

ÍSLANDSSTOFA

PROMOTE ICELAND

Ársskýrsla

2013

Efnisyfirlit

Íslandsstofa	3
Ferðaþjónusta og skapandi greinar	6
Sjávarútvegur og matvæli	15
Iðnaður og þjónusta	18
Erlendar fjárfestingar.....	20
Ráðgjöf og fræðsla	24
Viðburðir.....	28
Starfsfólk Íslandsstofu	35

Inngangur

Íslandsstofa var stofnuð með lögum vorið 2010 og hóf rekstur 1. júlí sama ár. Verkefni Íslandsstofu felast fyrst og fremst 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. Þá er Íslandsstofu einnig ætlað að styðja við kynningu á íslenskrri menningu erlendis. Þessi skýrsla er yfirlit yfir störf Íslandsstofu á árinu 2013 og gefur hún góða yfirsýn yfir þau fjölmörgu verkefni sem starfsmenn stofunnar unnu. Skýrslunni er skipt í kafla eftir sviðum í samræmi við skipurit stofunnar.



Íslandsstofa

Íslandsstofa er öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda og miðar að því að auka gjaldyristekjur þjóðarinnar með því að efla markaðssókn Íslendinga erlendis. Um Íslandsstofu gilda lög nr. 38/2010. Þar segir m.a. að markmið laganna sé að efla ímynd og orðspor Íslands, styrkja samkeppnisstöðu íslensks atvinnulífs á erlendum mörkuðum og laða erlenda ferðamenn og fjárfestingu til landsins. Samkvæmt lögnum á Íslandsstofa:

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

Stjórn Íslandsstofu

Utanríkisráðherra skipar stjórn Íslandsstofu til þriggja ára í senn. Stjórnarmenn eru sjö og eru fjórir þeirra tilnefndir af Samtökum atvinnulífsins, einn af iðnaðarráðherra, einn af mennta- og menningarmálaráðherra og einn er án tilnefningar. Í stjórn Íslandsstofu sitja: Vilborg Einarsdóttir, formaður - Birkir Hólm Guðnason - Guðbjörg Edda Eggertsdóttir - Svavar Svavarsson - Ásta Pálmadóttir - Baldvín Jónsson - Ríkharður Ibsen - Framkvæmdastjóri er Jón Ásbergsson

Starfsemi og þjónusta

Íslandsstofa sinnir markaðs- og kynningarmálum landsmanna á erlendum markaði. Þjónusta Íslandsstofu byggir á hagkvæmri nýtingu fjármuna, viðtækri reynslu, sérhæfingu og faglegri dýpt sem ekki er á færi einstakra aðila. Skipta má þjónustu Íslandsstofu í þrjá meginþætti:

- Almennt kynningarstarf 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 stuðning 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 eldmóð, samheldni og gagnkvæma virðingu sem skilar árangri og ánægju með þjónustuna.

Fagráð

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

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

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

Skipulag

Íslandsstofa flutti starfsemi sína á árinu úr Borgartúni 35 í Sundagarða 2. Hjá Íslandsstofu starfa tæplega 30 starfsmenn þar af einn sem hefur starfsstöð sína í Berlín. Starfseminni er skipt í fjögur megin svið eftir atvinnugreinum, tvö stoðsvið auk innri þjónustu.

Meginsvið

Meginsviðin heita: Ferðaþjónusta og skapandi greinar, Sjávarútvegur og matvæli, Iðnaður og þjónusta og Erlendar fjárfestingar.

Ferðaþjónusta og skapandi greinar

Eitt helsta verkefni sviðs ferðaþjónustu og skapandi greina er að laða til landsins erlenda ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi í þágu íslenskrar ferðaþjónustu samkvæmt samningi Íslandsstofu við ráðuneyti ferðamála (iðnaðarráðuneytið) og með því að annast framkvæmd markaðsverkefnisins Ísland - allt árið (Inspired by Iceland). Sviðið styður einnig við kynningarstarf á íslenskri menningu erlendis. Þá sinnir sviðið þátttöku Íslandsstofu í kynningarverkefnunum Iceland Naturally og Cruise Iceland. Sviðið vinnur verkefni sín í nánú samstarfi við fagráð ferðaþjónustunnar hjá Íslandsstofu og eigendastjórn verkefnisins Ísland - allt árið.

Sjávarútvegur og matvæli

Svið sjávarútvegs og matvæla er ætlað að auka áhuga á íslensku sjávarfangi og öðrum íslenskum matvælum á erlendum mörkuðum með það að markmiði að stuðla að auknum gjaldyristekjum af vörum sem neytt er erlendis. Áherslur í markaðsstarfinu og val verkefna eru unnin í nánú samstarfi við viðkomandi fagráð og hagsmunaaðila og er sviðið þannig virkur þátttakandi í viðtæku samstarfi á sviði markaðssetningar erlendis á vörum og þjónustu. Áhersla er lögð á að kynna íslenskar



Stjórn Íslandsstofu 2013-2016

F.v. Jón Ásbergsson, framkvæmdastjóri, Guðbjörg Edda Eggertsdóttir, Svavar Svavarsson, Ríkharður Ibsen
Vilborg Einarsdóttir, formaður, Birkir Hólm Guðnason, Júlíus Hafstein, Ásta Pálmadóttir, Baldvin Jónsson

sjávarafurðir, matvæli og íslenska matarmenningu á erlendum vettvangi.

Meðal verkefna sem sviðið sinnir er kynning á íslenskum sjávarafurðum á erlendum mörkuðum undir merkjum Iceland Responsible Fisheries skv. samningi við Ábyrgar fiskveiðar og kynning á saltfiskafurðum í Suður Evrópu. Saltfisksverkefnið er samstarfsverkefni Íslenskra saltfisksframleiðenda, Íslandsstofu og stjórnvalda. Þá er einnig unnið að því að þróa heildstætt markaðsverkefni fyrir allar íslenskar sjávarafurðir.

Iðnaður og þjónusta

Markmiðið með starfsemi sviðsins er að veita fyrirtækjum og einstaklingum alhliða útflutningsþjónustu í því skyni að greiða fyrir útflutningi á iðnvarningi, tæknivörum og skyldri þjónustu og auka þannig gjaldeyristekjur þjóðarinnar. Meðal þess sem gert hefur verið til að gera starfið markvissara er að kortleggja starfsemi upplýsingatæknifyrirtækja, umhverfistæknifyrirtækja og náttúruvörufyrirtækja sem nota útdrætti úr náttúrunni í vörur sínar og framleiðslu.

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 nýsköpunarráðuneytisins.

Stoðsvið

Stoðsvið starfseminnar er tvö þ.e. Ráðgjöf og fræðsla og Viðburðir.

Ráðgjöf og fræðsla

Markmiðið með þeirri þjónustu sem veitt er innan sviðs ráðgjafar og fræðslu er að bæta hæfni og getu íslenskra fyrirtækja til að markaðssetja afurðir sínar erlendis. Starfsemin fer m.a. fram með handleiðsluverkefnum, margskonar upplýsingagjöf og fræðslu af ýmsum toga. Meðal vel þekktra verkefna sem heyra undir sviðið má nefna þróunarverkefnið Útflutningsaukningu og hagvöxt (ÚH) og handleiðsluverkefnið Útstím. Þá annast sviðið tengsl Íslandsstofu við viðskiptafulltrúa í sendiráðum Íslands erlendis.

Viðburðir

Til þess að auðvelda íslenskum fyrirtækjum að koma vörum sínum á framfæri á alþjóðlegum mörkuðum skipuleggur Íslandsstofa fjölmarga viðburði erlendis m.a. þátttöku íslenskra fyrirtækja í um 30 vöru- og þjónustusýningum og þátttöku í fjölmörgum fræðslu- og viðskiptasendinefndum.

Innri starfsemi

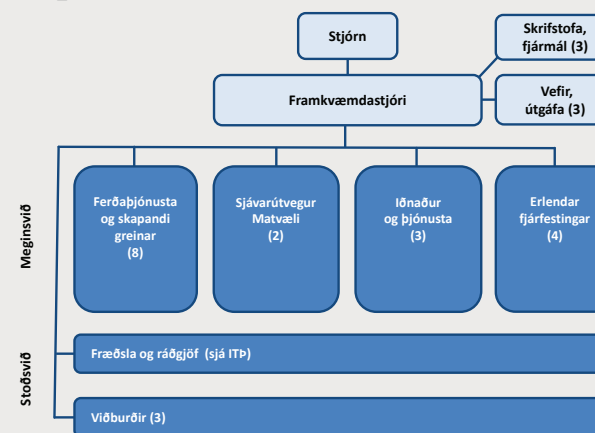
Vefir og kynningarmál

Vefir og kynningarmál annast gerð kynningarefnis fyrir Íslandsstofu og hefur umsjón með og ber ábyrgð á vefsíðum Íslandsstofu og annarri útgáfu.

Fjármál og skrifstofa

Skrifstofuumsjón annast rekstur skrifstofunnar, fjármál, skrifstofuhald, upplýsingatæknimál.

Skipurit:



Samhæfð skilaboð

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 á árinu 2011 ákveðna nálgun sem er byggð á fyrirfram skilgreindum vaxtarsviðum og skilaboðum. Vaxtarsviðin eru matvæli, ferðapjónusta, 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. Vaxtarsviðin ríma ágætlega við skipun fagráðanna.

Issues and Images

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 er dreift til valdra aðila erlendis og allra sendiráða Íslands erlendis.

Ferðaðþjónusta og skapandi greinar

Hlutverk sviðs ferðaðþjónustu og skapandi greina er að kynna Ísland sem ákjósanlegan áfangastað og laða til landsins erlenda ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi. Markmiðið er að auka gjalddeyrstekjur og efla hagvöxt, auk þess að jafna árstíðarsveiflu ferðamanna og skapa fleiri störf í greininni. Sviðið kynnir einnig Ísland sem upprunaland skapandi greina og styður við kynningu á íslenskri menningu erlendis. Allt markaðsstarfið er í dag undir vörumerkinu Inspired by Iceland og unnið samkvæmt ákveðnum markmiðum í starfi fyrir ferðaðþjónustuna.

Landkynningu er sinnt samkvæmt samningi við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti (áður iðnaðarráðuneyti) frá 2011. Íslandsstofa annast markaðsverkefnið Ísland- allt árið samkvæmt sérstökum samningi við sama ráðuneyti. Íslandsstofa er einnig aðili að Iceland Naturally, sem er markaðsverkefni fyrir Norður-Ameríku. Þá leggur Íslandsstofa til starfsmann með 20% starfshlutfall til Cruise Iceland. Til ársloka 2013 var Íslandsstofa einn rekstraraðila Scandinavian Tourism Inc. í New York sem er samstarf Norðurlandþjóðanna um markaðsmál ferðaðþjónustu þessara landa í Bandaríkjunum. Íslandsstofa er aðili að Ráðstefnuborginni Reykjavík og á áheyrnarfulltrúa í stjórn verkefnisins. Fulltrúi Íslandsstofu situr einnig í stjórn NATA (North Atlantic Tourism Association) sem er samstarfsvettvangur um ferðaðþjónustu milli Íslands, Færeyja og Grænlands.

Forstöðumaður sviðsins er Inga Hlín Pálsdóttir. Starfsemin er skipulögð í nokkrum teymum, sem sinna kynningum, vefsíðum og samfélagsmiðlum, erlendum almannatengslum og fjölmiðlaheimsóknum, erlendu tengslastarfi og viðburðum erlendis. Til viðbótar eru tilgreindir starfsmenn tengiliðir við ferðaðþjónustuna á eftirfarandi mörkuðum: Bretland, Norður-Ameríka, Mið-Evrópa, Norðurlönd og fjarmarkaðir. Einnig starfa á sviðinu tengiliðir við stærstu markaðsverkefni og við listir og skapandi greinar. Á meðfylgjandi mynd má sjá helstu verkliði sem unnið er að á sviðinu.



Leiðarljós í markaðssetningu

Undanfarin ár hefur verið unnið að því að skerpa sýnina á hvernig Ísland er markaðssett erlendis sem áfangastaður. Í því skyni var á þessu ári m.a. lögð aukin áhersla á að tengja betur saman hin ýmsu markaðsverkefni og rækta samstarfið við aðrar atvinnugreinar s.s. matvæli og sjávarútveg.

Leiðarljós í markaðssetningu Íslands sem áfangastaðar í dag er: Ísland er ekki fyrir hvern sem er. Það er ekki fyrir þá sem fara þangað sem allir aðrir fara. Ekki fyrir ferðalanga sem vilja ekki láta koma sér á óvart. Það er fyrir þá sem ferðast um heiminn til að upplifa eitthvað öðruvísi og snúa heim með góða sögu í farteskinu. Sögurnar frá Íslandi hætta ekki að berast þegar vetrar, þeim fjölgar stöðugt og verða ævintýralegr frá degi til dags, alla 365 daga ársins. Vertu velkomin í hóp þeirra sem ferðast í anda landkönnuða með ævintýraþrá og sköpunargleði í brjósti. Ísland er kannski ekki fyrsta landið sem þér dettur í hug að heimsækja í vetur en þetta verður fyrsta landið sem þú segir vinum þínum frá. Komdu og láttu heillast af Íslandi.

Til þess að gera starfið markvissara er markaðsaðgerðum beint að skilgreindum markhópum og er aðalmarkhópurinn kallaður hinn upplýsti ferðamaður. Það sem einkennir hinn upplýsta ferðamann er m.a.: Þetta er fólk á aldrinum 20-65 ára, býr í þéttbýli, er með menntun og tekjur yfir meðallagi og notar internet, snjallsíma og prentmiðla yfir meðallagi. Það vill standa utan við hjörðina, vill ferðast sjálfstætt og hefur áhuga á því að kynnast menningu, hugmyndum og lífsstíl annars fólks. Fólk sem vill fara á nýja og spennandi áfangastaði, vill fara í frí að vetri til, er opið fyrir nýjungum, sækist eftir áskorunum og er tilbúið að deila upplifunum sínum.

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

Markaðssvæði

Meðal helstu verkefna markaðsstarfs fyrir ferðaðþjónustuna er að hvetja ferðamenn til að sækja landið heim utan háannar. Þess vegna er þunga markaðsstarfsins beint að mörkuðum sem tengdir eru Íslandi með flugi allt árið. Markaðirnir eru eftirfarandi eftir áherslum.

Mikil áhersla: Þýskaland, Holland, Belgía, Frakkland, Bretland, Danmörk, Svíþjóð, Noregur, Finnland, Norður-Ameríka (Boston, New York, Seattle, Washington og Toronto)

Minni áhersla: Ítalía, Spánn, Sviss, Austurríki, Eystrasaltslöndin, Rússland, Japan, Kína, Indland, Ísrael og aðrir fjarmarkaðir.

Mælikvarðar

Íslandsstofa notar ákveðin mælitæki til að meta það markaðsstarf sem unnið er á hennar vegum. Í ferðaþjónustu eru þau eftirfarandi: Birtingarannsóknir, greiningar á vefjum og umtali, heimsóknir á vefsíður, samfélagsmiðlar og rannsóknir á viðhorfi og árangri sérstakra verkefna s.s. sýninga og vinnustofa. Þá er einnig reglulega skoðuð staða ferðaþjónustunnar og þróun hennar s.s. fjöldi ferðamanna, fjöldi gistinguátta, kortavelta, viðhorfs erlendra ferðamanna og samamburður við aðrar þjóðir. Íslandsstofa hefur á undanförunum árum látið rannsaka viðhorf til Íslands á völdum erlendum mörkuðum. Slík viðhorfsrannsókn var þó ekki gerð á árinu 2013, en er fyrirhuguð snemma árs 2014. Á haustmánuðum varð nokkur umræða um mælikvarða í markaðsstarfi og fékk Íslandsstofa ráðgjafafyrirtækið Capacent til þess að fara yfir þá mælikvarða sem notast er við, en þeirri vinnu var ekki lokið við árslok 2013.

Kynningar, vefsíður og samfélagsmiðlar

Teymið kynningar, vefsíður og samfélagsmiðlar sinnir m.a. ritstjórn og umsjón með vefsíðum og samfélagsmiðlum, gerð sérhæfðs kynningar- og markaðssefnis (þ.m.t. stóra landkynningarbæklingins), eftirfylgni með notkun vörumerkja og mótun samræmds útlits, umsjón með myndasamningum, póstlistakerfi og viðburðadagatali, ásamt samskiptum og samningum við dreifingafyrirtæki erlendis. Á árinu var lögð mikil áhersla á að einfalda ásýnd kynningarefnis, en unnið er að því að samræma allt markaðs- og kynningarstarfið undir merkjum Inspired by Iceland.

Vefsíður

Landkynning á netinu er veigamikill þáttur í markaðsstarfi Íslandsstofu en fjórir vefir spila þar stærstu hlutverkin: iceland.is, visiticeland.com, icelandnaturally.com og inspiredbyiceland.com. Samanlagt eru þessir vefir með yfir 1,2 milljónir einstakra heimsókna á ári. Til viðbótar á Íslandsstofa í samstarfi við aðra aðila vegna vefjanna cruiseiceland.com, visiteurope.com og goscandinavia.com sem sinna afmörkuðum verkefnum. Vefsíðan visiticeland.com var endurgerð á árinu í samstarfi við Ferðamálastofu. Efni vefsins var endurskrifað og aukið við það ásamt því sem ferðaþjónustufyrirtækjum var boðið upp á viðameiri skráningu í gagnagrunn síðunnar sem rekin er af Ferðamálastofu. Áhersla var lögð á að gera vefinn aðgengilegri og myndrænni.

Samfélagsmiðlar

Notkun samfélagsmiðla er önnur stoð markaðsstarfsins, en þrjú samfélagsmiðlaverkefni eru rekin af Íslandsstofu. Eitt er í tengslum við Inspired by Iceland, annað í tengslum við Iceland Naturally og það þriðja er Iceland Wants to be Your Friend. Alls tengjast meira en 365.000 einstaklingar þessum samfélagsmiðlum.

Kynningar og útgáfa

Vinna við nýjan landkynningarbækling hófst undir lok árs. Efnistöð og hönnun bæklingins var endurskoðuð frá grunni. Stefnt er að því að nýr bæklingur komi út á um 14 tungumálum árið 2014. Landkynningarbæklingurinn verður þematengdur, en lögð verður meiri áhersla á hagnýtar upplýsingar og staðbundnar ráðleggingar en gert var í fyrri útgáfu bæklingins. Gert er ráð fyrir að bæklingurinn hafi að minnsta kosti tveggja ára líftíma og verður prentaður í um 250.000 eintökum. Bæklingnum er dreift til neytenda í gegnum dreifingafyrirtæki í viðkomandi löndum auk þess sem erlendir söluaðilar nýta sér bæklinginn til viðbótar sínu markaðsstarfi. Þá er hann einnig aðgengilegur á netinu.

Fyrirspurnir

Íslandsstofa svaraði um 3.000 fyrirspurnum á árinu í gegnum tölvupóst og síma til ferðamanna sem eru áhugasamir um að koma til Íslands eða eru þegar á leið til landsins. Hér eru ekki meðtaldar fyrirspurnir sem berast í gegnum samfélagsmiðla eða sérstakar beiðnir um bæklinga.

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Teymi Íslandsstofu sem vinnur við almannatengsl og að skipuleggja fjölmiðlaferðir vekur athygli á Íslandi með aðstoð erlendra almannatengslaskrifstofa. Er það m.a. gert með fjölmiðlaferðum, fréttatilkynningum og viðburðum erlendis. Á árinu bauð Íslandsstofa fulltrúum um 100 fjölmiðla til landsins í skipulagðar fjölmiðlaferðir. Þar að auki aðstoðaði Íslandsstofa um 800 blaðamenn við að skipuleggja Íslandsferðir sínar, auk þess sem unnið var með kynningarmiðstöðvum listgreina og hátíðastjórnendum að slíkum ferðum. Einnig vinnur Íslandsstofa náið með flugfélögum sem fljúga til Íslands sem og ferðaþjónustufyrirtækjum bæði innanlands og erlendis. Í dag er unnið með eftirfarandi PR stofum: BZ.comm í Þýskalandi, TQC í Frakklandi, Brighter Group í Bretlandi ásamt Brooklyn Brothers í Bretlandi í tengslum við Ísland - allt árið og BigFish í Boston í tengslum við Iceland Naturally.

Fjölmiðlaumfjöllun um Ísland sem áfangastað

Íslandsstofa hefur samið við fjölmiðlagreiningarfyrirtæki í þremur löndum um að safna saman þeirri fjölmiðlaumfjöllun sem Ísland fær sérstaklega fyrir milligöngu Íslandsstofu. Skráð er tegund miðils, hvort Ísland er aðalumfjöllunarefnið, kemur fyrir í almennt frétt, er nefnt eða nefnt lítilla út frá 10-20 lykilorðum. Þetta gefur góða mynd af tegund umfjöllunar og þróun umræðu. Ekki er hægt að halda tæmandi skrá um alla umfjöllun erlendis, slíkt yrði of kostnaðarsamt. Í heildina birtust í fjölmiðlum 1.112 greinar tilkomnar vegna almannatengsla Íslandsstofu á árinu 2013. Þar er ekki meðtalin almannatengsl vegna stærri markaðsverkefna sem komið verður að síðar. Ísland vakti mikla athygli og fékk talsverða umfjöllun hjá erlendum fjölmiðlum á árinu og var meðal annars valið „Top 10 destination“ og „Best European destination“ af Lonely Planet, „Top 4th place to go“ af CNN og „Best place to travel“, af tímaritinu Travel + Leisure. Hér að aftan verður farið nánar yfir starf ársins á þeim mörkuðum þar sem Íslandsstofa vinnur með almannatengslafyrirtækjum. Í öðrum löndum er jafnan unnið með sendiráðum og ræðismannaskrifstofum.

Bretland

Ísland heldur vinsældum sínum í breskum fjölmiðlum. Íslandsstofa bauð blaðamönnum frá 39 fjölmiðlum til landsins og aðstoðaði yfir 500 í viðbót við skipulagningu heimsóknar. Heildarumfjöllun með beinni aðkomu Íslandsstofu voru 533 greinar. Má meðal annars nefna veigamikla umfjöllun um Ísland í Guardian, Daily Telegraph, Financial Times, The Observer, Independent on Sunday og Daily Express. Einnig var Ísland áberandi í sjónvarpsþáttum sem Íslandsstofa skipulagði ferðir fyrir, þar á meðal BBC Holiday Hit Squad. Þá samdi Íslandsstofa við BBC um upptökur á Planet Earth þætti um Ísland.

Þýskaland

Íslandsstofa bauð til landsins fulltrúum frá 42 þýskum fjölmiðlum og aðstoðaði um 200 í viðbót við að skipuleggja ferð sína hingað. Heildarumfjöllun með beinni aðkomu Íslandsstofu var 369 greinar. Má meðal annars nefna þrjár greinar um hönnun í Spiegel Online, heilsíðugrein um jökla í Die Welt, átta þætti á útvarpsstöðinni Deutschlandfunk, þátt um mat í TV Berlin og greinar um Food & Fun hátíðina í Die Zeit.

Frakkland

Íslandsstofa bauð til landsins blaðamönnum frá 18 frönskum fjölmiðlum og aðstoðaði 100 í viðbót. Alls urðu greinar um Ísland í frönskum fjölmiðlum með beinni aðkomu Íslandsstofu 210. Má þar nefna sérstaklega heimildarmynd um Ísland á France 5 sem notaði fjarstýrðar þyrlur við upptökur, heilsíðugrein um Ísland sem tókustað Game of Thrones í Metro, sjónvarpsauglýsingaherferð í samstarfi við National Geographic og greinar í Telerama, Le Oarisien, L'Express og Géo.

Norðurlönd

Íslandsstofa er ekki með almannatengslaskrifstofu á Norðurlöndum og því er ekki gerð samantekt á umfjöllun frá fjölmiðlum þaðan. Fjöl margar fyrirspurnir berast þó frá fjölmiðlum á Norðurlöndum og er þeim svarað eftir bestu getu. Íslandsstofa skipulagði eina fjölmiðlaferð frá Norðurlöndum í október 2013 og birtust greinar eftir þá ferð m.a. í Berlingske (Reiseliv), Modemagasinet IN, Kamille, RES, Damernas Varld og OPTIO. Unnið er í nánú samstarfi við sendiráðin á öðrum mörkuðum og áframsenda fulltrúar þeirra fyrirspurnir frá fjölmiðlamönnum til Íslandsstofu sem aðstoða eins og við á.

Norður-Ameríka

Almannatengslastarf í Norður-Ameríku fer að mestu fram í gegnum markaðsverkefnið Iceland Naturally og er fjallað nánar um það síðar, ásamt fleiri fjölmiðlaferðum sem skipulagðar voru sérstaklega í kringum vetrarherferðina Ísland - allt árið.

Erlent tengslastarf og viðburðir erlendis

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

Erlent tengslastarf

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

Hluti af tengslastarfi Íslandsstofu erlendis er aðild að erlendum samtökum sem varða ferðaþjónustu. ANTOR er tengslanet ferðaþjónustunnar á Norðurlöndum og halda samtökin nokkra fundi á ári í Noregi, Danmörku og Svíþjóð og sækja fulltrúar sendiráða viðkomandi landa oft þessa fundi í samstarfi við Íslandsstofu. Íslandsstofa gerðist einnig á árinu aðili að USTOA (United States Tour Operator Association) sem eru samtök stærstu ferðaþjónustuaðila í Norður-Ameríku. Íslandsstofa er einnig aðili að CT, samtökum landkynningaradila í Þýskalandi og Austurríki, ásamt því að vera aukaaðili að DRV, hagsmunasamtökum ferðaheildsala og ferðaskrifstofa í Þýskalandi.

Vinnustofur og Íslandskynningar erlendis

Íslandsstofa skipuleggur fjöl margar vinnustofur (work shops) og landkynningar erlendis á hverju ári. Þar eru markaðsáherslur kynntar og upplýsingum um íslenska ferðaþjónustu miðlað til erlendra aðila. Þetta er liður í því að kynna starf Íslandsstofu, en ekki síður til að mynda og styrkja viðskiptasambönd erlendis. Íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum býðst að taka þátt í þessum viðburðum með Íslandsstofu hverju sinni. Íslandsstofa skipulagði samtals 19 vinnustofur á árinu og tóku yfir 30 íslensk fyrirtæki þátt í þeim, flest í fleiri en einni vinnustofu. Um 700 erlendir aðilar sóttu þessa viðburði. Hér er yfirlit yfir helstu vinnustofur og Íslandskynningar á árinu:

St. Pétursborg í janúar

Þann 15. janúar gekkst Íslandsstofa fyrir Íslandskynningu og vinnustofu í St. Pétursborg til að vekja áhuga rússneskra ferðasöluaðila á Íslandi. Fulltrúar frá 23 íslenskum fyrirtækjum tóku þátt. Þetta var þriðja árið í röð sem slíkar kynningar eru haldnar. Kynningin var vel sótt en um 150 gestir mættu á svæðið.

London í janúar

Vinnustofa var haldin í London þann 29. janúar í samstarfi við ferðamálayfirvöld í Eistlandi og Finnlandi í höfuðstöðvum hins konunglega stórskotaliðs, „The Honorable Artillery Company.“ Fjórtán íslensk fyrirtæki funduðu með yfir 30 breskum ferðaskrifstofum.

Evrópa í apríl og maí

Íslandsstofa gekkst fyrir röð vinnustofa í borgunum Berlín, Frankfurt, París, Amsterdam, Osló, Stokkhólmi og Kaupmannahöfn. Tilgangurinn var að fara yfir markaðsáherslur og upplýsa erlenda aðila um nýjungar og nytsamlega hluti tengda ferðaþjónustu á Íslandi. Að kynningunum loknum voru settir upp stuttir fundir þar sem íslensk fyrirtæki funduðu með aðilum og kynntu vöruframboð á Íslandi með áherslu á veturinn 2013/2014. Níu fyrirtæki tóku þátt í vinnustofunum.

Suð-Austur Asía í ágúst

Í ágúst var röð vinnustofa í Suðaustur-Asíu þar sem fjögur íslensk fyrirtæki tóku þátt. Fundirnir fóru fram í Hong Kong og Guangzhou í Kína og Taipei í Tævan. Stefán Skjaldarson, sendiherra Íslands í Kína og Hulda Þórey Garðarsdóttir, heiðursræðismaður í Hong Kong, héldu erindi á fyrstu fundunum. Vinnustofurnar voru skipulagðar með aðstoð frá sendiráðinu í Peking.

Norður-Ameríka í september og október

Ellefu íslensk ferðaþjónustufyrirtæki tóku þátt í vinnustofum og Íslandskynningum dagana 22.-25. október í þremur borgum í Norður-Ameríku; Montreal, New York og Chicago. Samtals mættu um 120 gestir.

Suður-Evrópa í október

Íslandsstofa stóð fyrir vinnufundum á Spáni og Ítalíu í október. Níu fyrirtæki voru með á Ítalíu og sjö á Spáni. Kynningar fóru fram í borgunum Madríd, Barselóna, Milánó og Tórínó. Mjög góð mæting var í öllum borgunum, eða frá 40 og upp í 60 manns á hverri kynningu.

Ferðasýningar

Mikilvægur liður í markaðsstarfi Íslandsstofu er þátttaka í ferðasýningum og ferðakaupstefnum. Þar er vettvangur fyrir íslensk ferðaþjónustufyrirtæki til að kynna vöruframboð sitt fyrir erlendum ferðaheildsölum sem og almenningi. Hlutverki Íslandsstofu í tengslum við ferðasýningar má skipta í þrennt:

- Almenn landkynning þar sem kynnt er hvaða vörur og þjónusta Ísland hefur upp á að bjóða fyrir neytendur á erlendum mörkuðum
- Skipulagning þátttöku og þjónusta við íslensk fyrirtæki á staðnum. Í því felst aðstoð við tengslamyndun þeirra við erlenda söluaðila
- Almennt tengslastarf með það fyrir augum að upplýsa erlenda aðila um starf Íslandsstofu í markaðssetningu og að safna aðilum í gagnagrunn Íslandsstofu

Þegar tekin er ákvörðun um þátttöku í ferðasýningu er miðað við að taka þátt í stærstu ferðasýningum hvers markaðar, að okkar helstu samkeppnislönd séu einnig þátttakendur á sýningunni og að a.m.k fimm íslensk fyrirtæki hafi áhuga á að vera með viðveru á sýningunni. Einnig tekur Íslandsstofa þátt í völdum sýningum á fjarmörkuðum í samstarfi við sendiráð viðkomandi svæða.

Sýningar á árinu

Á þessu ári tók Íslandsstofa þátt í samtals 17 sýningum, en með í för voru 35 íslensk fyrirtæki sem mörg hver tóku þátt í fleiri en einni sýningu. Helstu ferðasýningar sem Íslandsstofa skipulagði þátttöku á voru:

MATKA

Íslandsstofa var þátttakandi í MATKA ferðakaupstefnunni í Helsinki dagana 17. - 20. Janúar. Fulltrúar 14 íslenskra fyrirtækja voru á staðnum og kynntu vörur sínar og þjónustu fyrir þeim fjölmörgu fagaðilum og gestum sem sóttu sýninguna. Alls heimsóttu um 76.000 manns sýninguna, þar af rúmlega 17.000 fagaðilar.

Mid Atlantik

Íslandsstofa tók þátt í Mid Atlantik ferðakaupstefnunni sem Icelandair stendur fyrir árlega. Hún var haldin í Reykjavík 8. febrúar. Um 150 erlendir fagaðilar sóttu kaupstefnuna.

ITB

ITB ferðasýningin, stærsta sýning sinnar tegundar í heiminum, fór fram í Berlín dagana 6. - 10. mars. Að þessu sinni sóttu hana 170.000 manns, þar af 110.000 faggestir. Íslandsstofa hélt utan um þátttöku 20 íslenskra fyrirtækja sem kynntu starfsemi sína á 150 fermetra glænýjum sýningarbás Íslands.

TUR

Íslandsstofa var með þjóðarbás á TUR ferðakaupstefnunni í Gautaborg í Svíþjóð dagana 21.- 24. mars. Sjö íslensk fyrirtæki tóku þátt, en um 33.000 manns sóttu kaupstefnuna, þar af 10.000 fagaðilar.

Top Resa

Á Top Resa ferðakaupstefnunni í París dagana 24. - 27. september var Íslandsstofa með sýningarbás en sýninguna sóttu um 30.000 fagaðilar sem kynntu 160 mismunandi áfangastaði.

Vestnorden

Vestnorden ferðakaupstefnan var haldin í Nuuk, Grænlandi í samstarfi NATA dagana 20. - 23. september. Voru þar samankomnir tæplega eitt hundrad ferðaþjónustuaðilar frá Íslandi, Grænlandi og Færeyjum til að kynna það helsta sem ferðaþjónusta í löndunum þremur hefur upp á að bjóða. Kaupstefnan er haldin á Íslandi annað hvert ár og annast Íslandsstofa framkvæmd hennar þegar hún er haldin hér á landi.



World Travel Market

Ferðasýningin World Travel Market fór fram 4. - 7. nóvember en 19 íslensk fyrirtæki tóku þátt þetta árið. Aætlað er að um 35.000 fagaðilar hafi sótt sýninguna en það er um 6% 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.

Aðrar ferðasýningar

Aðrar ferðasýningar sem Íslandsstofa tók þátt í á árinu 2013 voru: Chemnitz Travel Market í Þýskalandi, Vakantiebeurs í Hollandi, CMT í Stuttgart, Þýskalandi, Dresden Travel Market í Þýskalandi, FITUR á Spáni, Reisen í Hamborg, Salo del turisme á Spáni, JATA í Tokyo, Scandinavia Show í London, TTTG á Ítalíu og Touristik & Caravaning í Leipzig, Þýskalandi.

Ánægja með viðburði

Svið ferðaþjónustu og skapandi greina kannar viðhorf þátttakenda til þjónustu Íslandsstofu eftir hvern viðburð. Niðurstöður eru ekki settar í eina stóra rannsókn, en eru notaðar til að meta hvern viðburð fyrir sig og kanna hvað betur megi fara. Hér má sjá helstu niðurstöður fyrir árið 2013:

- Að meðaltali eru 91% mjög eða frekar ánægðir með þá þjónustu sem starfsmenn Íslandsstofu veittu á sýningum og vinnufundum.
- Að meðaltali eru 87% mjög eða frekar ánægðir með skipulagningu starfsmanna Íslandsstofu á sýningum og vinnufundum.
- Að meðaltali eru 71% mjög eða frekar ánægðir með upplýsingaflæði frá starfsmönnum Íslandsstofu á sýningum og vinnufundum.

Listir og skapandi greinar

Íslandsstofa studdi við komu fjölmargra erlendra fjölmiðlamanna og listrænna stjórnenda á árinu víðsvegar að úr heiminum í samvinnu við kynningarmiðstöðvar listgreina og hátíðarstjórnendur. Á meðal verkefna sem Íslandsstofa kom að má nefna: Myrka Músíkdaga, Vetrarhátíð, Sónar, HönnunarMars, Reykjavík Fashion Festival, EVE Fanfest, Sequences, Reykjavík Music Mess, Tectonics, All Tomorrows Parties, Eistnaflug, Bókmenntahátíð, Lókal, Reykjavík Dance Festival, Reykjavík Jazz, Iceland Airwaves og Umræðuþræði sem er samstarfsverkefni Listaháskóla Íslands, Listasafns Reykjavíkur og Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar.

Viðburðir erlendis innan lista og skapandi greina

Íslandsstofa tók einnig þátt í viðburðum erlendis innan lista og skapandi greina. Þar má nefna listahátíðina Air D'Islande í París, Frakklandi þar sem tónlistar- og myndlistarmenn komu fram í samstarfi við Pompidou safnið. Íslandsstofa kom að kynningu á HönnunarMars í Stokkhólmi en Hönnunarmiðstöð og Design Forum Finland stóðu þar saman að kynningu á íslenskri og finnskri hönnun. Íslandsstofa tók þátt í Bókamessunum í Frankfurt og Gautaborg, sem og hönnunarsýningunum Stockholm Design Fair í Svíþjóð og Mason & Objet í París, Frakklandi. Íslandsstofa kom að kynningu á sýningu Kjarvals í Rússlandi í samstarfi við Listasafn Reykjavíkur og kvikmyndunum Hross í Oss og Hvalfjörður í samstarfi við Kvikmyndamiðstöð Íslands.

Þá kom Íslandsstofa að kynningu á Feneyjartvíæringnum en íslenski skálinn var í höndum Katrínar Sigurðardóttur myndlistarmanns.

Í gegnum samstarfssjóð Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins var stutt fjárhagslega við fjölmörg verkefni og viðburði sem tengjast menningu og listum og haldnir voru á vegum sendiráða Íslands erlendis. Þar má helst nefna stuðning við sýninguna Tölt í sendiráði Íslands í Berlín, þar sem íslenskir listamenn og hönnuðir sýndu verk tengd íslenska hestinum. Þá var íslenskur bás á Jazz Ahead tónlistarkaupstefnunni sem ÚTÓN stóð fyrir í samstarfi við sendiráð Íslands í Berlín og sýning á íslenskri samtímaljósmyndun, sem bar nafnið Frontiers of Another Nature, var haldin í Helsinki í samstarfi við sendiráð Íslands í Helsinki. Þá kom samstarfssjóðurinn að þátttöku íslenskra listamanna að Turku Biennial of Contemporary Art í Turku í gegnum sendiráð Íslands í Finnlandi.

You are in Control

Ráðstefna skapandi greina, You are in Control, var haldin í lok októbermánaðar. Íslandsstofa heldur utan um framkvæmd hennar með aðstoð verkefnastjóra og fagnefndar sem samanstendur af fulltrúum frá miðstöðvum skapandi greina. Ráðstefnan er orðin mikilvægur vettvangur sameiginlegrar kynningar á Íslandi og skapandi greinum. Hingað til lands komu erlendir fyrirlesarar á heimsmælikvarða frá fjölmörgum þjóðum og má meðal annars nefna Peter Economides frá Grikklandi og Oliver Luckett frá Bandaríkjunum. Listum og skapandi greinum á Íslandi voru gerð góð skil í þeim erlendu miðlum sem boðið var á ráðstefnunna. Ráðstefnan gekk vonum framar þetta árið og voru þátttakendur og skipulagsnefnd sammála um að mikil framför hafi orðið í kynningu og samþættingu tækifæra innan skapandi greina á ráðstefnunni. Ráðgert er að halda ráðstefnunni áfram undir hatti Íslandsstofu næstu tvö árin í samvinnu við kynningarmiðstöðvar listgreinanna og hagsmunaaðila.

Fundir fagraða ferðaþjónustu og skapandi greina

Íslandsstofa hefur staðið fyrir fundum þar sem fulltrúar ferðaþjónustu og skapandi greina hittast til að ræða samlegð þessara greina. Á sameiginlegum fundi fagraða ferðaþjónustunnar og skapandi greina voru kynntar niðurstöður af hugaflugsfundi þessara greina sem fram fór árið 2012. Niðurstöður þeirrar vinnu eru aðgengilegar á vefsíðu Íslandsstofu. Þá hefur vinna innan sviðsins færst enn frekar í átt að samlegð milli þessara greina. Almannatengslaskrifstofur Íslandsstofu erlendis hafa einnig tekið þátt í aukinni samþættingu með því að efla sambandið við miðstöðvar skapandi greina. Þannig hefur náðst faglegri kynning á íslenskri menningu fyrir erlenda ferðamenn.

Samstarfsverkefni

Íslandsstofa annast framkvæmd nokkurra sértækra markaðsverkefna og á í samstarfi við ýmis samtök s.s. Samtök um sögutengda ferðaþjónustu og Ísland of Health. Á árinu var m.a. gerður nýr bæklingur um sögueyjuna Ísland í samstarfi við Samtök um sögutengda ferðaþjónustu. Íslandsstofa á einnig náið samstarf við markaðsstofur landshlutanna um þeirra verkefni er snúa að markaðsmálum. Þá er Íslandsstofa í samstarfi við ISAVIA um tengslastarf við flugfélög og var það samstarf formfest enn frekar á árinu ásamt því sem Íslandsstofa tók þátt í tveimur sýningum, Routes Europe og Routes World í samstarfi við ISAVIA.

Cruise Iceland

Cruise Iceland eru samtök hafna og fyrirtækja sem taka á móti skemmtiferðaskipum og gestum þeirra. Starfsmaður Íslandsstofu sinnir 20% starfi fyrir Cruise Iceland. 11 fyrirtæki sóttu Cruise Shipping Miami sýninguna sem haldin var dagana 11.-14. mars á Miami Beach. Í september fóru 11 fyrirtæki á Seatrade Cruise sýningu í Hamborg í Þýskalandi. Í nóvember fóru formaður og starfsmaður Cruise Iceland í heimsóknir til 11 útgerða skemmtiferða-skípa í Seattle, Los Angeles, Miami og Fort Lauderdale. Samtals mættu 32 á fundina þar sem hafnir landsins voru kynntar auk þess sem rætt var um innviði á Íslandi og mál tengd ferðaþjónustu. Móttökurnar voru mjög góðar og í framhaldinu stendur til að skipuleggja kynnisferð fyrir starfsfólk fyrirtækjanna til að kynna Íslandi.

Iceland Naturally

Stærsti hluti markaðsstarfsins 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 nýsköpunarráðuneytis og Íslandsstofu. Markmið verkefnisins er að auka eftirspurn eftir íslenskum afurðum og þjónustu og örva ferðamannastraum til Íslands frá Norður-Ameríku.

Á hverju ári er útbúin ítarleg markaðsáætlun. Iceland Naturally gerir verkefnabundna samninga við almannatengslaskrifstofur, s.s. Regan Communications, í samræmi við verkefnastöðu hverju sinni. Iceland Naturally er einnig með sérstakan samning við stofu sem sérhæfir sig í samfélagsmiðlum og vefmarkaðssetningu sem nefnist Big Fish. Vefsíða verkefnisins er www.icelandnaturally.com. Helstu verkefni Iceland Naturally á árinu voru:

Taste of Iceland

Taste of Iceland er árlegur viðburður sem haldinn er í mismunandi borgum í Norður-Ameríku. Þetta árið fór Taste of Iceland fram í Denver, Seattle, Washington DC, New York og Boston. Dagskráin samanstendur af Reykjavík Calling tónleikum og matarkynningu á veitingastöðum ásamt kvikmyndu- og listahátið. Viðburðurinn er kynntur í gegnum samfélagsmiðla og auglýsingar.

Fréttatilkynningar og mánaðarleg fréttabréf

Icander er fréttabréf sem sent er út mánaðarlega og nær til um 200.000 lesenda. Einnig eru sendar út reglulegar fréttatilkynningar á PR Newswire, s.s. um Reykjavík Jazz Festival, Menningarnótt, jólin og aðra viðburði.

Aðrir viðburðir

Bein útsending var frá Iceland Airwaves í Bandaríkjunum í samstarfi við KEXP útvarpsstöðina (30 milljón áheyrendur). Þá var einnig bein útsending frá flugeldum í Reykjavík um áramótin (9.000 áhorfendur), fjölmiðlaferð var á Reykjavík Fashion Festival, Nordic Showcase á SXSW og keppni um ferð til Íslands í samstarfi við HBO og Ísland - allt árið.

Ísland - allt árið

Markaðsverkefnið Ísland - allt árið er samstarfsverkefni ríkisins, fyrirtækja og sveitastjórna. Tilgangur verkefnisins er að jafna árstíðarsveiflu í komu ferðamanna og skapa þannig ný störf og auka arðsemi af greininni. Fyrst og fremst er unnið að því að auglýsa og kynna Ísland sem áfangastað utan háannar, en um leið er leitast við að virkja almenning á Íslandi til þátttöku í verkefninu.

Þátttakendur í verkefninu eru atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Reykjavíkurborg, Icelandair, Samtök ferðaþjónustunnar (57 fyrirtæki), Samtök verslunar og þjónustu (13 fyrirtæki), ISAVIA og Landsbankinn. Fulltrúar frá samstarfsaðilum mynda framkvæmdastjórn verkefnisins. Íslandsstofa annast framkvæmd verkefnisins en samstarfsaðilar eru almannatengslastofan The Brooklyn Brothers í London og Íslenska auglýsingastofan.

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

Unnið er eftir leiðarljósi í markaðssetningu Íslandsstofu og lögð er áhersla á að segja sögur frá Íslandi sem kynna landið sem ákjósanlegan áfangastað með sérstakri áherslu á haust, vetur og vor. Helstu markaðssvæði eru þau svæði sem flogið er til allt árið, en stjórn verkefnisins skilgreinir markaðssvæði nánar í upphafi hvers tímabils. Þau markaðssvæði sem lögð var sérstök áhersla á árið 2013 voru Danmörk og Suður-Svíþjóð, Noregur, Þýskaland, Frakkland, Bandaríkin og Kanada. Markaðssetning er fjölpætt, allt frá auglýsingabirtingum á markaðssvæðum, almannatengslum og blaðamannaferðum, samfélagsmiðlum, innlendu tenglastarfi og viðburðum innanlands og erlendis. Einnig var sótt á ráðstefnu- og fundamarkaðinn í samstarfi við Ráðstefnuborgina Reykjavík samkvæmt samningi.

Verkliðir

Verkefnið er viðamikíð og tekur til margra þátta. Hér á eftir er gerð grein fyrir helstu þáttum verkefnisins eftir tímabilum, þar sem starfstímabil Ísland - allt árið er frá september til september ár hvert.

Iceland by Another Name

Herferðin hófst í ágúst 2012 og var erlendum ferðamönnum og fylgjendum Inspired by Iceland á samfélagsmiðlum gert kleift að senda inn uppástungur að nýju nafni fyrir Ísland miðað við kynni þeirra af landinu. Ferðamenn voru beðnir um að stinga upp á nafni með hliðsjón af spurningunni „What does Iceland mean to you...?“. Meðal þeirra nafna sem stungið var upp á voru: Iceland is my Wonderland, Iceland is my Lavaland, Iceland is my Aliveland, Iceland is my Amazeland og Iceland is my Uniqueland. Um 25.000 tillögur bárust í gegnum vef og samfélagsmiðla Inspired by Iceland. Þann 21.

apríl 2013 var opnuð ljósmyndasýning á Austurvelli þar sem sýndar voru 20 vinsælustu tillögurnar í nafnasamkeppni vetrarherferðar Inspired by Iceland. Jón Gnarr borgarstjóri opnaði sýninguna og kynnti jafnframt tvær vinsælustu tillögurnar sem kepptu um sigurinn: Iceland is My Let's Get Lost Land og Iceland is My Isle of Awe land. Í framhaldinu var efnt til kosninga á vef Inspired by Iceland um hvort nafnið þætti betra. Myndbönd voru gerð fyrir hvort nafnið fyrir sig þar sem tveir erlendir leikstjórar voru beðnir um að túlka nöfnin á sinn hátt, þeir Abteen Bagheri frá Bandaríkjunum og Rollo Jackson frá Bretlandi. Isle of Aweland var kosið besta nafnið fyrir Ísland til að lýsa upplifun ferðamanna af landinu.

Supper Club

Í febrúar var unnið að kynningu á íslenskum mat og matarmenningu sem náði hápunkti í lok febrúar á Food & Fun hátíðinni. Þá var haldinn matarklúbbur, svokallaður „supper club“ á vegum Inspired by Iceland. Tilgangurinn var að gefa erlendum gestum og íslendingum tækifæri á að kynna íslensku hráefni og matargerð. Unnið var náð með markaðsstofum Norðurlands, Suðurlands og Vesturlands. Settir voru upp matarklúbbar á Akureyri, á Höfn í Hornafirði og í Stykkishólmi, þar sem íslenskir matreiðslumeistarar elduðu úr íslensku hráefni fyrir erlenda blaðamenn og ferðalanga og Íslendinga. Einnig var boðið upp á ýmis skemmtiatrúð frá hverju svæði. Hápunkturinn var svo 300 manna matarklúbbur sem haldinn var í Saltfélaginu í Reykjavík en gestir voru erlendir fjölmiðlamenn og ferðamenn, erlendir matreiðslumeisturum frá Food & Fun ásamt ýmsum heimamönnum

Share the Secret

Vetrarherferðin 2013/14 ber heitið Share the Secret. Herferðin miðar að því að gefa ferðalöngum kost á því að kynna leyndardómum Íslands og eru heimamenn hvattir til að segja frá skemmtilegum hugmyndum fyrir afþreyingu og áfangastaði um allt land sem hugsanlega hafa ekki notið verðskuldaðrar athygli ferðamanna. Völdum leyndarmálunum hefur verið safnað saman á vefsíðu þar sem hægt er að sjá þau á korti. Leyndarmálin þurfa að uppfylla ákveðin skilyrði, svo sem að vera aðgengileg allt árið um kring, vera ekki á viðkvæmu náttúrusvæði, fjölsóttum eða hættulegum stað.

Viðburðir erlendis

Ísland - allt árið stóð fyrir nokkrum viðburðum á lykilmörkuðum erlendis á haustmánuðum:

Leynitónleikar í Toronto – Toronto Secret Gig

Þann 19. nóvember var staðið fyrir „Leynitónleikum“ í miðbæ Toronto í samstarfi við Iceland Airwaves. Fram komu Hjaltalín, Unnsteinn (úr hljómsveitinni Retro Stefson) og Hermigervill. Völdu fjölmiðlafólki frá Toronto var boðið sérstaklega, en einnig var farið í samstarf með kanadíska vefmiðlinum TheGridTo sem auglýsti viðburðinn og gaf lesendum miða á tónleikana.

Hornið í Frankfurt

Dagana 25. – 27. nóvember fór fram athyglisverð hljóðinnsetning við Konstablerwache, eitt af fjölfarnari torgum Frankfurtborgar. Þar gafst borgarþúum færi á að heyrna íslenskum leyndarmálum hvíslað í gegnum „The Secret Horn“ sem var hannað af íslenskum listamanni í anda vetrarherferðarinnar. Þekktir Íslendingar á borð við rithöfundana Steinunni Sigurðardóttur og Hallgrím Helgason, leikarann Gísla Örn Garðarsson og tónlistarmennina Hauk Heiðar Hauksson úr

Diktu, Sigríði Thorlacius og Högna í Hjaltalín ljáðu rödd sína í verkefnið og hvísluðu leyndarmálum á íslensku og þýsku. Framtakið vakti mikla athygli vegfarenda og höfðaði til þýskra fjölmiðla. Lykilmiðlar á borð við dagblaðið Bild og Frankfurter Neue Presse og vefmiðlar eins og Journal Frankfurt birtu umfangsmiklar greinar um viðburðinn, Ísland og vetrarherferð Inspired by Iceland.

Ævintýrablaðamannaferð austur og norður

Þann 16. október var staðið fyrir blaðamannaferð þar sem blaðamönnum frá Bandaríkjunum (PSFK), Kanada (The Toronto Star) og Frakklandi (Mondomix) var boðið í ferð til Íslands til að uppgötva leyndarmál Austurlands. Ferðin var unnin í samstarfi við Markaðsstofu Austurlands. Í nóvember var farið á Norðurland og var einnig lögð áhersla á afþreyingu og þá staði sem hugsanlega höfðu ekki fengið verðskuldaða athygli ferðamanna. Dagskrá ferðarinnar var ákveðin í samráði við Markaðsstofu Norðurlands. Í ferðina mættu fulltrúar áhrifamikilla fjölmiðla frá Frakklandi (Vogue, fr og GEO/Neon) og Þýskalandi (Petra og Focus.de). Fjölmiðlahöpurinn hafði einnig tök á því að upplifa verslun og menningu í Reykjavík þar sem jólavertíð var nýhafin í borginni. Mikil ánægja var meðal fjölmiðlafólksins með báðar ferðirnar sem skilaði sér í góðri og jákvæðri umfjöllun.

Kvikmyndalandið Ísland

Í ár hefur Ísland verið kynnt markvisst sem sögusvið kvikmynda í samstarfi við kvikmyndaver í Hollywood og almannatengslaskrifstofur. Undanfarin ár hefur Ísland verið vinsæll tókustaður kvikmyndavera á borð við Paramount Pictures, 20th Century Fox, Disney Studios og HBO og hefur komið fram mikill áhugi af þeirra hálfu að eiga samstarf við Íslendinga um kynningu á myndum sem teknar hafa verið upp á Íslandi. Þetta er upplagt tækifæri til þess að markaðssetja Ísland sem áfangastað á heimsvísu og skapa tækifæri fyrir ferðaþjónustufyrirtæki til að bjóða upp á ferðamennsku á kvikmyndastaði sem víða nýtur mikilla vinsælda. Benda má á lönd eins og Nýja Sjáland, Ástralíu og Indland sem hafa náð miklum árangri í almennri landkynningu í tengslum við sýningar og kynningu á vinsælum kvikmyndum.

Árangur

Árið 2013 birtust rúmlega 800 blaðagreinar í yfir 60 löndum í tengslum við markaðsstarf Inspired by Iceland. Þá náði herferðin rúmlega 740 milljónum tenginga (impressions) á öllum miðlum. Þrjátíu blaðamönnum var boðið hingað til lands í tengslum við ákveðna viðburði og kynningar á vegum Inspired by Iceland. Þá hefur fylgjendum á samfélagsmiðlum fjölgað um 41.000 á tímabilinu. Um þúsund leyndarmálum hefur verið safnað í gegnum vef Inspired by Iceland og á samfélagsmiðlum.

Opnir fundir um hagsmuni ferðaþjónustunnar og vetrarherferð Ísland - allt árið

Íslandsstofa og Samtök ferðaþjónustunnar stóðu fyrir fundaröð sem hófst með stórum kynningarfundum í Hörpu þann 11. september. Samtals voru haldnir tíu fundir um land allt. Tilgangur fundanna var að koma hagsmunaðilum í ferðaþjónustu saman til skrafs og ráðagerða og fjalla um brýn mál í ferðaþjónustu. Á fundunum kynntu fulltrúar Íslandsstofu áherslur í markaðssetningu erlendis og markaðsverkefnið Ísland - allt árið á komandi vetri og Samtök ferðaþjónustunnar fóru yfir helstu hagsmunamál greinarinnar. Um 800 manns sóttu fundina.



Sjávarútvegur og matvæli

Í ársbyrjun 2013 voru gerðar skipulagsbreytingar hjá Íslandsstofu og stofnað nýtt svið, vörur og þjónusta. Guðný Káradóttir, sem áður var markaðsstjóri Iceland Responsible Fisheries (IRF) verkefnisins, var ráðin forstöðumaður sviðsins. Helstu verkefni sviðsins eru áfram tengd IRF og kynningu á íslenskum sjávarafurðum og matarmenningu. Þann 1. september voru aftur gerðar skipulagsbreytingar og þá fékk sviðið heitið sjávarútvegur og matvæli. Hlutverk þess er að efla orðspor og ímynd Íslands sem upprunaland hreinna og heilnæmra matvæla, að auka áhuga á íslenskum matvælum, hráefni og íslenskri matarmenningu og stuðla þannig að aukinni gjaldyrisöflun og verðmætasköpun.

Sjávarafurðir - Iceland Responsible Fisheries

Íslandsstofa hefur sinnt markaðs- og kynningarmálum fyrir íslenskar sjávarafurðir undir merkjum Iceland Responsible Fisheries frá árinu 2010 skv. samningi við Ábyrgar fiskveiðar ses. Frá því samningurinn var gerður hefur markvisst verið unnið að því að efla kynningu á íslenskum sjávarafurðum og er þetta víðamesta verkefni sviðsins. Unnið er með fagráði sjávarútvegs í mótun á áherslum í starfinu en í því sitja 11 einstaklingar sem starfa í fyrirtækjum á sviði veiða, vinnslu og sölu á sjávarafurðum, auk fulltrúa frá atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti. Inga Jóna Friðgeirsdóttir hjá HB Granda er formaður fagráðsins. Þann 1. október hlutu veiðar Íslendinga á ýsu og ufsa í íslenskri fiskveiðilögsögu vottun sem er unnin undir merkjum Iceland Responsible Fisheries. Vottunin staðfestir ábyrga fiskveiðistjórnun og góða umgengni um auðlindir sjávar og skipti hún miklu máli fyrir markaðsaðgengi íslenskra sjávarafurða á mörkuðum þar sem kröfur eru gerðar um ábyrga nýtingu auðlinda.

Markmið og áherslur

Í upphafi var megináhersla lögð á kynningu á ábyrgum fiskveiðum og vottun en í kjölfar endurskoðunar á stefnuyfirliti fagráðs síðla árs 2012 var ákveðið að auka áhersluna á að kynna uppruna, gæði og ferskleika. Kynningarstarfið beinist einkum að kaupendum og dreifingaraðilum erlendis, þ.e. fyrirtækjamarkaði (B2B). Unnið er út frá því leiðarljósi að íslenskar sjávarafurðir þyki framúrskarandi valkostur og verði eftirsóttar á erlendum mörkuðum vegna gæða og ferskleika afurðanna sem eiga uppruna sinn í hreinu hafsvæði þar sem stundaðar eru ábyrgar fiskveiðar. Markmiðið er að treysta stöðu íslenskra sjávarafurða á erlendum mörkuðum og styrkja ímynd Íslands sem upprunaland sjávarafurða þar sem stundaðar eru ábyrgar fiskveiðar. Á árinu 2013 var talsverð umræða innan sjávarútvegsins um að efla sameiginlegt markaðsstarf og þörfin á að bregðast við harðnandi samkeppni á mörkuðum erlendis fór vaxandi. Því var ákveðið að ráðast í faglega stefnumótun sem gæti nýst greininni í heild í kynningu á íslenskum sjávarafurðum á erlendum mörkuðum, með virkri þátttöku hagsmunaaðila. Verkefnið var boðið út á Evrópska efnahagssvæðinu í október. Viðfangsefnið í þessum áfanga er að móta stefnu um meginskilaboð og samskipti við markaðinn (brand strategy). Ætlunin er að stefnan geti nýst allri greininni og leggi grunn að aukinni verðmætasköpun til framtíðar. Í þessari stefnumörkun verður leitast við að svara

eftirfarandi spurningum: Hver er markhópurinn? Hvað aðgreinir okkur í samkeppninni? Fyrir hvað stöndum við? Hvað ætlum við að segja? Tilgangurinn er að leggja grunn að sterkri vitund og áhuga á íslenskum sjávarafurðum með skýrri tengingu við upprunalandið Ísland.

Þátttaka fyrirtækja

Í árslok 2013 voru 107 fyrirtæki aðilar að Iceland Responsible Fisheries verkefninu og með samning við Ábyrgar fiskveiðar ses. um að nýta upprunamerki í sínu markaðs- og kynningarstarfi. Flest fyrirtækin eru íslensk, eða 71 en níu þýsk, sjö bresk, fimm belgísk og bandarísk, fjögur frönsk, þrjú sænsk og eitt frá Portúgal, Spáni og Sviss. Öllum þessum aðilum bjóðast afnot af því kynningarefni sem framleitt er undir merkjum IRF og aðstoð af ýmsu tagi.

Saltfiskur - markaðsstarf í Suður-Evrópu

Íslandsstofa er framkvæmdaaðili verkefnis sem miðar að því að styrkja stöðu íslenskra saltfiskafurða á mörkuðum erlendis, á Spáni, Ítalíu og Portúgal. Verkefnið var í upphafi skilgreint sem markaðssamstarf til eins árs sem nýttist heildarhagsmunum framleiðenda og útflytjenda, en framhald verður á verkefninu 2014. Verkefnið er unnið að frumkvæði Félags íslenskra saltfiskframleiðenda í samstarfi við Íslandsstofu og stjórnvöld og er fjármagnað af þessum aðilum sameiginlega. Sérstök stjórn er yfir verkefninu sem ber ábyrgð á að samþykkja markaðs- og fjárhagsáætlanir. Tuttugu og sjö fyrirtæki tóku þátt í verkefninu árið 2013, 23 fyrirtæki í framleiðslu og sölu á saltfiskafurðum og fjögur þjónustufyrirtæki. Þau mynda ráðgjafaráð fyrir hvert land og unnu fulltrúar fyrirtækjanna sameiginlega að því að móta áherslur í verkefninu í upphafi þess.

Markmið og áherslur

Markmið verkefnisins er að styrkja samkeppnisstöðu íslenskra saltfiskafurða með því að:

- Styrkja orðspor og ímynd íslenskra saltfiskafurða sem úrvals afurða með því að vekja athygli á íslenskum uppruna og sérstöðu sem tengist gæðum og hreinleika
- Treysta tengsl við lykilhagsmunaaðila, innkaupa- og dreifingaraðila með fræðslu og kynningum
- Skapa áhuga á íslenskum fiski og festa í sessi núverandi og nýja neytendur

Unnið var með markaðssérfræðingum á Íslandi í hönnun og útfærslu markaðsstefnunnar og almannatengslaskrifstofum erlendis í framkvæmd og aðgerðum. Skilaboðin eru „Taste and share the secret of Icelandic Bacalao“ og er unnið með íslenska þorpið, fagmennsku og þekkingu til að byggja upp gæðaímynd. Öll kynning er jafnframt undir merkjum Iceland Responsible Fisheries.

Farnar eru óhefðbundnar leiðir í kynningarstarfinu, stafræn miðlun efnis og dreifing skilaboða og efnis á samfélagsmiðlum, sem og almannatengsl og kynningar fyrir fjölmíðlafólk. Settar hafa verið upp vefsíður um verkefnið, síður á Facebook, Youtube og Twitter.

Matvæli og matarmenning

Fagråd matvæla, sem í eru fulltrúar 11 fyrirtækja í matvælageiranum, samtaka í iðnaði og framleiðslu og atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins, vinnur með Íslandsstofu að mótun á áherslum í kynningu á íslenskum matvælum og matarmenningu. Meginskilaboð í kynningarstarfi hafa verið skilgreind en þau snerta náttúruna, atvinnulífið, matarmenninguna og fólkið. Lögð er áhersla á samstarf á sviði markaðssetningar matvæla erlendis og matarmenningar í kynningu gagnvart erlendum ferðamönnum sem til landsins koma. Á fundum fagráðsins hafa aðilar úr ólíkum framleiðslugreinum miðlað af reynslu sinni af útflutningi og markaðsstarfi.

Íslandsstofa tekur þátt í samstarfsvettvangi sem nefnist Matvælalandið Ísland. Þar koma saman aðilar úr ýmsum áttum, samtökum framleiðenda og fyrirtækja, ráðuneyti o.fl., sem hafa það sameiginlega markmið að bæta samvinnu og gegnsæi í matvælageiranum, skoða vaxtarbrodda og tækifæri og stuðla að nýsköpun, verðmætasköpun og aukinni framleiðni í matvælageiranum. Til að ná settu marki stefnir Matvælalandið Ísland að því að vekja athygli á því sem vel er gert ásamt því sem þarf að gera, stuðla að samantekt á gögnum og kortlagningu um stöðu matvælaframleiðslu, skilgreina áherslusvið þar sem þörf er á samstarfi og efla sjálfbæra matvælaframleiðslu. Á árinu 2013 var unnið að undirbúningi ráðstefnu undir merkjum Matvælalandsins sem haldin var 20. mars 2014 undir yfirskriftinni „Vöxtur í ferðaþjónustu - er maturinn tilbúinn?“.

Markaðsaðgerðir og kynningarstarf

Kynningarefni og útgáfa

Árið 2013 var unnið að útgáfu kynningarefnis á ensku, spænsku, frönsku og þýsku. Svokölluð „fact sheet“ um íslenskan sjávarútveg voru gerð, bæklingur með helstu áherslupáttum í kynningu á Iceland Responsible Fisheries „To be someone's fish on the shore“, bæklingur með þorskréttum, á ensku og frönsku, sem unninn var í samstarfi við íslenska matreiðslumenn og smásölukedju erlendis, plaköt til að setja upp í verslanir o.fl. Auk þess var útbúið efni sérstaklega til kynningar á saltfiskafurðum á spænsku, ítölsku og portúgölsku.

Árið 2013 var gerð frönsk útgáfa af vefnum ResponsibleFisheries.is og er vefurinn nú á fimm tungumálum. Reglulega er bætt við upplýsingum um vottun á fiskveiðum og um viðburði, fréttir o.þ.h. bæði á vef Íslandsstofu og á ResponsibleFisheries.is, en þar er listi yfir þátttakendur í verkefninu og þau fyrirtæki og vinnslustöðvar sem hafa hlotið rekjanleikavottun. Allt útgefið kynningarefni er aðgengilegt í gegnum vefinn, kynningar-bæklingar á pdf formi og myndbönd. Einu sinni til tvisvar í mánuði eru sendar upplýsingar um viðburði og fréttir, á stóran markhóp, bæði á íslensku og ensku. Auglýst var með GoogleAdwords og beindust auglýsingarnar einkum að breska markaðnum og kynningu á kvikmynduðu efni sem framleitt var á árinu. Heimsóknunum á vefinn hefur fjölgað um 84% milli áranna 2012 og 2013 og má m.a. þakka það notkun á GoogleAdwords og fjölgun tungumála.

Tvö ný myndbönd á fjórum tungumálum voru gerð undir merkjum IRF, um fiskveiðistjórnunina á Íslandi og þorskinn. Þeim er miðlað í gegnum vefinn ResponsibleFisheries.is og á YouTube og Vimeo. Í saltfiskverkefninu voru gerð fjögur myndbönd um þorpið, sjómanninn, vinnsluna og Eldhúsið auk myndar um ferð Litla eldhússins til Bilbao og Lissabon.

Sýningar og kynning erlendis

Kynning á Iceland Responsible Fisheries fór fram á þremur sjávarútvegssýningum á árinu: í Boston í Bandaríkjunum í mars, Brussel í Belgíu í apríl og á Seafood Barcelona á Spáni í október.

Boston

Á sýningunni í Boston var mikill áhugi á að kynna sér ábyrgar fiskveiðar og vottun undir merkjum Iceland Responsible Fisheries. Önnur lönd og fylki í Bandaríkjunum sýna frumkvæði Íslands í vottunarmálum mikinn áhuga. Fundir voru haldnir bæði með fulltrúum aðila úr sjávarútvegi í öðrum löndum sem og kaupendum og ýmsum hagsmunaaðilum. Þá sótti markaðsstjóri IRF ráðstefnu um tæki/aðferð í samanburði á vottunaraðferðum (benchmarking tool) sem verið er að móta af GSSI, Global Sustainable Seafood Initiative.

Brussel

Í Brussel var lögð áhersla á að kynna ávinning kaupenda og dreifingaraðila af því að taka þátt í IRF verkefninu og kynna íslenskar sjávarafurðir á erlendum mörkuðum undir upprunamerki IRF og ábyrgar fiskveiðar. Fundað var með fjölda fyrirtækja sem og með umhverfisverndarsamtökum. Á Seafood Barcelona var íslenskur saltfiskur kynntur með þátttöku íslenskra fyrirtækja sem standa að markaðsverkefni í kynningu á saltfiskafurðum. Eldhúsið var miðpunkturinn á sýningarbásnum og þar var matreiðslumaður sem gaf sýningargestum að smakka á réttum úr íslenskum saltfiski. Ísland fékk það hlutverk að kynna Norður-Atlantshafs þorskinn á svokölluðum „Master Class“ viðburði og halda sýnikennslu í matreiðslu fyrir sýningargesti. Sendiherra Íslands í París sem er fyrir Spán líka, heimsótti sýninguna, en auk kynningar á sýningunni var 14 blaðamönnum boðið til hádegisverðar í þeim tilgangi að kynna íslenskar saltfiskafurðir og Ísland sem upprunaland hágæða hráefnis.

Bilbao og Lissabon

Saltfiskurinn var kynntur í Bilbao 12. nóvember og í Lissabon 7. og 8. nóvember og gátu gestir og gangandi komið í Eldhúsið og fengið að smakka íslenska saltfiskinn. Kynningar voru fyrir blaðamenn bæði í Eldhúsinu og í hádegisverðarboði þar sem saltfiskurinn var matreiðdur af færum matreiðslumönnum á virtum veitingastöðum. Þessar kynningar auk heimsóknar sex blaðamanna frá Spáni og Portúgal í desember hafa skilað mikilli umfjöllun í öflugum prent- og netmiðlum sem og í sjónvarpi. Tekist hefur að skapa virka umfjöllun í samfélagsmiðlum í þessum löndum og var haldin uppskriftasamkeppni á saltfiskréttum á Facebook.

Basel

Íslenskur fiskur, lambakjöt og skyr voru megin uppistaða þess íslenska hráefnis sem kynnt var á IGEHO sýningunni í Basel í Sviss dagana 23. - 27. nóvember. Þetta var í fyrsta sinn sem matvæli frá Íslandi voru kynnt á sýningunni en markmiðið var að sýna fram á sérstöðu Íslands sem framleiðanda á úrvalshráefni. Fjöldi fólks heimsótti íslenska þjóðarbásinn alla fimm dagana sem sýningin stóð yfir og sýndu þeir íslenska matnum mikinn áhuga. Matreiðslumaðurinn Gunnar Karl Gíslason matreiðdi lambakjöt, þorsk og lax og bauð gestum að smakka. Þátttakendur á íslenska sýningarsvæðinu voru, auk Íslandsstofu og Iceland Responsible Fisheries, Ice-co, Kjarnafæði, SAH afurðir og MS.

Þýskaland

Í tilefni opinberrar heimsóknar forseta Íslands til Þýskalands efndu sendiráð Íslands í Þýskalandi, Íslandsstofa og IRF til málþings um hlutverk vísindarannsókna og tækni í ábyrgum fiskveiðum Íslendinga. Málþingið, sem haldið var í Bremerhaven 27. júní var vel sótt af kaupendum og hagsmunaaðilum. Forseti Íslands flutti aðalræðu málþingsins, Karl-Heinz Renz, sem selur íslenskan fisk til EDEKA verslunarkerðjunnar, flutti erindi sem og Jóhann Sigurjónsson forstjóri Hafrannsóknarstofnunar.

Í september var haldin kynning á íslenskum fiski og lambakjöti í Þýskalandi. Verslanakerðjan Frischeparadies stóð að fjölmennri matarveislu í húsakynnum sínum í Berlín 1. september og allan mánuðinn var íslenskum afurðum hampað í versluninni. Frischeparadies er stór dreifingaradili á ferskum og kældum afurðum til þýskra smásölukeðja og veitingahúsa. Þráinn Freyr Vigfússon, þjálfari íslenska kokkalandslíðsins, eldaði fyrir veislugesti ásamt sex þýskum matreiðslumönnum. Kynningin var unnin í samstarfi við sendiráðið í Berlín. Þráinn Freyr eldaði íslenskan þorsk í matreiðsluþættinum Berlin Kocht. Um 180.000 Berlínarbúar horfa vikulega á þáttinn, en hann var sýndur 4. október á Berlin TV.

Annað

Kynningarstarf á íslenskum mat og matarmenningu var stutt með beinum og óbeinum hætti. Boðið var upp á fiskisúpu með íslenskum þorski við opnun Borélaes menningarháttíðarinnar í Caen í Frakklandi 15. nóvember. Kynningarbæklingi með uppskriftum og fróðleik um IRF og íslenskan sjávarútveg var dreift við þetta tækifæri. Íslenska sendiráðið í París stóð að þessari hátíð fyrir Íslands hönd. Ísland tók þátt í norrænu matarkynningunni NORTH í New York í október og var það samstarf Íslandsstofu og Iceland Naturally.

Íslenskur sjávarútvegur var kynntur á fundum Spænsk-íslenska viðskiptaráðsins í Madrid 4. febrúar og Fransk-íslenska viðskiptaráðsins 28. febrúar í París. Forstöðumaður sviðsins tók þátt í kynningunni í París og pallborðsumræðum á fundi um íslenskt atvinnulíf. Ýmis verkefni fyrir matvælageirann voru unnin af og í samstarfi við starfsmenn sýninga og viðburða og lesa má um þá annars staðar í ársskýrslunni.

Almannatengsl

Íslandsstofa leggur mikla áhersla á almannatengsl og að byggja upp samskipti við fjölmiðla erlendis sem og innanlands. Þetta er gert með virkum hætti bæði þegar um er að ræða kynningu á sjávarafurðum undir merkjum Iceland Responsible Fisheries og í almennri kynningu á matarmenningu og þá oft í samstarfi við önnur svið Íslandsstofu. Fjölmiðlar og þáttagerðarfólk sem hingað koma til að fjalla um sjávarútveg, veiðar, matvælaframleiðslu og matarmenningu fá ýmsa aðstoð og upplýsingar frá starfsmönnum. Tuttugu og níu blaðamenn voru í samskiptum við starfsfólk sviðsins, en þeir voru frá Þýskalandi, Frakklandi, Bandaríkjunum, Bretlandi, Ítalíu, Spáni, Portúgal og Sviss. Auk þess naut þáttagerðarfólk frá sjónvarstöðinni Frances aðstoðar við undirbúning og skipulagningu á upptökum á Íslandi í maí, en 55 mínútna þáttur um Ísland var sýndur á stöðinni þann 21. desember. Fjallað var m.a. um sjávarútveg og nýsköpun sem byggir á auðlindum hafsins. Íslandsstofa hefur tekið á móti fjölda erlendra gesta sem vilja kynna sér ábyrgar fiskveiðar og má þar nefna viðskiptasendinefndir, einstaka kaupendur og starfsfólk í verslunarkerðjum sem selja íslenskar sjávarafurðir.

Skipulögð var dagskrá fyrir fimm blaðamenn frá Bretlandi sem komu til landsins í janúar til að kynna sér íslenskan sjávarútveg og makrílveiðar Íslendinga. Ferðin var unnin í samstarfi við almannatengslafyrirtækið Burson Marsteller sem var að vinna fyrir utanríkisráðuneytið og atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið. Blaðmennirnir komu frá Sunday Telegraph, Sunday Times, Sunday Express, Irish Times og The Scotsman on Sunday.

Gerður var samningur við almannatengslaskrifstofur vegna kynningar á saltfiski í Suður-Evrópu en stofurnar sáu um skipulagningu viðburða, fjölmiðlatengsl, skrif á fréttum og markaðsefni, rekstur samfélagsmiðla og veittu ýmsa ráðgjöf. Sú umfjöllun sem það skilaði var bæði í sjónvarpi, prentmiðlum og á netmiðlum.

Á Spáni birtust alls 38 greinar eða fréttamolar um íslenskan þorsk og saltfisk á tímabilinu frá október til og með desember, en á 12 mánaða tímabili á undan var sjö sinnum fjallað um sama efni. Átján af þessum greinum voru í miðlum sem höfðu dreifingu á landsvísi, níu í Baskahéruðunum, átta í Katalóníu og ein í Galícíu. Fjögur af fimm stærstu dagblöðum Spánar birtu greinar um íslenska þorskin/saltfiskinn. Á Spáni reiknast verðmæti umfjöllunar í 11 prentmiðlum sem dreift er að jafnaði til 1,5 milljóna manna €118.626 m.v. auglýsingaverð en ef miðað er við upplýsingaverðmæti er upphæðin €355.878. Á net- og samfélagsmiðlum náðist einnig góður árangur og mikil umfjöllun um gæði og uppskriftir úr íslensku hráefni. Í Portúgal birtust 52 greinar um íslenskan saltfisk og reiknast verðmæti þeirrar umfjöllunar €73.589 m.v. auglýsingaverð. Miðlarnir sem efnið birtist í ná til 57 milljóna manna en margir þessara miðla hafa einnig mikla útbreiðslu í Brasilíu sem skýrir þessa háu tölu. Portúgalska Facebook síðan náði rúmlega 10.000 fylgjendum á tæplega þremur mánuðum. Aðgerðum á Ítalíu var frestað til ársins 2014, en þó er komin í loftið vefsíða og YouTube síða á ítölsku. Þá komu hingað til lands blaðamenn frá Ítalíu í júní.

Gott samstarf var við svið ferðaþjónustu og skapandi greina hjá Íslandsstofu þegar kom að undirbúningi og móttöku fjölmiðlafólks erlendis frá, m.a. í tengslum við komu átta blaðamanna á Food & Fun matarhátíðina. Farið var m.a. í heimsókn í fiskvinnslu í Grindavík, gróðurhús í Reykholti og á fleiri staði þar sem framleidd eru matvæli. Blaðamenn borðuðu einnig á veitingastöðum sem tóku þátt í hátíðinni og birtust margar greinar í kjölfarið. Fjöl margar greinar birtust í erlendum miðlum þar sem fjallað var um málefni Iceland Responsible Fisheries, sjávarafurðir, veitingastaði og Ísland sem matvæland.

Kynning innanlands

Í júní var haldinn kynningarfundur þar sem Marie Christine Monfort frá Seafood Marketing talaði um einkenni franska markaðarins, neysluhegðun, væntingar og kröfur neytenda og helstu merki (labels) sem notuð eru á franska markaðnum til að upplýsa neytendur um ábyrgar fiskveiðar og uppruna. Hún fjallaði líka um markaðs- og kynningarstarf verslanakeðja og tækifæri fyrir íslenskar sjávarafurðir á franska markaðnum. Fundurinn var vel sóttur og virðist mikill áhugi framleiðenda fyrir Frakklandi sem var fimmti stærsti markaðurinn fyrir íslenskar sjávarafurðir árið 2012.

Ýmis erindi um markaðsstarf til kynningar á íslenskum matvælum á erlendum mörkuðum og IRF voru flutt af forstöðumanni sviðsins, m.a. á sjávarútvegsráðstefnu á Ísafirði 6. september sem haldin var af Atvinnuþróunarfélagi Vestfjarða, um markaðsverkefni fyrir saltfiskafurðir á aðalfundi Íslenskra saltfiskframleiðenda 26. september og á aðalfundi Klúbbs matreiðslumanna 4. maí 2013 var sagt frá því kynningarstarfi sem Íslandsstofa sinnir þegar kemur að því að vekja athygli á íslenskri matarmenningu, íslensku hráefni og tengslum við ferðaþjónustu og veitingamenn. Þá flutti framkvæmdastjóri Íslandsstofu erindi um sameiginlegt markaðsstarf í kynningu á íslenskum sjávarafurðum á aðalfundi Fiskifélagsins 21. mars.

Á Sjávarútvegsráðstefnunni í nóvember var málstofa um sameiginlegt markaðsstarf og þar sagði Skjöldur Pálmason formaður Íslenskra saltfiskframleiðenda frá reynslunni af samstarfi fyrirtækja í kynningu á saltfiskafurðum í Suður-Evrópu. Á ráðstefnunni miðlaði Tyson Fick frá Alaska Seafood Marketing Institute af reynslu Alaskamanna í sameiginlegu markaðsstarfi. Skrifaðar voru allnokkrar greinar í blöð og tímarit á Íslandi sem fjölluðu um markaðsmál sjávarútvegsins og kynningu á Íslandi sem matvælaframleiðslulandi. Einnig var auglýst í íslenskum fjölmiðlum sem fjölluðu sérstaklega um sjávarútveg, einkum til að efla samstöðu og kynningu innanlands á Iceland Responsible Fisheries verkefni.



Iðnaður og þjónusta

Fyrsta september 2013 voru gerðar skipulagsbreytingar hjá Íslandsstofu og stofnað nýtt svið, iðnaður og þjónusta. Andri Marteinnsson, sem áður var starfsmaður í ráðgjöf og fræðslu innan Íslandsstofu, var ráðinn forstöðumaður sviðsins.

Hlutverk sviðsins er að auka áhuga og eftirspurn eftir íslenskum vörum, þjónustu og hugviti erlendis og greiða fyrir útflutningi á iðnvarningi, tæknivörum og skyldri þjónustu. Fjölmargar atvinnugreinar falla undir hið nýja svið og Íslandsstofa vinnur náið með fyrirtækjum, samtökum og stjórnvöldum að því að móta verkefni sviðsins og finna samnefnara fyrir þau skilaboð sem fyrirtæki í þessum hópi vilja senda út á markaði. Unnið er með fagráði við mótun á áherslum í starfinu en í því sitja 13 einstaklingar sem starfa í hinum ýmsu atvinnugreinum auk fulltrúa Samtaka iðnaðar og Nýsköpunarmiðstöðvar. Jón Ólafur Ólafsson hjá Batterið arkitektar er formaður fagráðsins.

Starfsemin er skipulögð á þann hátt að hver starfsmaður ber ábyrgð á að vinna með valdar atvinnugreinar, skoða þarfir þeirra og mögulegar aðgerðir varðandi erlent markaðsstarf og hvernig Íslandsstofa getur stutt við þær. Dæmi um greinar sem sýnt hafa áhuga á samstarfi við Íslandsstofu eru upplýsingatækni, græn tækni og fyrirtæki í mannvirkjagerð. Verkefnin sem unnin hafa verið með þessum greinum hafa annars vegar miðað að því að búa til vettvang þar sem þau hittast, miðla reynslu, skiptast á skoðunum og fá fræðslu um málefni sem skipta greinina máli. Hins vegar hafa voru farnar ferðir á markað þar sem fyrirtækjunum gafst tækifæri á að skoða aðstæður, bera eigin vörur og þjónustu saman við það sem fyrir er á markaðnum, upplifa menningarmun, hitta hugsanlega viðskiptavinum og síðast en ekki síst að taka með heim nýjar hugmyndir.

Mannvirkjagerð

Eftir að hafa skoðað hvernig fyrirtæki í mannvirkjagerð gætu unnið saman að kynningar- og markaðsstarfi erlendis, skipulagði Íslandsstofa verkefni í samvinnu við átta fyrirtæki í greininni. Markmiðið var að auka hæfni þátttakenda í að kynna og selja þjónustu til erlendra viðskiptavina og undirbúa þannig sameiginlega markaðsheimsókn til Noregs. Í upphafi ársins voru haldnar þrjár vinnustofur þar sem farið var yfir ýmis atriði tengd markaðsstarfi og samskiptum við erlenda viðskiptavinum. Níu þátttakendur frá sjö fyrirtækjum sóttu vinnustofurnar og að þeim loknum var það mat flestra þátttakenda að efni vinnustofanna myndi nýtast þeim mjög eða frekar vel. Í október tóku fulltrúar sömu fyrirtækja þátt í markaðsheimsókn til Oslóborgar. Þar sátu þeir fundi með norskum fyrirtækjum og stofnunum og kynntu þeim þekkingu og reynslu íslenskra fyrirtækja og verkefni sem unnin hafa verið í Noregi. Sendiráð Íslands í Osló kom að undirbúningi ferðarinnar og bauð fyrirtækjunum til fundar við ræðismenn Íslands í Noregi.

Upplýsingatækni

Árið 2012 réðist Íslandsstofa, í samstarfi við Samtök upplýsingatæknifyrirtækja (SUT), í það metnaðarfulla verkefni að kortleggja upplýsingatæknigeirann. Afraksturinn var skýrsla sem notuð hefur verið sem leiðarljós fyrir þau verkefni sem vinna á með fyrirtækjum. Í kjölfarið hafa verið unnin nokkur verkefni, sérstaklega ætluð hugbúnaðarfyrirtækjum. Haldið var hraðstefnumót með það að markmiði að greina möguleika á samstarfi hugbúnaðarfyrirtækja í markaðssókn erlendis og ræða hvort grundvöllur væri fyrir almennri samvinnu fyrirtækjanna. Þangað komu 26 fyrirtæki sem áttu hvert um sig níu til tíu örfundi, en alls fóru fram 125 fundir yfir daginn. Ánægja var með atburðinn og niðurstaða fundanna var jákvæð. Þátttakendur töldu að um 75% fundanna gætu leitt til einhverskonar samstarfs í framhaldinu. Einnig kom fram við kortlagningu geirans að mikil þörf væri á að skapa vettvang þar sem fyrirtæki sem annað hvort eru í útflutningi, eða stefna á útflutning í nánustu framtíð gætu hist og rætt málin. Verkefnahópur var settur á fót til að fylgja þessu eftir og var hafin ný fundaröð um markaðs- og sölumál upplýsingatæknifyrirtækja. Fyrstu fundirnir í röðinni voru haldnir á árinu og báru þeir yfirskriftina “Samstarf upplýsingatæknifyrirtækja á erlendum markaði” og „Tengslamyndun á erlendum markaði”.

Náttúruvörur með útdrætti

Á vordögum hóf Íslandsstofa að kortleggja útflutningsfyrirtæki sem framleiða náttúruvörur þ.e., nota útdrætti (extrakta) úr jurtum, dýrum, örverum og steinefnum í vörur sínar og framleiðslu. Sérstakur verkefnisstjóri var ráðinn til verksins og var markmiðið að átta sig á stöðu þessara fyrirtækja þegar kemur að útflutningi og finna mögulega samstarfsfleti þeirra á milli. Niðurstöðurnar, sem að mestu byggja á viðtölum við fulltrúa 23 fyrirtækja í umræddum hópi, voru teknar saman í skýrslu og kynntar á fundi. Skýrslan er aðgengileg á vef Íslandsstofu. Í framhaldi voru allir þeir sem tóku þátt í verkefninu boðaðir á vinnustofu um möguleg næstu skref. Á þann fund mættu fulltrúar sjö fyrirtækja. Niðurstaða vinnustofunnar var að þrjú verkefni væru brýnust:

- Taka saman og halda utan um allar þær rannsóknir sem geta nýst fyrirtækjum í þessari atvinnugrein, eins og rannsóknir á sjó, vatni, loftslagi o.fl.
- Byggja upp samvinnu fyrirtækja um markaðsmál, sýningarþátttöku, námskeið o.fl.
- Skapa jurtasamlag sem sameina myndi hráefnisöflun á einn stað.

Græn tækni

Íslandsstofa hóf á síðasta ári, ásamt Samtökum iðnaðarins og Nýsköpunarmiðstöð Íslands að kortleggja íslensk umhverfistæknifyrirtæki og fá yfirsýn yfir umfang geirans og helstu hindranir og sóknarfæri. Þessu verkefni lauk í ár. Haft var samband við hátt í 70 fyrirtæki tengd greininni til að afla upplýsinga um starfsemi þeirra og fá fram viðhorf fyrirtækjanna gagnvart starfsumhverfinu. Niðurstöðurnar voru birtar í skýrslu sem finna má á vef Íslandsstofu. Skýrslunni er ætlað að taka breytingum og því eru þau fyrirtæki sem telja sig eiga heima í henni hvött til að hafa samband við Íslandsstofu. Í framhaldinu var haldin vinnustofa og til hennar boðið öllum fyrirtækjum sem þátt tóku í gerð skýrslunnar. Markmið vinnustofunnar var að nýta niðurstöðurnar til að búa til verkefni og forgangsraða þeim. Á meðal þeirra verkefna sem brýnast þótti að vinna áfram með eru:

- Fjármögnun og stuðningur við vörubröun og markaðsetningu.
- Skapa sameiginlegan upplýsinga- og samstarfsvettvang.

Erlendar fjárfestingar

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

Fagråd fjárfestinga

Iðnaðarráðherra skipaði svokallaða fjárfestingarvakt í febrúar árið 2012. Ákveðið var í framhaldinu að fjárfestingarvakt og fagråd fjárfestinga yrðu sameinuð undir nafni fjárfestingarvaktarinnar. Ráðuneytið óskaði eftir því að fjárfestingarvaktin, sem skipuð var fulltrúum þriggja ráðuneyta, fulltrúum frá Samtökum atvinnulífsins og Alþýðusambandi Íslands, Seðlabanka Íslands og Íslandsstofu, gerði tillögur um hvernig bæta mætti samkeppnishæfni Íslands fyrir erlenda fjárfestingu. Í því fólst m.a. yfirferð yfir lagaumgjörð og viðskiptaumhverfi erlendra fjárfestinga og tillögugerð um það hvernig heppilegast væri að efla markaðs- og kynningarstarf fyrir erlendar fjárfestingar. Fjárfestingarvaktin skilaði tillögum sínum til iðnaðar- og viðskiptaráðherra í júní 2013. Þær taka til fjölmargra þátta laga- og viðskiptaumgjörðar og tengjast fagsviðum nokkurra ráðuneyta.

Samstarf við sendiráð

Náið samstarf var á árinu við sendiráð Íslands í Japan um heimsóknir japanskra fjárfesta til landsins og við aðalræðismann viðskiptaskrifstofu Íslands í New York við skipulagningu fyrirtækjaheimsókna, atvinnugreinaráðstefna og markaðs- og kynningarmál Film in Iceland. Þá naut fjárfestingasvið aðstoðar íslenska sendiráðsins í Peking við meðhöndlun og úrvinnslu fyrirspurna kínverskra fjárfesta og við undirbúning kínverskra viðskiptasendinefnda. Samstarf við græna hagkerfið

Íslandsstofu var árið 2012 falið að annast framkvæmd 5 ára átaksverkefnis til að auka erlendar fjárfestingar í grænni atvinnustarfsemi í samræmi við tillögur nefndar alþingis um eflingu græna hagkerfisins. Þriggja manna starfshópur fulltrúa úr forsætisráðuneyti, efnahags- og viðskiptaráðuneyti og iðnaðar- og nýsköpunarráðuneyti hafði umsjón með verkefninu. Á árinu 2013 var nefndin skipuð fulltrúum atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytis, umhverfis- og auðlindaráðuneytis og utanríkisráðuneytis. Í fyrsta áfanga verkefnisins var megin áhersla lögð á greiningu á samkeppnishæfni Íslands á völdum sviðum grænnar atvinnustarfsemi. Heildarúttekt var unnin varðandi ferðaþjónustu, þörf hennar og möguleika á beinni erlendri fjárfestingu, uppþæslu á samkeppnishæfni Íslands fyrir gagnaver og samkeppnishæfni Íslands á sviði koltrefjaframleiðslu. Á árinu 2013 var unnin viðamikil markaðsgreining á möguleikum Íslands á sviði gróðurhúsaframleiðslu verðmætra sérafurða fyrir lyfja-, snyrtivöru- og fæðubótarefnaíðnaðinn og hafin kynning á niðurstöðum greinargerðanna um samkeppnishæfni Íslands á þeim

sviðum sem búið var að kortleggja. Ákvörðun ríkisstjórnarinnar um að veita ekki fjármagn til fjárfestingaráætlunar græna hagkerfisins í fjárlögum ársins 2014 hefur hins vegar sett strik í áform um öflugna kynningu þessara tækifæra á því ári sem nú er hafið.

Ráðstefnur, sýningar og fyrirtækjaheimsóknir

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu tekur þátt í fjölmörgum sýningum og ráðstefnum til kynningar á Íslandi fyrir erlenda fjárfesta. Höfuðáherslan hefur verið lögð á þátttöku í atvinnugreinaráðstefnum og sýningum fram til þessa, en á árinu 2013 var jafnframt lögð áhersla á að ná fundum með völdum fyrirtækjum innan þeirra atvinnugreina sem lögð er áhersla á í kynningarstarfinu.

Gagnaver

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu (áður Fjárfestingarstofa) hefur nú um sex ára skeið kynnt Ísland sem eina af bestu mögulegu staðsetningu heims fyrir gagnaver. Kynningin hefur byggt á úttektar- og greiningarvinnu PriceWaterhouseCoopers í Belgíu og athugun McKinsey ráðgjafafyrirtækisins. Tvö alþjóðleg gagnaver hafa hafið starfsemi sína hér á landi og viðskiptavinum þeirra hefur fjölgað mikið undanfarna 12 mánuði. Líkt og undanfarin ár stofnaði Íslandsstofa til samstarfs við hagsmunaaðila í gagnavers-iðnaðinum á árinu 2013. Íslensku fyrirtækin sem voru með þetta árið voru Farice, Landvirkjun, Orkuveita Reykjavíkur (Orka náttúrunnar), SMI, Opin Kerfi, Mila, Advania, KADECO og Verne Global.

Farið var á fimm gagnaverssýningar og útbúin sérstök „Íslandsmappa“ sem innihélt kynningarefni frá samstarfsaðilum. Fyrsta sýningin var á vegum Data Center Dynamics (DCD) og fór hún fram í New York. Um 1500 gestir voru á sýningunni, enda er austurströnd Bandaríkjanna mjög þýðingarmikið svæði þegar kemur að vistun gagna. Margir gestir komu á kynningarbásinn, ræddu málin og fengu gögn. Sama var uppá teningnum í Amsterdam, Frankfurt og San Fransisco. Íslandsstofa tók síðan þátt í gagnaverssýningunni DataCentre Europe sem er stærst þessara sýninga. Í lok árs fór svo fulltrúi Íslandsstofu til fundar við 22 fyrirtæki á sérstakri fundaráðstefnu í Oxford. Í kjölfarið sköpuðust mikilvæg tengsl sem unnið var áfram með, bæði af hálfu Íslandsstofu og fyrirtækjanna sem tóku þátt.

Koltrefjar

Fjárfestingarsvið Íslandsstofu réðst í gerð ítarlegrar kostnaðargreiningar fyrir koltrefjaframleiðslu þar sem Ísland var borið saman við valdar staðsetningar í nokkrum samkeppnislöndum. Greiningin var unnin af ráðgjafafyrirtækinu OMNIA LLC og er nú kjarninn í kynningu fjárfestingasviðs á þessu sviði. Með hliðsjón af þessum grunni var farið í fyrirtækjaheimsóknir til Japan, Norður-Ameríku og Evrópu á árinu. Á fyrri hluta árs var farið til Japan þar sem þrjú af stærstu koltrefjaframleiðendum heims (Toray, Teijin og Mitsubishi Rayon) voru heimsóttir, samkeppnishæfni landsins kynnt og OMNIA skýrslan afhent. Einnig var farið í fundarferð til Evrópu og Norður Ameríku þar sem mögulegum stórnotendum koltrefja (framleiðendur bíla og vindmylluspaða) var kynnt samkeppnishæfni landsins

og skýrslan afhent. Auk þess fór Íslandsstofa með hópi íslenskra fyrirtækja á koltrefjaráðstefnuna JEC Europe í mars og JEC Asia í júní. Á sinni hluta árs var farið á JEC Americas í Boston og ferðin nýtt til að heimsækja bílaframleiðanda í Detroit sem hafði sýnt áhuga á koltrefjum frá Íslandi. Í framhaldi af fundinum í Detroit og upplýsingum sem fengust á JEC Americas var ákveðið að heimsækja einn af japönsku koltrefjafframleiðendunum. Allir hagsmunaaðilar (orkufyrirtæki, sveitarfélög, verkfræðistofur ofl) voru hafðir með í ráðum og upplýsingarnar úr OMNIA skýrslunni uppfærðar - svo hægt væri að afhenda nýjustu og bestu upplýsingar í Japan. Í framhaldi af fundinum í Japan hafa japönsku framleiðendurnir sýnt mikinn áhuga á að skoða Ísland sem staðsetningu fyrir næstu koltrefjafframleiðslu sína og ráðgera að koma í heimsókn til landsins á fyrri helmingi ársins 2014. Alls voru 11 fyrirtæki og þrjár ráðstefnur heimsóttar í þremur heimsálfum, þar af tvær heimsóknir til framleiðanda í Japan og bílaframleiðanda í Bandaríkjunum.

Ylraekt

Í byrjun árs heimsóttu starfsmenn fjárfestingasviðs stærstu einstöku sýninguna fyrir gróðurhúsaíðnaðinn í heiminum, Fruit Logistica í Berlín. Í framhaldi af því var fenginn ráðgjafi til að meta hagkvæmni við ræktun og útflutning framandi grænmetis- og ávaxtategunda í samstarfi við íslenska fjárfesta. Jonathan Allen er bandarískur viðskiptaráðgjafi og sölu- og dreifingaraðila lífrænt ræktaðs grænmetis í Bandaríkjunum. Afrakstur vinnu Jonathan Allens var kynntur á fundi hjá Íslandsstofu í nóvember og var helstu innlendu fag- og hagsmunaaðilunum boðið á fundinn. Forstjóri og fjármálastjóri Aloha Medicinals ltd. voru einnig með í för en það fyrirtæki hefur sýnt mikinn áhuga á að skoða aðstæður hér á landi með það fyrir augum að setja hér upp framleiðslu. Aloha framleiðir meðal annars hágæða sveppi til útflutnings og býður auk þess upp á ýmsar lausnir til framleiðslu fæðubótaefna, lyfja og snyrtivara byggt á úrvinnslu hráefna úr sveppum. Auk þessa hefur vinna Íslandsstofu við gróðurhús fætt af sér verkefni sem gerir ráð fyrir tómataræktun í iðnaðarskala til útflutnings en hollenskir aðilar eru að skoða að setja upp 15 hektara gróðurhús til ræktunar tómata inn á Bretlandsmarkað. Fjárfestingasvið kynnti einnig möguleika á sviði fiskeldis og smáþörungavinnslu á ráðstefnum í Norður Ameríku og Austurríki.

Efnagarðar tengdir jarðvarmavirkjunum

Í byrjun árs fóru starfsmenn sviðsins á ráðstefnu í Barselóna þar sem möguleikar landsins til fullvinnslu pappírs voru skoðaðir og í framhaldi var þýska ráðgjafafyrirtækið RISI ráðið til að gera fýsileikakönnun á verkefninu - þ.e. að framleiða gæða salernispappír á Íslandi með gufu úr jarðvarmaveri og flytja til Evrópu. Niðurstaða RISI var sú að vegna umfangs hágæðapappírs (mikið rúmmál á hverja þyngdareiningu) er ekki fýsilegt að framleiða slíka vöru hérlendis því flutningskostnaður er það mikill að verkefnið getur ekki orðið arðbært, þrátt fyrir tiltölulega samkeppnishæft orkuverð. Þá hefur Fjárfestingarsvið unnið með þýska efnaverkfræðingnum Rolf Gohdes að efni um græna efnagarða tengda jarðvarmavirkjunum. Í framhaldi af þeirri vinnu setti Fjárfestingasvið upp sóknaráætlun varðandi Natríum Klórat og Klór-alkali verksmiðjur og á haustdögum heimsótti Fjárfestingasvið finnska ráðgjafa í Helsinki sem munu aðstoða við að koma á tengslum við viðeigandi fyrirtæki.

Ráðstefna um framtíð íslenskrar ferðaþjónustu

Íslensk ferðaþjónusta hefur vaxið hratt undanfarin þrjú ár. Jafnframt fara áhyggjur vaxandi af því að arðsemi greinarinnar sé óviðunandi, verulega reyni á innviði á helstu ferðamannastöðum og að meðaltekjur á ferðamann virðast fara lækandi þrátt fyrir gengisfall krónunnar í kjölfar efnahagshrunsins. Á ráðstefnu um fjárfestingar og ferðaþjónustu, sem haldin var í janúar 2012 af Íslandsstofu í samstarfi við Landsbankann og iðnaðar- og nýsköpunarráðuneyti, 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 í frekari uppbyggingu ferðaþjónustunnar.

Í ljósi framangreinds samþykkti starfshópur um Græna hagkerfið að verja fé í samstarfi við Íslandsstofu til kortlagningar á íslenskri ferðaþjónustu og gerð tillagna um framtíðaráherslur í uppbyggingu innviða, markaðs- og kynningarmálum, fyrirkomulag stofnana og áherslur í erlendra fjárfestingu þessu tengt. Fyrirtækið PKF ltd. frá Bretlandi var valið til starfars og skilaði ítarlegri skýrslu sem kynnt var á sérstakri ráðstefnu þann 20 mars 2013. Yfir 300 aðilar mættu á ráðstefnuna og er ljóst að greining PKF mun nýtast vel til stefnumótunar og aðgerða innan ferðaþjónustugeirans svo og fyrir fjárfestingasvið til undirbúnings markaðssetningar og kynningar gagnvart erlendum fjárfestum í þessari atvinnugrein. Skýrsla Boston Consulting Group um sama efni sl. haust fól í sér samhljóða niðurstöður sem styrkir ákvarðanatöku stjórnvalda enn frekar varðandi mótun framtíðarstefnu og aðgerðir til að hámarka arðsemi greinarinnar með sjálfbærum hætti.

Minkarækt

Í kjölfar skýrslu sem var unnin á árinu 2012 af KPMG á Íslandi var komið á fundi með rúmlega tuttugu minkabændum í Hollandi í samvinnu við Samtök hollenskra loðýrabænda. Hollensk stjórnvöld hafa ákveðið að banna loðýrarrækt þar í landi eftir árið 2024 og því eru margir hollenskir bændur farnir að kanna aðra staðsetningarkosti. Skýrsla KPMG sem staðfestir samkeppnishæfni Íslands á þessu sviði, var kynnt á fundinum. Í kjölfarið hófust samskipti við nokkra bændur og kom einn þeirra til landsins að skoða aðstæður, annar hefur verið í samskiptum við íslenska fjárfesta um mögulegt samstarf og sá þriðji hefur verið að safna frekari upplýsingum. Í lok ársins 2013 lækkuðu verð á minkaskinnnum og má ætla að erlendir minkabændur muni halda að sér höndum á fyrstu mánuðum ársins 2014.

Iceland Investment Forum

Íslandsstofa var stuðningsaðili og beinn þátttakandi í ráðstefnu sem skipulögð var af Merger Market ráðstefnufyrirtækinu um tækifæri á Íslandi til erlendra fjárfestinga. Ráðstefnan sem haldin var í London í september sl. var kostuð af Græna hagkerfinu, Arion banka, Logos lögmönnum og Carbon Recycling International. Forsætisráðherra hélt opnunarræðu og nokkur fjöldi grænna atvinnutækifæra var kynntur auk þess sem fulltrúi Íslandsstofu hélt erindi um samkeppnishæfni Íslands á sviði grænna fjárfestingatækifæra. Þá var fjárfestingarsvið Íslandsstofu með upplýsinga- og kynningarbás í anddyri. Forsætisráðherra nýtti síðan viðburðinn til kynningar

á fjárfestingarmöguleikum á Íslandi í fjölda viðtala við erlenda blaðamenn. Um 150 aðilar sóttu ráðstefnuna og þótti hún vel heppnuð til að vekja athygli á samkeppnishæfni landsins og gefa yfirvöldum gott tækifæri til að koma á framfæri áformum um úrbætur á samkeppnishæfni landsins á fjölmörgum sviðum tengt erlendri fjárfestingu.

Blaðamannaheimsóknir

Tíu völdum blaðamönnum frá Evrópu og BNA var boðið til Íslands í mars 2013. Heimsóknin var fjármögnuð af Græna hagkerfinu en markmiðið var að kynna tækifæri sem felast í grænni atvinnustarfsemi hér á landi. Ferðin var undirbúin af bandaríska ráðgjafafyrirtækinu AT Consult sem hefur mikla reynslu á þessu sviði og annaðist val á blaðamönnum, setti fram tillögur um tímarit sem boðið yrði og annaðist samskipti við blaðamennina við undirbúning ferðarinnar. Í kjölfarið birtust 26 greinar á vefmiðlum og í fagtímaritum þar sem farið var lofsamlegum orðum um möguleika Íslendinga í þeim atvinnugreinum sem fjallað var um (gagnaver, fiskeldi, framleiðsla í gróðurhúsum, efnaferla ofl.) Ljóst er að mikill akkur er af umfjöllun af þessu tagi og því æskilegt að unnt verði að halda áfram að fá erlenda fjölmiðla til að fjalla um möguleika okkar sem fjárfestingalands á þessum sviðum.

Upplýsingaveita

Íslandsstofa 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 hrunsins árið 2008 en skv. upplýsingum frá Nordic e-marketing ehf. var vefur fjárfestingarsviðs ein helsta gáttin að upplýsingum um stöðu mála hér á landi. Vefsíðan er í stöðugri endurskoðun og uppfærslu með það að markmiði að auka upplýsingagildi og flétta inn fjölbættari upplýsingamiðlun t.d. í formi lifandi mynda og viðtala. Þá gefur fjárfestingarsvið út upplýsingaritið „Doing Business in Iceland“ sem uppfært er á sex mánaða fresti, auk atvinnutengdra upplýsingarita sem unnin eru í kjölfar samkeppnisgreiningar á viðkomandi atvinnugreinum.

Þjónusta við fjárfesta

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

Í upplýsinganetfang Fjárfestasviðs komu 72 fyrirspurnir frá nýjum aðilum árið 2013 sem brugðist var við. Þrjátíu fyrirspurnir voru óskir um almennar upplýsingar eða vísanir á rétta tengiliði á Íslandi. Í 42 tilvikum var beðið um frekari upplýsingar vegna áhuga viðkomandi á að fjárfesta á Íslandi eða hefja hér starfsemi. Í eftirfarandi töflu getur að líta yfirlit yfir umfang þjónustunnar á árinu 2013.

Atvinnugrein	Fjöldi heimsókna erlendra fjárfesta	Fundir með fyrirtækjum erlendis	Aðstoð við íslensk fyrirtæki	Fjöldi verkefna sem fóru í virka skoðun
Gagnaver	6	32	6	6
Minkarækt	2		4	
Þjórframleiðsla	2			1
Ferðaþjónusta	2		2	
Skapandi greinar			1	1
Lífræn orkuframleiðsla	2			2
Líftækni	1			1
Koltrefjar		33	1	1
Iðngarðar		2	3	1
Kisilvinnsla	1		2	1
Vatn	2		3	
Álvinnsla	1	4	1	2
Ylrækt	3	14	3	2
Fjármálastarfsemi			1	
Erlendar viðsk.sendinefndir	5			
Annað	7	3	9	5
Samtals	34	88	36	23

Film In Iceland

Allt frá því að lög um ívilnanir vegna framleiðslu á kvikmynda- og sjónvarpsefni voru samþykkt á Alþingi hefur fjárfestingasvið Íslandsstofu og forverar þess annast kynningu á þeim lögum fyrir erlendum kvikmynda- og sjónvarpsframleiðendum. Einn verkefnastjóra fjárfestingasviðs hefur sinnt þessu verkefni í hálfu starfi. Starfið felst í kynningu á Íslandi á stórum kvikmyndaráðstefnum í USA (LA) og uppbyggingu tengslanets við framleiðsludeildir og tökustaðastjóra í Bandaríkjunum og Evrópu.

Kvikmyndaverkefni

Þegar farið er yfir kvikmyndaverkefni ársins 2013 ber fyrst að nefna kvikmyndina, The Fifth Estate sem framleidd er af Dreamworks. Tökur fóru fram í janúar í Reykjavík og er Ísland hluti af handritinu. Í maí var tekið upp tónlistarmyndband fyrir indverska kvikmynd í tíu daga. Darren Aronofsky kom aftur til Íslands í byrjun júní og var í tíu daga við upptökur á kvikmyndinni Noah. Fimm tökudögum var varið í upptökur á landslagsgrunnum fyrir Hollywood myndina Transformers.

Í byrjun ágúst hófust tökur á norsku kvikmyndinni Dead Snow 2 og stóðu í 35 daga. Þá voru um fimmtán tökudagar á rússnesku myndinni The Calculator um mitt sumar. Í september fóru um tíu dagar í tökur á bandarísku stórmyndinni Interstellar sem í leikstjórn Christopher Nolan og framleidd af Warner Brothers. Þá voru voru tekin upp nokkur atriði í myndinni Pawn Sacrifice sem byggir á einvígi Bobby Fischer og Boris Spassky og loks voru svokölluð „plate shoot“ fyrir Hollywood myndina Jupiter Ascending.

Sjónvarpsverkefni

Um miðjan mars undirrituðu norska fyrirtækið Animando og íslenska fyrirtækið Caoz samning um framleiðslu á 52 þáttum af barnþáttunum um dráttarbátinn Elías. Verkefnið skapar 30 störf og mun framleiðslan taka um tvö ár en í lok árs var þegar búið að framleiða fimm þætti. Verkefnið kom til landsins fyrir tilstuðlan Film in Iceland. Í lok júlí kom framleiðslufyrirtækið HBO, þriðja árið í röð, til Íslands að taka upp Game of Thrones, sem er einn vinsælasti sjónvarpsþáttur heims í dag. Í viðræðum við framleiðendur að loknum tökum kom fram að þeir myndu að öllum líkindum koma aftur árið 2014 til að taka upp hluta af næstu þáttaröð. Á árinu 2013 kom Film in Iceland að 35 öðrum verkefnum sem voru eða eru að skoða Ísland sem tökustað.

Kvikmyndatengd ferðaþjónusta (Film Tourism)

Í ársbyrjun 2012 stóð Íslandsstofa fyrir ráðstefnu um kvikmyndatengda ferðaþjónustu og hvaða áhrif hún getur haft á Íslandi. Fengnir voru sérfræðingar frá bæði Bretlandi og Svíþjóð til að gefa innsýn í þau tækifæri sem í þessu felast. Í janúar 2013 fóru svo nokkrir starfsmenn Íslandsstofu á fundi í Hollywood með þeim kvikmyndaframleiðendum sem framleiddu myndir á Íslandi árið 2012. Á þeim fundum var lagður grunnur að samstarfi um markaðssetningu á Íslandi þegar þessar myndir verða frumsýndar. Á árinu 2013 var unnið markaðsstarf í Bandaríkjunum með HBO (Game of Thrones) og blaðamannaferð með Universal (Oblivion) var í lok júlí í tengslum við útgáfu myndarinnar á DVD. Þá var unnin mikil markaðsvinna með 20th Century Fox fyrir myndina The Secret Life of Walter Mitty. Má nefna sérstaka sýningu á myndinni fyrir blaðamenn í London um miðjan desember þar sem Film in Iceland var með kynningu á Íslandi fyrir sýningu myndarinnar.

FAM ferð

Í byrjun maí stóð Film in Iceland í samstarfi við Iceland Naturally fyrir svokallaðri FAM ferð (Familiarization trip) fyrir tökustaðastjóra. Var sex aðilum boðið til landsins, þremur frá Bretlandi og þremur frá Los Angeles. Tókst ferðin vel og mun vonandi skila sér á næstu árum. Þegar er farið að ræða eitt hugsanlegt verkefni á næsta ári með einum boðsgestanna. Er þetta í annað sinn sem Film in Iceland og Iceland Naturally standa fyrir ferð af þessu tagi, en slík boðsferð var einnig 2009. Hafa tveir gestir úr þeirri ferð unnið að fjórum þeirra verkefna sem hingað hafa komið til lands síðan þá.

AFCI Location Trade Show og fundir í Los Angeles

Film in Iceland var að vanda með bús á þessari stærstu „film location“ sýningu ársins. Árið 2013 tóku fjögur íslensk kvikmyndaþjónustufyrirtæki þátt auk Reykjavíkurborgar. Þau voru Atlantic Studios, Pegasus, SagaFilm og Truenorth. Þá var fundað með framleiðslufyrirtækjum í Hollywood og eru tvö verkefni í skoðun fyrir árið 2014.

Kynningarefni og fyrirspurnir

Film in Iceland lét útbúa nýjan kynningarbækling á árinu 2013. Áfram var unnið með heimasíðu sem á árinu 2012 var unnin algjörlega frá grunni. Fyrirspurnir til Film in Iceland árið 2013 voru 196 (18 færri en árið 2012). Voru þessar fyrirspurnir misjafnar að umfangi og efni.

Samstarf við viðskiptafulltrúa í New York

Film in Iceland hefur undanfarin 10 ár unnið með viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í New York að kynningu á verkefninu í Bandaríkjunum og hefur það reynst gæfuríkt samstarf. Einnig hafa Film in Iceland og Höfuðborgarstofa, fyrir hönd Reykjavíkurborgar, starfað saman að ákveðnum þáttum á sviði kynningar á Íslandi sem tökustað. Þá hefur einnig verið gott samstarf við sendiráð Íslands á Indlandi og í Kína.

Ráðgjöf og fræðsla

Íslandsstofa veitir íslenskum fyrirtækjum alhliða þjónustu sem miðar að því að styrkja stöðu þeirra við að markaðssetja og selja afurðir sínar á erlendum mörkuðum. Þjónustunni má skipta í tvo hluta; undirbúning og aðstoð á markaði en að auki er unnið að ýmsum samstarfsverkefnum með aðilum heima og erlendis. Starfsmenn sviðsins eru þrír og sjá þeir einnig um alla starfsemi á sviði iðnaðar og þjónustu. Starfsemin er skipulögð á þann hátt að hver starfsmaður ber ábyrgð á verkefnum sem tilheyra öllum fyrirtækjum og að auki að vera tengiliður við valdar atvinnugreinar og markaði. Andri Marteinnsson er forstöðumaður sviðsins.

Undirbúningur

Útflutningur er spennandi tækifæri til þess að útvíkka starfsemi fyrirtækis og auka tekjur þess. Tækifærin liggja víða en nauðsynlegt er að skipuleggja og undirbúa aðgerðir til að hámarka árangurinn. Með útflutningi er ekki aðeins átt við áþreifanlegar vörur heldur einnig alla þjónustu sem skapað getur gjaldyrstekjur.

Markaðsupplýsingar

Íslandsstofa veitir margvíslega aðstoð við söfnun markaðsupplýsinga, bæði með aðgengi að gagnaböndum og svörun fyrirspurna, en árlega berast um 400 fyrirspurnir frá íslenskum fyrirtækjum. Stefna Íslandsstofu er að svara öllum fyrirspurnum innan tveggja starfsdaga, en í mörgum tilfellum er þó um að ræða allflókin og tæknileg atriði sem krefjast lengri úrlausnartíma. Eftirfarandi gagnabankar eru aðgengilegir hjá Íslandsstofu: Euromonitor, FIS - Fish Information & Services, Kompass, MarketLine, Worldtariff og útflutningshandbækur Dansk Industri og Innovasjon Norge. Fyrirtækjum og háskólanemum býðst að koma á skrifstofu Íslandsstofu til sækja sér efni í gagnagrunnana við vinnslu markaðsrannsóknna og á árinu nýttu sér það fulltrúar 56 fyrirtækja eða nemendahópa.

Útflutningsráðgjöf

Fjöldi einstaklinga og fyrirtækja leita til Íslandsstofu eftir ráðleggingum þegar kemur að útflutningi og áttu starfsmenn sérstaka fundi með rúmlega 60 fyrirtækjum á árinu. Fjórðungur þessara fyrirtækja fór í gegnum Vaxtarhjólið, greiningartæki sem starfsmenn hafa hlotið þjálfun til að vinna með. Vaxtarhjólið hefur gefið góða raun og auðveldað fyrirtækjum að koma auga á styrkleika þeirra og veikleika og taka í framhaldinu ákvarðanir um nauðsynlegar aðgerðir.

Vinnustofur og námskeið

Íslandsstofa setti saman röð vinnustofa í þeim tilgangi að byggja upp almenna þekkingu á málefnum tengdum útflutningi. Að auki voru haldnar vinnustofur fyrir ákveðnar atvinnugreinar. Á árinu sóttu fulltrúar 107 fyrirtækja vinnustofur Íslandsstofu og samkvæmt könnunum meðal þátttakenda var mikil ánægja með vinnustofurnar. Eftirfarandi efni var tekið fyrir á árinu:

- Val á markaði
- Menningarmismunur í viðskiptum
- Leit í erlendum tollskrá
- Samningatækni til að ná arðbærri sölu
- Sölu- og kynningartækni

Útflutningsverkefnið ÚH

Útflutningsaukning og hagvöxtur, eða ÚH, er verkefni ætlað fyrirtækjum sem þegar eru í útflutningi eða stefna að útflutningi. Á hvert eru átta til tíu fyrirtæki úr ólíkum greinum valin til þátttöku í verkefninu og hafa mörg af þekktustu fyrirtækjum landsins verið meðal þátttakenda í þau 23 ár sem það hefur verið í boði. Samstarfsaðilar Íslandsstofu í verkefninu eru Samtök iðnaðarins, Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins og Félag kvenna í atvinnulífinu. Gerðar hafa verið tvær viðhorfsrannsóknir meðal fulltrúa þeirra 207 fyrirtækja sem tekið hafa þátt í verkefninu. Niðurstöðurnar sýna m.a. að:

- 96% þátttakenda voru ánægð með þátttökuna.
- 92% myndu mæla með ÚH við stjórnendur fyrirtækja sem eru huga að útflutningi.
- 92% voru sammála því að tíma þeirra og fjármunum hefði verið vel varið með þátttöku í verkefninu.
- 85% sögðust vera komin með skýra útflutningsstefnu til framtíðar.

Aðstoð á markaði

Í samstarfi við sérfræðinga heima og erlendis aðstoðar Íslandsstofa fyrirtæki við að afla viðskiptasambanda og ná fótfestu á erlendum mörkuðum. Farnar eru viðskipta- og könnunarferðir á markað undir leiðsögn Íslandsstofu og viðtækt net viðskiptafulltrúa og ráðgjafa víða um heim er nýtt til að koma á viðskiptum.

Handleiðsluverkefnið Útstím

Tilgangur verkefnisins er að aðstoða fyrirtæki við að finna kaupendur að vöru þeirra eða þjónustu á fyrirfram völdum markaði í samstarfi við ráðgjafa á viðkomand markaðssvæð. Verkefnið skiptist í tvo hluta þar sem byrjað er á að skanna markaðinn og möguleika vörunnar á að ná þar fótfestu. Í síðari hlutanum vinna fyrirtæki og ráðgjafi að því í sameiningu að finna réttu samstarfsaðilana. Þau tíu fyrirtæki sem tóku þátt í verkefninu á árinu voru í heildina ánægð með þátttökuna sem veitti þeim mikilvægar upplýsingar og reynslu sem kemur til með að nýtast í áframhaldandi markaðsstarfi erlendis.

Hraðstefnumót - Skipting 7.

	Mark & Svart	Mark & Hvít
1	1:17	25.7
2	2:12	16.6
3	4:22	18.00
4	5:12	19.12
5	14:24	20.25
6	21:0	23.6



Viðskiptafultrúar og sendiherrar

Íslandsstofa og viðskiptasvið utanríkisráðuneytisins bjóða íslenskum fyrirtækjum viðtæka þjónustu hjá þeim átta sendiráðum sem eru með starfandi sérstakan viðskiptafultrúa. Þetta eru sendiráð Íslands í Kaupmannahöfn, Berlín, Moskvu, Delí, Peking, Tókýó, Osló, New York og London. Áhersla er lögð á sveigjanlega þjónustu enda þarfir fyrirtækja ólíkar. Styrkleiki viðskiptafultrúanna er þekking á markaðnum og geta þeir m.a. aðstoðað við að kanna hver möguleiki vöru er á markaði, fundið réttu aðilana til að vinna með og sett upp fundi með þeim. Um 360 viðskiptatengd verkefni voru í vinnslu hjá viðskiptafultrúum sendiráðanna á árinu og afgreiddu sendiráðin vel á þriðja þúsund skráðra fyrirspurna sem voru annað hvort viðskipta- eða ferðaþjónustutengdar. Íslandsstofa sér um að skipuleggja og auglýsa alla viðskiptafundi viðskiptafultrúa og sendiherra Íslands erlendis sem haldnir eru hér á landi og árið 2013 áttu viðskiptafultrúarnir vel á þriðja hundrað fundi með fyrirtækjum, ýmist með auglýstum viðtölum eða heimsóknum. Á árinu voru níu fundir auglýstir með sendiherrum Íslands erlendis og alls nýttu rúmlega 100 aðilar tækifærið til að hitta þá á skrifstofu Íslandsstofu.

Enterprise Europe Network

Íslandsstofa á aðild að Enterprise Europe Network (EEN), samstarfsneti um 600 aðila í stuðningsumhverfi fyrirtækja um allan heim, þó aðallega í Evrópu. Íslandsstofa nýtur góðs af þátttöku í netinu og fær í gegnum það aðgang að sérfræðingum á erlendum mörkuðum sem aðstoða við öflun markaðsupplýsinga og skipulagningu viðskiptafunda og viðburða. Megintilgangur EEN er að tengja saman fólk og fyrirtæki og stuðla þannig að samstarfi á sviði viðskipta, nýsköpunar og rannsókna. Íslenskum fyrirtækjum býðst að taka þátt í fyrirtækjastefnumótum sem skipulögð eru í tengslum við alþjóðlegar vörusýningar svo sem sjávarútvegssýningarnar í Brussel og CeBIT í Hannover og einnig geta þau leitað að samstarfsaðilum í gagnagrunni sem opin er á vef Íslandsstofu. Íslandsstofa getur skráð íslensk fyrirtæki í gagnagrunninn og hvetur fyrirtæki til að skoða þá leið samhliða öðrum, enda er þjónustan án endurgjalds. Samstarfsaðilar Íslandsstofu í EEN á Íslandi eru Nýsköpunarmiðstöð Íslands og Rannís.

Vörusýningar og viðskiptasendinefndir

Íslandsstofa býður fyrirtækjum upp á þátttöku í vörusýningum og viðskiptasendinefndum erlendis. Á síðasta ári tóku 125 fyrirtæki þátt í 12 sýningum og alls voru 7 viðskiptasendinefndir skipulagðar til jafnmargra landa þar sem 69 fyrirtæki tóku þátt. Nánar er fjallað um vörusýningar og viðskiptasendinefndir aftar í skýrslunni.

Markaðstengd verkefni

Verkefnið Made in Iceland hefur þann tilgang að leita uppi tækifæri í Kína til að kynna vörur og þjónustu íslenskra fyrirtækja og greiða leið þeirra við að koma á viðskiptasamböndum. Verkefnið er samstarfsverkefni sendiráðs Íslands í Kína, Íslandsstofu og viðskiptasviðs utanríkisráðuneytisins og er ætlað íslenskum fyrirtækjum sem hafa áhuga og getu til útflutnings á einn stærsta

neytendamarkað heims. Verkefnið, sem er til tveggja ára í senn, hófst formlega í apríl 2009 og vegna mikils áhuga á því var ákveðið á árinu að framlengja það um tvö ár í viðbót eða til ársloka 2014. Þátttökufyrirtæki eru 35 talsins.

Mikill áhugi er á fríværslunarsamningi við Kína, sem búið er að undirrita, en eftir er að fullgilda af hálfu Kínverja. Rúmlega 80 manns mættu á kynningarfund sem haldinn var um upprunareglur samningsins. Þar fengu viðstaddir upplýsingar um samninginn frá hinu opinbera og að auki hagnýt ráð og reynslusögur af viðskiptum í Kína frá fulltrúum fyrirtækja. Um 40 manns mættu á kynningarfund um kaupstefnu fyrir söluaðila sjávarafurða í Toronto sem haldin var í samstarfi við viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins og sendiráð Íslands í Kanada. Kaupstefnan var sérstaklega ætluð framleiðendum og útflytjendum sjávarafurða á Íslandi.

Samstarfsverkefni

Samstarfssjóður Íslandsstofu og viðskiptasviðs utanríkisráðuneytisins

Hjá Íslandsstofu er starfræktur samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins. Samkvæmt 5. grein rammasamnings milli Íslandsstofu og viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins frá 30. apríl 2003 skuldbindur Íslandsstofa sig til þess að veita 10 milljónum árlega í sérstök samstarfsverkefni. Einnig skuldbindur ráðuneytið sig til þess að nýta endurgjald fyrir sölu á þjónustu viðskiptafultrúa til uppbyggingar á viðskiptatengdri þjónustu á vegum ráðuneytisins. Í stýrihópi samstarfssjóðsins eru Jón Ásbergsson og Andri Marteinson frá Íslandsstofu og Högni Kristjánsson og Júlíus Hafstein frá utanríkisráðuneytinu. Sjóðurinn lagði 12,8 milljónir til 21 kynningar- og markaðsverkefna á árinu.

Spegillinn

Átta ferðaþjónustufyrirtæki luku þátttöku í verkefninu Spegillinn II á árinu. Á því rúma ári sem verkefnið stóð unnu stjórnendur fyrirtækjanna saman að því að skoða ýmsa þætti í rekstri hvers annars með það fyrir augum að benda á það sem betur mætti fara og koma með tillögum að úrbótum, meðal annars með hliðsjón af Vaxtarhjólinu. Þátttakendur voru mjög ánægðir með verkefnið og sögðu það m.a. hafa fyllt þá eldmóði og endurvakið áhuga þeirra á rekstrinum. Árangur Spegilsins má að miklu leyti þakka náinni samvinnu þátttakenda og hve óhræddir þeir hafa verið við að deila upplýsingum og miðla eigin reynslu og þekkingu.

Nýsköpunarþing

Nýsköpunarþing Rannís, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands og Íslandsstofu var haldið á árinu og voru erindi á þinginu flutt undir yfyrskriftinni Íslensk sprettfyrirtæki. Fyrirtækið Valka hlaut Nýsköpunarverðlaunin árið 2013.

Útflutningsverðlaun forseta Íslands

Útflutningsverðlaun forseta Íslands hafa verið veitt frá árinu 1989, en tilgangurinn með veitingu þeirra er að vekja athygli á þjóðhagslegu mikilvægi gjaldreyisöflunar og alþjóðlegra viðskipta og heiðra þá sem hafa náð sérstaklega góðum árangri í sölu og markaðssetningu á íslenskum vörum og þjónustu erlendis. Verðlaunahafinn fær til eignar verðlaunagrip - listaverk - eftir íslenskan listamann og verðlaunaskjöld til að prýða veggir fyrirtækisins auk þess sem verðlaunahafinn getur notað sérstakt merki verðlaunanna á kynningarefni sitt næstu fimm ár frá afhendingu þeirra. Handhafi verðlaunanna árið 2013 var fyrirtækið HB Grandi hf. og var fyrirtækinu veitt verðlaunin fyrir leiðandi starf í veiðum, vinnslu og markaðssetningu á íslensku sjávarfangi. Árið 2011 ákvað úthlutunarnefndin í samráði við embætti forseta Íslands að festa í sessi veitingu sérstakrar viðurkenningar 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. Ragnar Axelsson ljósmyndari hlaut þennan heiður árið 2012, en Kristinn Sigmundsson óperusöngvari árið þar á undan. Heiðursverðlaunin árið 2013 féllu í skaut Jóhanns Sigurðssonar bókaútgefanda, en undanfarna tæpa tvo áratugi hefur Jóhann farið fremstur í fylkingu þeirra sem vilja kynna þjóðararfinn - Íslendingasögurnar- úti í hinum stóra heimi. Fyrir frumkvæði hans og elju hafa þær nú verið þýddar og gefnar út í heild sinni af virtum bókaforlögum á ensku og þýsku og selst í hundruðum þúsunda eintaka.

Gulleggið 2013

Klak Innovit hefur staðið fyrir frumkvöðlakeppninni Gullegginu frá árinu 2008. Tilgangur keppinnar er að finna nýja frumkvöðla og veita þeim ráðgjöf og aðstoð við að breyta hugmyndum í viðskiptaáætlanir. Eins og undanfarin ár veitti Íslandsstofa sérstök verðlaun í formi útflutningsaðstoðar að andvirði 250.000 kr. Undirfatafyrirtækið Mulier hlaut verðlaun Íslandsstofu en það hefur hannað fallegan og praktískan undirfatnað og þróað í samstarfi við verksmiðju á Spáni.

SME Week - Viltu vaxa?

Undanfarin fjögur ár hefur Íslandsstofa tekið þátt í evrópsku fyrirtækjavikunni, SME Week, sem helguð er nýsköpunarfyrirtækjum og frumkvöðlum í Evrópu. Í ár var ákveðið að efna til fjögurra málstofa undir yfirskriftinni Viltu vaxa? Málstofurnar voru sniðnar að þörfum markaðarins og snerust um útflutning, tengslamyndun, fjármögnun, rannsóknir og nýsköpun. Reynsluboltar úr atvinnulífinu sögðu sína sögu, gáfu góð ráð og svöruðu spurningum úr sal.

Global Compact – samfélagsleg ábyrgð

Mikil vitundarvakning um samfélagslega ábyrgð fyrirtækja (CSR) hefur orðið um allan heim á síðustu árum. Í september 2009 skrifaði Íslandsstofa undir Global Compact samkomulag Sameinuðu þjóðanna og hefur með því skuldbundið sig til að taka þátt í umræðunni um samfélagslega ábyrgð fyrirtækja. Í því felst m.a. að hvetja fyrirtæki til þess að huga að samfélagsábyrgði í starfsemi sinni og auka þannig samkeppnishæfni á alþjóðavettvangi.

Evrópusamvinna - tækifæri í Evrópusamstarfi

Íslendingar hafa aðgang að fjölda Evrópuáætlaða í gegnum EES-samninginn og hafa verið mjög virkir í Evrópusamstarfi allt frá því hann tók gildi. Þær skrifstofur sem hafa umsjón með áætlunum hér á landi vinna sameiginlega að upplýsingamiðlun undir merkjum Evrópusamvinnu. Í janúar var haldin kynning á þeim tækifærum sem felast í þátttöku í samstarfsáætlunum Evrópusambandsins. Þar gafst fólki kostur á að hitta fulltrúa evrópskra samstarfsáætlaða og þjónustuskrifstofa á Íslandi og kynna sér möguleika á styrkjum og samstarfi á öllum sviðum menntamála, rannsókna, vísinda, nýsköpunar, menningar og atvinnulífs. Í nóvember var síðan haldin uppskeruhátíð til að sýna afrakstur þátttöku Íslendinga í Evrópusamstarfi síðastliðin 20 ár. Þar voru kynnt um 50 verkefni af ýmsum toga sem hlotið hafa styrki úr áætlunum ESB.

Kynningar

Íslandsstofa hefur á árinu haldið sameiginlegar kynningar með ýmsum aðilum þar sem markmiðið er að kynna hverju sinni þá þjónustu sem Íslandsstofa getur veitt markhópnum. Sérstakar kynningar voru haldnar með eftirfarandi hópum:

- Atvinnuþróunarfélag Eyfirðinga - Kynning með fyrirtækjum á Akureyri
- Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga - Kynning með fyrirtækjum á Húsavík
- Samtök Sveitarfélaga á Norðurlandi Vestra - Kynning með fyrirtækjum á Sauðárkróki
- Viðskiptaráð Íslands - Stjórnarmenn tvíhliða viðskiptaráðanna
- Hjá Korku - félagsskap fyrir konur í nýsköpun og sprotafyrirtækjum
- FKA - Fyrirtæki í félagi kvenna í atvinnulífinu
- Háskóli Íslands - Nemendur í stjórnun
- Austurbrú - Fyrirtæki á fundi Austurbrúar á Reyðarfirði
- Viðskiptaráð Íslands - Dansk-íslenska viðskiptaráðið

Samstarfshópur Norðurlandanna - Elexinfo

Íslandsstofa á sæti í samstarfshópi systurstofnana á Norðurlöndunum. Tilgangur hópsins er að deila upplýsingum um markaðsaðgengi og ýmis tæknileg atriði útflutnings. Árlegur fundur hópsins var haldinn hér á landi í september. Hópurinn fékk meðal annars kynningu á friverslunarsamningi Íslands og Kína og áhrifum gjaldreyrihafta á viðskipti og fjárfestingar.

NOPEF

Kynningarfundur um NOPEF - Norræna verkefnaútflutningssjóðinn var haldinn í september. Hlutverk sjóðsins er að hvetja norræn fyrirtæki til þátttöku í verkefnum á alþjóðavettvangi og veitir hann litlum og meðalstórum fyrirtækjum hagstæð, vaxtalaus lán og styrki til undirbúnings verkefna í löndum utan EES. Rúmlega þrjátíu manns sóttu fundinn, en á honum kynnti Per Ovesen framkvæmdastjóri starfsemi NOPEF auk þess sem fulltrúar tveggja fyrirtækja sögðu frá verkefnum sínum og samstarfi við sjóðinn.

Viðburðir

Íslandsstofa býður fyrirtækjum upp á þátttöku í vörusýningum og viðskiptasendinefndum erlendis. Á síðasta ári tóku 125 fyrirtæki þátt í 12 sýningum og alls voru 7 viðskiptasendinefndir skipulagðar til jafnmargra landa þar sem 69 fyrirtæki tóku þátt.

Viðskiptasendinefndir

Madrid

Spænsk-íslenska viðskiptaráðið og Íslandsstofa stóðu fyrir viðskiptafundi í Madrid á Spáni 4. febrúar í samvinnu við utanríkisráðuneytið. Tilgangur fundarins var að efla tengslin milli Spánar og Íslands með áherslu á orkumál, ferðaþjónustu, fiskveiðar og stjórnmál. Tæplega 200 manns sóttu fundinn sem haldinn var í húsakynnum viðskiptaráðs Madrídará. Steingrímur J. Sigfússon, atvinnuvega- og nýsköpunarráðherra, var aðalræðumaður dagsins. Á meðal annarra ræðumanna voru Fidel Peréz Montes, forstjóri IDAE (Orkurannsóknarstofnun Spánar), Guðni A. Jóhannesson orkumálastjóri, Sigurður Arnalds, framkvæmdastjóri hjá Mannviti, Alicia Coronil blaðamaður, Magnús B. Jónsson, framkvæmdastjóri ISI Seafood á Spáni, Eva Bretos Cano, umboðsmaður Ícelandair á Spáni og Vilborg Einarsdóttir framkvæmdastjóri Mentor.

Aberdeen

Dagana 8. - 12. apríl dvaldi viðskiptasendinefnd á vegum Íslandsstofu í Aberdeen í Skotlandi í þeim tilgangi að kynna sér þjónustu heimamanna við olíu og gasvinnslu. Aðilar frá 18 íslenskum fyrirtækjum voru með í för. Íslendingarnir heimsóttu ýmis fyrirtæki sem sérhæfa sig við að þjónusta olíu og gasvinnsluna undan ströndum Skotlands, auk þess sem þeir kynntu sér umfangsmikla starfsemi hafnarinnar og flugvallarins. Þá var farið í Háskólann í Aberdeen og Scotland Development sem er systurstofa Íslandsstofu í Skotlandi.

Peking

Íslandsstofa stóð fyrir fjölmennu viðskiptaþingi 16. apríl ásamt utanríkisráðuneytinu og sendiráði Íslands í Peking. Um 300 manns frá 180 kínverskum fyrirtækjum sóttu þingið sem haldið var í tilefni af nýjum fríverslunarsamningi milli Íslands og Kína, sem forsætisráðherra Jóhanna Sigurðardóttir undirritaði fyrir hönd Íslands. Aðsóknin var mun meiri en búist var við í upphafi, sem lýsir vel áhuga Kínverja á viðskiptum milli landanna. Á þinginu var lagður grunnur að margvislegum tengslum kínverskra og íslenskra fyrirtækja. Flutt voru erindi um gildi fríverslunarsamninga fyrir milliríkjavíðskipti ásamt því að fulltrúar fyrirtækjanna Össur, Icelandic, Marel, Orka energy, Promens og Icelandair kynntu sig og íslenskt viðskiptaumhverfi. Þá voru undirritaðir viðskiptasamningar milli íslenskra og kínverskra fyrirtækja. Icelandair gekk frá samningi um viðhaldsþjónustu á flugvélum, Klappir development um fjármögnun vegna undirbúnings framkvæmda á Bakka og stoðtækjaframleiðandinn Össur gerði nýjan samning við sinn samstarfsaðila.

Berlín

Í tilefni opinberrar heimóknar forseta Íslands til Þýskalands dagana 24. - 27. júní, efndu Íslandsstofa og sendiráð Íslands í Þýskalandi til málþings um verktækni og orkumál í Berlín. Málþingið fór fram í húsakynnum Commerzbank en þar hélt forseti Íslands erindi og fulltrúar íslenskra verkfræði- og orkufyrirtækja kynntu starfsemi sína. Einnig greindi fulltrúi PCC í Þýskalandi frá góðri reynslu af samstarfi við íslenska aðila í undirbúningi kísilmálmverksmiðju á Bakka við Húsavík. Að lokum var boðið upp á umræður undir stjórn Guðna A. Jóhannessonar orkumálastjóra. Fundurinn var vel sóttur en þangað komu aðilar þýskra fyrirtækja sem hafa áhuga á samstarfi við íslensk þekkingarfyrirtæki, innan Evrópu sem og um allan heim. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt voru EFLA, Verkís, Orka Energy, Landsvirkjun, Reykjavík Geothermal, Mannvit og systurfyrirtæki þess, GTN.

Osló

13. - 16. október fóru sjö íslensk fyrirtæki í byggingariðnaði til Oslóar til fundar við verkkaupa, hönnuði og ráðgjafa. Á meðal þeirra sem íslensku fyrirtækin hittu voru verktakafyrirtækið Veidekke, norska vegagerðin og fasteignafélagið Basale. Fundurinn hófst á kynningum en síðan settust menn niður til að ræða mögulegt samstarf. Íslensku fyrirtækin sinna nú þegar verkefnum í Noregi og markmið ferðarinnar var fyrst og fremst að bæta það tengslanet sem þau hafa byggt upp nú þegar. Fyrstu viðbrögð norsku og íslensku þátttakendanna eftir fundinn voru jákvæð og þar urðu til tengsl sem fylgt verður eftir. Mikil samkeppni ríkir á norska byggingamarkaðnum og því miklægt að minna reglulega á sig og halda á lofti þeirri reynslu og sérþekkingu sem íslensku fyrirtækin hafa fram að færa. Ferðin til Noregs var lokapunktur verkefnis sem hófst í upphafi ársins með fyrlestrum um markaðsmál og þjálfun í sölu- og kynningartækni. Íslensku fyrirtækin sem þátt tóku í verkefninu eru arkitektastofurnar Arkís og Batterið, Íslenskir aðalverktakar og verkfræðistofurnar Efla, Mannvit, Verkís og VSÓ Ráðgjöf.

Anchorage

Sendinefnd frá Íslandi var í aðalhlutverki á hádegisverðarfundum sem haldinn var í Anchorage, Alaska 5. nóvember. Frummælandi á fundinum var Þórður H. Hilmarsson, forstöðumaður fjárfestingarsviðs Íslandsstofu, en auk hans fluttu ávörp þeir Guðmundur Árni Stefánsson, sendiherra Íslands í Bandaríkjunum og Pétur Einarsson, framkvæmdastjóri hjá Marko Partners. Um 120 gestir sátu fundinn. Ljóst er að með tilkomu beins flugs frá Íslandi til Anchorage hefur vaknað áhugi á auknum samskiptum milli landanna bæði á sviði viðskipta sem og í ferðaþjónustu. Sendinefndin var skipulögð í samvinnu viðskiptafulltrúa Íslands í New York og Íslandsstofu.

Seattle

Fulltrúar 13 íslenskra fyrirtækja fylgdu Ragnheiði Elínu Árnadóttur, iðnaðar- og viðskiptaráðherra, í heimsókn hennar til Seattle dagana 6. - 9. nóvember. Heimsóknin var skipulögð í samstarfi Íslensk-ameríska viðskiptaráðsins, Íslandsstofu, Seattle Trade Alliance og viðskiptafulltrúa Íslands í New York. Ferðin samanstóð af fundum með heimamönnum ásamt kynningum þar sem íslensku fyrirtækin voru kynnt og fengu á móti fræðslu um uppbyggingu viðskiptaumhverfisins í Seattle.

Lykilfyrirtæki á staðnum voru heimsótt, m.a. Microsoft og Boeing, en einnig smærri aðilar sem voru ekki síður áhugaverðir, s.s. útgerðarfyrirtækið American Seafood og fiskvinnslan Trident seafood. Þá var athyglisvert að kynna starfsemi Marel í borginni. Seattle skartar einnig frægum háskóla og rannsóknarumhverfi og kynntust þátttakendur starfsemi Washington háskóla á sviði sjávarvísinda.

Vörusýningar 2013

Stockholm Furniture Fair - Stokkhólmi

Íslandsstofa hefur haldið utan um þátttöku íslenskra fyrirtækja á Stockholm Furniture Fair undanfarin ár en sýningin er stærsta sinnar tegundar í Skandinavíu. Þangað koma fyrirtæki í greininni, innkaupaáðilar og arkitektar, sem og almenningur. Þrjú íslensk fyrirtæki tóku þátt á Stockholm Furniture Fair í ár: Volki, Bryndís Bolladóttir og Á. Guðmundsson. Aðsóknin að sýningunni var góð líkt og undanfarin ár.

International Boston Seafood Show – Seafood Processing America

Íslandsstofa skipulagði þátttöku íslenskra fyrirtækja á sjávarútvegssýningunum í Boston sem fram fóru 10.-12. mars. Eftirtalin fyrirtæki tóku þátt véla- og tækjasýningunni: Eimskip, Íslandsbanki, Trackwell, Valka og Demand Ice. Í fyrsta sinn var íslenskur bás á sjávarafurðasýningunni, unninn í samvinnu við viðskiptafulltrúa Íslands í New York. Þar voru samankomin 12 fyrirtæki sem kynntu vöru sína. Þau voru HB Grandi, Ný-fiskur, Arctic Salmon, Menja, ISI seafood, Hafnarnes Ver, IceMar, Ice fresh, Seafood Samherji, Golden Seafood Company, Novo Food, Ice Fish Farm ásamt Iceland Responsible fisheries.

European Seafood Exposition – Seafood Processing Europe

Íslandsstofa heldur utan um þátttöku íslensku fyrirtækjanna sem taka þátt í sjávarútvegs-sýningunum í Brussel. Settir voru upp myndarlegir þjóðarbásar bæði á European Seafood Exposition og Seafood Processing Europe. Þetta er í 21. sinn sem íslenskir þjóðarbásar eru skipulagðir á sýningunum. Meðal sjávarútvegsfyrirtækja er almennt litið á sýningarnar í Brussel sem þær mikilvægustu innan greinarinnar til að kynna vöru sína og þjónustu. Lykilaðilar í sjávarútvegi á heimsvísu mæta á þessar sýningar.

Heimsmeistaramót íslenska hestsins

Heimsmeistaramót íslenska hestsins fór fram í Berlín dagana 4.-11. ágúst. Íslandsstofa hélt utan um þátttöku íslensku fyrirtækjanna á sölu- og kynningarsvæði mótsins. Átján fyrirtæki tóku þátt og lagði fjöldi gesta leið sína í íslenska sýningartjaldið sem bar heitið „Eyjafjallajökull“. Um 13.000 manns sóttu mótið í ár sem er nokkuð meiri fjöldi en á fyrri mótum og má líklega rekja til þess að þetta er í fyrsta sinn sem mótið fer fram í stórborg.

Bird Fair

Þetta er í fimmta sinn sem Íslandsstofa skipuleggur þátttöku í þessari fjölsóttu og mikilvægu sýningu og er markmiðið að kynna Ísland sem áfangastað til fuglaskoðunar. Sýningin er sú stærsta sinnar tegundar í Evrópu. Rúmlega 20 þúsund manns sækja sýninguna heim á ári hverju og um 300 sýnendur koma víða að úr heiminum.

Göteborg Book Fair

Bókamessan í Gautaborg var haldin 27.-30. september sl. en hún er á meðal mikilvægustu bókmenntaviðburða í Evrópu ár hvert. Sýningin er sú stærsta í Skandinavíu, með yfir 100.000 gesti og er bæði bókasýning og bókmenntahátíð í senn. Íslenskar bókmenntir hafa verið mjög sýnilegar á messunni og að þessu sinni tók Íslandsstofa þátt í samstarfi við Miðstöð íslenskra bókmennta. Meðal viðburða bókasýningarinnar var málþing tileinkað heildarþýðingu Íslendingasagnanna á norsku, dönsku og sænsku, víðamesta þýðingarverkefni í sögu íslenskra bókmennta. Um 60 þýðendur taka þátt í verkefninu. Íslenski básinn var tileinkaður þýðingarverkefninu.

Maison & Objet

Íslenskir hönnuðir sýndu vöru sínar í París á einni stærstu vöruhönnunarsýningu í heims, Maison & Objet. Íslensk hönnun fékk góðar viðtökur á sýningunni en meðal þeirra sem sóttu hana heim var Berglind Ásgeirsdóttir, sendiherra Íslands í París þar sem hún ræddi við gesti og sýnendur. Að þessu sinni tóku sex íslenskir vöruhönnuðir og fyrirtæki þátt. Þau voru: Sveinbjörg, Marý, c, Anna Thorunn, Umemi og Hring eftir hring. Allt að 85.000 gestir víðsvegar að úr heiminum sækja sýninguna heim. Sýningin er liður í Paris Design Week.

Seafood Barcelona

Íslandsstofa skipulagði þátttöku íslenskra fyrirtækja sem framleiða og selja saltfiskafurðir vegna Seafood Barcelona sýningarinnar sem haldin var í október. Tuttugu og sex fyrirtæki hafa sameinast um að kynna íslenskar saltfiskafurðir undir kjörorðinu „Taste and share the secret of Icelandic Bacalao.“ Lögð er áhersla á gæði, uppruna og hreinleika í kynningunni sem og fagmennsku og færni í að viðhalda ferskleika og bragðgæðum afurðanna. Þá má nefna þátttöku Íslands í Master Class verkefni á sýningunni þar sem þorskur úr Norður-Atlantshafi var kynntur og gestir fengu að smakka á íslenskum gæðasaltfiski. Sjávarútvegsráðherra Spánar kom í heimsókn á íslenska básinn sem og sendiherra Íslands í París, Berglind Ásgeirsdóttir.



Grænensk kaupstefna

Íslensk fyrirtæki fjölmenntu til Nuuk á Grænlandi í október þar sem haldin var kaupstefna sem Íslandsstofa stóð fyrir ásamt Grænensk-íslenska viðskiptaráðinu og Flugfélagi Íslands. Tilgangur kaupstefnunar var að auka viðskiptaleg tengsl milli landanna og að kynna grænenskum almenningi það vöru- og þjónustuframboð sem íslensk fyrirtæki hafa upp á að bjóða. Kaupstefnan stóð yfir í þrjú daga. Sýning fyrir íslensku fyrirtækin var sett upp í menningarhúsinu Katuaq og einnig var búið að skipuleggja fyrirtækjastefnumót. Fjölbreytt dagskrá var í menningarhúsinu meðan á sýningu stóð en skákfélagið Hrókurinn opnaði sýninguna með því að gefa grænenskum börnum taflborð og -menn og boðið var upp á sýningu á kvikmyndinni Málmhaus fyrir menntaskólanema. Þetta er fjórða árið í röð sem kaupstefnan fer fram og hefur þátttaka íslenskra fyrirtækja aldrei verið meiri. Eftirtalin fyrirtæki tóku þátt: Altak, Arctic Services, Arion banki, Atvinnuþróunarfélag Eyjafjarðar, Borgarplast, DB Schenker Iceland, Eimskip, Faxaflóahafnir, Flugfélag Íslands, Hafnarfjarðarhöfn, Hafnarnes, IKEA, Ísmar, Jónar Transport, Landsvirkjun, Lindex, Mannvit, Mælibúnaður, Norðenska, Oddi, PricewaterhouseCoopers, Rafnar, Samskip, Seigla ehf., Sláturfélag Suðurlands, Thorice, TVG-Zimsen, Umbúðir & Ráðgjöf, Verkís og Viðskiptaráð Íslands.

China Fisheries and Seafood Expo

Íslandsstofa hélt utan um skipulag á þjóðarbási Íslands á sjávarútvegssýningunni China Fisheries and Seafood Expo sem fór fram í borginni Dalian í byrjun nóvember. Sýningin hefur verið haldin árlega undanfarin 16 ár en þetta árið tóku um 800 sýnendur viðsvegar að úr heiminum þátt. Sjávarútvegur og fiskvinnsla 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. Gestir voru um 20.000 talsins og er sýningin orðin næst stærsta sjávarútvegssýning í heimi á eftir sjávarútvegssýningunum í Brussel. Fyrirtækin sem tóku þátt eru: Icelandic, Triton, Hampiðjan og Vinnslustöðin í Vestmannaeyjum.

Igeho

Íslenskur fiskur, lambakjöt og skyr voru meginuppistaða þess íslenska hráefnis sem kynnt var á IGEHO sýningunni í Basel í Sviss dagana 23.-27. nóvember. IGEHO er alþjóðleg sýning þar sem finna má allt sem viðkemur rekstri hótela og veitingahúsa og sækja hana að jafnaði um 75.000 gestir hverju sinni, en sýningin er haldin annað hvert ár. Þetta er í fyrsta sinn sem matvæli frá Íslandi eru kynnt á sýningunni. Fjöldi fólks heimsótti íslenska þjóðarbásinn alla fimm dagana sem sýningin stóð yfir og sýndu þeir íslenska matnum mikinn áhuga. Matreiðslumaðurinn Gunnar Karl Gíslason matreiddi lambakjöt, þorsk og lax og bauð gestum að smakka. Þátttakendur á íslenska sýningarsvæðinu auk Íslandsstofu voru: Ice-co, Kjarnafæði, SAH afurðir, MS og Iceland Responsible Fisheries.



Rekstur og efnahagur Íslandsstofu 31.12.2013

Rekstrarreikningur ársins 2013

	2013	2012
Rekstrartekjur		
Markaðsgjald	459.592.076	424.125.755
Ríkisframlög	272.400.000	251.500.000
Önnur framlög	52.214.963	37.054.028
Endurgreiddur kostnaður og seld þjónusta	211.393.657	215.605.609
	<u>995.600.696</u>	<u>928.285.392</u>
Rekstrargjöld		
Kynningar- og markaðsstarf	(561.846.573)	(544.046.757)
Laun og launatengd gjöld	(285.370.353)	(270.557.519)
Skrifstofu- og stjórnunarkostnaður	(134.718.622)	(104.862.207)
Afskriftir fastafjármuna	(4.722.915)	(5.648.369)
	<u>(986.658.463)</u>	<u>(925.114.852)</u>
Rekstrarafgangur	<u>8.942.233</u>	<u>3.170.540</u>
Fjármunatekjur	4.579.793	4.662.079
Fjármagnsgjöld	(2.113.103)	(685.426)

Efnahagsreikningur 31. desember 2013

Eignir	31.12.2013	31.12.2012
Fastafjármunir		
Varanlegir rekstrarfjármunir	5.698.706	10.421.621
	<u>5.698.706</u>	<u>10.421.621</u>
Veltufjármunir		
Markaðsgjald	44.223.596	49.225.520
Viðskiptakröfur	74.072.648	57.845.595
Aðrar skammtímakröfur	5.516.154	8.325.272
Fyrirfram greitt vegna verkefna	0	38.643.943
Handbært fé	155.891.338	79.419.198
	<u>279.703.736</u>	<u>233.459.528</u>
Eignir	<u>285.402.442</u>	<u>243.881.149</u>
Eigið fé og skuldir		
Eigið fé		
Óráðstafað eigið fé	174.755.280	163.346.357

Rekstur- og efnahagur - Ísland allt árið

Rekstrarreikningur tímabilsins 1.9.2012 - 31.8.2013

	.9.2012 - 1.8.2013	1.9.2011 - 31.8.2012
Opinber framlög	294.600.000	280.100.000
Framlög fyrirtækja	171.400.000	181.959.700
Aðrar tekjur	898.086	0
Kynningarefni og fundir	(16.586.919)	(19.044.602)
Fjölmíðlaferðir	(6.811.243)	(5.145.629)
Auglýsingar og sérfræðipjónusta v/markaðsmála	(449.318.569)	(316.034.078)
Annar kostnaður v/markaðs- og kynningarstarfs	(1.265.392)	(4.941.980)
(Rekstrartap), rekstrarhagnaður	(7.084.037)	116.893.411
Fjármunatekjur	2.222.092	365.081
Fjármagnsgjöld og gengismunur	(474.433)	(325.320)
	1.747.659	39.761
Rekstrarafkoma tímabilsins	(5.336.378)	116.933.172

Efnahagsreikningur 31. ágúst 2013

Eignir	31.08.2013	31.08.2012
Veltufjármunir		
Viðskiptakröfur	47.290	0
Aðrar skammtímakröfur	1.324.399	5.166.590
Handbært fé	112.201.745	113.584.769
	<u>113.573.434</u>	<u>118.751.359</u>
Eignir	113.573.434	118.751.359
Eigið fé og skuldir		
Eigið fé		
Óráðstafað eigið fé	111.596.794	116.933.172
Eigið fé	<u>111.596.794</u>	<u>116.933.172</u>
Skammtímaskuldir		
Viðskiptaskuldir	1.976.640	1.818.187
	<u>1.976.640</u>	<u>1.818.187</u>



Starfsfólk Íslandsstofu

Andri Marteinsson

Forstöðumaður, iðnaður og þjónusta / Ráðgjöf og fræðsla

Arnar Guðmundsson

Verkefnisstjóri, erlendar fjárfestingar

Berglind Steindórsdóttir

Sýningastjóri

Birgir Þorsteinn Jóakimsson

Verkefnisstjóri, vefir og kynningarmál

Björgvin Þór Björgvinsson

Verkefnisstjóri, sjávarútvegur og matvæli

Björn H. Reynisson

Verkefnisstjóri, iðnaður og þjónusta / Ráðgjöf og fræðsla

Brynja Berndsen Bjarkadóttir

Verkefnisstjóri, vefir og kynningarmál

Daði Guðjónsson

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Davíð Jóhannsson

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Einar Hansen Tómasson

Verkefnisstjóri, erlendar fjárfestingar

Erna Björnsdóttir

Verkefnisstjóri, iðnaður og þjónusta / Ráðgjöf og fræðsla

Eyjólfur Árnason

Kerfnisstjóri

Guðný Káradóttir

Forstöðumaður, sjávarútvegur og matvæli

Guðrún Birna Jörgensen

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Hera Brá Gunnarsdóttir

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Inga Hlín Pálsdóttir

Forstöðumaður, ferðaþjónusta og skapandi greina

Ingólfur Sveinsson

Skrifstofu- og fjármálastjóri

Jón Ásbergsson

Framkvæmdastjóri

Kristinn Hafliðason

Verkefnisstjóri, erlendar fjárfestingar

Kristjana Rós Guðjohnsen

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Lilja Kristín Jónsdóttir

Þjónustufulltrúi

Líney Arnórsdóttir

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Margrét Helga Jóhannsdóttir

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Ragnheiður Sýlvía Kjartansdóttir

Verkefnisstjóri, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Sveinn Birkir Björnsson

Ritstjóri, vefir og kynningarmál

Þorleifur Þór Jónsson

Viðskiptasendinefndir

Þórður H. Hilmarsson

Forstöðumaður, fjárfestingarvið

Þórey Þ. Þórarinsdóttir

Þjónustufulltrúi

