



ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND

ÁRSSKÝRSLA 2011



EFNISYFIRLIT

| | |
|--|----|
| INNGANGUR | 3 |
| ÍSLANDSSTOFA | 5 |
| MARKAÐSSÓKN | 9 |
| MARKAÐSPRÓUN | 21 |
| ERLENDAR FJÁRFESTINGAR | 31 |
| VIÐSKIPTASENDINEFNDIR | 37 |
| SÝNINGAR | 39 |
| ÚTGÁFA OG VERÐLAUN | 43 |
| ICELAND RESPONSIBLE FISHERIES | 45 |
| REKSTRARREIKNINGUR ÁRSINS 2011 | 48 |
| EFNAHAGSREIKNINGUR 31. DESEMBER 2011 | 49 |
| UPPGJÖR INSPIRED BY ICELAND | 50 |

INNGANGUR

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

Þessi skýrsla er yfirlit yfir þau verkefni sem unnin voru á árinu 2011 á vegum Íslandsstofu og gefur hún góða innsýn í þau fjölmörgu verkefni sem starfsmenn stofunnar unnu að á árinu. Er skýrslunni skipt í kafla eftir sviðum í samræmi við skipurit Íslandsstofu frá 1. janúar 2011.

Í STJÓRN ÍSLANDSSTOFU SITJA:

Friðrik Pálsson, formaður
 Eggert Benedikt Guðmundsson
 Einar Karl Haraldsson
 Kolbrún Halldórsdóttir
 Ólöf Ýrr Atladóttir
 Sigsteinn Grétarsson
 Vilborg Einarsdóttir
 Framkvæmdastjóri er Jón Ásbergsson



ÍSLANDSSTOFA

STEFNA OG SKIPULAG

Lög um Íslandsstofu voru samþykkt á Alþingi vorið 2010 og hófst reksturinn 1. júlí það ár. Verkefni Íslandsstofu eru í grófum dráttum samsett af þeirri starfsemi sem áður var undir hatti Útflutningsráðs Íslands, Fjárfestingarstofu og erlendu markaðsstarfi Ferðamálastofu. Ákveðið var að fjárheimildir vegna ferðamála yrðu áfram hjá Ferðamálastofu út árið 2010 og má því segja að raunveruleg sameining ofangreindra aðila hafi fyrst átt sér stað 1. janúar 2011. Í núverandi mynd hefur Íslandsstofa því aðeins lagt að baki eitt heilt rekstrarár og eru rekstrinum gerð ítarleg skil í þessari skýrslu.

Stjórn Íslandsstofu hóf strax sumarið 2010 undirbúning að stefnumótun. Í samræmi við lög voru skipuð fimm fagråd, þ.e. fagråd ferðapjónustunnar, fagråd fjárfestinga, fagråd sjávarútvegsins, fagråd skapandi greina og fagråd tækni- og hugverkaiðnaðarins. Hafa þau hist reglulega og reynst öflugur bakhjarl fyrir starfsemi Íslandsstofu. Samhliða stefnumótun stjórnarinnar fór fram stefnumótun fyrir hvert fagráðanna fimm. Þessari vinnu lauk um miðjan desember 2010 með nýju skipuriti sem tók gildi þann 1. janúar 2011.

Helstu atriðin í þessari sameiginlegu stefnumótun eru eftirfarandi:

HLUTVERK

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

Starfsemi og þjónusta

Íslandsstofa er öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda og miðar að því að auka gjalddeyriskjör þjóðarinnar með því að efla markaðssókn Íslendinga erlendis. Þjónusta Íslandsstofu byggist á þremur meginþáttum:

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

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.

Stefnumið

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

Fagråd Íslandsstofu

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

Fagråd ferðapjónustu

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

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

Fagråd fjárfestinga

Fá til landsins beina erlenda fjárfestingu í samræmi við stefnu stjórnvalda. Helstu áherslur:

- Skapa Íslandsstofu sterka stöðu sem vettvangur ólíkra hagsmunaaðila um fjárfestingarverkefni.
- Beina kröftum að tilteknum verkefnum sem nýta styrk og samkeppnishæfni landsins.
- Starfrækja upplýsingaþjónustu innan Íslandsstofu fyrir erlenda fjárfesta og innlend fyrirtæki í leit að erlendri fjárfestingu.

Fagråd tækni- og hugverkaiðnaðar

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

Helstu áherslur:

- Fræðsla og miðlun reynslu og þekkingar sem nýtist við markaðssókn.

- Samstarf í erlendum kynningar- og markaðsverkefnum.
- Handleiðsla byggð á skilgreindum þörfum.
- Stuðla að virðisaukandi samstarfi fyrirtækja.

Fagråd lista og skapandi greina

Tryggja markvisst kynningar- og markaðsstarf sem miðar að því að auka gjaldeyrstekjur lista og skapandi greina.

Helstu áherslur:

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

Fagråd sjávarútvegsins

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

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

Skipulag starfseminnar

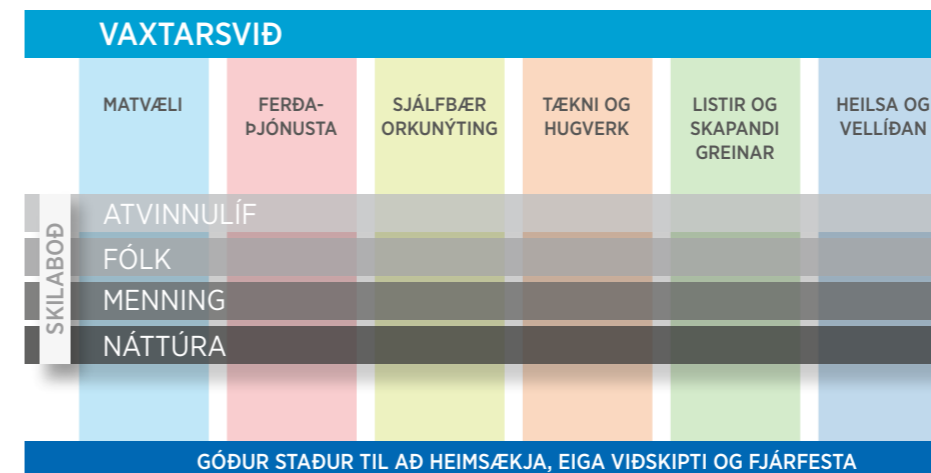
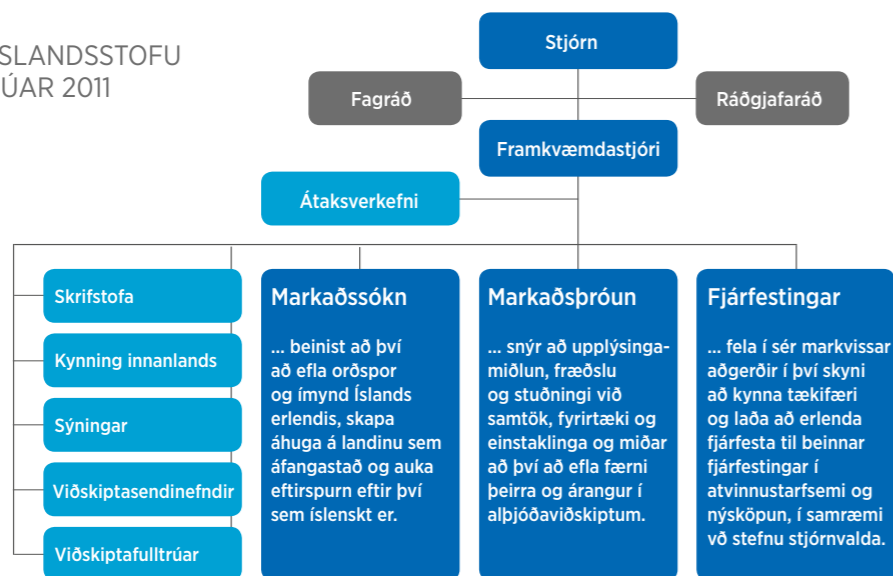
Í samræmi við ofangreinda skilgreiningu á starfsemi og þjónustu Íslandsstofu er meginstarfseminni skipt upp í þrjú svið; markaðssókn, markaðspróun og erlendar fjárfestingar. Stoðeiningar sem ganga þvert á starfsemi sviðanna eru skrifstofuþjónusta, kynningarstarf innanlands, sýningahald, ferðir viðskiptasendinefnda og þjónusta viðskiptafulltrúa í sendiráðum erlendis. Starfsemin er því ekki atvinnugreinaskipt, heldur skipt niður eftir eðli þjónustunnar, en fagráðin koma sínum sjónarmiðum inn í starfsemina í gegnum sérstaka tengiliði úr hópi starfsmanna, auk þess sem framkvæmdastjóri situr fundi fagráðanna. Þá má geta þess að í fjórum fagráðum af fimm er formaður fagráðs jafnframt stjórnarmaður í stjórn Íslandsstofu.

Þetta skipulag á starfseminni ásamt starfsemi fagráðanna og hvernig þau tengjast sjálfum rekstrinum og stjórninni tryggir að stefnumál og sjónarmið hinna ýmsu atvinnugreina, lista og menningar eigi greiða leið inn í starfsemi Íslandsstofu og endurspeglit í forgangsroðun fjármagns og verkefna.

Samhæfð skilaboð

Íslandsstofa hefur á stuttum starfstíma stýrt tveimur stærstu markaðs- og kynningarverkefnum sem stjórnvöld og atvinnulíf hafa skipulagt í sameiningu. Þar er annars vegar um að ræða „Inspired by Iceland“ verkefnið, sem hafði 700 milljónir króna til ráðstöfunar og framhaldsverkefnið „Ísland allt árið,“ sem er þriggja ára verkefni og mun árlega hafa 600 milljónir króna til ráðstöfunar. Fjárhagsleg umsvif þessara verkefna hvors um sig eru á borð við alla grunnstarfsemi Íslandsstofu. Skipulag starfseminnar hefur sýnt styrkleika sinn og sveigjanleika við yfirtöku þessara verkefna en yfir 130 samstarfsaðilar taka þátt í verkefninu „Ísland allt árið.“ Til að tryggja samræmi í markaðs- og kynningarstarfi Íslandsstofu fyrir hinar ýmsu atvinnugreinar og til að nýta samlegðaráhrif á milli greinanna samþykkti stjórn Íslandsstofu á fundi vorið 2011 ákveðna aðferðafræði sem er byggð á fyrirfram skilgreindum vaxtarsviðum og skilaboðum. Vaxtarsviðin eru matvæli, ferðaþjónusta, orka, tækni- og hugverkaiðnaður, skapandi greinar og heilsa og vellíðan. Skilaboðin eru hins vegar um atvinnulíf hér á landi, fólkið sem hér býr, menninguna og náttúru. Vaxtarsviðin ríma ágætlega við skipun fagráðanna.

SKIPURIT ÍSLANDSSTOFU FRÁ 1. JANÚAR 2011



LEIÐARLJÓSI ERLENDS MARKAÐSSTARFS

„Ísland er tær uppspretta skapandi orku. Komið nær og upplifið Ísland. Fáid fólkið sem ann Íslandi til að unna því heitar. Fyrir þá sem ekki hafa kynnst Íslandi þá er rétti tíminn núna: Komið og kynnið landinu, fólkinu, eigið viðskipti, kynnið ykkur fjárfestingarkosti – og umfram allt upplifið Ísland!“



MARKAÐSSÓKN

Samkvæmt stefnumótun stjórnar Íslandsstofu er markaðs-sóknarsviðinu ætlað að efla ímynd og orðspor Íslands erlendis, kynna Ísland sem áfangastað fyrir ferðamenn og allt það sem íslenskt er. Eitt af meginverkefnum markaðssóknar er að annast framkvæmd á samningi Íslandsstofu við iðnaðarráðuneytið (ráðuneyti ferðamála) sem gerður var í upphafi ársins 2011, en markmið samningsins er að laða til landsins erlenda ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi í þágu íslenskrar ferðaþjónustu. Íslandsstofa hefur einnig, með sérstökum samningum, tekið að sér framkvæmd markaðsverkefnanna Inspired by Iceland og Ísland allt árið og eru verkefniin vistuð innan markaðssóknar. Þá segir í lögnum um Íslandsstofu að stofan skuli „styðja við kynningu á íslenskrri menningu erlendis“ og hafa mörg kynningarverkefni markaðssóknar tekið mið af þessu ákvæði laganna.

Verkefni markaðssóknar snúa að upplýsingamiðlun um Ísland, almannatengslum, fjölmiðlaferðum, vefsíðum, samfélagsmiðlum, erlendu tengslastarfi, FAM ferðum (kynningarferðir) og ferðasýningum og ýmsum markaðs- og kynningarviðburðum erlendis. Ferðamálastofa hafði fram til ársins 2010 annast markaðsmál ferðaþjónustunnar fyrir hönd iðnaðarráðuneytisins og var starfsemin skipulögð eftir ákveðnum markaðssvæðum, sem voru Norðurlönd með Rússlandi og Eystrasaltslöndunum, Mið- og Suður Evrópa, Bretland, Norður Ameríka og svo fjarmarkaðir. Þessu vinnulagi var framhaldið á árinu 2011, en stokkað upp í lok ársins.

Starfsmenn markaðssóknar á árinu 2011 voru Inga Hlín Pálsdóttir, forstöðumaður og verkefnistjórnarnir Birgir Þorsteinn Jóakimsson, Davíð Jóhannsson (Berlín), Guðrún Birna Jörgensen (byrjaði um mitt ár), Hera Brá Gunnarsdóttir, Jón Gunnar Borgþórsson (lét af störfum um mitt árið), Sif Gústavsson (New York, lét af störfum í lok árs), Sigríður Gróa Þórarinsdóttir, Sunna Þórðardóttir, Sveinn Birkir Björnsson (byrjaði um mitt ár) og Þorleifur Þór Jónsson.

Brynja Björnsdóttir sinnir svörun erlendra fyrirspurna fyrir sviðið. Ráðstefnuskrifstofa Íslands er einnig hýst innan markaðssóknar og hefur hún einn starfsmann, Sólveigu Lilju Einarsdóttur.

Eftirfarandi er lýsing á verkefnum markaðssóknar á árinu 2011 og er yfirlitinu skipt upp í sex meginkafla sem eru:

- Samningur við iðnaðarráðuneytið
- Kynningarefni, vef- og samfélagsmiðlar
- Ýmis verkefni
- Markaðssvæðin
- Inspired by Iceland
- Ísland allt árið

SAMNINGUR VIÐ IÐNAÐARRÁÐUNEYTIÐ

Með lögnum um Íslandsstofu sem samþykkt voru á Alþingi vorið 2010 fluttust markaðsmál ferðaþjónustunnar frá Ferðamálastofu til Íslandsstofu. Í upphafi ársins 2011 var gengið frá samstarfssamningi milli iðnaðarráðuneytisins og Íslandsstofu um þennan málaflökk. Í samningnum segir að markmið hans sé að laða til landsins erlenda ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi í þágu íslenskrar ferðaþjónustu svo auka megi gjaldyrstekjur og efla hagvöxt og atvinnusköpun. Samningurinn er til fimm ára og er í honum lögð áhersla á að stuðla að aukinni arðsemi ferðaþjónustunnar í samræmi við ferðamálaáætlun m.a. með því að lengja ferðamannatímabilið, minnka árstíðarsveiflur og stuðla að betri dreifingu ferðamanna um landið. Í samningnum er sérstaklega getið um nokkrar leiðir til að ná þessum markmiðum og má þar nefna útgáfu upplýsingarefnis á erlendum tungumálum, starfrækslu landkynningarvefja, skipulagningu kynningarfunda og heimsókna erlendra fjölmiðlamanna og þátttöku í alþjóðlegum fagsýningum. Þá skal Íslandsstofa einnig stuðla að samstarfsverkefnum ferðaþjónustu og annarra útflutningsgreina í þágu landkynningar sbr. Iceland Naturally-samninginn og markaðssetja tiltekin sértæk verkefni ferðaþjónustunnar

s.s. heilsuferðapjónustuverkefnið Heilsulandið Ísland. Í samningnum eru ítarleg ákvæði um árangursmat og endurskoðun ásamt því að óskað var eftir markmiðasetningu til næstu fimm ára. Slikri skýrslu var skilað í byrjun ársins til iðnaðarráðuneytisins. Samningnum fylgdi framlag frá iðnaðarráðuneytinu af fjárlögum að upphæð 201 milljón króna. Til viðbótar komu 69,3 milljónir króna eyrnamerkar Iceland Naturally-verkefninu í Norður – Ameríku. Samtals voru því opinberar greiðslur 270, 3 milljónir króna.

KYNNINGAREFNI, VEF- OG SAMFÉLAGSMIÐLAR

Helstu tæki og tól nútíma markaðsstarfs tengjast vef- og samfélagsmiðlum og í samræmi við ákvæði í ofangreindum samningi við iðnaðarráðuneytið leggur Íslandsstofa mikla áherslu á notkun þeirra í markaðsstarfi sínu. Markaðssóknin heldur utan um þessa miðla og sér einnig um gerð landkynningarbæklinga fyrir ferðapjónustuna (Visit Iceland).

Vefir – og samfélagsmiðlar

Íslandsgáttin Iceland.is – Official Gateway to Iceland er nýr vefur sem var settur í loftið á vormánuðum 2011. Vefurinn miðlar samræmdum upplýsingum um viðskipti, ferðapjónustu, menningu og fjárfestingar á Íslandi, ásamt því að hýsa sendiráðsvefi utanríkisþjónustunnar. Vefsíðan er vegvísir að ítarupplýsingum um Ísland s.s. visiticeland.com, invest.is, imx.is og icelanddesign.is.

Upplýsingavefurinn visiticeland.com veitir ferðamönnum upplýsingar um Ísland og íslenska ferðapjónustu. Unnið er að endurgerð vefsins, ásamt því að sameina hann og visiticeland.org en sá vefur hefur gegnt sama hlutverki á Norður - Ameríkumarkaði. Einnig kemur Íslandsstofa að vefjum eins og goscandinavia.com og visiteurope.com.

Íslandsstofa tók á árinu við rekstri samfélagsmiðlaverkefnisins Iceland Wants To Be Your Friend, sem upphaflega var stofnað til af Ferðamálastofu árið 2010. Tilgangur verkefnisins er að vekja athygli á Íslandi með notkun samfélagsmiðla á borð við Facebook, Twitter og Tumblr. Fyrirhugað er að tengja þetta verkefni við visiticeland.com í framtíðinni. Íslandsstofa er einnig með Visit Iceland á Facebook og Twitter ásamt Inspired by Iceland sem vikið verður að síðar.

Íslandsstofa svaraði um 3.300 fyrirspurnum á síðasta ári í tengslum við vefsíður sínar iceland.is og visiticeland.com. Þarna eru ekki meðtaldar þær fyrirspurnir sem svarað er sérstaklega vegna Norður - Ameríkumarkaðar og er vikið að síðar. Einnig voru um 600 fyrirspurnir á vegum Inspired by Iceland. Fyrirspurnirnar spanna vítt svið en snúa þó einkum að Íslandi sem áfangastað.

Kynningarefni

Á árinu var ekki gefinn út landkynningarbæklingur heldur farið í gagngera endurgerð á þeim bæklingi sem gefinn hefur verið út undanfarin ár og kemur því nýr bæklingur út í upphafi árs 2012. Upplagið af bæklingnum sem gefinn var út árið 2010 var enn nægilegt. Heildarupplagið sem gefið hafði verið út þá var um 300.000 eintök á ellefu tungumálum. Bæklingum er dreift til helstu söluaðilanna, þeim er dreift á helstu ferðasýningunum á markaðnum og til einstaklinga og í gegnum visiticeland.com og visiticeland.org. Samningur er við sérhæfð fyrirtæki á sviði póstdreifingar í fimm löndum í Evrópu sem sjá um að dreifa Íslandsbæklingnum á viðkomandi svæði. Pöntun á honum er að langmestu leyti rafræn. Sams konar samningur er til staðar í Norður- Ameríku, en þar er bæklingnum dreift í samstarfi við Iceland Naturally.

ALMENN VERKEFNI

Starfsemi markaðssóknar lýtur m.a. að ýmsum verkefnum er tengjast orðspori og ímynd Íslands ásamt kynningu á öllu því sem íslenskt er.

Viðhorfsrannsókn um Ísland

Í upphafi ársins lét Íslandsstofa gera rannsókn á viðhorfum Dana, Breta og Þjóðverja til Íslands. Annaðist rannsóknarfyrirtækið MMR könnunina. Rannsóknina er hægt að nota til samanburðar við eldri rannsóknir m.a. rannsókn sem gerð var snemma árs 2009.

Helstu niðurstöður úr rannsókninni voru að goshverir, jöklar og fjöll eru nú líkt og í fyrri rannsóknnum það sem *Ísland stendur fyrir í huga fólks*. Staða þjóðarbúsins er ekki eins ofarlega í huga almennings og það var árið 2009. Eldfjöll og öskuský virðast hafa náð yfirhöndinni á árinu 2011.

Almenningur í Danmörku og Þýskalandi er jákvæðari í garð Íslands en Bretar. Viðhorf þjóðverja gagnvart íslenskum vörum, vörumerkjum og þjónustu eru jákvæðari en þau

voru árið 2009, andstætt við Dani og Breta. Bretar eru neikvæðastir gagnvart íslenskum vörum, en flestir eru þó hlutlausir hjá öllum þjóðunum.

Listir og skapandi greinar

Íslandsstofa kom að því að fá hingað og styðja við komu fjölmargra erlendra fjölmiðlamanna og listrænna stjórnenda hingað til landsins í samráði við viðkomandi miðstöðvar skapandi greina og aðra hagsmunaaðila. Á meðal verkefna sem Íslandsstofa kom að má nefna Hönnunarmars, Myrka músíkdaga, Alþjóðlega kvikmyndahátíð, Reykjavík Music Mess, Iceland Airwaves, Reykjavík Real Food Festival, Food & Fun, Aldrei fór ég suður, EVE Fanfest, Sequence listahátíð, Lókal sviðslistahátíð, Við djúpið, Reykjavík Dance Festival, Fitness Expo ofl.

Í gegnum Samstarfssjóð Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins tók Íslandsstofa einnig fjárhagslega þátt í fjölmörgum verkefnum er tengjast menningu og listum. Má þar m.a. nefna hönnunarsýningar í Stokkhólmi, Helsinki og Riga, leirlistarkynningu í Eystrasaltlöndunum, tónlistarverkefni í Stokkhólmi og víðar, matarkynningar í Bandaríkjunum og hér heima (Food and Fun) og menningarkynninguna Air d'Islande í París. Þá ber einnig að geta um stuðning Íslandsstofu við starfsemi Útflutningsskrifstofu tónlistar – Útón, sem var rekin innan skrifstofu Íslandsstofu og stuðning við ráðstefnuna You are in Control, sem er sameiginlegt verkefni miðstöðva skapandi greina.

Kortlagning hagrænna áhrifa skapandi greina

Íslandsstofa tók þátt í gerð kortlagningar á hagrænum áhrifum skapandi greina. Skýrslan var unnin að frumkvæði samráðsvettvangs skapandi greina en auk þess komu að verkefninu mennta- og menningarmálaráðuneytið, utanríkisráðuneytið, fjármálaráðuneytið, iðnaðarráðuneytið og efnhags- og viðskiptaráðuneytið. Dr. Margrét Sigrún Sigurðardóttir, lektor við Háskóla Íslands, stýrði verkefninu en Tómas Young rannsakandi sá um gerð skýrslunnar sem kom út í maí.

Upplýsingamiðlun vegna eldgoss

Íslandsstofa sá um upplýsingamiðlun er tengdist Íslandi sem áfangastað ferðamanna vegna eldgossins í Grímsvötnum í lok maí í fyrra. Samráðshöpur ferðapjónustunnar kom þá aftur saman og nýttist vel sú reynsla sem fengist hafði af samstarfi þegar Eyjafjallajökull gaus. Sendar voru út reglulegar

upplýsingar til sendiráða, vefurinn iceland.is var virkjaður og útbúnað fréttatilkynningar fyrir vefmiðla, m.a. í samstarfi við Nordic emarketing. Sendar voru út upplýsingar til erlendra söluaðila og almennum fyrirspurnum var svarað jafnt frá fjölmiðlum og ferðamönnum sem voru að huga að ferð til Íslands.

Bókamessan í Frankfurt

Ísland var heiðursgestur á Bókamessunni í Frankfurt árið 2011 en þessi stærsta bókasýning heims fór fram í október. Undirbúningur verkefnisins stóð í þrjú ár og fékk það nafnið Sögueyjan Ísland. Íslandi gafst þarna tækifæri til þess að kynna sögu sína, menningu og bókmenntir. Samhliða var hægt að koma á ýmsum viðburðum sem ekki tengdust bókmenntum og nýta þannig samlegðaráhrif. Íslandsstofa átti gott samstarf við Sögueyjuna m.a. um opunarboð hátíðarinnar, boð um 40 fjölmiðlamanna til Íslands, aðrar bókamessar og margt fleira. Einnig var unnið að umfjöllun á sjónvarpsstöðinni Rhein Main á Frankfurtarsvæðinu en stöðin fjallaði um Ísland í nokkrar vikur. Verkefnið var í samstarfi við Icelandair, Sögueyjuna og Reykjavíkurborg.

Ferðasýningin Vestnorden

Íslandsstofa tók þátt í ferðasýningunni Vestnorden Travel Mart 2011 sem fram fór í Þórshöfn í Færeyjum 13. og 14. september síðastliðinn. Almenn ánægja var með sýninguna og mátti greina mikinn áhuga meðal kaupenda á að auka sölu Íslandsferða allt árið.

Ferðasýningin Mid Atlantik

Íslandsstofa tók þátt í Mid Atlantik 2011 ferðasýningunni sem Icelandair stóð fyrir 2.-5. febrúar síðastliðinn. Sýningin var sú tuttugasta í röðinni og hana sóttu um 400 kaupendur og seljendur frá Evrópu, Norðurlöndunum og Norður-Ameríku. Fjöldi íslenskra fyrirtækja tók þátt í sýningunni sem hefur fest sig í sessi sem mikilvægur vettvangur seljenda og kaupenda á Íslandsferðum annars vegar og söluaðila áfangastaða í leiðakerfi Icelandair hins vegar.

Ferðasýningin „Hittumst“

Íslandsstofa tók þátt í ferðasýningunni „Hittumst“ sem haldin var í október 2011 í Reykjavík. Sýningin veitti ferðapjónustuaðilum á höfuðborgarsvæðinu tækifæri til að kynna vörur sínar og þjónustu fyrir öðrum innan ferðageirans og efla þannig tengsl og viðskipti í greininni.



Cruise Iceland

Cruise Iceland var stofnað 2004 og eru samtök hafna og fyrirtækja er taka á móti skemmtiferðaskipum og gestum þeirra. Hera Brá Gunnarsdóttir verkefnisstjóri hjá Íslandsstofu sinnir 20% starfi fyrir Cruise Iceland samtökin sem var í höndum Ferðamálastofu til upphafs árs 2011. Í mars fóru 14 fyrirtæki á sýninguna Cruise Shipping Miami sem haldin var á Miami Beach. Í maí var síðan fimm starfsmönnum skemmtiferðaskipafélaga í Bandaríkjunum boðið í FAM ferð til Íslands. Fyrirtækin sem um ræðir voru: Princess Cruises, Holland America Line, National Geographic og Silversea. Ferðin heppnaðist mjög vel og var mikil ánægja meðal gestanna og aðildafélaga Cruise Iceland sem allir fengu tækifæri til að hitta gestina á aðalfundi Cruise Iceland á Mývatni. Í september fóru síðan 14 fyrirtæki á Seatrade Cruise sýninguna í Hamburg sem verkefnisstjóri skipulagði.

Ráðstefnuskrifstofa Íslands

Frá því haustið 1997 hefur starfsemi Ráðstefnuskrifstofu Íslands verið hýst hjá Ferðamálastofu en í ljósi nýs hlutverks Íslandsstofu um markaðssetningu Íslands á erlendri grundu var ákveðið að RSÍ myndi flytja starfsemi sína til Íslandsstofu frá og með september 2011. Sólveig Lilja Einarsdóttir var ráðinn nýr framkvæmdastjóri og tók til starfa í apríl.

Hlutverk Ráðstefnuskrifstofu Íslands er að markaðssetja Ísland á alþjóðamarkaði sem eftirsóttan áfangastað allan ársins hring til ráðstefnu-, funda- og hvataferða. Auk þess ber skrifstofunni að vekja áhuga Íslendinga í alþjóðasamskiptum á að halda ráðstefnur og fundi fagfélaga sinna hér á landi. Tekið er þátt í alþjóðlegu samstarfi í þessu skyni með því að efna til mikilvægra kynninga, funda og heimsóknna erlendra blaðamanna, skipuleggjenda og kaupenda ráðstefna, funda og hvataferða samhliða upplýsingamiðlun til þessara aðila.

Á meðal sýninga á árinu 2011 var að venju IMEX í Frankfurt þar sem 10 aðildarfélagar tóku þátt. Sýningin markaðist nokkuð af eldgosinu sem hófst í Grímsvötnum í Vatnajökli tveim dögum fyrir upphaf hennar en gripið var til öflugs og árangursríks kynningarstarfs.

Íslandsstofa tók á árinu þátt í tveimur sýningum í Bandaríkjunum í samstarfi við Norðurlandabjórinnar, þar sem við vorum með sameiginlegan bás. Sýningarnar voru AIBTM í Baltimore í júní og svo IMEX í Las Vegas í október.

Þátttakendur frá Íslandi voru sex á hvorri sýningu. AIBTM tókst ekki nægilega vel, þar sem kaupendur voru færri en vænst hafði verið. Ákveðið var að taka ekki þátt að ári. IMEX í Las Vegas tókst hins vegar mjög vel.

Samstarf Norðurlandabjóðanna tókst mjög vel og varð vísir að frekara samstarfi um markaðssetningu svæðisins. Þjóðirnar munu m.a. standa að sameiginlegum viðburði á fagsýningum í framtíðinni og í undirbúningi er að deila viðskiptasamböndum milli þjóðanna.

EIBTM í Barcelona var að venju í lok nóvember. Metþáttaka var frá Íslandi; 17 fyrirtæki með samtals 25 þátttakendum. Sýningin gekk mjög vel og Ísland vakti mikla athygli sem og sameiginlegur viðburður Norðurlandanna.

Ráðstefnuskrifstofan stóð að fundi Scandinavian Chapter hér á landi þar sem áfram var unnið að stefnumótun fyrir sjálfbærni. Framkvæmdastjóri sótti jafnframt ársfund ICCA í Leipzig og var fyrir Íslands hönd í dómnefnd fyrir markaðsverðlaunin sem við hrepptum árinu áður.

Hefðbundin störf fólust að vanda í almennri upplýsingaöflun, svörun fyrirspurna, miðlun tilboða sem sýnileg aukning var á, móttöku erlendra aðila og blaðamanna og miðlun upplýsinga til þeirra sem og aðstoð við innlenda gestgjafa og aðildarfélag vegna ýmissa málefna. Einnig var unnið að stofnun félagsins „Ráðstefnuborgin Reykjavík“.

MARKAÐSSVÆÐIN

Eins og áður er getið var markaðsaðgerðum erlendis á árinu 2011 einnig skipt upp eftir ákveðnum markaðssvæðum og verða hér tíunduð helstu verkefni sem unnin voru á hverju svæði fyrir sig hvað varðar almannatengsl, fjölmiðlaferðir, sýningar og önnur kynningarverkefni.

Verkefnin voru almennt unnin frá Íslandi, en Íslandsstofa var með tvo verkefnisstjóra staðsetta erlendis, þ.e. í Berlín fyrir markaðssvæðin Mið- og Suður-Evrópu og í New York fyrir Norður-Ameríku. Í Berlín hefur starfsmaðurinn aðstöðu í sendiráði Íslands og sinnir þaðan markaðssókn fyrir svæðið. Almennri afgreiðslu, símsvörun og svörun fyrirspurna er m.a. sinnt að hluta af starfsfólki sendiráðsins. Varðandi Norður-Ameríkumarkað hafði starfsmaðurinn aðstöðu hjá ræðismannskrifstofu Íslands í New York. Skrifstofan leitaði

auk þess til utanaðkomandi verktaka fyrir ýmis verkefni í markaðs-, fjölmiðla-, bókhalds- og vefmálum. Áður hafði skrifstofan verið hýst í sameiginlegri markaðsskrifstofu Norðurlandanna, Scandinavian Tourism Inc. Þrátt fyrir aukioð hagræði með flutningi skrifstofunnar var ákveðið í lok ársins að færa starfsemina heim og leggja af starf svæðisstjóra. Scandinavian Tourism Inc. og ræðismannsskrifstofan sinna áfram almennri afgreiðslu, símsvörum og svörum fyrirspurna.

NORÐURLÖNDIN, RÚSSLAND OG EYSTRASALTSLÖNDIN

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Íslandsstofa aðstoðaði um 20 fjölmiðlamenn frá Norðurlöndunum í heimsókn til Íslands. Einnig var staðið að tveimur fjölmiðlaferðum frá þessum mörkuðum. Báðir hóparnir fóru um Norðurland. Í fyrri ferðinni voru sjö blaðamenn frá öllum Norðurlöndunum en sú ferð var farin í febrúar, þar sem megináhersla var á vetrarferðabjónustu á svæðinu. Ferðin var unnin í samstarfi við Icelandair og Markaðsstofu Norðurlands. Seinni ferðin var farin í júlí og var unnin í samstarfi við Norræna húsið í tengslum við Sail Húsavík-hátíðina. Í þeim hópi voru sjö blaðamenn frá Norðurlöndunum og einn frá Eistlandi.

Sýningar, viðburðir og verkefni

Íslandsstofa tók þátt í og stóð fyrir Íslandsbás á þremur sýningum á Norðurlöndunum árið 2011.

Ferðasýningin Reiseliv

Reiseliv ferðasýningin fór fram í Lillestrøm í Noregi dagana 13.-16. janúar 2011. Reiseliv er stærsta ferðasýningin í Noregi en um 31.000 manns sóttu sýninguna að þessu sinni. Sýningin er annars vegar vettvangur fyrir viðskipti á milli kaupenda og seljenda í ferðabjónustu (B2B) og hins vegar fyrir almenning. Fimm ferðabjónustufyrirtæki tóku þátt á Íslandsbásnum. Til að vekja athygli á básnum og því sem landið hefur upp á að bjóða, var boðið upp á tiskúsýningu frá Cintamani og Farmers Market auk þess sem 3 Raddir og Beatur fluttu nokkur lög. Einnig var teiknisamkeppni í gangi fyrir börn. Breyttur íslenskur jeppi (Super-Jeep) var á básnum og vakti mikla athygli.

Ferðasýningin MATKA & vinnustofa í St. Pétursborg

MATKA fór fram í Helsinki í janúar en þátttaka í þeirri sýningu var í tengslum við vinnustofu sem haldin var í St. Pétursborg í Rússlandi í samstarfi við Grænlinga og Færeyinga. Alls

tóku 24 fyrirtæki þátt í Íslandsbásnum. Um 70.000 gestir sóttu sýninguna sem er ein sú stærsta á Norðurlöndunum. Vinnufundina í St. Pétursborg sóttu um 130 stjórnendur og forsvarsmenn rússneskra fyrirtækja en 23 fyrirtæki voru frá löndunum þremur. Fundirnir, sem miðaðir voru að „lúxus“ markhópi og -ferðum voru mjög vel heppnaðir en það var fyrirtækið Travel Media sem skipulagði þá fyrir hönd Íslandsstofu. Fulltrúar Íslandsstofu og sendiráðs Íslands í Moskvu voru á staðnum til að kynna Ísland með almennum hætti og til að svara spurningum. (Sjá einnig í kafla um viðskiptasendinefndir).

Ferðasýningin TUR

TUR ferðasýningin fór fram í Gautaborg í Svíþjóð dagana 24.-27. mars 2011. Þetta er stærsta ferðasýningin í Svíþjóð en um 50.000 manns sóttu hana að þessu sinni. Sýningin er annars vegar vettvangur fyrir viðskipti á milli kaupenda og seljenda í ferðabjónustu (B2B) og hins vegar fyrir almenning. Sautján fyrirtæki tóku þátt á Íslandsbásnum, þar sem boðið var upp á íslenskt vatn frá Icelandic Glacial auk þess sem staðið var fyrir happdrætti þar sem ýmsir vinningar voru í boði, m.a. flug til Íslands, máltíðir og dagsferðir á Íslandi. Sendiráð Íslands í Svíþjóð stóð fyrir móttöku á básnum á ferðabjónustuhluta sýningarinnar.

Kynningarfundur í Kaupmannahöfn

Íslandsstofa stóð fyrir kynningarfundi í sendiráði Íslands í Kaupmannahöfn þann 13. maí. Tilgangur fundarins var að kynna dönskum söluaðilum Norðurland sem áfangastað fyrir ferðamenn í tengslum við beint flug frá Kaupmannahöfn til Akureyrar. Fundurinn var haldinn í samstarfi við Markaðsstofu Norðurlands og Iceland Express en átta norðlensk ferðabjónustufyrirtæki kynntu þarna vörur sínar og bjónustu.

Kynningarfundur í Stokkhólmi

Íslandsstofa stóð fyrir kynningarfundi fyrir nýja söluaðila Íslandsferða í sendiráði Íslands í Stokkhólmi þann 24. október 2011. Alls tóku 13 íslensk ferðabjónustufyrirtæki þátt og kynntu vöruframboð sitt. Mikil áhersla var lögð á að kynna hvað Ísland hefur upp á að bjóða allt árið. Aðsókn sænskra söluaðila var viðunandi en fundurinn var fyrsta skrefið í þeirri vinnu að fá fleiri ferðaskipuleggjendur til að hefja sölu Íslandsferða. Fundurinn tókst vel en eftir formlegar kynningar var boðið upp á léttar veitingar. Leikin var íslensk tónlist auk þess sem dregnar voru út veglegar pakkaferðir til Íslands sem íslensku fyrirtækin sameinuðust um að leggja til.

Íslandsdagurinn í Tallinn

Íslandsstofa tók þátt í Íslandsdeginum í Tallinn í Eistlandi sem haldinn var í ágúst í tilefni af því að 20 ár voru liðin frá því að Eistland endurheimti sjálfstæði sitt. Íslandsstofa var með sýningarsvæði á Íslandstorginu, þar sem boðið var upp á kynningu á íslenskum mat sem matreiddur var af íslenskum kokkum. Einnig var boðið upp á tónleika og kynningarefni um Ísland sem áfangastað fyrir ferðamenn. Fjöl margir íslenskir listamenn tóku þátt í Íslandsdeginum, m.a. Hjaltalín, Retro Stefson, Lay Low, Mosfellskórinn, Karlakór Kjalnesinga, Snorri Helgason, For a Minor Reflection, Ólafur Arnalds, Sykur og President Bongo. Einnig voru leikin verk eftir Atla Heimi Sveinsson, Atla Ingólfsson og Pál Ragnar Pálsson. Þá komu rithöfundarnir Andri Snær Magnason og Aðalsteinn Ásberg Sigurðsson fram og sýnd var íslensk hönnun og svipmyndir af íslenskum arkitektúr, sem og ljósmyndir Páls Stefánssonar. Íslandsdagurinn var skipulagður af stjórnvöldum í Eistlandi í samvinnu við íslensk stjórnvöld, en Útflutningskrifstofa íslenskrar tónlistar, ÚTÓN, hafði veg og vanda af skipulagningu fyrir Íslands hönd.

Samstarfsverkefni og kynningarferðir

Íslandsstofa stóð fyrir kynningarferð (FAM ferð) fyrir norska söluaðila silungsveiða í júní. Áhugi á veiðiferðum til Íslands fer vaxandi og tækifæri á því sviði eru fjölmörg. Íslandsstofa er aðili að ANTOR félagasamtökunum (Association of National Tourist Offices and Representatives) á Norðurlöndunum. Fundasetu og samskiptum er mestmegnis sinnt af starfsmönnum sendiráða Íslands á Norðurlöndunum, en þeir ásamt starfsmönnum Íslandsstofu taka jafnframt þátt í vinnustofum, blaðamannaviðburðum og öðrum viðburðum sem samtökin standa fyrir. ANTOR samtökin eru með bása á helstu ferðasýningum á Norðurlöndunum og þar er bæklingum og öðru kynningarefni dreift fyrir Íslands hönd.

MIÐ- OG SUÐUR EVRÓPA

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Samningur er við almannatengslafyrirtækin Lydiu í Þýskalandi og TQC í Frakklandi um ákveðna þætti kynningarstarfsins. Samskipti við fjölmiðla eru hvað mest á þeim mörkuðum þar sem unnið er í gegnum fyrrgreind almannatengslafyrirtæki. Þátttaka í ferðum fjölmiðlafólks var mest á sviði einstakra valinna aðila, sem jafnan krefst mikils undirbúnings. Sem dæmi var unnið að efnisöflun fyrir sérútgáfu þriggja þýskra ferðatimarita um Ísland, sem ráðgert er að komi út á árinu 2012.

Þá kom Íslandsstofa einnig að ferðum stórs hóps fjölmiðlafólks sem sótti landið heim sem hluta af undirbúningi Íslands sem heiðurgests á Bókamessunni í Frankfurt í október 2011.

Þá var veitt aðstoð við undirbúning nokkurra útvarps- og sjónvarpsþátta, einkum ferðabátta sem teknir voru á Íslandi. Í því sambandi má t.d. nefna ítalska útvarpsferðabáttinn „Capital in the World“ í samvinnu Capital Radio og Lonely Planet, sem var sendur út daglega frá Íslandi eina viku í júní.

SÝNINGAR, VIÐBURÐIR OG EINSTÖK VERKEFNI

Ísland var í sviðsljósinu á sýningum í Þýskalandi á árinu 2011, bæði í menningar- og ferðatengdum þáttum. Ísland var gestaland á tveimur stórum sýningum, Bókamessunni í Frankfurt (sjá framar) og CMT ferðasýningunni í Stuttgart.

Ferðasýningin ITB

ITB var haldin í Berlín í mars, að þessu sinni með þátttöku 23 íslenskra fyrirtækja. Þátttakendur frá um 180 löndum mættu til Berlínar en sýnendur voru alls um 10 þúsund. Um 170.000 sýningargestir koma á ITB, þar af um 100.000 fagaðilar.

Ferðasýningin CMT

Ísland var gestaland á CMT í Stuttgart í fyrra. Sýningin er sú stærsta sinnar tegundar í Evrópu og sótt af liðlega 220.000 manns og þótti framlag Íslands, sem byggðist á kynningu á íslenskum mat og menningu auk ferðamöguleika, takast vel.

Aðrar ferðasýningar

Auk fyrrgreindra atburða tók Ísland einnig þátt í eftirfarandi sýningum sem eru stærstar á viðkomandi mörkuðum; Vakantiebeurs í Utrecht, FITUR í Madrid, TTG í Rimini og Vakantiesaloon í Brussel.

Vinnustofur

Staðið var að vetrarvinnustofu í Frankfurt þann 14. apríl þar sem 14 íslensk fyrirtæki tóku þátt. Kynntar voru áherslur í markaðssetningu og leitað hugmynda frá kaupendum um hvað mætti gera betur en 14 helstu söluaðilar mættu til leiks. (Sjá einnig í kafla um viðskiptasendinefndir).

Haustið 2011 var í samvinnu við hin Norðurlöndin að vanda staðið fyrir vinnustofu í þremur löndum Suður-Evrópu; Spáni, Frakklandi og Ítalíu. Alls tóku 10 íslenskir ferðabjónustuaðilar

þátt í vinnustofunum en þangað er jafnan boðið áhuga- verðum viðskiptaaðilum úr sameiginlegum gagnabanka Norðurlandanna.

SAMSTARFSVERKEFNI OG KYNNINGARFERÐIR

Á árinu tók Íslandsstofa þátt í nokkrum kynningarferðum fyrir starfsfólk ferðaskrifstofa af markaðssvæðinu en slíkar ferðir eru jafnan unnar í samvinnu við ferðaheildsölufyrirtækin og flugfélögin. Meginþorri slíkra ferða er utan háannatíma og gefa þær því sölufólki góða innsýn í þann árstíma sem mest hefur verið haldið á lofti í markaðsstarfinu, þ.e. vor, haust og vetur. Einnig hefur Íslandsstofa komið að stærri kynningarviðburðum ferðaheildsala þar sem sölumönnum eru kynnt einstök lönd.

BRETLAND

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Íslandsstofa er með samning við almannatengslafyrirtækið Saltmarsh í London sem aðstoðar við fjölmiðlaferðir og almenna umfjöllun og sendir reglulega út „Postcards from Iceland“ til ferðabjónustuaðila í Bretlandi, þar sem sagt er frá því helsta sem er að gerast á Íslandi hverju sinni.

Íslandsstofa stóð ýmist með beinum hætti eða í samstarfi við aðra að komu 47 blaðamanna til Íslands frá Bretlandi árið 2011. Þar af voru tvær hópferðir sem byggðust á ákveðnu þema. Sú fyrri var farin á Vestfirði með áherslu á náttúru og gönguferðir og sú seinni um Suðurland með áherslu á norðurljós og suðurströndina. Stærstu einstöku miðlarnir sem hingað komu voru m.a. Sunday Times Travel Magazine, BBC Radio 4, Lonely Planet Magazine, Guardian og Independent.

Í október var einnig skipulagður hádegisverður fyrir 10 fjölmiðlamenn í London, þar sem farið var yfir markaðs- áherslur og vetrarlandið Ísland. Verkefnið var unnið í góðu samstarfi við Markaðsstofu Norðurlands ásamt því að fulltrúar helgasons.com sögðu frá þeim tækifærum sem Ísland hefur upp á að bjóða.

Vinnustofur

Í mars var í annað sinn haldin sameiginleg vinnustofa Íslands, Finnlands og Eistlands. Vinnustofan var haldin

29. mars í London og frá Íslandi tók 21 fyrirtæki þátt og átti fundi með rúmlega fjörutíu söluaðilum í Bretlandi. Einnig bauð Íslandsstofa erlendum söluaðilum svæðisins til hádegisverðarfundar í október til þess að kynna breytingar á sviðinu og áherslur Ísland allt árið.

Ferðasýningin Scandinavia Show

Íslandsstofa tók þátt í sýningunni Scandinavia Show sem haldin var í Earls Court í London dagana 8.-9. október. Þar tóku þátt og voru með kynningar fyrirtæki í tisku, hönnun, matvælaframleiðslu og ferðabjónustu á Norðurlöndum. Þrjú íslensk fyrirtæki tóku þátt í sýningunni ásamt því að þrjú erlendir ferðaheildsalar voru á staðnum.

Ferðasýningin World Travel Market

World Travel Market fór fram 7.-10. nóvember en 16 íslensk fyrirtæki tóku þátt. Áætlað er að um 55.000 fagaðilar hafi sótt sýninguna að þessu sinni en fulltrúar voru frá um 5.000 fyrirtækjum víðsvegar að úr heiminum. Þessi ferðasýning er ein sú stærsta í heiminum.

Samstarfsverkefni og kynningarferðir

Í maí var farið í tveggja daga kynningarferð (FAM ferð) um Suðurland með söluaðila frá Bretlandi í samstarfi við Markaðsstofu Suðurlands. Í desember var svo farið í tveggja daga FAM ferð um Norðurland með 10 breska söluaðila í samstarfi við Markaðsstofu Norðurlands. Einnig var komið að stuðningi við aðrar FAM ferðir á vegum erlendra ferðaheildsala.

NORÐUR-AMÉRÍKA

Á Norður-Ameríkumarkaði er unnið í tveimur stórum samstarfsverkefnum ásamt almennum verkefnum.

Scandinavian Tourism Inc.

Norðurlöndin reka sameiginlega markaðsskrifstofu – Scandinavian Tourism Inc. – og hefur sú samvinna í för með sér margvíslegt hagræði og samlegðaráhrif. Eitt meginverkefni þeirrar skrifstofu er að annast útsendingar á bæklingum til viðskiptavina og væntanlegra ferðamanna. Hefur Ísland átt stóran hlut í þeirri dreifingu. Á fyrstu sex mánuðum ársins 2011 voru sendir út 10.827 upplýsingapakkar og af þeim voru 5.340 um Ísland eða tæp 50% af þeim bæklingum sem dreift er.

Iceland Naturally

Stór hluti af starfseminni í Norður-Ameríku hefur einnig falist í samstarfsverkefninu Iceland Naturally, sem rekið er í samvinnu við viðskiptabjónustu utanríkisráðuneytisins. Verkefnið hefur verið starfrækt í tíu ár. Að baki því standa nú tíu fyrirtæki sem eiga hagsmuna að gæta á Norður - Ameríkumarkaði, ásamt iðnaðarráðuneytinu og Íslandsstofu. Markmið verkefnisins er að auka eftirspurn eftir íslenskum afurðum og bjónustu og örva ferðamannastraum til landsins frá Norður-Ameríku.

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Markaðssókn er ekki með sér almannatengslafyrirtæki á Norður-Ameríkumarkaði heldur hefur samstarfið einkennst af samstarfi við Iceland Naturally og því starfi sem þar fer fram með almannatengslafyrirtækjum. Staðið var fyrir fjölda fjölmiðlaferða til landsins og þá helst í samstarfi við Icelandair. Einnig var ein stór ferð farin í samstarfi við Delta Airlines og fyrsta flug félagsins til landsins. Ýmsum fjölmiðlum var veitt aðstoð og helst ber þar að nefna verkefnið Born to Explore sjónvarpsþáttinn.

Fréttabréfið Dateline er reglulega sent út í samstarfi við Iceland Naturally til rúmlega 200.000 neytenda á Norður - Ameríkumarkaði um allt það nýjasta frá Íslandi sem og spennandi viðburði.

Sýningar, viðburðir og önnur einstök verkefni

Íslandsstofa sendi fulltrúa á nokkrar sýningar á markaðinum til þess að kynna og dreifa upplýsingum um Ísland, s.s. Boston Globe Travel Show, Successful Meetings International Show og Seatrade Cruise Convention.

Vinnustofa í New York

Íslandsstofa skipulagði í samstarfi við Scandinavian Tourism Inc. árlega vinnustofu dagana 26.-27. október. Tíu fyrirtæki tóku þátt frá Íslandi.

FJARMARKAÐIR

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Náið samstarf er við sendiráðin um verkefni á fjarmörkuðum og þá helst í Indlandi, Japan og Kína. Unnið er að þýðingu á bæklingum, vefsíðum og almennri upplýsingagjöf í samstarfinu. Stærsta verkefnið á árinu var m.a. að koma vefsíðunni www.cn.visiticeland.com í loftið á kínversku ásamt

því að gefa út minni landkynningarbækling á sama tungumáli í samstarfi við sendiráðið.

Tekið var á móti nokkrum hópum fjölmiðlafólks frá þessum markaðssvæðum á árinu, þ.á m. fulltrúum stórra dagblaða, tímarita, sjónvarpsstöðva og netmiðla. Hæst ber þar kvikmyndatökuhóp frá CCTV eða kínverska ríkissjónvarpinu. Dvaldi hann á landinu í rúma viku og tók upp efni sem notað hefur verið í tvo sjónvarpsþætti. Sá fyrri var sendur út í febrúar á besta tíma og náði sennilega til mörg hundruð milljóna manna. Einnig kom hópur frá úkraínska ríkissjónvarpinu til þáttagerðar og verður sá þáttur sendur út í apríl 2012.

Sýningar, viðburðir og einstök verkefni

Samstarf var um að fulltrúar sendiráðanna tækju þátt í ákveðnum ferðasýningum á sínum svæðum ásamt því að dreifa kynningarefni og standa að viðburðum eins og við á. Náið samstarf er við tengd íslensk fyrirtæki sem standa að markaðsaðgerðum á þessum svæðum.

INSPIRED BY ICELAND

Blásið var til markaðsátaksins Inspired by Iceland að frumkvæði samráðshóps stjórnvalda og ferðabjónustuaðila til að bregðast við fyrrisjáanlegum samdrætti í kjölfar eldgoss í Eyjafjallajökli í apríl 2010. Tilgangur átaksins var að nýta þá athygli sem eldgosið vakti og fylgja henni eftir til að koma þeim skilaboðum til ferðamanna að Ísland væri opið og aðgengilegt þrátt fyrir eldgosið og umfjöllun erlendra fjölmiðla og að nú væri einmitt rétti tíminn til þess að sækja landið heim. Átakið framlengdist allt fram í maí árið 2011 þar sem fjármagnið nýtist betur en upphaflega var áætlað m.a. vegna gengisþróunar.

Á árinu fékk verkefnið fjölda alþjóðlegra verðlauna og tilnefninga s.s. ICCA, European Excellence Awards, Global Effie og Euro Effie. Verkefnið vann einnig til tveggja verðlauna á IMARK-hátíðinni á árinu 2011 en átakið var tilnefnt til sex verðlauna á hátíðinni. Átakið fékk svo verðlaun fyrir „Besta auglýsingaherferðin“ og „Vefsíða“.

Íslandsstofa sér um framkvæmd verkefnisins. Skilaboð átaksins tóku nokkrum breytingum eftir því sem lengra leið á verkefnið, en í maí 2011 var gefin út ítarleg samantekt sem lýsir verkefninu og gefur góða heildarmynd af tilurð



verkefnisins, einstökum þáttum og þróun þess. Helstu verkefni Inspired by Iceland á vorönn 2011 sneru að vetrarskiðaferðaþjónustu í samstarfi við Teton Gravity Group og Markaðsstofu Norðurlands. Hestadögum í Reykjavík var gert hátt undir höfði með því að fá aukinn fjölda blaðamanna á viðburðinn og gert var sérstakt kynningarmyndband um íslenska fatahönnun í samstarfi við Fatahönnunarfélag Íslands og Hönnunarmiðstöð sem frumsýnt var á Hönnunarmars. Hönnunarmars var einnig gert hátt undir höfði með því að fá hingað fleiri fjölmiðlamenn í samstarfi við skipuleggjendur viðburðarins. Aldrei fór ég suður var síðan streymt beint af vefsíðunni yfir páskahátíðina og sáu um 26.000 manns viðburðinn og má segja að það hafi verið lokapunkturinn í þessu átaki. Það verkefni eins og önnur voru í góðu samstarfi við viðeigandi hagsmunaaðila.

Það var síðan um mitt árið 2011 að stjórnvöld ákváðu að leggjast á áráttar ásamt fyrirtækjum um nýtt markaðsátak til næstu þriggja ára – Ísland allt árið – er byggir á grunni Inspired by Iceland-verkefnisins.

ÍSLAND – ALLT ÁRIÐ

Í framhaldi af yfirlýsingu ríkisstjórnarinnar vegna kjarasamninga til þriggja ára frá 5. maí 2011 um fjölgun ferðamanna og starfa yfir vetrartímamann ákvað ríkisstjórnin að efna til samstarfs opinberra aðila, einkaaðila og sveitastjórna undir verkefnisheitinu „Ísland – allt árið“.

Samstarfsaðilar að verkefninu eru Icelandair, Reykjavíkurborg, Samtök ferðþjónustunnar (95 fyrirtæki), Iceland Express, ISAVIA, Samtök verslunar og þjónustu (35 fyrirtæki) og Landsbankinn. Fulltrúar frá samstarfsaðilum mynda framkvæmdastjórn verkefnisins en Íslandsstofa sér um framkvæmd.

Í stjórn verkefnisins sitja eftirtaldir. Frá iðnaðarráðuneytinu: Einar Karl Haraldsson, frá SVP: Lísbet Einarisdóttir, frá Landsbankanum: Elinborg Valdís Kvaran, frá Iceland Express: Þórunn Reynisdóttir, frá SAF: Sævar Skaptason, frá Icelandair: Guðmundur Óskarsson, frá Reykjavíkurborg: Svanhildur Konráðsdóttir og frá ISAVIA: Elín Árnadóttir.

Verkefnið hefur þann tilgang að jafna árstíðarsveiflu í komu ferðamanna og skapa þannig ný störf og auka arðsemi af greininni. Verkefnið mun byggja á þeirri fjárfestingu sem

lögð hefur verið í markaðsátakið Inspired by Iceland og vinna áfram með það vörumerki. Það beinist fyrst og fremst að því að auglýsa og kynna Ísland sem áfangastað allt árið, en um leið verður leitast við að virkja almenning á Íslandi til þátttöku í verkefninu.

Markmið verkefnisins

- Að styrkja ímynd Íslands sem áfangastað 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.

Verkþættir og markaðssetning

Verkefnið nýtir reynslu, þekkingu og verðmæti Inspired by Iceland og stefnumótunar sem fram fór á vegum SAF. Ætlunin er að byggja upp slagkraft með samþættu markaðsátaki undir sterkri yfirskrift og gefa fyrirtækjum þannig tækifæri til þess að efla kynningarstarf sitt beint til neytenda og viðskiptavina. Verkefnið á að skapa stemningu á meðal íslensks almennings sem stuðlar að þeirri ímynd að Ísland sé gott heim að sækja árið um kring. Höfðað er til þess að Íslandsferð samræmist eftirsóknarverðum lífsstíl og sé minnisverð upplifun. Áherslan er á að segja sögur frá Íslandi sem kynna landið sem ákjósanlegan áfangastað með sérstakri áherslu á haust, vetur og vor.

Útboð Ríkiskaupa vegna Ísland – allt árið

Vinna vegna útboðs fyrir Ísland – allt árið hófst með reglulegum fundum með Ríkiskaupum í ágúst. Um tvö útboð var að ræða; annars vegar útboð á framleiðslu og hönnun markaðsefnis og hins vegar á almannatengslum og samfélagsmiðlum ásamt birtingum.

Ákveðið var að ganga til samninga við The Brooklyn Brothers Ltd. um vinnu við almannatengsl og samfélagsmiðla, við MEC A/S um birtingar, við Íslensku auglýsingastofuna og Fíton um hönnun og framleiðslu markaðsefnis, en Íslenska auglýsingastofan mun vera aðalsamstarfsaðili í framleiðslu og hönnun.

Haustátak október – nóvember

Samhliða vinnu vegna útboðsmála var unnið að haustátaki sem samþykkt var að fara í til að markaðssetja veturinn 2011 –

2012. Átakinu var ýtt úr vör 10. október af Katrínu Júlíusdóttur iðnaðarráðherra í Hörpu þar sem hagsmunaaðilar skrifuðu undir samning að viðstöddu fjölmenni.

Haustátakið gekk út á að bjóða heim – að fá Íslendinga til þess að bjóða erlendum ferðamönnum að upplifa hina sönnu gestrisni. Bjóða þeim heim í pönnukökur, kjötsúpu, út að hlaupa, út að labba með hundinn, sýna þeim söfn o.s.frv. Þau markaðssvæði sem lögð var áhersla á í þessu átaki voru: Amsterdam, London, París og Seattle.

Átakið hófst eins og áður sagði þann 10. október með myndbandi með Ólafi Ragnari Grímssyni forseta Íslands, þar sem hann bauð erlendum ferðamönnum heim að Bessastöðum í pönnukökur og íslenskt grænmeti. Fleiri ráðamenn buðu heim. Katrín Júlíusdóttir bauð gestum í fótabað í heita laug á Seltjarnarnesi og Jón Gnarr borgarstjóri bauð í íslenskt sushi í Höfða. Samfélagsmiðlar og vefur spiluðu sem áður stóran þátt í þessu átaki. Íslendingar gátu sett heimboð sín inn á vef Inspired by Iceland og þar gátu svo erlendir ferðamenn skráð sig á þau heimboð sem heilluðu. Ljóst er að mikil ánægja var með þessi heimboð en um 150 slík voru skráð á tímabilinu og rúmlega 700 erlendir ferðamenn sóttu þau.

Kynningarefni

Framleiddar voru auglýsingar til birtingar á vef- og samfélagsmiðlum, í erlendum prentmiðlum og í lestarstöðvum. Einnig voru framleidd myndbönd til notkunar á vef og samfélagsmiðlum. Framleiddar voru blaðaauglýsingar til birtingar á Íslandi og vefborðar með það að markmiði að hvetja Íslendinga til þátttöku í verkefninu. Einnig var framleitt vegabréf sem dreift var í flugvélum Icelandair og Iceland Express sem kynntu átakið þeim ferðamönnum sem þegar voru á leið til landsins. Samhliða því var kynningarefni á hverju hótélherbergi, hótelaugreiðslum ásamt upplýsingamiðstöðvum um land allt.

Markaðssetning á netinu

Önnur markaðssetning á netinu fólst annars vegar í að elta þá uppi sem „rétt hafa upp hönd“ með birtingu netauglýsinga á skilgreindum síðum, og hins vegar svokölluðu ePR. Einnig var farið í auglýsingaáttak á netinu í gegnum Google ads og Facebook ads eða svokallaða Pay Per Click (PPC) herferð. Markmiðið með PPC herferð er að skapa sýnileika og auka

finnanleika á leitarvélum Google gagnvart þeim mörgu leitarorðum eða -setningum sem geta veitt aukna umferð á vef Inspired by Iceland.

Jól og aðventa

Í desember var gerð kynningarmynd um jólasveinana í Dimmuborgum í samvinnu við Markaðsstofu Norðurlands með það að markmiði að kynna íslenskar hefðir á aðventunni og jólasveinana 13 og sögu þeirra. Heimboð jólasveinanna voru sett upp samhliða á vefnum og gátu erlendir ferðamenn heimsótt þá á aðventunni. Samhliða því voru jólasveinarnir kynntir á samfélagsmiðlum með myndum Brian Pilkington og sögu hvers og eins.

Áhrif haustátaksins

Haustátakið náði að skapa umfjöllun miðla í 57 löndum um heim allan og er sú umfjöllun metin á 1,7 milljarð íslenskra króna. Verðmæti fjármögnunarinnar er 95:1 sem er betri niðurstaða en þegar Inspired by Iceland fór af stað 2010. Þegar mælt er út frá ferðatengdum leitarorðum var Ísland í efsta sæti yfir áfangastaði og var um að ræða 55% aukningu frá fyrra átaki. Mælingar á jákvæðu viðhorfi og ummælum sýna fram á 165% aukningu frá fyrra átaki í ummælum á netinu. Þess má einnig geta að átakið um heimboð Íslendinga var umtalaðasta landkynningarherferðin í heiminum sl. haust.

MARKAÐSPRÓUN

Starfsmenn markaðspróunarsviðs eru Hermann Ottósson forstöðumaður og Andri Marteinnsson, Erna Björnsdóttir og Björn Hildir Reynisson verkefnisstjórar. Auk þeirra störfuðu 18 ráðgjafar í verkefnum á sviðinu í lengri eða skemmri tíma á árinu. Ráðgjafarnir eru ýmist sjálfstætt starfandi með tímabundna samninga við Íslandsstofu eða starfsmenn utanríkisþjónustunnar.

Markaðspróun veitir fyrirtækjum og einstaklingum alhliða þjónustu, upplýsingar og ráðgjöf í því skyni að greiða fyrir útflutningi á vöru og þjónustu. Þjónustan miðast við að styrkja samkeppnisstöðu fyrirtækjanna á erlendum mörkuðum. Kjarnastarfsemi er viðtæk ráðgjöf á sviði markaðssetningar og sölu erlendis. Ráðgjöfin fer m.a. fram með margskonar námskeiðum, kynningarfundum og ráðstefnum. Fyrirtæki njóta aðstoðar við að koma á viðskiptatengslum erlendis, farnar eru viðskipta- og könnunarferðir á markað og viðtækt net viðskiptafulltrúa og ráðgjafa víða um heim er nýtt til að koma á viðskiptum.

VETRARFERÐAMENNSKA

– ÍSLAND ALLT ÁRIÐ

Í byrjun árs 2011 fóru Samtök ferðaþjónustunnar, SAF, fram á það við Íslandsstofu, Nýsköpunarmiðstöð og Ferðamálastofu að hefja vinnu við undirbúning að átaki við að lengja ferðamannatímamann á Íslandi. Verkefninu var skipt í tvennt, að greina fyrirbyggjandi gögn og kortleggja stuðningsgreinar ferðaþjónustunnar sem var í höndum Nýsköpunarmiðstöðvar og Ferðamálastofu og að draga fram helstu þætti í uppbyggingu valinna landa á sviði ferðaþjónustu, með sérstaka áherslu á áætlanir og aðgerðir sem miða að því að laða ferðamenn til landanna utan háannar. Þetta viðamikla verkefni var unnið á vegum markaðspróunar Íslandsstofu.

Sérstaklega voru skoðaðar helstu áherslur í ferðaþjónustu þessara landa og hvaða framtíðarsýn stjórnvöld og ferðaþjónustan hafa markað þeim. Jafnframt var skoðað

á hvaða sviðum ferðaþjónustunnar stefnumótun þessara landa grundvallast. Hvaða áætlanir hafa verið gerðar, í hvaða aðgerðir hefur verið ráðist og hvaða aðferðum hefur verið beitt? Hverjir eru styrkleikar og veikleikar þessara landa þegar horft er til ferðaþjónustu utan háannar og hvaða mistök hafa verið gerð í uppbyggingu?

Einnig var skoðað sérstaklega hvað einkennir markaðs- og kynningarboðskap (branding) þessara landa í verkefnum utan háannar, hvaða áherslur eru lagðar í vöru- og markaðspróun, hverjir eru lykilmarkaðir, helstu söluráðar (USP) í markaðsboðskap fyrirtækja, helstu söluvörur fyrirtækja í viðkomandi löndum og hvernig er samvinnu fyrirtækja háttað á milli svæða/klasa. Þá var umfang stuðningsgreina ferðaþjónustunnar í þessum löndum skoðað og kortlagt. Yfirumsjón og mótun verkefnisins var í höndum Hermanns Ottóssonar en fengnar voru til rannsóknarvinnu þær Þórhildur Halldórsdóttir og Eyrún Magnúsdóttir og var verkið unnið frá því í byrjun júní til loka september. Guðjón Svansson var verkstjóri.

RÁÐGJAFAR - OG HANDLEIÐSLUVERKEFNI

Viðskiptafulltrúar og sendiherrar

Íslandsstofa og viðskiptasvið utanríkisráðuneytisins bjóða íslenskum útflytjendum upp á viðtæka ráðgjafarþjónustu viðskiptafulltrúa sem staðsettir eru í átta sendiráðum víðsvegar um heiminn. Áhersla er lögð á sveigjanlega ráðgjöf, enda þarfir fyrirtækja ólíkar. Styrkleiki viðskipta-fulltrúanna felst einkum í góðri þekkingu á mörkuðunum. Ekki er tekið gjald fyrir afgreiðslu á venjulegum fyrirspurnum en þegar um stærra verkefni er að ræða sér Íslandsstofa um að gerður sé verksamningur við viðkomandi fyrirtæki, þar sem innheimtar eru 5.500 krónur á hverja klukkustund sem unnin er.

Íslandsstofa sér um að auglýsa heimsóknir viðskiptafulltrúa til landsins. Fyrirtækin geta þannig nálgast þá, hvort

sem það er með því að bóka viðtal eða að fá viðkomandi viðskiptafulltrúa í heimsókn í fyrirtækið.

Árið 2011 voru sjö heimsóknir auglýstar með viðskipta-fulltrúum, þar sem 105 fyrirtæki nýttu sér tækifærið til að hitta þá. Einnig voru fjölmargir, eða alls 156, sem mættu á þær þrjár kynningar sem viðskiptafulltrúar Íslands í Berlín, New York og Kaupmannahöfn héldu á meðan heimsókn þeirra stóð yfir. Efni kynninganna voru Bókamessan í Frankfurt, Iceland Naturally-verkefnið og danski markaðurinn. Eftirspurn eftir þjónustu viðskiptafulltrúanna hefur verið stöðug síðustu ár.

Hlutverk Íslandsstofu er einnig að skipuleggja og auglýsa fundi með sendiherrum Íslands erlendis. Á síðasta ári voru auglýstir fundir með sex sendiherrum. Alls nýttu 76 aðilar sér tækifærið til að hitta sendiherrana en að auki komu 50 manns til að hlusta á sendiherra Íslands í Tókýó kynna markaðinn í Japan.

Útstím

Markmið ráðgjafarverkefnisins Útstím er að aðstoða fyrirtæki við að ná fótfestu fyrir eigin vörur og þjónustu á erlendum markaði með því að setja upp 3-6 fundi með hugsanlegum samstarfsaðilum á markaði. Þarfir fyrirtækjanna eru mjög mismunandi og því er lögð áhersla á að aðstoða þau við að innleiða skipulögð vinnubrögð við markaðssetninguna. Til að fá að taka þátt í verkefninu þurfa fyrirtæki að fara í gegnum ákveðið umsóknarferli hjá Íslandsstofu sem ræður í framhaldinu sérfræðinga eða ráðgjafa með sérþekkingu á markaðsmálum tiltekinnar atvinnugreinar eða markaðssvæðis til að setja upp fundi á markaði í nánu samráði við fyrirtækin. Þátttakendur 2011 voru: Controlant, Eden Export, Gyðja, Practical, 3X Technology, Íshestar, Puzzled by Iceland, SLI, Gogg og Transmitt.

Útflutningsaukning og hagvöxur (ÚH)

Verkefnið Útflutningsaukning og hagvöxtur hefur verið í boði allt frá árinu 1989 og er því orðið með eldri og þekktari þróunarverkefnum hér á landi. Verkefnið er vel þekkt í röðum stjórnenda og engin önnur verkefni af þessu tagi eru að skila sambærilegum árangri. Samstarfs- og stuðningsaðilar verkefnisins árið 2011 voru Háskóli Íslands (með þátttöku meistaranema í viðskiptafræði), Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins og Samtök iðnaðarins.

Verkefnið er skilgreint sem þróunar- og handleiðsluverkefni fyrir lítil og meðalstór fyrirtæki sem eru með viðskipta-hugmynd sem felur í sér hvoru tveggja; vöru og erlendan markað. Einn þátttakandi kemur frá hverju fyrirtæki, stundum eigandi, markaðs- eða framkvæmdastjóri.

Mikil áhersla er lögð á nána samvinnu við þátttakendur þannig að þeir öðlist þá færni sem þarf til að ljúka verkinu og endurtaka það síðar í eigin rekstri fyrir nýjar viðskiptahugmyndir. Þannig eru allir sem að verkinu koma að aðstoða þátttakendur en ekki vinna fyrir þá verkin. Engin merki eru um metun á þörfinni fyrir ÚH enda má segja að efni verkefnisins sé klassískt og stöðugt eru að koma ný fyrirtæki inn á markaðinn og/eða nýjar viðskiptahugmyndir að mótast í nýjum/eldri fyrirtækjum.

Þátttakendur í ÚH 21 2010-2011 voru Hugur AX, Krumma, Fafu, Plastiðjan, Sérferðir, Secret North, Verkfræðstofan Vista, Viðbót kjötvinnsla og Jarðteikn.

Þátttakendur í ÚH 22 2011-2012 eru Puzzled by Iceland, Three women, My Time Plan, Raven Design, Tölvumiðlun, Rusk Tvíbökur, Gaia og Engifer.

Handleiðsluverkefni með hugbúnaðarfyrirtækjum

Markmið verkefnisins er að auka faglega hæfni hugbúnaðarfyrirtækja, sem eru með tilbúna vöru á erlenda markaði, í vali á markaði, markaðssetningu, þekkingu á starfsemi umboðs- og dreifiaðila og samskiptum og samningatækni í erlendri markaðssókn. Haldnir voru fjölmennir fundir um sölumál í janúar. Í mars var fundað um markaðsetningu erlendis með áherslu á netið og einnig um þátttöku í útboðum. Í desember var svo fundað um útflutning í skýin (Cloud). Þátttakendur voru: AGR Nordic, Skýrr, HugurAx, Men&Mice, Trackwell, Gagaráin, Tölvumiðlun, TM-Software (Nýherji) og Ice Consult.

Sjóður

Sjóður er þróunarverkefni Íslandsstofu og Ferðapjónustu bænda. Verkefnið býður upp á tækifæri til að fá persónulega ráðgjöf um hvernig hægt sé að nýta enn betur þá þjónustu sem þegar er til staðar og greina og þróa nýja möguleika í þjónustu við ferðamenn. Verkefnin eru unnin í hverjum landshluta fyrir sig og í ár voru Austurland, Vestfirðir og Norðurland tekin fyrir. Alls tók 21 fyrirtæki þátt. Verkefninu

er stýrt af Íslandsstofu í náinni samvinnu við Ferðapjónustu bænda en aðild að FB er skilyrði fyrir þátttöku. Verkefnin, sem haldin eru á hverjum stað fyrr sig, eru unnin í samvinnu við ráðgjafa sem hafa sérstaka þekkingu á ferðapjónustu í dreifbýli og möguleikum til markaðsþróunar. Verkefnið hófst í janúar 2011 og lauk í desember sama ár.

Handleiðsluverkefni með umhverfistækniyrirtækjum

Markmið verkefnisins er að auka faglega hæfni umhverfistækniyrirtækja, sem eru með tilbúna vöru á erlenda markaði, í vali á markaði, markaðssetningu, þekkingu á starfsemi umboðs- og dreifiaðila og samskiptum og samningatækni í erlendri markaðssókn. Verkefnið, sem þróað er ásamt fulltrúum greinarinnar byggist á fjórum eins dags vinnufundum yfir fjögurra mánaða tímabil. Í lok tímabilsins fær hvert þátttökufyrirtæki tíu tíma ráðgjöf á einum af þeim mörkuðum þar sem starfandi er viðskiptafulltrúi. Alls tóku tíu fulltrúar frá átta fyrirtækjum þátt í verkefninu. Samstarfsaðilar að verkefninu eru Samtök iðnaðarins, SI og samtök umhverfistækniyrirtækja, CTI. Verkefnið hófst í nóvember 2010 og lauk í mars 2011. Þátttakendur í því voru SAGAsystem, Jarteikn ehf, Green Cloud, EcoNord ehf., Heiður ehf., RemakeElectric, FÍA Alternative Energy Cup og Nuevo Vehicles.

Spegillinn – Markaðsþróun í ferðapjónustu

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

Spegillinn hófst í mars 2011 og lýkur í apríl 2012. Þátttakendur í Speglinum 2011-2012 eru Hótel Reyhlið, ÍT ferðir, Fisherman, Jarðböðin, Elding hvalaskoðun, Mountaineers of Iceland, Gauksmýri, Hótel Hekla og Elftours.

Markaðs- og sölupjálfun fyrir söluaðila sjávarafurða á erlendum mörkuðum

Um er að ræða námskeið í markaðs- og sölupjálfun sem er sniðið að þörfum starfsmanna fyrirtækja sem markaðssetja og selja sjávarafurðir á erlendum mörkuðum. Námskeiðið stendur yfir í fjóra mánuði og er ein vinnustofa í mánuði. Á námskeiðinu er lögð áhersla á samningatækni og menningarmun, sölu og þjónustu á markaði erlendis, markaðsupplýsingar og tímastjórnun svo og kynningartækni á sölufundum. Þátttakendur voru frá Seafood Union, Iceland Seafood, HB Granda, Vinnlustöðinni og Sæmarki. Námskeiðið hófst í október 2011.

Samstarf við Innovit um Gulleggið

Íslandsstofa er samstarfsaðili Innovit um frumkvöðlakeppnina Gulleggið. Markmið keppninar er að stuðla að því að hugmyndir verði að veruleika. Leitast er við að finna nýja frumkvöðla í samfélaginu til að segja frá viðskiptahugmyndum sínum.

Í kjölfarið fá þátttakendur aðstoð við að breyta hugmyndum í viðskiptaáætlanir, þar sem farið er yfir alla helstu þætti sem nauðsynlegt er að hafa í huga þegar nýtt fyrirtæki eða vara verður til. Vegleg verðlaun eru í boði fyrir handhafa þeirrar viðskiptahugmynda sem dómefnd telur að hafi þroska til að fara í útflutning en þau eru þátttaka í verkefni Íslandsstofu, Útflutningsaukning og hagvöxtur. Fyrirtækið Fafu Toys var verðlaunahafi Íslandsstofu 2011.

RÁÐSTEFNUR, FRÆÐSLUFUNDIR OG NÁMSKEIÐ

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

Evrópusamvinna – tækifæri í Evrópusamstarfi

Á fundinum, sem haldinn var 13. janúar 2011, gafst færi á að hitta fulltrúa evrópskra samstarfsáætlana og þjónustuskristofa á Íslandi og kynna sér möguleika á styrkjum og samstarfi á öllum sviðum menntamála, rannsóknna, vísinda, nýsköpunar, menningar og atvinnulífs. Íslendingar hafa aðgang að fjölda Evrópuáætlana í gegnum

EES samninginn og hafa verið mjög virkir í Evrópusamstarfi allt frá því hann tók gildi. Í gegnum samstarfsáætlanir Evrópusambandsins er hægt að sækja styrki og stuðning innan flestra sviða menntunar og atvinnulífs. Þar má telja áætlanir á sviði menntunar á öllum stigum, menningar, rannsóknna og vísinda, jafnréttis, vinnumiðlunar og fyrirtækjasamstarfs.

Sóknarfæri í Frakklandi

Fulltrúar franska þjónustu- og ráðgjafarfyrirtækisins Scandi Bureau kynntu í febrúar 2011 markaðsumhverfið í Frakklandi, möguleg tækifæri og þá aðstoð sem fyrirtækið veitir fyrirtækjum sem nú þegar eru í útflutningi. Einnig kynnti Berglind Ásgeirsdóttir sendiherra Íslands í Frakklandi þjónustu sendiráðsins.

Stærri markaður – fleiri tækifæri

Vinnustofan Stærri markaður – fleiri tækifæri, sem haldin var í mars 2011, er ætluð þeim sem vilja öðlast hagnýta þekkingu á ýmsum lykilatriðum sem snúa að útflutningi, s.s. markaðssetningu og vörupróun sem og leiðum að farsælum viðskiptasamböndum erlendis, svo eitthvað sé nefnt. Þátttakendur voru frá Frumkvöðlasetrinu á Ásbrú, Raven Design, Mýr Design, Shoelovin, Bráðin.is, Tæknistáli, Handverkskompaníinu, NMI, Litlu kistunni, Fiskmarki, FID og Heiður.

Val og stjórnun á umboðsmönnum og dreifiaðilum

Fræðslufundur um val og stjórnun umboðsmanna og dreifiaðila á útflutningsmörkuðum var haldinn í mars 2011. Fundurinn er ætlaður fulltrúum fyrirtækja sem eru að leita að eða hefja samstarf við umboðsmenn og dreifiaðila erlendis eða vilja styrkja og efla núverandi sambönd. Leiðbeinandi var Mark Dodsworth, framkvæmdastjóri Europartnerships Ltd., sem hefur auk þess verið ráðgjafi íslenskra fyrirtækja síðastliðin átta ár og hefur því góða þekkingu á íslenskum fyrirtækjum og viðskiptaumhverfi.

Hönnun í útflutning

Íslandsstofa, Hönnunarmiðstöð Íslands, Nýsköpunar- miðstöð Íslands og Samtök iðnaðarsins auglýstu eftir umsóknum fyrirtækja um þátttöku í þróunarverkefninu Hönnun í útflutning. Markmið verkefnisins er að leiða saman hönnuði og fyrirtæki í samvinnu um hönnun og framleiðslu á útflutningsvörum. Verkefnið var kynnt samhlíða foropnun

10+ sýningar Félags húsgagna- og innanhússarkitekta á HönnunarMars. Fyrirtækin sem tóku þátt í verkefninu voru: Foss Distillery, Amivox, Glófi, Íslensk Matorka, Raven Design, Saga Medica, Sif Cosmetics og Triton.

Umhverfsvænar tæknilausnir í Kanada

Íslandsstofa og Clean Tech Iceland (CTI) í samvinnu við NICE (Nordic Innovation Center) buðu fyrirtækjum í umhverfistækni að kynna sig og lausnir sínar á CanNord ráðstefnunni sem haldin var 23.–24. mars í Kanada. Yfirskrift ráðstefnunnar var „Sustainable Solutions for Northern Cities“ og þarna gafst tækifæri til að kynna umhverfsvænar lausnir í þéttbýli.

NATO útboð

Tækifæri til þátttöku í útboðum á vegum Atlantshafsbandalagsins (NATO) voru kynnt á fundi í lok mars 2011. Farið var yfir reglur og útboðsferli og gefin hagnýt ráð um hvernig nálgast má upplýsingar um einstök útboð og komast í samband við ábyrgðaraðila. Þá var farið sérstaklega í útboð á vegum yfirherstjórnar NATO og veittar leiðbeiningar um tilboðsgerð og mat á tilboðum. Á fundinum töluðu Dr. Javier Carrasco Pena, yfirmaður útboðsmála í höfuðstöðvum NATO og Mr. Danny Hovaere, yfirmaður innkaupa hjá yfirherstjórn NATO og Erna Björnsdóttir, verkefnisstjóri hjá Íslandsstofu. Eftir fundinn voru fulltrúar NATO til viðtals um einstök verkefni eða möguleika á samstarfi.

Vetrarferðamennska: Rovaniemi – Reykjavík – Akureyri

Fræðslufundur um vetrarferðamennsku var haldinn í byrjun maí 2011. Aðalfyrirlesari á fundinum var Sanna Kortalainen, markaðsstjóri Rovaniemi Tourism en Rovaniemi, höfuðstaður Lapplands er annar vinsælasti ferðamannastaður Finnlands á eftir Helsinki. Þá kynnti Sif Gunnarsdóttir, forstöðumaður Höfuðborgarstofu, nýja stefnumótun Reykjavíkurborgar í vetrarferðamennsku. Ásbjörn Björgvinsson, framkvæmdastjóri markaðsmála á Norðurlandi kynnti nýjar áherslur í þjónustu við ferðamenn yfir vetrartímann.

Tollar á sjávarafurðir í ESB

Fræðslufundur um tolla, tollkvóta og upprunareglur var haldinn í maí 2011. Á grundvelli samninga við Evrópusambandið njóta íslenskar sjávarafurðir í mörgum tilvikum tollfríðinda inn á markað sambandsins. Til þess að njóta þeirra tollfríðinda þarf að sýna fram á uppruna

afurðanna. Á fundinum var TARIC tollskrá ESB kynnt og farið yfir hvernig leita eigi og lesa úr upplýsingum í henni. Einnig var QUOTA gagnagrunnur ESB skoðaður, en þar má finna og fylgjast með upplýsingum um innflutningskvóta sem Íslendingum er úthlutað fyrir sjávarafurðir. Þá fjölluðu Svanhvít J.B. Reith og Brynjólfur Karlsson frá embætti tollstjóra um upprunareglur sjávarafurða og upprunasannanir.

Þýski markaðurinn fyrir menningartengda ferðaþjónustu

Fundur um tækifæri og áskoranir á þýska ferðamarkaðinum var haldinn um miðjan maí 2011 fyrir íslenska söluaðila með áherslu á menningartengdar ferðir. Á fundinum kynnti fagfólk úr ferðaþjónustunni reynslu sína af þýskum ferðamönnum. Aðalfyrirlesari á fundinum var Ulrich Keinath, frá Projekt 2508 og kynnti hann fundarmönnum hvernig best væri að standa að markaðssetningu á menningarferðum á þýskum markaði.

Bókasýningin í Frankfurt - Sögueyan Ísland

Í byrjun október mætti fjölbreyttur hópur á kynningu á bókasýningunni í Frankfurt sem haldin var á vegum Íslandsstofu. Erindi héldu Halldór Guðmundsson, verkefnisstjóri sýningarinnar, sem kynnti sýninguna sjálfa og Ruth Bobrich, viðskiptafulltrúi Íslands í Berlín, sem kynnti þau viðskiptatækifæri sem felast í þátttöku í sýningunni. Sýningin er mikilvægasti vettvangur bókaútgefenda í heiminum, helsta markaðstorg höfundaréttar og aðalsamkomustaður alþjóðlegra bókmenntamiðlara.

Virðisaukaskattur í ESB

Íslandsstofa stóð í maí 2011 fyrir hagnýtu námskeiði þar sem farið var yfir helstu þætti varðandi virðisaukaskatt í viðskiptum íslenskra fyrirtækja við fyrirtæki í ESB. Þátttakendur fengu gott yfirlit yfir löggjöf ESB um virðisaukaskatt og fræddust um atriði sem snert geta íslensk fyrirtæki, s.s. virðisaukaskráningu, endurgreiðslu og svokölluð þrihyrningsviðskipti. Námskeiðið var ætlað fyrirtækjum, endurskoðendum, lögfræðingum og öðrum sem fást við málefni tengd virðisaukaskatti í viðskiptum milli Íslands og ESB. Leiðbeinendur á námskeiðinu voru Mette Juul og Kári Haraldsson, sérfræðingar í virðisaukaskatti hjá KPMG.

Gjaldeyrishöft – viðskipti og fjárfestingar

Íslandsstofa bauð í júní 2011 til fundar um viðskipti og fjárfestingar á tímum gjaldeyrishafta á Íslandi á Hilton

Reykjavík Nordica. Fundarstjóri var Vilborg Einarsdóttir, framkvæmdastjóri Mentors og stjórnarmaður í Íslandsstofu og þeir sem fluttu erindi voru Halldór Bjarkar Lúdvígsson, framkvæmdastjóri fyrirtækjalausna og -ráðgjafar Arion banka, Agnar Hansson, forstöðumaður markaðsviðskipta hjá Arctica Finance, Magnús Garðarsson, forstjóri Íslenska kísilfélagsins, Arnór Sighvatsson, aðstoðarbankastjóri Seðlabanka Íslands og Freyr Hermannsson, alþjóða- og markaðssviði Seðlabanka Íslands.

Dagur víkinganna

Enterprise Europe Network (EEN) á Íslandi tók í september 2011 á móti rúmlega 50 starfsmönnum EEN frá Norðurlöndunum, Bretlandi, Írlandi og Hollandi. Hópurinn kallar sig víkingana og tilgangur fundarins var að kynna og skiptast á upplýsingum um fyrirtæki og stofnanir, sem eru að leita að samstarfsaðilum erlendis, með það að markmiði að koma á samstarfi. Íslandsstofa kynnti á fundinum fimm íslensk fyrirtæki sem öll voru að leita að dreifingaraðilum og hafa óskað eftir því að fá birtar um sig upplýsingar í gagnagrunninum Business Cooperation Database.

Hugverkaréttindi

Íslandsstofa stóð í september 2011 í samvinnu við Tego fyrir fjölmönnum morgunverðarfundi um mikilvægi þess að fyrirtæki vinni skipulega að hugverkaréttindum samhlíða uppbyggingu vörumerkis og annarri stefnumörkun og hvaða þýðingu sú vinna hefur fyrir virði og vöxt fyrirtækisins. Á fundinum töluðu Guðmundur Reynaldsson frá Reynaldsson Patent Consulting um gildi einkaleyfa og Lovisa Jónsdóttir frá Tego IP Consulting um hugverka- og auðkennarétt. Einar Mäntylä, yfirmaður hugverkasviðs ORF líftækni, fjallaði um verndun einkaleyfa og vörumerkja í uppbyggingu á vörumerkinu SIF Cosmetics og Magnea Guðmundsdóttir, kynningarstjóri Bláa lónsins, talaði um þátt hugverkaréttinda í uppbyggingu hágæðavörumerkis. Að lokum fjallaði Hekla Arnardóttir, fjárfestingastjóri hjá Nýsköpunarsjóði um þýðingu hugverkaréttinda og verndun þeirra fyrir val fjárfesta á fjárfestingakostum.

Viðskiptatækifæri í Svíþjóð

Íslandsstofa og viðskiptaþjónusta utanríkisráðuneytisins, í samvinnu við ráðgjafarfyrirtækið HGGPartners, buðu til kynningarfundar í lok september 2011 um viðskiptaumhverfið í Svíþjóð. Hrannar Hólm og Heimir F. Gunnlaugsson frá

HGGPartners kynntu sænskt viðskiptaumhverfi og tækifæri og Guðbrandur Örn Arnarson frá SAGAsystem sagði frá reynslu sinni af viðskiptum í Svíþjóð. Gunnar Gunnarsson sendiherra kynnti starfsemi sendiráðsins í Stokkhólmi og Kristín S. Hjálmtýsdóttir kynnti starfsemi Sænsk-Íslenska viðskiptaráðsins.

Tækifæri fyrir hönnuði í Kína

Íslandsstofa kynnti í október 2011 möguleg tækifæri fyrir íslenska hönnuði til samstarfs við framleiðendur í Ningxia-héraði í Kína. Steinunn Sigurðardóttir hönnuður sagði m.a. frá heimsókn sem hún fór í til Ningxia héraðs í maí sl. ásamt Hafliða Sævarssyni, menningar- og viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins. Ferðin var samstarfsverkefni utanríkisráðuneytisins og Íslandsstofu og var farin til að kanna mögulega samstarfsfleti íslenskra hönnuða og kasmír-framleiðenda á svæðinu. Í ferðinni heimsótti Steinunn fjölda þrjónaverksmiðja, sem og aðra fataframleiðendur.

Google AdWords námskeið fyrir markaðsfólk

Íslandsstofa, Promennt og ÍMARK tóku höndum saman í október 2011 um að halda tvö sérhæfð námskeið í Google AdWords fyrir markaðsfólk fyrirtækja sem sækja á alþjóðlega markaði. Markmið námskeiðsins var að gefa þátttakendum góða innsýn í möguleika Google AdWords og að þeir öðlist hæfni í að búa til markaðsherferðir á netinu, mæla og hámarka árangur þeirra.

Samfélagsábyrgð og sóknarfæri

Íslandsstofa, Samtök atvinnulífsins, UNDP í Kaupmannahöfn og Þekkingarsetur um samfélagsábyrgð fyrirtækja efndu í lok október 2011 til morgunverðarfundar og námskeiðs um samfélagsábyrgð. Leitað var svara við því hvernig samfélagsábyrgð í rekstri geti opnað ný viðskiptatækifæri og aukið veltu fyrirtækja. Frummælendur voru Helle Johansen, sérfræðingur á skrifstofu þróunaráætlunar Sameinuðu þjóðanna í Kaupmannahöfn (UNDP), Jacob Stokkebye, eigandi danska sjávarútvegsfyrirtækisins Butler´s Choice og Anna Björk Bjarnadóttir, framkvæmdastjóri tæknisviðs Símans og stjórnarformaður nýs Þekkingaseturs um samfélagsábyrgð fyrirtækja.

Nýbyggingar og viðhald á húsnæði í London

Íslandsstofa stóð í lok október 2011 fyrir fræðslufundi um möguleika íslenskra fyrirtækja til að afla verkefna í London

og nágrenni á sviði nýbygginga og viðhalds húsnæðis. Á fundinum sagði Mark Dodsworth, framkvæmdastjóri ráðgjafarfyrirtækisins Europartnerships frá tækifærum á markaðnum og Dagmar Þorsteinsdóttir hjá HBH Construction Ltd. reifaði þau skilyrði sem fyrirtæki þurfa að uppfylla til að geta aflað verkefna og starfað á markaðnum.

Þróunarsjóður EFTA – nýtt styrktartímabil

Efnt var til kynningarfundar um Þróunarsjóð EFTA í lok október 2011. Ísland, Liechtenstein og Noregur hafa frá gildistöku EES-samningsins stuðlað að efnahagslegum og félagslegum jöfnuði með styrkjum til fátækari ríkja Evrópusambandsins í gegnum sjóðinn. Styrktartímabil hafa verið fimm ár í senn. Nú er nýtt tímabil að hefjast og er leitast við að auka tvíhliða samstarf milli aðila í styrkþegaríkjunum 15 og styrkveitendanna þriggja.

Tækifæri í ferðaþjónustu – fuglaskoðarar frá Norður-Ameríku

Ferðaþjónusturáðgjafinn Carol Patterson hélt í lok október 2011 fræðsluerindi um fuglaskoðara frá Norður Ameríku. Carol er vel þekkt sem ferðaþjónusturáðgjafi, fyrirlesari og höfundur og rekur sitt eigið fyrirtæki sem sérhæfir sig í uppbyggingu áfangastaða. Meðal þeirra spurninga sem Carol fjallaði voru: Hvað einkennir fuglaskoðara frá Norður Ameríku? Hvaða væntingar hafa þeir? Hversu stór er þessi markhópur? Er Ísland áhugaverður kostur? Hver er samkeppnin?

Nýsköpunarþing

Nýsköpunarþing Rannís, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands, Íslandsstofu og Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins var haldið í nóvember. Þar voru flutt erindi undir yfirskriftinni Áskoranir. Fyrirtækið Mentor fékk Nýsköpunarverðlaunin árið 2011.

Hönnun eykur samkeppnisforskot fyrirtækja

Ráðstefna og sýning í tengslum við verkefnið Hönnun í útflutning var haldin í byrjun nóvember 2011 í höfuðstöðvum Arion banka. Á ráðstefnunni talaði Anders Fanø frá Dansk Design Center um reynslu DDC af þeirri verðmætisköpun sem felst í samstarfi hönnuða og fyrirtækja. Auk þess talaði Thomas Harrit frá hönnunarstofunni Harrit-Sørensen ApS um árangursrík verkefni fyrirtækisins. Hönnun í útflutning er samstarfsverkefni Íslandsstofu, Hönnunarmiðstöðvar Íslands, Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands og Samtaka iðnaðarinnar.

Viðskiptatækifæri í Finnlandi og Eistlandi

Aðalræðumaður á fundinum, sem fram fór í lok nóvember 2011, var Carl de la Chapelle, finnskur ráðgjafi sem býður íslenskum fyrirtækjum aðstoð sína við að koma sér inn á þessa markaði. Þá töluðu eftirtaldir aðilar um reynslu sína af viðskiptum í Finnlandi: Að kaupa og eiga fyrirtæki í Finnlandi – Þórdís Lóa Þórhallsdóttir, eigandi Pizza Hut í Finnlandi; Að markaðsetja íslenska vöru á finnska markaðinum – Antto Ratia, framkvæmdastjóri SKYR í Finnlandi; Að eiga viðskipti í Finnlandi – Pekka Mäkinen – svæðisstjóri Icelandair í Finnlandi.

Jarðhitaverkefni hjá Þróunarsjóði EFTA

Boðað var til fundar um jarðhitaverkefni í samstarfi við utanríkisráðuneytið, Orkustofnun og Þróunarsjóð EFTA í lok nóvember 2011. Markmið fundarins var tvíþætt: að kynna sjóðinn og hlutverk Orkustofnunar í mótun verkefna á sviði endurnýjanlegrar orku. Bjarni Vestmann, rekstrar- og starfsmannastjóri Þróunarsjóðs EFTA, kynnti sjóðinn. Óttar Freyr Gíslason, sérfræðingur í orku- og umhverfismálum hjá Þróunarsjóði EFTA, talaði um áætlun sjóðsins um endurnýjanlega orku og Jónas Ketilsson, verkefnisstjóri í jarðhitanytingu hjá Orkustofnun, sagði frá hlutverki stofnunarinnar við mótun verkefna innan áætlunar sjóðsins um endurnýjanlega orku.

Norðurljósin laða að ferðamenn

Íslandsstofa stóð fyrir fjölmönnum fræðslufundi um Norðurljósin og áhrif þeirra á ferðaþjónustu. Hver eru tækifærin, hver er markhópurinn, hvað þarf að hafa í huga við markaðssetningu og er hægt að spá fyrir um hvenær Norðurljósin birtast? Eftirfarandi aðilar fluttu erindi á fundinum: Einar Sveinbjörnsson veðurfræðingur – Hvað er vitað um hvenær norðurljós koma; Friðrik Pálsson frá Hótel Rangá – Sala og markaðssetning norðurljósa; Ragnar Th. Sigurðsson ljósmyndari – Atvinnuljósmyndarar = Norðurljós, möguleg tækifæri?

UPPLÝSINGAMIÐLUN

Þegar íslensk útflutningsfyrirtæki hyggja á sölu á erlendum markaði vakna ýmsar spurningar sem leita þarf svara við. Mörg þessara atriða geta skipt sköpum við ákvörðun um hvort flytja skuli vörur út og þá hvert. Talsverð sérþekking hefur orðið til á málafnum sem snerta tolla, upprunareglur og fríverslunarsamninga. Árlega berast um 400 fyrirspurnir

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

Gagnabankar

Við úrvinnslu fyrirspurna hafa starfsmenn aðgang að ýmiss konar gagnaböndum og er eftirfarandi yfirlit lýsing á helstu upplýsingalindum sem notaðar eru. Gagnabankarnir eru kynntir á vef, í upplýsingaefni og í svörum til fyrirtækja og býðst fyrirtækjum og nemendum að koma og nýta sér efni gagnabankanna til vinnslu markaðsskýrsla.

Eftirfarandi gagnabankar eru aðgengilegir hjá Íslandsstofu: Euromonitor, FIS – Fish Information & Services, ISA – International Strategic Analysis, Kompass, OECD iLibrary, útflutningshandbækur danska útflutningsráðsins og Worldtariff.

Iceland Trade Directory

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

Enterprise Europe Network

Með áætlun Evrópusambandsins, CIP (Competitiveness and Innovation Framework Programme) varð til tengslanetið Enterprise Europe Network og tók það til starfa í upphafi árs 2008. Íslandsstofa vinnur með Evrópumíðstöð Impru á Nýsköpunarmiðstöð og Rannís og sinnir hver þessara aðila

sínum þætti í þjónustunni. Hlutverk Íslandsstofu í þessu samstarfi er að auðvelda íslenskum fyrirtækjum að nýta sér þau tækifæri sem bjóðast til viðskipta í Evrópu og aðstoða þau við hvaðeina sem snýr að markaðssetningu vöru og þjónustu. Íslandsstofa nýtur góðs af samstarfi við um 600 sambærilegar skrifstofur um alla Evrópu og nýtir þau tengsl við skipulagningu viðburða og öflun og miðlun upplýsinga til fyrirtækja og stofnana.

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

Alþjóðabankinn

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

KÖNNUNARFERÐIR

Ferðabjónusta í frosti – könnunarferð til Norður Finnlands

Hópur aðila í ferðabjónustu fór um miðjan febrúar 2011 í þekkingarleit með heimsóknnum til fyrirtækja sem starfa við vetrarferðabjónustu í finnska hluta Lapplands. Á undanförunum árum hefur eftir því verið tekið að fleiri ferðamenn heimsækja Finnland yfir veturinn er á sumrin. Finnar hafa lagt mikla áherslu á vöruþróun og fræðslustarf. Í hópnum voru fulltrúar fyrirtækja, sem eru þegar starfandi í ferðabjónustu og með áform um þróun þjónustu yfir veturinn, sem og annarra sem miðlað geta þekkingu til greinarinnar. Þátttakendur voru frá Ferðabjónustu bænda, Fisherman.is, Mountaineers of Iceland, Icelandair, Hótel Heklu, Markaðsskrifstofu Vestfjarða, Höfuðborgarstofu og Ferðamálastofu. Ferðamálafulltrúi uppsveita Árnessýslu tók einnig þátt, auk fulltrúa Íslandsstofu sem annaðist skipulagninguna í samvinnu við heimamenn.

Fræðsluferð ferðabjónustufyrirtækja um landamærahéruð Skotlands og Englands

Íslandsstofa fór könnunarferð með ferðabjónustufyrirtækjum til Scottish Borders (landamæri Skotlands og Englands) í maí 2011 til að kynna sér hvernig uppbyggingu hefur verið háttáð á þessu svæði, sem liggur á milli helstu áfangastaða ferðamanna við landamæri Englands og Skotlands. Þátttakendur voru frá Hótel Heklu, Hótel Rangá, Ferðamálastofu, Hótel Natur, Gistiheimilinu Narfastöðum, Atvest og Hrafnagili.

Könnunarferð til London – Nýbyggingar og viðhald húsnæðis í London og nágrenni

Íslandsstofa skipulagði könnunarferð til London í desember 2011 til að skoða möguleg tækifæri fyrir íslensk fyrirtæki í verkefnum tengdum nýbyggingum og viðhaldi húsnæðis á svæðinu. Í ferðinni var lögð áhersla á að þátttakendur hittu verktaka, arkitekta og aðra sérfræðinga, bæði með heimsóknnum á byggingarsvæði og á skipulögðum fyrirtækjafundum. Tilgangurinn var að öðlast þekkingu á markaðnum og koma auga á möguleg tækifæri. Ferðin var skipulögð í framhaldi af kynningarfundi sem Íslandsstofa stóð fyrir í lok október. Þátttakendur voru frá Verkís, Almennu verkfræðistofunni, ÁÁ verktökum, HBH byggir, Hornsteinum arkitektum, Arkiteo, Arkitektur.is og Rafeyri.

ÖNNUR VERKEFNI

Made in Iceland

Markmiðið með verkefninu er að leita uppi tækifæri í Kína til að kynna vörur og þjónustu íslenskra fyrirtækja og greiða leið þeirra við að ná þar viðskiptasamböndum. Verkefnið er samstarfsverkefni sendiráðs Íslands í Kína, Íslandsstofu og utanríkisþjónustu Íslands og er ætlað íslenskum fyrirtækjum sem hafa áhuga og getu til útflutnings á einn stærsta neytendamarkað heims. Alls eru 44 fyrirtæki skráð í verkefnið sem hófst formlega í apríl 2009. Stefnt er að því að ljúka því í lok árs 2012.

Nordic Cleantech Alliance (NCA)

NCA er samnorrænt verkefni sem miðar að því að markaðssetja þau fyrirtæki sem taka þátt í því á nýjum mörkuðum undir vörumerkinu Nordic Cleantech. Markmiðið er að hægt sé að bjóða upp á heildarlausnir umhverfistækniyfirtækja sem leysa verkefni af öllum

stærðargráðum, hvar sem er í heiminum. Verkefninu er ætlað að ná fram samlegðaráhrifum norrænna fyrirtækja og stofnana með sérstakri áherslu á lítil og meðalstór fyrirtæki. Á meðal meginmarkmiða er sameiginlegt vörumerki, sameiginlegar kynningarleiðir, s.s. vefsíða, bæklingar o.fl. og að mynda grundvöll fyrir uppbyggingu viðskiptasambanda á milli þátttakenda

Samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins

Hjá Íslandsstofu er starfræktur Samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins. Samkvæmt 5. gr. rammisamnings milli Íslandsstofu og Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins frá 30. apríl 2003 skuldbindur Íslandsstofa sig til þess að veita 10 milljónum árlega í sérstök samstarfsverkefni. Einnig skuldbindur utanríkisráðuneytið sig til þess að nýta endurgjald fyrir sölu á þjónustu viðskiptafultrúa til uppbyggingar á þjónustu á vegum viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins. Í stýrihópi Samstarfssjóðs eru Jón Ásbergsson og Hermann Ottósson frá Íslandsstofu og Martin Eyjólfsson og Júlíus Hafstein frá utanríkisráðuneytinu. Samstarfssjóður lagði 16.7 mkr. til 24 kynningar og markaðsverkefna erlendis á árinu 2011.

Global Compact – samfélagsleg ábyrgð

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

ERLENDAR FJÁRFESTINGAR

Meginmarkmið starfsemi fjárfestingarsviðs Íslandsstofu er að kynna erlendum fjárfestum samkeppnishæfni Íslands í fjárfestingarlegu tilliti, aðstoða þá við tengslamyndun og upplýsingaöflun og vinna að gerð athugana á samkeppnishæfni Íslands fyrir staðsetningu á atvinnu- og verðmætaskapandi erlendum fjárfestingartækifærum. Einnig sér fjárfestingarsvið fyrir hönd iðnaðarráðuneytisins, um kynningu á Íslandi sem tókustað fyrir erlend kvikmyndafyrirtæki í gegnum verkefnið Film in Iceland.

Starfsmenn fjárfestingarsviðs árið 2011 voru Þórður H. Hilmarsson forstöðumaður, Arnar Guðmundsson verkefnisstjóri, Einar H. Tómasson verkefnisstjóri og Kristinn Hafliðason verkefnisstjóri.

„SENDIHERRAR“ SVÆÐA OG SAMSTARF VIÐ SENDIRÁÐ

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

RÁÐSTEFNUR OG SÝNINGAR OG FYRIRTÆKJAHEIMSÓKNIR

Fjárfestingarsvið tekur þátt í fjölmörgum sýningum og ráðstefnum til kynningar á Íslandi fyrir erlenda fjárfesta. Höfuðáherslan er lögð á þátttöku í atvinnugreinaráðstefnum og sýningum.

Fram til þessa hefur verið lögð veruleg áhersla á kynningu á Íslandi fyrir staðsetningu gagnavera, en auk þess hefur á árinu 2011 verið lögð aukin áhersla á kynningu á samkeppnishæfni Íslands fyrir minkarækt, umhverfisvæna efnaferla og ferðatengdar fjárfestingar.

Hreinkísilframleiðsla

OTTI - European/American Solar Deployment Conference – PV Rollout

Boston 10. og 11. febrúar 2011

Ráðstefna um framtíð sólarraforku. Smá í sniðum en fjallað um stórt og þýðingarmikið efni, sem sé framtíð sólarraforku. Helstu umræðuefni voru:

- Sólarrafhlöðumarkaðir (PV Markets)
- Sólarrafhlöðueiningar (Modules)
- Orkujöfnun (Power Conditioning)
- Samræming raforkukerfis (Grid Integration)
- Sólarorkuver (PV-Power Plants)
- Áhættustýring, afrakstursvernd og fjármögnun (Risk Management, Yield Protection and Financing)

Á ráðstefnunni töluðu sérfræðingar frá rannsóknarstofnunum og úr opinbera geiranum sem og háttsettir aðilar úr fyrirtækjum á sólarraforkumarkaðinum. Frummælendur voru sammála að uppbygging sólarorkunnar mundi koma frá Evrópu (Þýskaland og Ítalía) en framtíðarmöguleikarnir væru í Austur-Asíu (Indland, Kína) sem og í einstaka ríkjum Bandaríkjanna. Keppikeflið væri að ná kerfisjafnvægi (e. Grid-parity) þar sem kostnaður við framleiðslu á sólarraforku væri á pari við söluverð orkunnar, en menn voru bjartsýnir að það myndi nást á næstu árum.

PHOTON's – Solar Silicon Conference og PV Investor Conference

Berlín 12. og 13. apríl 2011

Sólarorkuráðstefna, þar sem rætt var um framtíðarmöguleika sólarraforku. Mun stærri í sniðum en PV-Rollout og betur skipulögð.

Boðið var upp á sex ráðstefnur undir formerkjum PHOTON þar sem fjallað var um mismunandi hluta sólarorku-virðisdeðjunnar. Fjárfestingarsvið tók þátt í tveimur ráðstefnum:

- Sólar kísilráðstefnu (Solar Silicon Conference)
- Sólarorku fjárfestingaráðstefnu (PV Investors Conference)

Á sólar kísilráðstefnunni kom berlega í ljós að Ísland hefur upp á ýmislegt að bjóða sem framleiðendum á sólar kísil þykir eftirsóknarvert. Markaður fyrir sólar kísil hafði hriðfallið síðustu misseri og því var alltaf að verða mikilvægara að lækka kostnað. Það var staðfest að ríflega þriðjungur af breytilegum kostnaði við framleiðslu sólar kísils er orkukostnaður og þar sem Ísland getur boðið upp á samkeppnishæft orkuverð með langtímasamningi (minnkar áhættu fjárfestisins) stendur landið vel að vígi í þessum iðnaði.

Heilsutengd ferðaþjónusta

MediTourExpo - Medical Tourism Conference

Las Vegas 24.-25. maí 2011

Lítill ráðstefna þar sem fjallað var um heilsuferðamennsku víðsvegar um heiminn.

Frummælendur voru frá heilbrigðisstofnunum, úr opinbera geiranum og frá ferðamála fyrirtækjum. Þeir voru allir sammála um að heilsuferðamennska væri gríðarlega háð fjármagni og að uppbygging í iðnaðinum tæki mjög langan tíma (10 ár og meira). Ímynd og orðspor skiptir gríðarlegu máli og í samræðum við ráðstefnugesti kom í ljós að Ísland hefur ENGA ímynd (hvorki góða né slæma).

Minkarækt

Í janúar var haldin kynning fyrir minkabændur í Hollandi í samstarfi við Samtök íslenskra loðdýrabænda, Sveitarfélagið Skagafjörð og Samtök íslenskra loðdýraræktenda í Hollandi um kosti þess að rækta mink á Íslandi. Á milli 30 og 40 bændur mættu og voru lífligar umræður að loknum kynningum.

Í mars var farið á stærstu sýningu í minkarækt sem er haldin ár hvert í Herning á Jótlandi. Íslandsstofa var með bás í annað sinn í samstarfi við Samtök íslenskra loðdýraræktenda og var mikill áhugi meðal danskra bænda. Komu tugir aðila á básinn og spurðust fyrir um kosti þess að setja upp minkabú á Íslandi. Í kjölfarið komu svo tveir hópar um haustið að skoða aðstæður.

Tölvuleikjaframleiðsla

Í byrjun mars var farið á GDC (Game Developers Conference) í San Francisco. Ástæða ferðarinnar var annars vegar að funda með fyrirtækjum og hins vegar að skoða hvernig aðrar markaðsskrifstofur eru að nálgast þennan markhóp. Ljóst er að gífurleg samkeppni er um að fá tölvuleikjafyrirtæki á sitt svæði. Stjórnvöld þurfa fyrst og fremst að gera íslensku fyrirkjunum kleift að laða til sín sérfræðinga með ívilnunum og eins að styðja betur við menntun á lægri stigum skólakerfisins en nú er gert. Þannig er hægt að byggja upp þennan iðnað hér á landi.

Gagnaver

Í byrjun febrúar fór fulltrúi Íslandsstofu á ráðstefnu á vegum IBDG í London. Annarsvegur voru kynningar í tengslum við gagnaver og svo hinsvegar fundir með fyrirtækjum sem eru að kanna hvar þau eigi að hýsa gögn fyrirtækja sinna. Fundað var með 15 fyrirtækjum.

Í byrjun nóvember var farið á austurströnd Bandaríkjanna og fundað með 25 fyrirtækjum í fjórum borgum; New York, Boston, Washington DC og Atlanta. Haldnir voru stærri fundir þar sem farið var yfir kosti þess að staðsetja gagnaver á Íslandi og svo fundir með einstökum fyrirtækjum. Í lok nóvember var haldin kynning á kostum þess að staðsetja gagnaver á Íslandi í samvinnu við sendiráð Íslands í London, Carbon Zero IT, Landsvirkjun, Arion Banka og Nýherja. Kynningin var vel sótt og komu um 80 manns að hlýða á erindin.

Í kjölfar kynningar í sendiráðinu var Íslandsstofa með kynningarbás á mest sóttu gagnaverssýningu ársins hjá Data Center Dynamics. Um 2000 gestir mættu til að hlýða á erindi og hitta þau fyrirtæki sem voru með kynningarbás. Þau íslensku fyrirtæki sem voru með þetta árið voru Basis, Farice, Landsvirkjun, Míla, Nýherji og Verne Global.

Koltrefjar

Pira International - GOCarbonFiber 2011

Seattle 4.-6. október 2011

Ráðstefna/sýning þar sem fjallað var um framtíð koltrefjaiðnaðarins.

Frummælendur komu m.a. frá Boeing og Lamborghini, þar sem þeir eru með sameiginlega rannsóknarstöð við Washington University sem staðsett er í Seattle. Það var mál manna að framtíð koltrefjaiðnaðarins væri gríðarlega

björt (til lengri tíma) en til skamms tíma væri á brattann að sækja. Ástæðan væri aðallega vegna þess að bílaiðnaðurinn er farinn að skoða koltrefjar við framleiðslu sína. Þegar koltrefjar komast inn í almenna bílaframleiðslu þarf að mærgfalda heimsframleiðsluna (er í ca 50.000 tonnum í dag - þyrfti jafnvel að fara upp í 300.000-500.000 tonn). Menn voru ekki sammála um hversu hratt sú þróun myndi gerast, sumir bjuggust við 3-5 árum aðrir 6-10 árum.

Þematengd ferðaþjónusta

International Association of Amusement Parks and Attractions - IAAPA Attractions Expo 2011

Orlando 14. og 15. nóvember 2011

Stór sýning þar sem fyrirtæki voru að kynna vörur og þjónustu fyrir skemmtigarða.

Fjárfestingarsvið fór á sýninguna til að aðstoða íslenskt fyrirtæki á fundum með fjárfestum. Farið var á þrjá fundi og gengu þeir allir vel. Fyrst var stuttur fundur með samstarfsaðilum íslensku aðilanna, því næst var farið á fund með kínverskum aðilum varðandi kaup á tækjum og uppsetningu inn í skemmtigarðinn og að lokum með bandarískum skemmtigarðaráðgjöfum varðandi samning um yfirumsjón um uppbyggingu og stjórnun á framkvæmdum.

FILM IN ICELAND

Fjárfestingarsvið hefur á undanförunum árum annast kynningu á ívilnunum til erlendra kvikmyndafyrirtækja sem kjósa að taka upp efni á Íslandi. Einn verkefnastjórnanna hefur sinnt þessu verkefni og má áætla að hér sé um ca. 50% stöðugildi að ræða. Starfið felst í kynningu á Íslandi á stórum kvikmyndaráðstefnum í USA (LA) og uppbyggingu tengslanets við framleiðsludeildir helstu kvikmyndaframleiðenda þar vestra.

Árið 2011 var gott ár fyrir þá aðila sem sinna þjónustu við erlend kvikmynda- og sjónvarpsverkefni. Verkefnin voru mörg og fjölbreytt, ólíkt því sem segja má um árið á undan þar sem gosið í Eyjafjallajökli kom í veg fyrir að mörg verkefni kæmu til landsins. Helstu erlendu kvikmynda- og sjónvarpsverkefni árið 2011 voru Prometheus í leikstjórn Ridley Scott, sjónvarpsþáttaröðin Game of Thrones og þýska myndin Race to the South Pole. Film in Iceland-verkefnið var með bás á stærstu framleiðendasýningu ársins í Los Angeles. Fjöldmargir fundir náðust einnig með stærstu framleiðslufyrirtækjum Hollywood í tengslum við sýninguna

en alls tóku sjö íslensk kvikmyndafyrirtæki þátt í henni, auk Reykjavíkurborgar.

ÚTTEKTIR OG SAMKEPPNISGREINING

Samkeppnisgreining á tölvuleikjaframleiðslu

Á árinu 2011 lauk gerð úttektar á samkeppnishæfni Íslands fyrir staðsetningu tölvuleikjafyrirtækja í samstarfi við samtök íslenskra tölvuleikjaframleiðenda. Markmiðið var að kortleggja samkeppnishæfnina í samanburði við nokkur helstu samkeppnislönd þannig að unnt yrði ef niðurstöður væru jákvæðar að hefja kynningu á Íslandi fyrir þessa starfsemi með sem markvissustum hætti og um leið benda á þau atriði þar sem úrbóta er þörf. Niðurstöður gefa til kynna að nokkurra úrbóta sé þörf varðandi ívilnanir og aðstöðusköpun fyrir erlenda tölvuleikjaframleiðendur sem hugsanlega gæti fundist áhugavert að setjast hér að. Niðurstöðurnar voru kynntar samtökum tölvuleikjaframleiðenda sem hafa nýtt þær inn í stefnumótunavinnu sína.

Samkeppnisgreining á úrvinnslu á áli

Athugun var gerð á möguleikum á álúrvinnslu hér á landi í samstarfi við SAMÁL, samtök álframleiðenda á Íslandi. Sjónum var einkum beint að hagkvæmni þrýstisteypuframleiðslu (extrusion) til framleiðslu á römmum fyrir gluggaframleiðslu ofl.

Niðurstöður athugunarinnar sýna að samkeppnishæfni getur verið til staðar að takmörkuðu leyti. Lítil orkunotkun en hár flutningskostnaður á útflutningsmarkaði eru helstu veikleikar slíkrar framleiðslu. Lægri rekstrarkostnaður og nálægð við álframleiðendur vega hins vegar þar á móti að einhverju leyti. Þá var einnig hafin vinna við uppfærslu greinargerðar á samkeppnishæfni Íslands fyrir gagnaver en fyrri greiningarvinna fór fram árið 2007. Uppfærslunni lýkur á vormánuðum 2012.

Áður hafa verið unnar samkeppnisgreiningar varðandi koltrefjaframleiðslu, græna iðngarða, þjónustumiðstöð fyrir norðurslóðasiglingar, skattalega samkeppnishæfni Íslands, gróðurhús á iðnaðarskala og minkarækt.

UPPLÝSINGAVEITA

Fjárfestingarsvið rekur umfangsmikinn upplýsingavef www.invest.is þar sem allar upplýsingar sem ætla má að séu gagnlegar fyrir fjárfesta, koma fram. Vefurinn gegnir

Þýðingarmiklu upplýsingahlutverki fyrir alla þá sem vilja kynna sér viðskiptaumhverfið á Íslandi eins og glögglega kom fram í kjölfar 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 þar sem hann vísar á alla helstu tengivefi inn í landið. Vinna hófst á síðasta ári við endurhönnun vefsins með það að markmiði að auka upplýsingagildi hans og flétta inn fjölþættari upplýsingamiðlun t.d. í formi lifandi mynda.

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 um viðkomandi atvinnugreinar.

ÞJÓNUSTA VIÐ FJÁRFESTA

Starfsmenn Fjárfestingarsviðs taka árlega á móti fjölmörgum fyrirtækjum sem óska eftir upplýsingum um land og þjóð eða þurfa að komast í samband við fyrirtæki og stofnanir hér á landi með hugsanlega fjárfestingu í huga. Segja má að verkefni séu jafn fjölbreytt og þau eru mörg. Þá hefur það einnig færst í vöxt að íslensk fyrirtæki leiti til fjárfestingarsviðs um aðstoð við tengslamyndun við erlenda fjárfesta. Athugun 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 verðmætiskapandi erlendar fjárfestingar hefur vaxið jafnt og þétt þar sem flest þjóðríki líta á fjárfestingar af þessu tagi sem eitt þýðingarmesta atriðið fyrir atvinnusköpun og öflun nýrrar þekkingar.

Hér að neðan getur að líta yfirlit yfir umfang þjónustunnar á árinu 2011:

| Fjöldi fyrirspurna: | 360 |
|---|-----|
| Fjöldi viðbótarfyrirspurna frá sama aðila | 113 |
| Fjöldi heimsókna frá fjárfestum | 62 |
| Fjöldi endurtekinna heimsókna | 20 |
| Fundir með fyrirtækjum erlendis | 35 |
| Fundir með núverandi erlendum fjárfestum | 9 |
| Tenglamyndun á ráðstefnum | 36 |

Helstu atvinnugreinar sem komið hafa upp að frumkvæði fjárfestingarsviðs, -sem fyrirspurnir frá fjárfestum á árinu 2011,

eða hafa tengst þjónustu sviðsins á einn eða annan hátt, eru sem hér segir:

| | Fjöldi |
|-----------------------------|--------|
| Álframleiðsla | 2 |
| Álkapalframleiðsla | 1 |
| Álþynnufurframleiðsla | 1 |
| Dekkjaframleiðsla | 1 |
| Basaltframleiðsla | 1 |
| Birgðageymslur | 1 |
| Efnaframleiðsla | 15 |
| Einingaframleiðsla | 1 |
| Ferðaþjónusta | 6 |
| Fiskeldi | 4 |
| Fjármálaþjónusta | 3 |
| Gagnaver og upplýsingatækni | 33 |
| Jarðstöðvar | 1 |
| Koparframleiðsla | 1 |
| Lækningatækni | 1 |
| Minkarækt | 5 |
| Skipaendurvinnsla | 1 |
| Stálendurvinnsla | 1 |
| Vatnsútflutningur | 1 |
| Viðhaldsþjónusta | 1 |
| Þörungurframleiðsla | 2 |

Á síðasta ári voru teknar endanlegar ákvarðanir um fjögur verkefni af erlendum toga:

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| -Kísilver í Helgúvík: | Íslenska kísilfélagið ehf. |
| -Metanólframleiðsla: | Carbon Recycling International |
| -Sólflúrueldi: | Stolt Seafarm |
| -Gagnaver: | Verne Global |

Carbon Recycling International hóf starfsemi á árinu 2011. Verne Global mun hefja starfsemi snemma árs 2012 og vonast er til að uppbygging hefjist einnig við kísilverið í Helgúvík og Stolt Seafarm á þessu ári.

ÚTTEKT Á UMHVERFI BEINNA ERLENDRA FJÁRFESTINGA

Verkefnisstjórn Fjárfestingarstofu ákvað í upphafi árs 2010 að láta framkvæma úttekt á starfsemi og starfsumgjörð kynningar og markaðsstarfs í tengslum við beina erlenda fjárfestingu hér á landi.

Talin var þörf á úttekt af þessu tagi þar sem fyrirhugað var að leggja starfsemi Fjárfestingarstofu inn í Íslandsstofu síðar á árinu, auk þess sem stjórnvöld höfðu í samstarfssáttmála sínum lagt áherslu á að örva beina erlenda fjárfestingu til endurreisnar íslensks efnahagslífs í kjölfar hrunsins.

Fyrirtækið PriceWaterhouseCoopers í Belgíu var fengið til að vinna úttektina.

Löndarráðherra ákvað í kjölfar skýrslunnar að skipa starfshóp til að vinna að stefnumótun um beina erlenda fjárfestingu og skilaði hann tillögum sínum á vormánuðum 2011 í sérstakri skýrslu „Tillögugerð um stefnu stjórnvalda varðandi erlenda fjárfestingu“.

Helstu niðurstöður og tillögur starfshópsins eru eftirfarandi:

- Alþingi og ríkisstjórn setji fram heildstæða stefnu um beina erlenda fjárfestingu.
- Lög um fjárfestingu erlendra aðila í atvinnurekstri verði numin úr gildi, enda er fjallað um hömlur á fjárfestingum í einstaka atvinnugreinum í sérlægum.
- Nefnd um erlenda fjárfestingu verði lögð niður.
- Skýrar vinnureglur verði settar fyrir stjórnsýsluna varðandi gerð bindandi álitá í tengslum við skattamál og skipulagsmál.
- Skilgreina og skipuleggja sérstök atvinnusvæði sem henta til sértækra atvinnuuppbyggingar.
- Þjóðhagslegur ávinningur gangi ofar sérhagsmunum einstakra sveitarfélaga tengt atvinnuuppbyggingu og skipulagsmálum.

Þá leggur starfshópurinn til að sóst skuli eftir beinni erlendri fjárfestingu sem feli í sér sem mestan virðisauka og hafi ríkt nýsköpunargildi, auki við þekkingu og skapi verðmætari störf.

Lögð er áhersla á að starfsemi fjárfestingarsviðs Íslandsstofu verði skilgreind í samhengi við nýtilkomið ívilnanafrumvarp, stefnumótandi byggðaaætlun og aðra tengda stefnumótun stjórnvalda og að þess sé gætt að mannaflí og aðrar bjargir fjárfestingarsviðs haldist í hendur við verkefni. Þessu tengt er lögð áhersla á að starfsemi fjárfestingarsviðs verði styrkt og formlegt samstarf og samráð verði milli þessarar starfsemi annars vegar og starfsemi atvinnuþróunarfélaga, Impru, Nýsköpunarmiðstöðvar og orkufyrirtækjanna hins vegar.

Þá leggur starfshópurinn til talsverða hækkun á framlögum til málaflokksins og að fyrirkomulagi framlaga verði breytt þannig að hægt verði að skipuleggja starfsemi til framtíðar. Loks er lagt til að sett verði upp árangursmæling fyrir fjárfestingarsvið og í raun Íslandsstofu alla.

Í kjölfar þessarar vinnu hafa efnahags- og viðskiptaráðherra og iðnaðarráðherra lagt fram þingsályktunartillögu um skrefbundna áætlun um endurskoðun lagaramma og umgjörðar fyrir beina erlenda fjárfestingu, sem áformað er að komi til kasta Alþingis á vormánuðum 2012.



VIÐSKIPTASENDINEFNDIR

Eitt af markmiðum Íslandsstofu er að finna viðskiptatækifæri fyrir íslensk fyrirtæki á nýjum mörkuðum. Slík tækifæri geta verið hvoru tveggja á nýjum landsvæðum eða fyrir nýjar atvinnugreinar á reyndari mörkuðum. Til að kanna slík tækifæri skipuleggur Íslandsstofa ferðir viðskiptasendinefnda á viðkomandi markaði. Þessar viðskiptasendinefndir geta verið af ýmsum toga, allt frá því að vera fámennir könnunarleiðangrar með upplýsingaöflun að markmiði, til þess að vera stærri sendinefndir leiddar af íslenskum ráðamönnum. Áherslan í flestum ferðum er þó lögð á fyrirfram skipulagða viðskiptafundi. Einnig hefur reynst vel að tengja ferðir viðskiptasendinefnda við ákveðna viðburði erlendis, s.s. ráðstefnur og sérhæfða fundi og sinna þannig vissum atvinnugreinum t.d. orku- og ferðaþjónustufyrirtækjum. Þá hefur Íslandsstofa aðstoðað við móttöku erlendra sendinefnda til Íslands eins og fram kemur í lok kaflans. Þorleifur Þór Jónsson er í fyrirsvari fyrir viðskiptasendinefndir.

ÁRIÐ 2011 VORU SKIPULAGÐAR EFTIRTALDAR VIÐSKIPTASENDINEFNDIR: Ferðakaupstefna í Rússlandi og ferðasýning í Finnlandi 18.-23. janúar

Íslandsstofa skipulagði ferðakaupstefnu í St. Pétursborg í Rússlandi í janúar 2011 í beinum tengslum við þátttöku í ferðasýningunni MATKA sem haldin var í Helsinki í Finnlandi í kjölfarið. Kaupstefnan var skipulögð í samvinnu við Airtoch í Finnlandi og Travel Trade Gazette – Russia. Þáttökufyrirtæki voru Iceland Excursions, Kynniferðir, Ferðaþjónusta bænda, Snæland Grímsson, Bláa lónið, Sérferðir, Keahótel ehf, Fosshotel, Reykjavík hótel, Íshestar, Norðursigling, Iceland Travel, HL Adventure, Luxury Adventures, Iceland Pro Travel, Arctic Adventure, Air Greenland, Destination Avannaa og Atlantic Airways. (Sjá einnig í kafla um markaðssókn).

Fjárfestingar á Íslandi kynntar í Róm 1. til 5. mars

Í tengslum við opinbera heimsókn forseta Íslands til Páfagarðs var skipulagður kynningarfundur um fjárfestingar

á Íslandi í samvinnu við Fjárfestingarsvið. Á fundinn mætti góður hópur ítalskra fyrirtækja sem hlýddi á kynningar á íslensku viðskiptaumhverfi og fleira.

Fundaröð á vesturströnd Bandaríkjanna 4. til 8. apríl

Íslandsstofa skipulagði fundaröð á vesturströnd Bandaríkjanna dagana 4.-8. apríl í samvinnu við Greenland Tourism. Rúmlega 150 gestir sóttu þar fundi með fyrirtækjum. Fundað var í sex borgum: Seattle í Washington, Portland í Oregon og borgunum Emeryville, San Jose, San Francisco og San Rafael í Kaliforníu.

Á öllum fundunum voru fluttar kynningar á Íslandi og Grænlandi. Á undan þeim var gefinn rúmlega klukkutími þar sem fyrirtækin skiptust á tengslaupplýsingum og gestir fengu bæklinga og upplýsingar. Þáttökufyrirtæki voru Air Greenland, Arctic Adventures, Elding hvalaskoðun, Greenland Tourism, Iceland Congress, Icelandair, Allrahanda, Ferðaþjónusta bænda, Iceland Travel og Kynniferðir auk Íslandsstofu.

Vinnufundur í Frankfurt 14. apríl – Er Ísland einnar árstíðar land?

Vinnufundur fyrir íslensk ferðaþjónustufyrirtæki var haldinn í Frankfurt fimmtudaginn 14. apríl þar sem öllum helstu söluaðilum Íslandsferða í Þýskalandi var boðið að ræða um leiðir til að koma Íslandi á framfæri allt árið um kring. Á fundinum var rætt um möguleika og markaðsáherslur til að auka heimsóknir Þjóðverja til Íslands allt árið. Fundurinn var ætlaður þeim íslensku fyrirtækjum sem voru með vörur tilbúnar fyrir haust, vetur og vor og var skipulögð vinnustofa, þar sem íslensku fyrirtækjunum gafst færi á að ræða beint við þýska ferðaheildsala. Þáttökufyrirtæki voru Ísafold ferðaskrifstofa, Snæland Grímsson, Allrahanda, Kynniferðir, Ferðaþjónusta bænda, Katla Travel, Iceland Travel, Íshestar, Fjallamenn, Flugleiðahótel, Keahótel, Elding hvalaskoðun, Icelandair og Iceland Express.

Viðskiptasendinefnd til Moskvu 25. og 26. október

Í tilefni af heimsókn iðnaðarráðherra, Katrínar Júlíusdóttur, á International Conference on Renewable Energy Sources í Moskvu í boði rússneskra stjórnvalda dagana 25. og 26. október sl. var skipulögð tvíþætt sendinefnd með áherslur bæði á jarðhitamál og ferðamál. Undirritaður var samstarfssamningur á milli Íslands og Rússlands í jarðhitamálum. Orkufyrirtækin voru Reykjavík Geothermal, Landsvirkjun, Orkustofnun og Nýsköpunarmiðstöð og fluttu fulltrúar þeirra allra erindi á ráðstefnunni.

Ráðherra var einnig í hlutverki sínu sem ráðherra ferðamála þegar hún undirritaði samning um samstarf í ferðamálum milli landanna. Var það gert á vel sóttum viðskipta- og kynningarfundum sem haldinn var í húsnæði Verslunarráðs Rússlands. Hópur íslenskra ferðabjónustufyrirtækja nýtti sér þetta tækifæri til að eiga fundi með rússneskum fyrirtækjum, auk þess sem skipulagður hafði verið sérstakur vinnufundur í sendiráði Íslands fyrr um daginn. Þar mættu fulltrúar fyrirtækja, sem þegar eru að selja og kynna Ísland og hittu íslensku fyrirtækin sem voru eftirfarandi: Arctic Trucks International, Icelandtravel, Icelandair, Loftleiðir Icelandic, Isafold Travel, Iceland Excursions-Grayline Iceland, Norðurflug, Reykjavík Excursions, True Iceland og Bjarmaland Travel.

SKIPULAGNING HEIMSÓKNA ERLENDRA SENDINEFNDA TIL ÍSLANDS ÁRIÐ 2011

Sendinefnd frá Slóveníu í maí

Í tilefni af komu forseta Slóveníu, Dr. Danilo Türk, í opinbera heimsókn 3. til 5. maí voru skipulagðir fundir. Í för með forsetanum var fjölmenn sendinefnd slóvenskra fyrirtækja. Íslandsstofa boðaði til viðskiptafundar á Radisson Blu Hótel Sögu í samvinnu við utanríkisráðuneyti Slóveníu. Meginmarkmið fundarinnar var að bjóða fulltrúum áhugasamra fyrirtækja á Íslandi til fundar við fulltrúa slóvensku fyrirtækjanna til að ræða mögulega samstarfsfleti. Stór hluti sendinefndarinnar, sem taldi 22 fyrirtæki, var hingað kominn til að kynna sér orkumál og nýtingu Íslendinga á endurnýjanlegum orkugjöfum. Einnig voru með í för fyrirtæki úr öðrum greinum, s.s. matvæla- og rafíðnaði, bankastarfsemi og heilbrigðisþjónustu. Tveir viðskiptasamningar voru undirritaðir á fundinum.

Sendinefnd frá Canton í júní

Snemma í júní 2011 kom hingað til lands sendinefnd frá stjórnendum vörusýningarinnar í Canton. Sendinefndin var undir forystu Hr. Wang Zhiping, Director General of China Foreign Trade Centre, sem er yfirstjórn þessarar stærstu vörusýningar Kína. Sendinefndin átti fjölmarga fundi m.a. með forsvarsmönnum Íslandsstofu um hugsanlega þátttöku íslenskra fyrirtækja í sýningunni.

Sendinefnd frá Jiangsu-héraði í júní

Í lok júní 2011 hélt sendinefnd frá verslunarráði Jiangsu-héraðs í Kína kynningarfund í samvinnu við Íslandsstofu á Grand Hótel Reykjavík. Í sendinefndinni voru 20 fulltrúar fyrirtækja úr mörgum ólíkum atvinnugreinum sem kynntu starfsemi sína og vildu komast í samband við íslensk fyrirtæki. Jiangsu-hérað er það svæði í Kína, sem hefur notið hvað mestrar erlendra fjárfestingar á undanföllum árum og er leiðandi í mörgum greinum iðnframleiðslu. Stór hópur áhugasamra Íslendinga sótti þennan fróðlega fund.

Sendinefnd frá Kúrdistan í október

Í október kom sendinefnd frá Kúrdistan til að fylgja eftir heimsókn árið áður til Kúrdistan og ræddi hún við fulltrúa fyrirtækja í byggingariðnaði og hönnun en einnig hafa Kúrdar áhuga á samvinnu í matvælaútflutningi og fleiru.

ANNAÐ

Á sviðinu hefur verið unnið að undirbúningi ráðstefnu í Póllandi, þar sem íslensk fyrirtæki á sviði jarðvarmanýtingar og -dreifingar kynna þekkingu sína. Ráðstefnan er fyrst og fremst hugsuð fyrir sveitarstjórnir og aðra þá sem gætu verið notendur þjónustu. Stefnt er að þessari ráðstefnu í Varsjá árið 2012.

Fulltrúi Íslandsstofu sat einnig ráðstefnu í boði Rostourism í borginni Vologda í Rússlandi, þar sem fjallað var um mikilvægi vörumerkis (branding) í uppbyggingu ferðabjónustu. Flutt var erindi, þar sem árangurinn af Inspired by Iceland-herferðinni var kynntur og mæltist það vel fyrir.

SÝNINGAR

Íslandsstofa er í fararbroddi hérlendis í að skipuleggja þátttöku fyrirtækja í erlendum vöru- og þjónustusýningum. Starfsmenn við sýningar á árinu 2011 voru Berglind Steindórsdóttir sýningarstjóri og Aðalsteinn H. Sverrisson verkefnisstjóri.

Íslensk ferðabjónusta á Satte í Indlandi 27. - 29. janúar

Sýningarbás Íslendinga – Visit Iceland – vakti mikla athygli á ferðasýningunni Satte sem haldin var í Nýju Delí í lok janúar 2011. Stöðugur straumur gesta var á íslenska básinn og sýndu Indverjar mikinn áhuga á Íslandi sem áfangastað. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í sýningunni voru ánægð með útkomuna en tækifærin á indverska markaðinum felast einkum í stuttum ferðum til Íslands, í tengslum við Evrópuferðir.

Um 600 fyrirtæki í ferðabjónustu frá 30 löndum sýndu á Satte 2011. Þetta er í annað sinn sem íslensk fyrirtæki eru á meðal þátttakenda. Sendiráð Íslands í Nýju-Delí, svo og starfsfólk Icelandair þar ytra aðstoðuðu íslensku fyrirtækin við undirbúninginn og komu á fundum við helsu ferðaskrifstofur á sviðinu. Þátttakendur voru Iceland Travel, Icelandair og Iceland Excursions.

Íslensk fatahönnun á CPH Vision í Kaupmannahöfn í febrúar

Sex íslensk fyrirtæki sýndu undir hatti Íslandsstofu á fatahönnunarsýningunni CPH Vision 2011, samhliða Tískuvíkunni í Kaupmannahöfn í byrjun febrúar og einnig í ágúst. Þátttakendurnir frá Íslandi voru Sonja Bent, Kron by KronKron, Kalda, Skuggaverur, Krul Project, Luka Art & Design og Diza by Alprjón og fengu mjög góðar viðtökur. Jafnframt tóku íslensku fyrirtækin IGLO og Sunbird þátt í sýningunni CPH Kids, sem fyrst var hleypt af stokkunum á síðasta ári.

CPH Vision í Kaupmannahöfn hefur verið haldin árlega frá árinu 1998. Rúmlega 10.000 gestir sóttu sýninguna að þessu

sinni, um 50% Danir en aðrir frá Norðurlöndum, Bretlandi, Þýskalandi og víðar. CPH Kids var nú haldin öðru sinni og er hún greinilega vaxandi. Í ár voru sýnd 110 barnafatamerki og voru gestir um 3.200 talsins, þar af 31% alþjóðlegir. Kalda og Skuggaverur tóku einnig þátt í fatahönnunarsýningunni Capsule sem fram fór í París þar sem hausttískan fyrir árið 2012 var kynnt.

Íslensk hönnun á Stockholm Furniture Fair, 8.-12. febrúar

Fjórir íslenskir hönnuðir; Sýrsson, Lighthouse, Arkiteo og Furnibloom sýndu á sameiginlegum bási undir hatti Íslandsstofu á sýningunni Stockholm Furniture Fair sem fór fram í byrjun febrúar. Íslensku hönnuninni var afar vel tekið og gengu hönnuðirnir til samninga við erlenda söluaðila á meðan sýningunni stóð.

Stockholm Furniture Fair er ætluð fagfólki, framleiðendum, hönnuðum og kaupmönnum, en er jafnframt opin almenningsi á síðasta sýningardeg. Sýningin Íslensk samtímahönnun – Contemporary Design, sem var fyrst opnuð í Reykjavík árið 2009, var sett upp á sýningunni í Stokkhólmi, mjög glæsilegu og björtu svæði, en á henni eru verk ríflega 20 hönnuða.

Íslensk matvæli kynnt á Prod Expo í Moskvu 7.-11. febrúar

Fjögur íslensk fyrirtæki kynntu vörur sínar á matvæla-sýningunni Prod Expo sem fram fór í Moskvu í byrjun febrúar. Prod Expo er stærsta matvælasýning Rússlands og sækja hana að jafnaði um 50 þúsund manns á ári hverju. Á sýningunni í Moskvu kynntu fyrirtækin Ice-West og G. Ingason margs konar sjávarfang, s.s. niðursoðna þorskalifur og Sláturfélag Suðurlands og Kaupfélag Skagfirðinga stóðu fyrir kynningu á íslensku lambakjöti. Íslensku matvælin féllu í góðan jarðveg og var mikill erill á íslenska sýningarbásnum.

Seafood Processing America 20.-22. mars

Íslandsstofa skipulagði þátttöku nokkurra íslenskra fyrirtækja

á sjávarútvegssýningunni í Boston (IBSS) sem haldin var dagana 20.-22. mars 2011. Sýningin er sú mikilvægasta í Norður-Ameríku fyrir kynningu á sjávarfangi og vörum og þjónustu fyrir sjávarútveginn. Á sýningarsvæði Íslandsstofu kynntu eftirtaldir aðilar vörur sínar og þjónustu: Optimar, Eimskip, Íslandsbanki og Glacier, sem er dótturfyrirtæki bankans, auk Iceland Responsible Fisheries-verkefnisins. Önnur íslensk fyrirtæki sem tóku þátt í sýningunni voru meðal annarra Icelandic Group, Íslenska umboðssalan, Marel, Maritech og Promens.

Kynningarfundur á vegum verkefnisins Iceland Responsible Fisheries var haldinn á sýningunni undir yfirskriftinni „International approach – Local initiative“ þar sem ábyrgar veiðar Íslendinga og vottun þorsstofnsins var umfjöllunar-efnið. Fundurinn var vel sóttur og var sérstaklega mikill áhugi meðal fulltrúa annarra landa og ríkja í Bandaríkjunum á að kynna sér þá vottunarleið sem Íslendingar hafa haft frumkvæði að og Alaskamenn hafa síðan einnig farið. Vottunarferlið er unnið samkvæmt ströngustu alþjóðlega viðurkenndum kröfum, byggt er á leiðbeiningum FAO um umhverfismerkingar og vottun vegna veiða úr villtum stofnum.

Íslenskar bækur á London Book Fair 11.-13. apríl

London Book Fair er stærsta enska bókasýningin og haldin árlega í Earls Court sýningarhöllinni. Bókamessan er alþjóðleg og ein sú mikilvægasta á eftir bókamessunni í Frankfurt. Undanfarin ár hefur Íslandsstofa staðið fyrir myndarlegum þjóðarbás, þar sem íslenskir útgefendur hafa kannað möguleika á sölu og jafnframt kaupum á útgáfu- og þýðingarrétti bóka. Bókamessur af þessum toga gegna mikilvægu hlutverki við að viðhalda tengslum og efla þau í alþjóðlegum heimi bókaútgáfunnar samhliða því að kynna stefnur og strauma í greininni. Íslensku aðilarnir sem tóku þátt voru Crymogea, Bókmenntakynningarsjóður, Forlagið, Bjartur og Veröld, Sögur útgáfa, Lazy Town, Félag íslenskra bókaútgefenda, Sagenhaftes Island og Prentsmiðjan Oddi.

European Seafood Exposition og Seafood Processing Europe 3.-5. maí

Alls tóku 26 fyrirtæki þátt í sameiginlegum bás Íslands á sjávarútvegssýningunum í Brussel í maí 2011, sem var nú í fyrsta sinn undir merkjum Íslandsstofu. Fyrirtækin voru afar ánægð með árangurinn og greinilegt að viðskipti fara

vaxandi. Sjávarafurðasýningin European Seafood Exposition (ESE) og véla- og tækjasýningin Seafood Processing Europe (SPE) eru stærstu fagsýningar í sjávarútvegi og ávallt vel sóttar. Þetta eru fjölsóttustu sýningar sinnar tegundar í heiminum; rúmlega 700 fyrirtæki víðs vegar að úr heiminum tóku þátt í ESE og rúmlega 200 fyrirtæki kynntu framleiðsluvörur sínar á SPE.

Þetta var í 19. sinn sem þar var að finna sameiginlegan Íslandsbás. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í ár voru 3xTechnology, Dis, Maritech, Trackwell, Optimar, Hampiðjan, Skaginn, Borgarplast, Samskip, Egill, Valka, Eimskip, Wisefish, HB Grandi, Íslenska umboðssalan, Menja, Seafood Union, Triton, Félag atvinnurekenda, Iceland Pelagic, G. Ingason, Ice-West, Ögurvík, Íslandsbanki, Matís, Novofood, E. Olafsson, Toppfiskur og Íslenska úflutningsmiðstöðin.

Íslenskar vörur á Finished Product Expo 10.-12. maí

Íslandsstofa skipulagði þátttöku íslenskra fyrirtækja í heilsuvörusýningunni Finished Product Expo sem haldin var í Genf í maí. Sýningin er ætluð fyrirtækjum með unnar heilsuvörur og er haldin samhliða sýningunni Vitafoods, þar sem áherslan er lögð á heilsusamlegt hráefni.

Sýningarnar Finished Product Expo og Vitafoods eru meðal stærstu og mikilvægustu sýninga heims á sviði heilsufæðis. Yfir 500 sýnendur og um 8500 gestir heimsóttu sýninguna í fyrra.

Íslensku þátttökufyrirtækin á sýningunni voru Saga Medica, Katla (Pro Fit), Lýsi og Primex.

Tölvuleikjaráðstefnan Nordic Game í Malmö 10.-13. maí

CAOZ og Plain Vanilla hlutu þróunarstyrki á tölvuleikjaráðstefnunni Nordic Game Conference sem fram fór í Malmö í maí 2011. Þá voru fyrirtækin CCP, Gogogic og Fancy Pants Global tilnefnd til Nordic Game-verðlauna. Níu tölvuleikjafyrirtæki voru með á sameiginlegum bás IGI (Icelandic Gaming Industry) og Íslandsstofu. Var samdóma álit þeirra að ráðstefnan hafi heppnast mjög vel. Íslensku fyrirtækin vöktu verðskuldaða athygli á sýningunni, bæði vegna fjölda þeirra og fjölbreytni leikjanna sem þau framleiða. Þróunarstyrkirnir til CAOZ og Plain Vanilla endurspeglu trú norræna leikjainnaðarins á þessum geira á Íslandi þar sem

fjöldi smærri fyrirtækja og sprota starfar við hlið eldri og stærri aðila eins og CCP og Betware. Fancy Pants Global hlaut tvær tilnefningar fyrir leik sinn Maxímús Musicus, í flokki „Best children’s game“ og „Best handheld“. CCP var tilnefnt í flokki „Most artistic achievement“ fyrir EVE Online Character Creator og Gogogic hlaut tilnefningu í flokknum „Game of the year“ fyrir leik sinn Vikings of Thule.

Nordic Game er hvort tveggja í senn; sýning og ráðstefna, þar sem megináherslan er lögð á kynningu á fyrirtækjum innan tölvuleikjainnaðarins. Viðburðurinn laðar að sér fjárfesta, dreifingaraðila og fólk í faginu í leit að tækifærum hjá tölvuleikjafyrirtækjum. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í Nordic Game 2011 voru Betware, Cadia, CCP, Dexoris, Fancy Pants Global, Gogogic, Locatify, Mindgames og PlainVanilla.

Heimsmeistaramót íslenskra hestsins í St. Radegund, Austurríki 1.-7. ágúst

Fimm íslensk fyrirtæki kynntu vörur sínar og þjónustu í sameiginlegu sýningartjaldi á heimsmeistaramótinu sem haldið var í St. Radegund í ágústbyrjun 2011. Félag hrossabænda stóð ásamt Landssambandi hestamanna fyrir kynningu á Hinu íslenska hestatorgi. Hestheimar og Kálholt-hestaferðir buðu upp á hestatengda ferðamennsku, Matís kynnti DNA-greiningar á hestum og Landsmót hestamanna kynnti Landsmót 2012 í Reykjavík. Heimsmeistaramótið er einn stærsti vettvangur íslenskra hestsins um heim allan en alls hafa 19 þjóðir keppnisrétt á mótinu. Að þessu sinni sóttu um 5000 manns mótið.

Bird Fair í Englandi 19.-21. ágúst

Íslandsstofa skipulagði á dögunum þátttöku í sýningunni Bird Fair á Englandi í ágúst 2011 en þetta er stærsta fuglaskoðunarsýningin í Evrópu. Aðilar að sýningunni fyrir Íslands hönd voru fyrirtæki og þjónustuaðilar er starfa í ferðatengdri þjónustu við fuglaskoðara með það að markmiði að selja Ísland sem áfangastað til fuglaskoðunar. Bird Fair er árleg hátíð fuglaskoðara, þar sem yfir 20.000 manns koma víðsvegar að úr heiminum til að kynna þá nýjasta í greininni sem sýnendur hafa upp á að bjóða, en þeir voru um 300 talsins. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í sýningunni voru: Fuglaklasi Vestfjarða, Fuglar á Suðausturlandi, Fuglastígur á Norðausturlandi, Discover the World, Breiðafjarðarfléttan, Hvíti bærinn Hamri, Bandalag íslenskra farfugla.

Icelandic Fisheries Exhibition 22.-24. september

Íslenska sjávarútvegssýningin, eins og hún er oftast kölluð hér heima, er haldin þriðja hvert ár og nú síðast var hún haldin árið 2011. Þetta er í tíunda sinn sem hún er haldin og hefur hún rúmlega tvöfaldast að umfangi frá því hún byrjaði fyrst árið 1984. Sýningin nær til allra þátta í fiskveiðum í atvinnuskyni, allt frá veiðum og fiskileit til vinnslu og pökkunar, markaðsetningar og dreifingar á fullunnum afurðum. Íslandsstofa var með kynningarbás á sýningunni að venju og kynnti þar starfsemi sína á glæsilegum sýningarbási. Einnig var merki og vottun um ábyrgar fiskveiðar kynnt á básnum í máli og myndum.

Kaupstefna íslenskra fyrirtækja í Nuuk, Grænlandi 17.-18. október

Viðskiptafundur með íslenskum fyrirtækjum voru haldnir í menningarhúsinu í Nuuk 17. og 18. október 2011 til að efla viðskiptasambönd milli Grænlandinga og Íslendinga, styrkja tengsl og stofna til nýrra. Að þessu sinni tóku 16 íslensk fyrirtæki þátt en þau starfa í ýmsum geirum atvinnulífisins, s.s. ráðgjöf á sviði verkfræði og arkitektúrs, pökkun, prentvinnslu, fatnaði og á menntasviði. Viðskiptafundirnir tókust afar vel og voru vel sóttir af heimamönnum. Kom í ljós mikill áhugi hjá Grænlandingum á að efla tengsl sín við Íslendinga og íslensk fyrirtæki á öllum sviðum. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt að þessu sinni voru Ísafoldarprentsmiðja, HEXA, Náma, Stúdía ehf., Oddi prentsmiðja, Verkís, Íslensk-Ameríska, Hafnarfjarðarhöfn, Umbúðir og ráðgjöf, Skýrr, Faxaflóahafnir, Logos, Mannvit, Háskólinn í Reykjavík, Arkís og ÍAV.

China Fisheries and Seafood Expo 1.-3. nóvember

Íslandsstofa hélt utan um skipulag þátttöku íslenskra fyrirtækja á sjávarútvegssýningunni China Fisheries and Seafood Expo sem fór fram í borginni Qingdao í nóvember 2011. Sýningin hefur verið haldin árlega sl. 16 ár og er tala gesta orðin um 20.000. Sýnendur eru í kringum 800 og koma víða að úr heiminum. Sýningin er orðin næst stærsta sjávarútvegssýning í heimi á eftir European Seafood Exposition í Brussel. Sjávarútvegsiðnaðurinn í Kína hefur breyst mikið á undanförunum árum og má meðal annars nefna að véla- og tækjahluti sýningarinnar hefur stækkað gríðarlega mikið s.l. tvö til þrjú ár. Íslensku fyrirtækin voru ánægð með árangur og viðtökur á sýningunni en þau voru Marel, Triton, Icelandic, Naust Marine og Polardoor.

ÚTGÁFA OG VERÐLAUN



Íslandsstofa heldur uppi markvissu kynningarstarfi innanlands til þess að fræða viðskiptavinum um þá þjónustu sem stofan býður upp á og hvaða verkefni eru á döfni. Helstu kynningarleiðir eru vefsíða Íslandsstofu, www.islandsstofa.is, Fréttaskotin og Fréttablað Íslandsstofu. Þá gefur Íslandsstofa út veglegt tímarit á ensku sem ber heitið Iceland - Issues and Images.

VEFSÍÐA

Vefsíða Íslandsstofu er á þremur tungumálum auk íslensku – ensku, þýsku og spænsku. Öll uppbygging og vinna við vefsíðuna miðast að því að gera upplýsingar aðgengilegri, bæði fyrir starfsfólk og viðskiptavinum. Á henni er að finna viðburðagatal með upplýsingum um þá viðburði sem Íslandsstofa tekur þátt í eða býður upp á. Þá er áhugavert efni að utan, s.s. varðandi þjónustu, viðburði eða erlendar fyrirspurnir sem berast, aðgengilegt þeim sem heimsækja vefsíðuna. Vefsíðan verður endurnýjuð að efni og útliti í takt við aðrar vefsíður sem Íslandsstofa hefur umsjón með og er reiknað með að nýr vefur sjái dagsins ljós í apríl 2012.

ÚTGÁFA

Fréttaskot

Fréttaskot Íslandsstofu, sem sent er í tölvupósti til áskrifenda, kom út sjö sinnum á árinu. Þar eru birtar styttri fréttir af viðburðum og greint frá því sem er á döfni hverju sinni. Í Fréttablaði Íslandsstofu er að finna fréttir og greinar um málefni sem tengjast útrás íslenskra fyrirtækja og birt viðtöl við útflytjendur. Leitast er við að skýra frá þeim árangri sem fyrirtæki hafa náð í útflutningi á vörum og þjónustu, enda skipta slíkar reynslusögur miklu máli. Þjónusta Íslandsstofu er kynnt í blaðinu, varpað ljósi á fjölbreytta starfsemi hennar og greint frá þeim tækifærum sem fyrirtæki og einstaklingar geta nýtt sér. Í sparnaðarskyni kom blaðið aðeins út einu sinni á árinu og var gefið út í ríflega fimm þúsund eintökum og sent til fyrirtækja og einstaklinga í öllum greinum atvinnulífsins.

Issues and Images

Tímaritið Issues and Images er gefið út á ensku í samstarfi við Heim útgáfufélag. Á árinu var tölublaðum fækkað úr þremur í eitt, en blaðið gert veglegra og stærra. Í blaðinu eru menn og málefni í fyrirrúmi og fjallað um áhugavert fólk, verkefni og fyrirtæki, auk þess sem þar er að finna tölur og upplýsingar og svokallaða dagbók sem rekur helstu viðburði undangenginna mánaða.

Tímaritinu er dreift án endurgjalds til fjölmargra aðila erlendis og í gegnum ræðismannaskrifstofur Íslands en einnig til íslenskra fyrirtækja.

VERÐLAUN

Útflutningsverðlaun forseta Íslands

Útflutningsverðlaun forseta Íslands hafa verið veitt frá árinu 1989 í viðurkenningarskyni fyrir markvert framlag til eflingar útflutningsverslun og gjaldeyrisöflunar íslensku þjóðarinnar. Í úthlutunarnefnd verðlaunanna sitja fulltrúar frá embætti forseta Íslands, viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands, Landsnefnd alþjóðaverslunarráðsins, Alþýðusambandi Íslands og Íslandsstofu. Öll framkvæmd er í höndum Íslandsstofu í samstarfi við skrifstofu forseta Íslands. Verðlaunahafinn fær til varðveislu sérhannaðan verðlaunagrip og skjal, auk þess sem hann fær leyfi til að nota merki verðlaunanna á kynningarefni sitt í fimm ár frá afhendingu. Handhafi verðlaunanna árið 2011 var Ferðaþjónusta bænda fyrir þá forystu sem fyrirtækið hefur sýnt í þróun ferðaþjónustu í hinum dreifðu byggðum landsins, fyrir afburða árangur í sölu- og markaðsmálum og fyrir þá framsýni sem fyrirtækið hefur sýnt í að innleiða sjónarmið sjálfbærrar þróunar í starfsemi sinni. Ferðaþjónusta bænda er góður fulltrúi fyrir þann vaxandi fjölda fyrirtækja sem laða til landsins erlenda gesti, veita þeim afbragðs góða þjónustu og gera dvöl þeirra hér á landi að ógleymanlegri upplifun.

Verðlaunagripurinn var gerður af listakonunni Ingu Elínu og heitir listaverkið „GRÓSKA“. Hún segir að það sé „Samþætting jökla og gróskunnar úr íslenski jörð. Vöxtur aðdáunar heimsins á tærleika landsins“.

Úthlutunarnefndin ákvað á árinu í samráði við embætti forseta Íslands að festa í sessi veitingu sérstakra heiðursverðlauna til einstaklinga sem með starfi sínu og verkum hafa borið hróður Íslands víða um heim og stuðlað að jákvæðu umtali um land okkar og þjóð og þannig beint eða óbeint bætt ímynd okkar og orðspor erlendis. Var Kristinn Sigmundsson óperusöngvari fyrir valinu enda hefur varla nokkur íslenskur óperusöngvari náð jafn langt í sínu fagi og Kristinn Sigmundsson, sem er fastagestur í virtustu óperuhúsum heims og fær hvarvetna mikið lof fyrir flutning sinn. Listaverkið sem Kristinn fékk að gjöf er eftir Sigrúnu Einarsdóttur glerlistakonu, en á heiðursskjalinu segir einfaldlega: „Viðurkenning fyrir einstakt framlag til að auka hróður Íslands á erlendri grund“.

Nýsköpunarverðlaun

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

Nýsköpunarverðlaunin eru veitt á Nýsköpunarþingi. Þau falla fyrirtækjum í skaut er þótt hafa skara fram úr í þróun nýrrar vöru eða þjónustu sem byggð er á rannsóknarstarfi og vísindalegri og tæknilegri þekkingu og náð hafa sannfærandi árangri á markaði. Við val á verðlaunahafa er litið til þess hvort um sé að ræða nýtt sprotafyrirtæki, hvort það sé byggt á nýskapandi tækni og hugmynd og sé kröfuhart á þekkingu. Þá er lagt mat á virðisauka afurða og hvort fyrirtækið hafi náð árangri á markaði. Í ár var það fyrirtækið Mentor hf. sem hlaut verðlaunin og er fyrirtækið sextándi handhafi þessara virðulegu verðlauna.

Á árinu bættist Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins í hóp þeirra aðila sem standa að þinginu og verðlaununum.

ICELAND RESPONSIBLE FISHERIES

Markaðsstarf í sölu á sjávarafurðum um heim allan hefur í vaxandi mæli mótast af kröfum kaupenda um sjálfbæra nýtingu auðlinda hafsins. Íslendingar hafa mætt þessari kröfu með markaðsverkefninu Iceland Responsible Fisheries (IRF) þar sem lögð er áhersla á að kynna íslenskan uppruna sjávarafurða, ábyrga fiskveiðistjórnun og vottun þriðja aðila á veiðum Íslendinga á einstökum fiskistofnum.

SAMNINGAR VIÐ ÁBYRGAR FISKVEIÐAR SES

Íslandsstofa sinnir kynningarmálum á mörkuðum erlendis fyrir íslenskar sjávarafurðir undir merkjum Iceland Responsible Fisheries samkvæmt samningi við Ábyrgar fiskveiðar ses, sem tók yfir rekstur verkefnisins af Fiskifélagi Íslands. Þessum rekstri fylgja vörumerki til auðkenn- ingar íslensks uppruna sjávarafurða og auðkenni sem staðfestir vottun ábyrga fiskveiða. Fagráð sjávarútvegs hjá Íslandsstofu er bakhjarl verkefnisins í mótun áherslna í kyn- ningarmálum, en kostnaði við verkefnið er skipt þannig að Íslandsstofa greiðir launakostnað en Ábyrgar fiskveiðar ses greiða verkefnafé. Meginmarkmiðið í kynningarstarfinu er að treysta stöðu íslenskra sjávarafurða á erlendum mörkuðum, styrkja ímynd Íslands sem upprunaland sjávarafurða þ.e. að Ísland njóti trausts og virðingar fyrir að stunda ábyrgar fiskveiðar. Guðný Káradóttir er verkefnisstjóri IRF.

Kynningarstarfið beinist að fyrirtækjamarkaði (B2B) fremur en neytendum og fer fram með margvíslegum hætti; á sjávarútvegssýningum, kynningarfundum, útgáfu kynningarefnis og á vefnum www.ResponsibleFisheries.is Einnig er stutt við markaðs- og kynningarstarf fyrirtækja sem eru aðilar að verkefninu með ýmsum hætti.

SJÁVARÚTVEGSSÝNINGAR OG FUNDIR

IRF tók þátt í fjórum sýningum með sýningarbás; í Boston, Brussel, í Kópavogi og í Vigo á Spáni. Samhliða

öllum þessum sýningum voru haldnir fjölmennir kynningarfundir, þar sem kaupendum og ýmsum öðrum hagsmunaaðilum úr sjávarútvegi var boðið sem og fjölmiðlafólki. Þá tók IRF þátt í kynningarfundum í sendiráðinu í London í febrúar, sem haldinn var fyrir innkaupaaðila í verslanakeðjum í Bretlandi og fleiri kaupendum og aðila sem stunda vinnslu á íslenskum sjávarafurðum og selja áfram. Gildi vottunar í markaðs- starfi var til umfjöllunar á flestum þessara funda, en kröfur kaupenda um sjálfbærar veiðar eru mjög ríkar. Verslanakeðjur hafa margar hverjar sett sér þá stefnu að kaupa eingöngu fisk sem vottað hefur verið af þriðja aðila að ekki sé úr ofveiddum stofnum. Á fundi sem IRF hélt í Brussel vitnaði Quentin Clark, sem er yfirmaður vistvænna innkaupa hjá bresku verslanakeðjunni Waitrose um að sú leið sem Íslendingar hafa farið í að staðfesta ábyrgar fiskveiðar uppfylli strangar kröfur fyrirtækisins og þeir hafi ákveðið að fara í kynningarherferð á breska markaðinum í kjölfar vottunar á þorskveiðum Íslendinga. Þessi kynning skilaði umtalsverðri aukningu í sölu. Á Conxemar sýningunni í Vigo átti IRF samstarf við félag saltfiskframleiðenda innan Samtaka fiskvinnslunnar. Gefið var út kynningarefni um framleiðslu á saltfiski og sérstöðu Íslendinga í meðhöndlun og vinnslu á saltfiski og haldinn kynningarfundur fyrir kaupendum á saltfiski.

Vottun samkvæmt IRF byggir á alþjóðaviðmiðunum FAO, Matvæla- og landbúnaðarstofnunar Sameinuðu þjóðanna og hafa Íslendingar unnið ákveðið frumkvöðlastarf að því leyti að fara þessa leið í vottun. Fleiri svæði hafa fylgt í kjölfarið og hefur Alaska t.d. vottað fjóra fiskistofna samkvæmt sömu viðmiðunum. Ákveðið hefur verið að hafa samráð við Alaska við kynningu á vottuninni sem kemur til framkvæmda árið 2012. Randy Rice, sem leiðir vottunarmál Alaskamanna, hélt fyrirlestur fyrir íslenska framleiðendur í maí. Þar miðlaði hann af reynslu þeirra og kynnti stefnu í vottunar- og kynningarmálum.

VEFSÍÐA

Vefsíða verkefnisins, www.ResponsibleFisheries.is, var endurgerð á árinu 2011 og er hún með ítarlegum upplýsingum á ensku og íslensku. Unnið er að því að þýða hana á þýsku og spænsku, en nú þegar eru ákveðnar upplýsingar fyrir hendi á vefsíðunni á fleiri tungumálum í pdf skjölum. Á vefnum er hægt að afla upplýsinga um fyrirtæki sem eru aðilar að verkefninu, en um 100 fyrirtæki, íslensk og erlend, nýta upprunamerkið í markaðsstarfi sínu. Einnig er hægt að finna allar þær vinnslustöðvar eða markaðsfyrirtæki sem hafa hlotið vottun á rekjanleika fyrir þorsk en veiðar á þorski voru vottaðar ábyrgar í lok árs 2010. Kynningarbæklingar hafa verið prentaðir en þeir eru einnig aðgengilegir á vefnum á pdf formi.

AÐSTOÐ OG KYNNINGAR

Fyrirtækjum, sem eru aðilar að IRF verkefninu, er boðið upp á aðstoð við kynningar og voru haldnir fundir með einstökum kaupendum sem komu til Íslands til að kynna sér af eigin raun vinnsluáferðir og annað er lýtur að fiskveiðistjórnun, eftirliti og svo vottuninni sjálfri.

KVIKMYNDAÐ EFNI

Unnið er að gerð á kvikmynduðu efni í stuttum myndskaiðum um íslenskan uppruna sjávarfangs, ábyrgar fiskveiðar og vottun, sem ætlað er að nýtist í kynningarstarfinu, jafnt á vefnum, sýningum og á kynningarfundum. Til verkefnisins fékkst styrkur úr AVS sjóðnum á árinu 2011. Lokið var við fyrsta myndskaiðið á árinu.



REKSTRARREIKNINGUR ÁRSINS 2011

| | 2011 | 2010 (1/7 - 31/12) |
|--|----------------------|-----------------------|
| Rekstrartekjur | | |
| Markaðsgjald | 397.500.568 | 178.811.058 |
| Ríkisframlög | 218.300.000 | 8.650.000 |
| Önnur framlög | 33.099.246 | 4.299.600 |
| Endurgreiddur kostnaður og seld þjónusta | 155.504.842 | 66.603.101 |
| | <u>804.404.656</u> | <u>258.363.759</u> |
| Rekstrargjöld | | |
| Kynningar- og markaðsstarf | (452.424.271) | (154.874.415) |
| Laun og launatengd gjöld | (257.680.555) | (92.481.008) |
| Skrifstofu- og stjórnunarkostnaður | (91.269.736) | (46.415.929) |
| Afskriftir fastafjármuna | (5.928.369) | (2.257.573) |
| | <u>(807.302.931)</u> | <u>(296.028.925)</u> |
| Rekstrartap | <u>(2.898.275)</u> | <u>(37.665.166)</u> |
| Fjármunatekjur | | |
| Fjármunatekjur | 3.965.946 | 2.113.609 |
| Fjármagnsgjöld | (670.675) | (505.512) |
| | <u>396.996</u> | <u>(36.057.069)</u> |
| Hagnaður (tap) ársins | <u>396.996</u> | <u>(36.057.069)</u> |

EFNAHAGSREIKNINGUR 31. DESEMBER 2011

| Eignir | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|
| Fastafjármunir | | |
| Innréttingar og áhöld | 16.069.990 | 21.998.359 |
| | <u>16.069.990</u> | <u>21.998.359</u> |
| Veltufjármunir | | |
| Markaðsgjald | 71.487.765 | 47.592.219 |
| Viðskiptakröfur | 51.980.612 | 24.764.232 |
| Aðrar skammtímakröfur | 7.539.982 | 3.380.025 |
| Fyrirfram greitt vegna verkefna | 5.981.265 | 9.689.951 |
| Handbært fé | 85.517.560 | 101.802.517 |
| | <u>222.507.184</u> | <u>187.228.944</u> |
| Eignir | <u>238.577.174</u> | <u>209.227.303</u> |
| Eigið fé og skuldir | | |
| Eigið fé | | |
| Óráðstafað eigið fé | 156.199.166 | 154.061.805 |
| Eigið fé | <u>156.199.166</u> | <u>154.061.805</u> |
| Skammtímaskuldir | | |
| Viðskiptaskuldir | 31.154.887 | 15.369.726 |
| Aðrar skammtímaskuldir | 51.223.121 | 39.795.772 |
| | <u>82.378.008</u> | <u>55.165.498</u> |
| Skuldir | <u>82.378.008</u> | <u>55.165.498</u> |
| Eigið fé og skuldir | <u>238.577.174</u> | <u>209.227.303</u> |

UPPGJÖR INSPIRED BY ICELAND

Markaðsáttak í ferðaþjónustu 1. maí 2010 til 31. desember 2011

Yfirlit yfir tekjur og gjöld

| Tekjur | Rauntölur | Áætlun |
|--|--------------------|--------------------|
| Framlög | | |
| Frá ríkissjóði | 350.000.000 | 350.000.000 |
| Frá stofnunum | 130.000.000 | 130.000.000 |
| Frá fyrirtækjum | 175.497.700 | 175.000.000 |
| Frá samtökum..... | 44.089.800 | 45.000.000 |
| Framlög alls | 699.587.500 | 700.000.000 |
| Fjármagnstekjur | 1.617.515 | |
| Tekjur alls | 701.205.015 | 700.000.000 |
| Gjöld | | |
| Framleiðslukostnaður..... | 126.341.461 | 114.500.000 |
| Birtingar erlendis og innanlands | 491.120.604 | 479.500.000 |
| Blaðamenn / FAM ferðir | 63.096.067 | 50.000.000 |
| Kynningar innan- og utanlands..... | 13.415.601 | 20.000.000 |
| Árangursmælingar..... | 7.008.389 | 6.000.000 |
| Annað og ófyrirséð | 2.060 | 30.000.000 |
| Gjöld alls | 700.984.182 | 700.000.000 |
| Tekjuafgangur | 220.833 | 0 |



ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND

Borgartún 35
105 Reykjavík
Sími 511 4000
islandsstofa@islandsstofa.is
www.islandsstofa.is