Rekstrartekjur			
Markaðsgjald		424.125.755	397.500.568
Ríkisframlög		251.500.000	218.300.000
Önnur framlög		37.054.028	33.099.246
Endurgreiddur kostnaður og seld þjónusta		215.605.609	155.504.842
		<u>928.285.392</u>	<u>804.404.656</u>
Rekstrargjöld			
Kynningar- og markaðsstarf		(544.046.757)	(452.424.271)
Laun og launatengd gjöld	3	(270.557.519)	(257.680.555)
Skrifstofu- og stjórnunarkostnaður		(104.862.207)	(91.269.736)
Afskriftir fastafjármuna	5	(5.648.369)	(5.928.369)
		<u>(925.114.852)</u>	<u>(807.302.931)</u>
Rekstrarafgangur (tap)		<u>3.170.540</u>	<u>(2.898.275)</u>
Fjármunatekjur	4	4.662.079	3.965.946
Fjármagnsgjöld	4	(685.427)	(670.674)
Tekjur umfram gjöld		<u>7.147.192</u>	<u>396.997</u>

EFNAHAGSREIKNINGUR 31. DESEMBER 2012

Eignir	Skýr.	31.12.2012	31.12.2011
Fastafjármunir			
Varanlegir rekstrarfjármunir	5	10.421.621	16.069.990
		<u>10.421.621</u>	<u>16.069.990</u>
Veltufjármunir			
Markaðsgjald	7	49.225.520	71.487.765
Viðskiptakröfur	7	57.845.595	51.980.612
Aðrar skammtímakröfur	7	8.325.272	7.539.982
Fyrirfram greitt vegna verkefna	6	38.643.943	5.981.265
Handbært fé	7	79.419.198	85.517.560
		<u>233.459.528</u>	<u>222.507.184</u>
Eignir		<u>243.881.149</u>	<u>238.577.174</u>
Eigið fé og skuldir			
Eigið fé			
Óráðstafað eigið fé	8	163.346.357	156.199.166
Eigið fé		<u>163.346.357</u>	<u>156.199.166</u>
Skammtímaskuldir			
Viðskiptaskuldir	9	36.068.425	31.154.887
Aðrar skammtímaskuldir	9	44.466.367	51.223.121
		<u>80.534.792</u>	<u>82.378.008</u>
Skuldir		<u>80.534.792</u>	<u>82.378.008</u>
Eigið fé og skuldir		<u>243.881.149</u>	<u>238.577.174</u>



ÍSLAND ALLT ÁRIÐ

1/9 2011 - 31/8 2012

Rekstrarreikningur

FRAMLÖG

Opinber framlög.....	280.100.000
Framlög fyrirtækja.....	181.959.700
Framlög alls	<u>462.059.700</u>

Tekjur alls.....**462.059.700**

GJÖLD

Markaðs- og kynningarstarf

Kynningar og fundir.....	2.537.235
Kynningarefni.....	16.507.367
Fjölmiðlaferðir.....	5.145.629
Aðkeypt sérfræðipjónusta.....	86.186.690
Aðkeypt sérfræðipjónusta erlend.....	89.830.488
Aðkeyptar upplýsingar og gögn.....	835.929
Auglýsingar, birting.....	140.016.900
Annar kostn v/mark- kynningastarfs.....	4.106.051
Markaðs og kynningarstarf alls	<u>345.166.289</u>

Rekstrargjöld alls.....**345.166.289**

Rekstrarafgangur án fjármagnsliða.....**116.893.411**

Fjármagnsliðir

Fjármunatekjur.....	365.081
Fjármagnsgjöld.....	325.320
Fjármagnsliðir alls.....	<u>39.761</u>

Rekstrarafkoma tímabilsins.....**116.933.172**

Fært á næsta tímabil

Efnahagsreikningur

Bankainnstæður.....113.584.769

Virðisaukaskattur.....5.166.590

Eignir samtals.....**118.751.359**

SKULDIR OG EIGIÐ FÉ

Eigið fé

Rekstrarafkoma.....116.933.172

Eigið fé alls.....**116.933.172**

Skammtímaskuldir

Viðskiptaskuldir.....-1.818.187

Skammtímaskuldir alls.....**-1.818.187**

Skuldir alls og eigið fé.....**118.751.359**

