



ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND



Ársskýrsla 2017

INNGANGUR

Þessi skýrsla er yfirlit yfir þau verkefni sem unnin voru á árinu 2017 á vegum Íslandsstofu og gefur hún góða sýn yfir það víðfeðma starf sem unnið er á okkar vegum. Skýrslunni er skipt í kafla eftir sviðum í samræmi við skipurit stofunnar.

EFNISYFIRLIT

Íslandsstofa.....	4	Iðnaður og þjónusta.....	32
Ímynd í takt við raunveruleikann	9	Ráðgjöf og fræðsla	36
Ferðaþjónusta og skapandi greinar	10	Hvers virði er ímynd Íslands fyrir sjávarútveg og landbúnað?.....	41
Fjárfestingalandið Ísland	23	Matvæli, sjávarútvegur og landbúnaður	42
Erlendar Fjárfestingar	24	Sýningar og sendinefndir	52
Með hugvit og samvinnu að vopni.....	31		



ÍSLANDSSTOFA

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

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

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

Starfsemi

Þjónusta Íslandsstofu byggir á þremur meginþáttum:

Almennu kynningarstarfi sem beinist að því að efla orðspor og ímynd Íslands erlendis, skapa áhuga á landinu sem áfangastað og auka eftirspurn eftir því sem íslenskt er.

Fræðslu og stuðningi við samtök, fyrirtæki og einstaklinga sem miðar að því að efla færni þeirra og árangur í alþjóðaviðskiptum.

Að kynna tækifæri og laða að erlenda fjárfesta til beinnar fjárfestingar í atvinnustarfsemi og nýsköpun, í samræmi við stefnu stjórnvalda.

Framtíðarsýn og leiðarljós

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

Stjórn

Stjórn Íslandsstofu er skipuð samkvæmt lögum og skipa hana sjö einstaklingar, valdir til þriggja ára í senn. Utanríkisráðherra skipar fjóra stjórnarmenn eftir tilnefningu Samtaka atvinnulífsins, einn eftir tilnefningu iðnaðarráðherra, einn eftir tilnefningu mennta- og menningarmálaráðherra og einn án tilnefningar.



Utanríkisráðherra skipar formann stjórnar að höfðu samráði við aðra tilnefningaraðila.

Formaður stjórnar Íslandsstofu er Sigsteinn Páll Grétarsson, framkvæmdastjóri Arctic Green Energy Corporation (SA) og varaformaður er Hrnannar Pétursson, ráðgjafi (UTR).

Aðrir í stjórn eru:

Anna Guðmundsdóttir, fjármálastjóri Gjögur hf. (SA)

Baldvin Jónsson, ráðgjafi (MMR)

Birkir Hólm Guðnason, ráðgjafi (SA)

Inga Birna Ragnarsdóttir, framkvæmdastjóri Kosmos & Kaos (ANR)

Vilborg Einarsdóttir, stofnandi Mentor (SA)

Áheyrnarfulltrúi utanríkisráðuneytisins er Júlíus Hafstein.

Fagráð

Samkvæmt lögum um Íslandsstofu skal stjórn hennar sjá til þess að starfrækt séu fagráð um áherslur í markaðs- og kynningarmálum erlendis á sviði ferðapjónustu, matvælagreina, umhverfismála, menningarmála og fjárfestinga erlendra aðila á Íslandi, í samráði við viðkomandi ráðuneyti. Stjórnin skipar fulltrúa í fagráðin úr mismunandi greinum atvinnulífsins með það að markmiði að stuðla að því að Íslandsstofa verði öflugur samstarfsvettvangur atvinnulífs og stjórnvalda. Fagráðin eru stjórn Íslandsstofu til ráðgjafar við að móta stefnu og áherslur. Eftir atvikum getur stjórnin með sama hætti skipað fagráð á fleiri sviðum. Nú eru eftirfarandi fagráð starfandi: fagráð ferðapjónustu, fagráð fjárfestinga, fagráð iðnaðar og þjónustu, fagráð lista og skapandi greina, fagráð matvæla, fagráð sjávarútvegs.

Skipulag

Hjá Íslandsstofu starfa um 35 starfsmenn. Starfseminni er skipt í fjögur atvinnugreinasvið (markaðssvið) og tvö stoðsvið auk innri þjónustu. Markaðssviðin eru:

Ferðapjónusta og skapandi greinar;

Erlendar fjárfestingar;

Iðnaður og þjónusta;

Matvæli – sjávarútvegur og landbúnaður.

Útflutningsverðlaun forseta Íslands

Útflutningsverðlaun forseta Íslands hafa verið veitt síðan árið 1989 í þeim tilgangi að vekja athygli á þjóðhagslegu mikilvægi gjalddeyrisöflunar og alþjóðlegra viðskipta og heiðra þá sem hafa náð sérstaklega góðum árangri í sölu og markaðssetningu á íslenskum vörum og þjónustu erlendis. Verðlaunin skulu veitt fyrirtækjum eða einstaklingum, íslenskum eða erlendum, fyrir árangursríkt starf að útflutningi á íslenskum vörum eða þjónustu á erlendum markaði. Skaginn 3X hlaut Útflutningsverðlaun forseta Íslands árið 2017. Skaginn hf. fær verðlaunin fyrir að hafa náð afar athyglisverðum árangri í að þróa, framleiða og selja tækjabúnað fyrir matvælaíðnað, einkum fiskvinnslu. Fyrirtækið er í fremstu röð íslenskra fyrirtækja sem hafa náð að brjóta sér leið inn á alþjóðlegan matvælamarkað með framleiðsluvörur sem í upphafi eru þróaðar í nánú samstarfi við íslensk framleiðslufyrirtæki.

Sérstaða Skagans hf. er fólgin í byltingarkenndum tækninýjungum hvað varðar íslausa kælingu á matvælum, sjálfvirkni og lausnum við þökkun og flutning á afurðunum

Frú Vigdís Finnbogadóttir, fyrrverandi forseti, fékk sérstaka heiðursviðurkenningu við sama tilefni. Viðurkenningin er veitt einstaklingi sem þykir með starfi sínu hafa borið hróður Íslands víða um heim og þannig stuðlað að jákvæðu umtali um land okkar og þjóð. Meðal fyrri verðlaunahafa má nefna Helga Tómasson listrænan stjórnanda San Francisco-ballettinn, Arnald Indriðason rithöfund, Kristín Sigmundsson óperusöngvara, Björk, Magnús Scheving og ljósmyndarann RAX.

Nýsköpunarverðlaun Íslands 2017

Nýsköpunarverðlaun Íslands eru veitt árlega á Nýsköpunarþingi, en að því standa Rannís, Íslandsstofa, Nýsköpunarmiðstöð Íslands og Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins. Verðlaunin voru fyrst veitt árið 1994. Tilgangur verðlaunanna er að vekja athygli á þeim mikilvægu tengslum sem eru á milli aukinnar verðmætasköpunar í atvinnulífinu og rannsókna og þekkingaröflunar. Verðlaunin eru veitt fyrirtæki sem þykir hafa skarað fram úr í þróun nýrrar vöru eða þjónustu sem byggð er á rannsóknarstarfi og vísindalegri og tæknilegri þekkingu og náð hefur sannfærandi árangri í markaðs- og sölustarfi. Nýsköpunarþingið í ár var haldið 30. mars og hlaut Skaginn 3X Stál Nýsköpunarverðlaunin að þessu sinni. Veitti Ingólfur Árnason framkvæmdastjóri fyrirtækisins verðlauninum viðtöku úr hendi Þórdísar Kolbrúnar R. Gylfadóttur ráðherra ferðamála, iðnaðar og nýsköpunar.



Fyrirtækið Skaginn hf. hlaut Nýsköpunarverðlaun Íslands 2017 sem afhent voru á Nýsköpunarþingi. Þórdís Kolbrún R. Gylfadóttir, ferðamála-, iðnaðar- og nýsköpunarráðherra sést hér afhenda Ingólfi Árnasyni, framkvæmdastjóri Skagans verðlaunin.



Frá afhendingu Útflutningsverðlauna forseta Íslands 2017. Forseti Íslands, Guðni Th. Jóhannsson, Eliza Reid, forsetafrú, frá Vigdís Finnbogadóttir og Ingólfur Árnason, framkvæmdastjóri Skagans



Stjórn Íslandsstofu 2017. Frá vinstri neðri röð: Jón Ásbergsson, Anna Guðmundsdóttir, Sigsteinn Páll Grétarsson og Vilborg Einarsdóttir. Efri röð frá vinstri: Inga Birna Ragnarsdóttir Birkir Hólm Guðnason, Baldvin Jónsson, Hrannar Pétursson og Júlíus Hafstein.



Ímynd í takt við raunveruleikann

Inga Hlín Pálsdóttir, forstöðumaður, ferðaþjónusta og skapandi greinar

Ímynd Íslands er fjölþætt og á sér margar stoðir. Listafólk á borð við Sigur Rós, Björk, Ragnar Kjartansson, Arnald Indriðason, Yrsu Sigurðardóttir, og fleiri, hafa haft mikil áhrif á ímynd landsins. Verk þeirra hafa vakið forvitni um uppruna sköpunarkraftsins um allan heim. Íslenskir hönnuðir fá innblástur af Íslandi og nýta sér í hönnun sem fer um allan heim.

Íslenskar og erlendar kvikmyndir og sjónvarpsþættir hafa varpað ljósi á land og þjóð og vakið áhuga rétt eins og hjá þeim fjölmörgu gestum sem hingað koma og segja sínar sögur og deila í gegnum samfélagsmiðla. Þá má ekki gleyma þætti íþrótta- og afreksfólksins sem hefur vakið aðdáun og forvitni umheimsins á landi og þjóð. Það eru margar sögur frá Íslandi sem veita innblástur og hafa á áhrif á fjölbreytta og jákvæða ímynd landsins á erlendum vettvangi.

Jákvæð ímynd er mikill styrkur fyrir Ísland. Það er nauðsynlegt að sú ímynd sé í samræmi við raunveruleikann. Það er ekki okkar hagur að hún sé einsleit, eða kynnt sem glansmynd sem stenst ekki væntingar. Hjá Íslandsstofu höfum við lagt áherslu á að gefa fjölbreytta sýn á landið á ábyrgan hátt. Áherslupættir í skilaboðum og sögum hafa verið ævintýri, hreinleiki, sjálfbærni, sköpunarkraftur, dulúð og menning. Við höfum lagt áherslu á að hljómfall skilaboðanna sé að við séum sjálfum okkur trú, glaðleg, full af orku, gestrisin, komum á óvart og séum ábyrg.

Það er mikilvægt að huga að þeim markmiðum sem sett hafa verið til þess að skapa hér sjálfbærnan og öruggan

áfangastað til framtíðar. Markmiðin snúa að því að draga úr árstíðasveiflu landshlutanna, auka gjaldeyrstekjur, viðhalda viðhorfi og vitund um Ísland sem heilsársáfangastað, viðhalda ánægju ferðamanna, hvetja til ábyrgrar ferðahegðunnar og huga að viðhorfi Íslendinga til ferðaþjónustunnar svo bæði atvinnugreinin og áfangastaðurinn þróist í sátt og samlyndi Íslendinga og þeirra ferðamanna sem sækja okkur heim.

Náttúra landsins, afþreying, saga, menning, hátíðir og listir eru allt þættir sem hafa áhrif á ímynd landsins og hafa aðdráttarafli hver fyrir sig. Á árinu 2017 gaf Íslandsstofa út markhópagreiningu fyrir áfangastaðinn á sjö markaðssvæðum í samstarfi við Háskólann á Akureyri og Háskólann á Bifröst. Í þessum löndum eru þrír markhópar taldir vera ákjósanlegastir. Allir eiga þeir það sameiginlegt að innihalda fólk með hærri tekjur sem ferðast oft, leitar eftir nýjum upplifunum og áfangastöðum, vill mynda tengsl við menningu og heimaþólki og ber virðingu fyrir umhverfinu. Þeir vilja einnig fá einstakar upplifanir og vinalegt viðmót. Þetta hefur íslensk ferðaþjónusta getað staðið við hingað til og skapandi greinar taka svo sannarlega þátt í því líka.

Það er okkar von að ímynd Íslands erlendis verði áfram fjölbreytt og eftirsóknarverð, og í takti við raunveruleikann. Við hlökkum til að starfa áfram með ferðaþjónustunni og listum og skapandi greinum að því að byggja hana upp til framtíðar.

FERÐAÞJÓNUSTA OG SKAPANDI GREINAR

Sviðið stuðlar að samræmdu kynningar- og markaðsstarfi erlendis fyrir íslenska ferðaþjónustu og skapandi greinar.

Starfsemi sviðs ferðaþjónustu og skapandi greina má skipta í tvennt: Annars vegar að kynna Ísland sem ákjósanlegan áfangastað með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi í þágu íslenskrar ferðaþjónustu og hins vegar að kynna Ísland sem upprunaland skapandi greina og styðja við kynningu á íslenskri menningu erlendis. Markaðs- og kynningarstarfi fyrir ferðaþjónustuna er sinnt samkvæmt samningi við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið frá 2011 og gildir út árið 2018. Íslandsstofa annast einnig markaðsverkefnið Ísland - allt árið samkvæmt samningi við sama ráðuneyti. Þá sinnir Íslandsstofa framkvæmd Iceland Naturally, sem er markaðsverkefni fyrir Norður-Ameríku, í samstarfi við utanríkisþjónustuna í New York. Íslandsstofa er aðili að verkefninu Ráðstefnuborgin Reykjavík og á áheyrnarfulltrúa í stjórn þess. Fulltrúi Íslandsstofu situr einnig í stjórn NATA (North Atlantic Tourism Association) sem er samstarfsvettvangur um ferðaþjónustu milli Íslands, Færeyja og Grænlands. Þá situr fulltrúi Íslandsstofu fyrir hönd Íslands í verkefni um mörkun Norðurlandanna á vegum Norrænu ráðherranefndarinnar. Fulltrúi Íslandsstofu situr einnig í markaðsráði European Tourism Council. Samstarf við Norðurlöndin fer einnig vaxandi en umræður um frekara samstarf á sviði markaðsmála og markaðsrannsókna fóru fram á árinu í samtali ferðamálaráða Norðurlandanna, ráðuneyta og Norrænu ráðherranefndarinnar.

Starfsemi sviðsins

Sviðið er samstarfsvettvangur fyrir íslenska ferðaþjónustu og stuðlar að samræmdu kynningar- og markaðsstarfi erlendis. Starfið miðar að því að ferðaþjónustan verði arðsöm og sjálfbær atvinnugrein til framtíðar sem skilar þjóðarbúinu traustum gjaldeyristekjum sem efla hagvöxt, atvinnusköpun, byggðapróun og þar með hagsæld og lífsgæði á Íslandi. Unnið er náið með ráðuneytum, fjölda fyrirtækja og markaðsstofum landshlutanna.

Í tengslum við skapandi greinar er sviðið samstarfsvettvangur um kynningu á Íslandi sem upprunalandi skapandi greina og styðja við kynningu á íslenskri menningu erlendis. Unnið er náið með hlutaðeigandi ráðuneytum og miðstöðvum skapandi greina.

Innan sviðsins starfa tengiliðir við eftirfarandi markaði: Norður-Ameríku, Mið- og Suður-Evrópu, Bretland, Norðurlönd og fjarmarkaði. Einnig eru tengiliðir við stærstu markaðsverkefni og við listir og skapandi greinar. Starfsmenn sviðsins eru: Inga Hlín Pálsdóttir (forstöðumaður), Daði Guðjónsson, Guðrún Birna Jörgensen (hætti störfum á miðju ári), Gunnar Sigurðarson, Hera Brá Gunnarsdóttir (fæðingarorlof), Karen Möller Sívertsen, Kristjana Rós Guðjohnsen, Margrét Helga Jóhannsdóttir, María Björk Gunnarsdóttir (hóf störf í desember), Ragnheiður Sýlvía Kjartansdóttir (hætti störfum á miðju ári), Sigríður Dögg

Guðmundsdóttir, Sigríður Ragnarsdóttir, Sveinn Waage (hóf störf í janúar), og Oddný Arnarsdóttir (hóf störf í sept). Starfsnemi fyrstu fjóra mánuði ársins var Nína Guðrún Geirsdóttir og frá júní til desember Ingvar Þór Björnsson. Íslandsstofa er einnig með samning við Samtök um söguferðaþjónustu um samstarf og starfar Katarzyna Maria Dygul fyrir þau á sviðinu.

Grunnstoðir markaðssetningar

Allt markaðsstarf er unnið undir merkjum Inspired by Iceland. Starfið tekur mið af grunnstoðum markaðssetningar sem skilgreindar hafa verið í samstarfi við hagsmunaaðila greinarinnar. Þær má nálgast á vef Íslandsstofu. Í þeim má finna upplýsingar um markhópa, leiðarljós, skilaboð, hljómfall og annað sem nýtist þeim sem starfa að kynningu og markaðssetningu á áfangastaðnum erlendis.

Meginmarkmið og mælikvarðar íslenskrar ferðaþjónustu í markaðssetningu eru skilgreindir í samstarfi við hagaðila og í samræmi við Vegvísi í ferðaþjónustu sem unninn er af Stjórnstöð ferðamála:

- Draga úr árstíðarsveiflu hvers landshluta og fjölga ferðamönnum til landsins með mismunandi áherslum eftir árstíðum
- Auka meðalneyslu ferðamanna á Íslandi á hvern dag og auka gjaldeyristekjur íslenskrar ferðaþjónustu
- Bæta viðhorf og vitund gagnvart Íslandi sem heilsársáfangastað
- Viðhalda ánægju ferðamanna og hvetja til ábyrgar ferðahegðunar
- Bæta viðhorf Íslendinga til ferðaþjónustu

Árangur af markaðsstarfi er mældur með því að mæla ánægju gagnvart samstarfi og þjónustu, breytingum á viðhorfi og vitund markhópa eftir að hafa séð kynningarefni, viðbrögðum markhópa við markaðsefni, fjölda umfjallana í erlendum miðlum og auglýsingavirði þeirra, fjölda birtinga (e. Impressions) og dekkun (e. Reach) markaðsefnis, vöktun á samfélagsmiðlum (e. Engagement), heimsóknum á vefsíður og áhorfi á kynningarmyndbönd.

Markaðssvæði

Íslandsstofa vann samþætta markaðsgreiningu til að meta markaðssvæði fyrir íslenska ferðaþjónustu. Metin voru 32 markaðssvæði í Ameríku, Evrópu, Asíu og Ástralíu. Fjöldinn takmarkaðist aðallega af aðgengi að gögnum fyrir markaðssvæði. Gögn og gagnasett sem Íslandsstofa hefur aðgang að eru m.a. Euromonitor, Forwardkeys, Global Data, Google Destination Index, skýrslur UNTWO og ETC.

Árið 2017 voru lykilmarkaðssvæðin Þýskaland, Kanada, Frakkland, Norðurlöndin, Sviss, Bretland og Bandaríkin. Önnur markaðssvæði eru Spánn, Ítalía, Belgía, Austurríki, Holland, Kína, Japan, Eystrasaltlöndin og Ísrael, en þar er fyrst og fremst unnið í viðskiptatengslum við fyrirtæki á þeim mörkuðum.










Markhópar ferðapjónustunnar

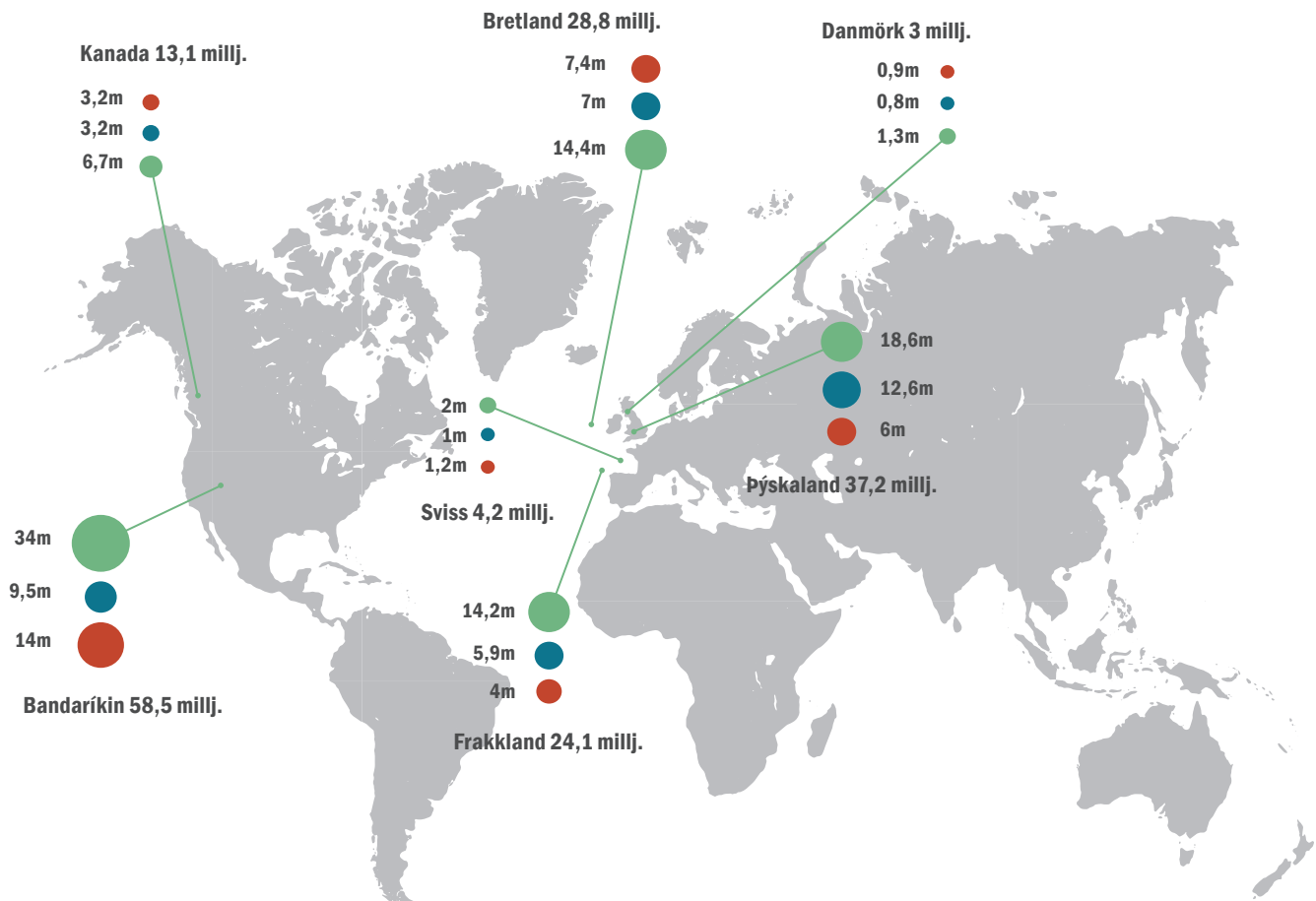
Í október 2017 kynnti Íslandsstofa nýja markhópa fyrir íslenska ferðapjónustu í samvinnu við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Háskólann á Bifröst, Háskólann á Akureyri, Rannsóknamiðstöð ferðamála og Stjórnstöð ferðamála. Markhópagreining fyrir íslenska ferðapjónustu er liður í því að auka þekkingu á ferðapjónustu og byggja traustari grunn undir atvinnugreinina hér á landi. Tilgangur og meginmarkmið verkefnisins er að þróa betri tól og tæki til að stunda hnitmiðaða og skilvirka markaðssetningu íslenskra áfangastaða á erlendum mörkuðum.

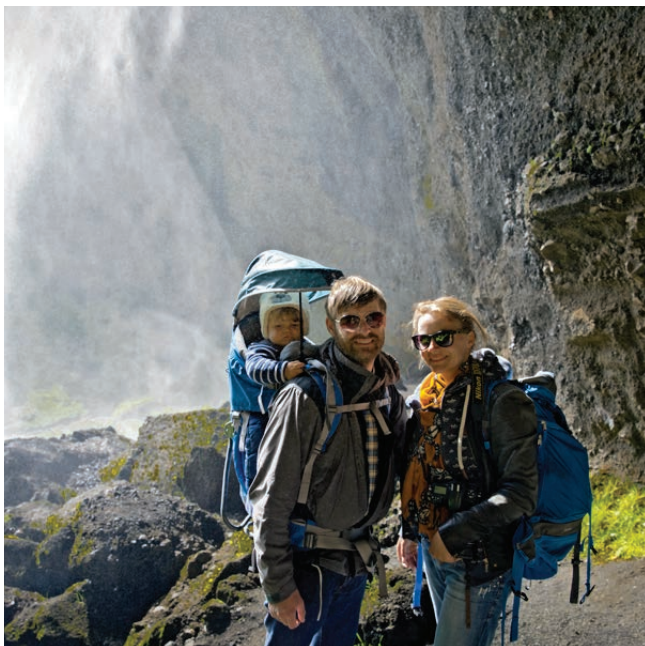
Rannsókn var gerð á 14.000 ferðamönnum á sjö markaðssvæðum (Bandaríkin, Kanada, Bretland, Frakkland, Þýskaland, Sviss og Danmörk) þar sem þeir voru aðgreindir í hópa út frá lífsháttum, persónugerð, neyslu, ferðagildum og hvernig þeir mæta þörfum og markmiðum íslenskrar ferðapjónustu. Þeir markhópar sem þykja hvað mest ákjósanlegir fyrir íslenska ferðapjónustu eru:

Ferðamenn í öllum hópunum eiga það sameiginlegt að vera með tekjur yfir meðallagi, fara oft í ferðalög, leita stöðugt eftir nýjum upplifunum og áfangastöðum, vilja tengjast menningu og heimafólki og bera virðingu fyrir umhverfinu sem þeir fara um. Hægt er að sækja ítarlegri upplýsingar um markhópana á vefsíðu Íslandsstofu.

	Lífsglaði heimsborgarinn	Sjálfstæði landkönnuðurinn	Makindalegi menningarvitinn
	51%	14%	21%
	35%	17%	17%
	35%	17%	18%
	36%	15%	10%
	31%	21%	10%
	30%	14%	18%
	35%	21%	23%

Áætlaður fjöldi og hlutdeild ferðamanna sem tilheyra hverjum markhóp á hverju markaðssvæði





Lífsglaði heimsborgarinn (The Fun-loving Globetrotter)

Úthverfur, skapandi og opinn fyrir nýjungum og félagsskap. Forvitinn að eðlisfari og vill ögra sjálfum sér með því að upplifa framandi náttúru og menningu, en þó án þess að setja sig í óþarfa hættu.



Sjálfstæði Landkönnuðurinn (The Independent Explorer)

Vill ekki hefðbundið frí eða vera heftur í of skipulagðri dagskrá heldur það sem er framandi og nýtt. Kís að ferðast í fámennum hópi þar sem ekta íslensk upplifun skiptir miklu máli.



Makindalegi menningarvitinn (The Cultural Comfort Seeker)

Ævintýragjarn innan skynsamlegra marka. Ferðast í „núinu“ og sækist eftir að upplifa staðarandann og menninguna frá fyrstu hendi. Kís þægindi og þjónustu.

Markaðsrannsóknir

Íslandsstofa framkvæmir reglulega viðhorfs- og vitundarkannanir meðal neytenda á erlendum mörkuðum gagnvart Íslandi sem áfangastað. Í janúar 2017 var framkvæmd könnun í Bretlandi, Þýskalandi, Frakklandi og Danmörku. Helstu niðurstöður þeirrar könnunar eru þær að 70% aðspurðra voru jákvæðir í garð Íslandsheimsóknar, sem er 27,3% aukning frá því í sambærilegri könnun árið 2014. Helmingur þeirra sem svöruðu voru jákvæðir gagnvart ferðalagi til Íslands utan sumartíma, sem er 44% aukning frá 2014. 54% voru jákvæðir gagnvart íslenskum vörum en til samanburðar þá voru 31% jákvæðir árið 2011. Athygli vekur að þrátt fyrir styrkingu krónunnar mælist engin breyting á viðhorfi til verðlags á Íslandi á meðal erlendra neytenda.

Árlegar kannanir eru framkvæmdar í N-Ameríku, til skiptis í Bandaríkjunum og Kanada. Í apríl 2017 var framkvæmd neytendakönnun í Kanada, en helstu niðurstöður sýndu að áhugi gagnvart ferðalagi til Íslands jókst frá 36% í 43% á tveimur árum. Færri tengja Ísland við snjó og kulda en mun fleiri nefna náttúru eða 45% svarenda.

Viðhorfskönnun meðal erlendra söluaðila

Í júní var framkvæmd könnun meðal erlendra söluaðila ferða til Íslands. Kannað var viðhorf þeirra til þróunar íslenskrar ferðaþjónustu og væntingar þeirra til sölu á ferðum til landsins, en sambærileg könnun var framkvæmd í desember 2016. Könnunin var send í tölvupósti á rúmlega 4.000 erlendar ferðaskrifstofur og fengust 165 gild svör. Samkvæmt könnuninni höfðu söluaðilarnir minni væntingar til næsta sölutímabils en frá fyrri könnun en niðurstöður þó áfram jákvæðar. 73% svarenda upplifðu svipaða eða aukna sölu á ferðum til Íslands árið 2017, en þar er þó lækkun um 7% frá síðustu könnun. Um 66% svarenda áttu von á svipaðri eða aukinni sölu á ferðum til Íslands veturinn 2017/2018, en þar er einnig lækkun um 17% frá síðustu könnun. Helstu þættir sem þóttu jákvæðir fyrir framþróun íslenskrar ferðaþjónustu árið 2017 voru vinsældir áfangastaðarins, ferðaöryggi, aukið flugframboð og markaðssetning. Neikvæðir þættir sem helst voru nefndir voru hátt verðlag, vöxtur ferðaþjónustunnar og aðgengi að þjónustupáttum.

Ferðaþjónusta frá Kína

Í september 2017 ákváðu Norðurlöndin að framkvæma sérstaka markaðsgreiningu á völdum fjarmörkuðum í samstarfi við Norðurlöndin. Að verkefninu koma Íslandsstofa, Innovation Norway, Visit Denmark, Visit Finland, Visit Sweden, Visit Faroe Islands, Visit Greenland og Visit Åland. Markmiðið er að kanna betur tækifærin á nýjum og ókönnuðum markaðssvæðum fyrir Norðurlöndin og sjá hvaða sameiginlegu hagsmunir eru til staðar til að nýta í markaðssókn. Í kjölfarið var ákveðið að rannsaka Kína nánar.

Virkt samtal

Mjög virkt samtal var um markaðsstarfið í gegnum fagråd ferðaþjónustunnar og fagråd lista og skapandi greina. Íslandsstofa hélt mánaðarlega markaðsfundi fyrir þátttakendur í samstarfsverkefninu Ísland – allt árið. Reglulegir stjórnarfundir

voru haldnir bæði í Ísland – allt árið og Iceland Naturally. Íslandsstofa var einnig með reglulega fundi með markaðsstofum landshlutanna og miðstöðvum skapandi greina. Einnig er mjög gott samtal við fjölda aðila, s.s. Samtök ferðaþjónustunnar, Stjórnstöð ferðamála, Íslenska ferðaklasann, Almannavarnir, Landsbjörgu og Safe Travel.

Íslandsstofa á fulltrúa í stýrihópi verkefnisins Stefnumótandi stjórnunarátlanir (DMP) sem Ferðamálastofa hefur yfirumsjón með. Einnig var tekið þátt í vinnufundum á vegum verkefnisins þar sem kynnt voru þau verkefni á vegum Íslandsstofu sem nýst gætu verkefninu, þar á meðal grunnstoðir í markaðssetningu, markhópar, viðhorfskannanir og ýmsar markaðsgreiningar. Einnig hefur Íslandsstofa tekið þátt í verkefni Ferðamálastofu og markaðsstofa landshlutanna um endurnýjun á upplýsingagjöf til ferðamanna.

Viðburðir og ráðstefnur

Íslandsstofa hélt opinn fund um markaðsmál ferðaþjónustunnar 23. febrúar. Á fundinum var kynnt ný viðhorfsrannsókn á erlendum mörkuðum ásamt rannsókn á meðal erlendra söluaðila. Yfir 320 manns mættu og hátt í 70 manns horfðu á streymi. Fundurinn fékk góða fjölmiðlaumfjöllun.

Opinn fundur var haldinn þann 9. október þar sem ný vegferð í markaðssetningu, Ísland frá A til Ö, var kynnt ásamt nýjum markhópagreiningum og straumum og stefnum í ferðalögum. Yfir 200 manns mættu á fundinn og í framhaldinu voru haldnir fundir víðsvegar um landið í samstarfi við markaðsstofur landshlutanna.

Íslandsstofa tók þátt í verkefninu Ábyrg ferðaþjónusta með helstu hagsmunaaðilum en Festa – Miðstöð um samfélagsábyrgð og Íslenski ferðaklasinn eru ábyrgðaraðilar verkefnisins. Yfir 300 fyrirtæki skrifuðu undir yfirlýsinguna en forseti Íslands er verndari verkefnisins. Haldnir voru fundir m.a. um ábyrga ferðahegðun, markaðssetningu og myndanotkun. Íslandsstofa stóð einnig fyrir viðburðum í tengslum við What Works ráðstefnuna og Social Progress Index þar sem fjallað var um sjálfbæra ferðaþjónustu í Kosta Ríka.

Ráðstefnur erlendis

Íslandsstofa heldur einnig kynningar á markaðsstarfinu og þróun ferðaþjónustunnar í tengslum við ýmsa viðburði. Á árinu voru starfsmenn Íslandsstofu m.a. ræðumenn hjá Outlook Forum hjá Visit California, Costa Del Sol Marketing Summit í samstarfi við UNTWO, City Nation Place í London, Delta Vacation í Atlanta, Georgíu og Trablin International Summit í Reykjavík.

Ísland – allt árið

Tilgangur verkefnisins Ísland – allt árið er að stuðla að samræmdu markaðs- og kynningarstarfi fyrir Ísland og íslenska ferðaþjónustu erlendis. Samstarfsaðilar á árinu voru atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Icelandair og Samtök ferðaþjónustunnar (fulltrúi yfir 40 fyrirtækja). Farið var í útboð á árinu um verkefnið (til næstu þriggja ára) og eru nú samstarfsaðilar Íslenska auglýsingastofan, Brooklyn Brothers í Bretlandi og birtingarfyrtækið Wavemaker í Danmörku.

Markaðsáherslur

Verkefnið Ísland – allt árið er viðamikíð. Áhersla er lögð á að kynna Ísland sem ákjósanlegan áfangastað allan ársins hring, allt landið um kring. Markaðssvæðin eru ákvörðuð af framkvæmdastjórn verkefnisins í upphafi hvers áfanga. Þau svæði sem voru valin sem áherslusvæði með beinar auglýsingar fyrir 2017 voru Þýskaland (Frankfurt og München), Frakkland (París) og Kanada (Toronto). Aðrir markaðir þar sem lögð er áhersla á almannatengsl og samfélagsmiðla eru: Bretland, Bandaríkin, Sviss og Norðurlöndin. Markaðsaðgerðir verkefnisins felast í auglýsingabirtingum, kynningu á samfélagsmiðlum, almannatengslum, fjölmiðlaferðum og viðburðum erlendis.

Icelandic Pledge

Sumarherferð Ísland - allt árið hófst þann 16. júní. Aðaláhersla herferðarinnar var að hvetja ferðamenn til að ferðast um landið með ábyrgum hætti. Það var gert með því að strengja heit sem kallast „The Icelandic Pledge“ á vef Inspired by Iceland. Heitið nær til átta atriða sem stuðla að ábyrgri ferðahegðun, svo sem að virða náttúruna og skilja við hana eins og komið var að henni, að keyra ekki utan vega, að koma sér ekki í hættulegar aðstæður við að taka myndir, að tjalda á viðeigandi tjaldsvæðum sem og að vera vel útbúinn á ferðalagi um Ísland og viðbúinn öllum veðrum. Ísland er fyrsta landið sem býður gestum sínum að strengja heit um að ferðast um landið á ábyrgan og öruggan hátt og að ganga vel um náttúru landsins. Með þessari herferð er reynt að hafa jákvæð áhrif á hegðun ferðamanna á ferðum þeirra um landið.

Ísland A til Ö

Íslandsstofa kynnti nýjan áfanga í verkefninu á opnum fundi þann 9. október. Þar var íslenska tungumálið og landshlutarnir í öndvegi. Þessi áfangi fékk nafnið „Ísland frá A til Ö“ og var ætlað að fræða erlenda ferðamenn um landið. Hver landshluti er kynntur með 32 íslenskum orðum, eitt fyrir hvern staf í stafrófinu, sem endurspeglar einkenni svæðisins. Ætlunin er að hvetja erlenda ferðamenn til að ferðast víðar um landið, á ábyrgan hátt, allt árið um kring í takti við markmið íslenskrar ferðapjónustu. Efnið var framleitt í samstarfi við markaðsstofur landshlutanna og samstarfsaðila og er aðgengilegt á vef Inspired by Iceland. Eftir að hafa kynnt sér efnið er hægt að þreya örstutt próf til að kanna þekkinguna. Ferðamenn fengu einnig að spreya sig á að syngja á íslensku, því Steindi Jr. skoraði á heimsbyggðina í myndbandi að syngja erfiðasta karaoke lag í heimi, „The A to Ö of Iceland.“

Farið var í fjölmiðlaferðir til allra landshluta þar sem hlutaðeigandi fengu að upplifa sína eigin „A til Ö ferð“ um svæðið. Meðal fjölmiðla sem sóttu ferðirnar voru National Geographic (Kanada), New York Daily Mail (Bandaríkin), Geo.de (Þýskaland), Deutsche Welle TV (Þýskaland), Rheinische Post (Þýskaland), Yahoo í Bretlandi, Daily Mail Online (Bretland), Metro Online (Bretland), Grazia (Bretland), Dagsavisen (Noregur), First Class Magazine (Svíþjóð) og Politiken (Danmörk). Einnig var unnið með áhrifavöldum á samfélagsmiðlum, einkum Instagram.

Árangur af markaðsaðgerðum

- 437 umfjallanir erlendis sem náð hafa til yfir 100 milljón manna (e. unique reach) og metið á 1,2 milljarð kr. í fjölmiðlavirði.
- The Iceland A to Ö“ karaoke myndbandið hefur fengið yfir 8 milljón spilanir á Facebook, Twitter og YouTube. Einnig hafa margir aðilar tekið upp sína eigin útgáfu á laginu og deilt því á samfélagsmiðlum með myllumerkinu #SingIceland.
- 1,6 milljón heimsóknir á inspiredbyiceland.com
- Um 450 manns um allt land sóttu kynningarfundir um nýjar markaðsáherslur verkefnisins
- Yfir 32.000 aðilar búnir að samþykka Icelandic Pledge loforðið um ábyrga ferðahegðun
- Facebook síða verkefnisins náði yfir 200.000 fylgjendum ásamt talsverðri aukningu á Twitter og Instagram.
- 824 milljón birtingar á samfélagsmiðlum og fjölmiðlum (e. impressions)
- 103,5 milljón auglýsingabirtingar (e. Impressions) sem náðu til yfir 22 milljónir manna (e. unique impressions)
- Yfir 30.000 A til Ö landshlutapróf kláruð á vefsíðu

Markaðsherferðin Iceland Academy, sem er hluti af Inspired by Iceland markaðsverkefninu á árinu 2016, vann tvo Lúðra á Ímark hátíðinni sem fram fór 10. mars 2017 í Hörpu. Iceland Academy var valin besta auglýsingaherferðin árið 2016. Þá fékk herferðin einnig verðlaun fyrir starfræna markaðssetningu.

Iceland Naturally

Markaðsverkefnið Iceland Naturally hefur verið starfrækt í 18 ár og skipar stóran þátt í markaðssókn fyrir Ísland í Norður-Ameríku. Að baki því verkefni standa nú 11 fyrirtæki sem eiga hagsmuna að gæta á Norður-Ameríkumarkaði auk forsætisráðuneytis, utanríkisráðuneytis, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins og Íslandsstofu. Markmið verkefnisins er að auka áhuga á Íslandi, íslenskum afurðum og þjónustu og á Íslandi sem áfangastað.

Taste of Iceland

Taste of Iceland er viðburður sem er haldinn árlega í ólíkum borgum í Norður-Ameríku. Þetta árið fór Taste of Iceland fram í Boston, Chicago, Seattle, New York og Toronto. Dagskráin samanstóð af tónleikum sem nefndir voru Reykjavík Calling í samstarfi við Útflutningsskrifstofu íslenskrar tónlistar (ÚTÓN) og útvarpsstöð í viðkomandi borg hverju sinni. Matarkynning fór fram á veitingastöðum þar sem íslenskur matreiðslumeistari reiddi fram mat úr íslensku hráefni. Sýndar voru íslenskar stuttmyndir (Shortfish), í samstarfi við Kvikmyndamiðstöð Íslands og kvikmyndahátíðina Stockfish. Björg Stefánsdóttir framkvæmdastjóri Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar var með í för til að kynna íslenska myndlist og Eliza Reid forsetafrú sá um að kynna bókmenntir og bókmenntahefð Íslendinga með kynningu á Iceland Writers Retreat, gestavinnustofum rithöfunda á Íslandi. Kynningar fara fram í gegnum samfélagsmiðla, almannatengsl og auglýsingar. Samningur er gerður við almannatengslaskrifstofu í hverri borg sem sér um að efla fjölmiðlaumfjöllun á hátíðinni.





Fréttatilkynningar og mánaðarleg fréttabréf

Icelander er fréttabréf sem sent er mánaðarlega og nær til um 170.000 lesenda. Í fréttabréfinu koma fram helstu fréttir frá meðlimum Iceland Naturally, upplýsingar um hátíðir, listviðburði og annað áhugavert efni tengt Íslandi.

Aðrir viðburðir

Staðarvalsstjórum frá Hollywood var boðið í kynnisferð til Íslands og var ferðin unnin í samstarfi við Film in Iceland.

Bein útsending var frá Iceland Airwaves í Bandaríkjunum í samstarfi við útvarpsstöðina KEXP (30 milljón hlustendur). Þá var bein útsending í gegnum Facebook frá jóladagskrá Isavia í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í desember annars vegar og áramótaflugeldum í Reykjavík hins vegar.

Fulltrúum sjö útvarpsstöðva í Norður-Ameríku var boðið til landsins í kringum hátíðina Iceland Airwaves til að kynna sér íslenska tónlist og efla tengsl Taste of Iceland hátíðanna í Norður Ameríku. Hópurinn heimsótti hátíðina í Reykjavík en einnig á Akureyri þar sem Iceland Airwaves stóð einnig fyrir tónleikum.

Aðstoð við fjölmiðlaferðir í tengslum við Hönnunarmars, Reykjavík International Film festival sem og Stockfish kvikmyndahátíðina.

Verkefnið Made in Iceland var unnið í samstarfi við Útflutningsskrifstofu íslenskrar tónlistar. Verkefnið stuðlar að kynningu á íslenskri tónlist í Norður-Ameríku og aukinni dreifingu á íslenskri tónlist til útvarpsstöðva í Bandaríkjunum.

Almannatengsl og fjölmiðlaferðir

Sviðið vinnur að almannatengslum, fjölmiðlaferðum, fréttatilkynningum og viðburðum. Þá er reynt að nýta öll tækifæri til að skapa umfjöllun í samvinnu við almannatengslaskrifstofur á völdum mörkuðum. Á árinu 2017 var unnið með eftirfarandi almannatengslaskrifstofum: BZ.COMM í Þýskalandi, TQC í Frakklandi, Brighter Group og Brooklyn Brothers (Ísland- allt árið) í Bretlandi og samfélagsmiðlastofunni BigFish í Bandaríkjunum (Iceland Naturally). Auk þess var unnið með sjö skrifstofum í tengslum við ákveðna viðburði og tengslastarf.

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

Miðlar

Íslandsstofa og almannatengslaskrifstofur á hennar vegum voru í samskiptum við um 2000 fjölmiðla á árinu, en um 200 fulltrúar fjölmiðla komu til landsins í skipulagðar fjölmiðlaferðir. Yfir 50 fréttatilkynningar voru sendar út á árinu.

Íslandsstofa aðstoðaði fjölmiðla frá öllum helstu markaðssvæðum sínum og stærstu miðlum. Ferðuðust þeir um allt land en megin áhersla er á að fá fjölmiðlamenn til þess að kynna sér alla landshluta allt árið um kring og það sem þeir hafa upp á að bjóða. Dæmi um miðla sem Íslandsstofa aðstoðaði:

Lonely Planet, Travel Weekly, Daily Express Radio Times, Grazia magazine, Group Travel Organizer Magazine, Conde Nast Traveller, Marie Claire, Women's Weekly National Geographic Traveler, Global Times, Sanlian life (Bretland), Die Zeit, Nürnberger Zeitung, Tagesspiegel, Nachtjournal, reisereporter.de, Meins, Berliner Morgenpost, Hamurger Abendblatt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Wochenende, Frankfurter Allgemeine Zeitung, GEO Special, Deutsches Handwerksblatt (Þýskaland) Koku Ryoko, The Page, Yahoo! News, Randonee, Kyodo News, CREA Web og Beach Hyakkei (Japan), Pleine Vie, Van Life Magazine, France 2, Paris Match, Le Point, Désirs de Voyages, Madame Figaro, L'Officiel Voyag, VSD, L'Alsace, La Voix du Nord, Femme Actuelle, Vital Magazine (Frakkland), Financial Times, New York Times Times T (Bandaríkin), Magazine Huffington Post (Kanada og Bandaríkin), Toronto Star, Globe & Mail (Kanada), The Peak (Singapore), The Sydney Morning Herald, Melbourne Age Traveller, traveller.com.au, Fairfax Traveller (Ástralía), Stuff. co.nz og Sunday Star Times's Escape (Nýja Sjáland)

Erlent tengslastarf

Íslandsstofa sinnir því hlutverki að skapa vettvang fyrir íslensk fyrirtæki í markaðssókn erlendis og þegar kemur að ferðaþjónustufyrirtækjum er sérlega mikilvægt að byggja upp og viðhalda tengslum við erlenda söluaðila.

Erlendir söluaðilar og verkfærakista

Hluti af tengslastarfi Íslandsstofu felst í að taka á móti erlendum söluaðilum sem koma hingað til lands í samvinnu við innlenda söluaðila, flugfélög og markaðsstofur landshlutanna. Mikilvægur liður er einnig fræðsla og bein tenging við þessa aðila.

Gagnagrunnur yfir erlenda söluaðila Íslandsferða fer ört stækkandi en um 4500 voru skráðir í hann í lok árs 2017. Allt eru það aðilar sem selja ferðir til Íslands eða hafa hug á því. Upplýsingamiðlun og fræðsla til erlendra söluaðila verður sífellt mikilvægari. Þeir fá send fréttabréf ársfjórðungslega þar sem miðlað er fréttum af íslenskri ferðaþjónustu og markaðsaðgerðum Íslandsstofu á erlendra grund. Mikilvægt er að auka þekkingu þeirra á áfangastaðnum og miðla til þeirra mikilvægi ábyrgðar ferðahegðunar svo þau skilaboð nái til þeirra viðskiptavina á leið til landsins.

Verkfærakista ferðaþjónustunnar hefur að geyma upplýsingar fyrir þessa aðila. Auk upplýsinga sem stuðla að fræðslu hefur hún að geyma nytsamleg tæki til markaðssetningar. Vefsíðu verkfærakistunnar (Travel Trade Toolkit) er að finna á síðunni traveltrade.visiticeiland.com. Þar má einnig finna þjálfunartæki fyrir erlenda söluaðila sem hefur verið í boði á síðunni í tvö ár og hefur gefið góða raun. Tilgangur þjálfunartækisins er að fræða og upplýsa erlenda söluaðila um Ísland sem áfangastað, auka þekkingu á landi og þjóð og ábyrgri ferðaþjónustu. Að þjálfun lokinni fær viðkomandi viðurkenningu sem Íslandssérfræðingur (e. Certified Inspired by Iceland specialist). Í lok árs 2017 höfðu 850 aðilar lokið þjálfuninni og hlotið viðurkenningarskjal.

Í Norður-Ameríku er Íslandsstofa aðili að USTOA (United States Tour Operator Association) sem eru samtök stærstu ferðþjónustuaðila á markaðnum. Íslandsstofa sótti stærsta viðburð þeirra í Flórída í desember. Á árinu gerðist Íslandsstofa aðili að svipuðum samtökum í Evrópu eða ETOA og sótti Íslandsstofa viðburð á þeirra vegum í London í nóvember. Íslandsstofa er einnig aðili að ANTOR, sem er tengslanet ferðþjónustunnar á Norðurlöndum.

Tengingar við flugfélög og flugrekstraraðila

Íslandsstofa sinnir samskiptum við flugfélög og flugrekstraraðila sem fljúga til landsins. Síðustu ár hefur verið gott samtarf við Isavia í tengslum við kynningar- og markaðsmál á þessu sviði og í apríl fóru fulltrúi Íslandsstofu á Routes Europe í samstarfi við Isavia og átti fundi með fjölmörgum flugfélögum sem nú þegar fljúga til landsins eða hafa hug á því.

Íslandsstofa á fulltrúa í stjórn og vinnuhópi Flugþróunarsjóðs sem settur var á fót af iðnaðar- og viðskiptaráðherra með samþykkt ríkisstjórnar um aukna möguleika í millilandaflugi á árinu. Markmið sjóðsins er að styðja við uppbyggingu nýrra flugleiða til Íslands um alþjóðaflugvöllina á Akureyri og Egilsstöðum. Íslandsstofa vinnur í samstarfi við markaðsstofur og Isavia að kynningu á sjóðnum og flugvöllum.

Vinnustofur og ferðasýningar

Skipulagning viðskiptasendinefnda og vinnustofa og þátttaka í ferðasýningum er veigamikill þáttur í markaðsstarfi erlendis. Á árinu 2017 stóð Íslandsstofa fyrir skipulagningu á átta ferðasýningum í jafnmörgum löndum. Þá stóð Íslandsstofa fyrir 32 vinnustofum á árinu á tólf markaðssvæðum. Um 1200 erlendir gestir sóttu þessar vinnustofur, hlýddu á áfangastaðakynningu og hittu fyrir fulltrúa íslenskra ferðþjónustufyrirtækja.

Ferðakaupstefnan Vestnorden Travel Mart var haldin í Nuuk, Grænlandi 19.-21. september og tók Íslandsstofa þátt. Á kaupstefnunni voru saman komin öll helstu ferðþjónustufyrirtæki frá Íslandi, Grænlandi og Færeyjum. Alls sóttu 340 gestir frá 25 löndum kaupstefnuna á Grænlandi.

Vinnustofa NATA

NATA (North Atlantic Tourism Association) stóð fyrir vinnustofu á Hilton Nordica þann 9. maí. Þar komu saman 16 fyrirtæki frá Grænlandi og Færeyjum ásamt fulltrúum 10 íslenskra ferðþjónustufyrirtækja til að styrkja og stofna til mögulegra viðskiptasambanda. Íslandsstofa sá um framkvæmdina en skrifstofur ferðamála landanna tóku þátt. Vinnustofan er liður í auknu samstarfi á milli landanna þriggja.

Greining á Norðurlöndunum

Gerð var markaðsgreining á vegum Ehrenberg Communication á Norðurlöndunum og sérstaklega skoðað hvernig markaðsaðgerðir Íslandsstofa gæti staðið fyrir á mörkuðunum. Eftir að niðurstöður lágu fyrir var ákveðið að bjóða þeim fyrirtækjum sem tóku þátt í könnun á vegum Ehrenberg að fá kynningu á áfangastaðnum Íslandi og á starfi Íslandsstofu. Fulltrúi Íslandsstofu heim-sótti sölu- og hagsmunaaðila í löndunum fjórum dagana 17.-25. maí í þeim tilgangi að miðla upplýsingum um það sem Íslandsstofa gerir og til að skapa ný tengsl.

Hátíðir og viðburðir

La Mercé hátíðin í Barcelona

Íslandsstofa tók þátt í kynningu Íslandi sem áfangastað og íslenskrar matarmenningu, sérstaklega saltfiski, á La Mercé hátíðinni sem haldin var 21.-25. september. Hátíðin er stærsta hátíð Barcelonaborgar en Reykjavík var gestaborg þetta árið.

Nordic Feast í South Bank Center

Íslandsstofa tók þátt í að skipuleggja norræna viðburðinn The Great Nordic Feast sem haldinn var í South Bank Center í London 20. - 22. október. Verkefnið var styrkt af Norrænu ráðherranefndinni og var matur og matarmenning Norðurlandanna í forgrunni. Athygli breskra fjölmiðla var á Norðurlöndunum og matarmenningu þeirra þá daga sem viðburðurinn stóð yfir.

Jólamarkaðurinn í Strassborg

Íslandsstofa stóð fyrir landkynningu og þátttöku íslenskra fyrirtækja á jólamarkaðnum í Strassborg í samvinnu við sendiráð Íslands í Frakklandi. Ísland var heiðursland jólamarkaðarins þetta árið, en 2 milljónir gesta sækja hann á hverju ári.

Íslenskt jólaþorp undir merkjum Inspired by Iceland var opið frá 24. nóvember til 24. desember þegar markaðnum lauk og sölubásur íslensku fyrirtækjanna var lokað. Íslenska jólaþorpið naut mikilla vinsælda og flyktust fjölmiðlar að til að forvitnast um íslenskar jólahefðir. Íslandsstofa nýtti þjónustu almannatengslaskrifstofunnar TQC til að kynna verkefnið og viðburðina fyrir fjölmiðlum.

Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í verkefninu og seldu vörur sínar á meðan á jólamarkaðnum stóð voru Bæjarins Bestu, Hekla Ísland, Handþrjónasambandið, Heilsukokkur, Ice-Co, Ice Wear, Iceland Treasures, Lýsi, Reykjavík Distillery, Skinboss og Urð. Samskip annaðist allan flutning á vörum til og frá Frakklandi í tengslum við verkefnið.

Önnur samstarfsverkefni

Kvikmyndaferðþjónusta

Boðið var í þrjár fjölmiðlaferðir til að kynna kvikmyndalandið Ísland. Í apríl var farið á Austfirði ásamt sjónvarpsstöðinni FOX í tengslum við sjónvarpsþættina Fortitude. Miðlarnir sem sóttu ferðina voru Daily Star – Travel, Now og Metro, en þeir eru allir frá Bretlandi. Íslandsstofa skipulagði blaðamannaferð í byrjun nóvember í samvinnu við Home Entertainment. Ferðin var í tengslum við DVD útgáfu á sjöundu seríu Game of Thrones. 13 blaðamenn kynntu sér tókustaði þáttanna á Suðurlandi og á Norðurlandi. Íslandsstofa stóð fyrir blaðamannaferð í byrjun nóvember í samvinnu við Warner Bros. Ferðin var í tengslum við frumsýningu á Justice League. Farið var með blaðamenn til Djúpavíkur og víðar um Vestfirði. Ferðirnar voru unnar í samstarfi við markaðsstofur landshlutanna á hverjum stað.

SÝNINGAR

1 Vakantiebeurs

10.-15. janúar í Hollandi
6 þáttökufyrirtæki
110.000 gestir

4 ITB

9.-13. mars í Berlín
29 þáttökufyrirtæki
160.000 gestir

7 Vestnorden Travel Mart

19.-21. sept. í Nuuk
200 þáttökufyrirtæki
150 gestir

2 MATKA

18.-22. janúar í Helsinki
5 þáttökufyrirtæki
71.000 gestir

5 JATA

21.-23. sept. í Tókýó
5 þáttökufyrirtæki
190.000 gestir

8 ITB-ASÍA

18.-20. okt. í Singapúr
6 þáttökufyrirtæki
11.000 gestir

3 FITUR

18. - 22. janúar í Madrid,
9 þáttökufyrirtæki
110.000 gestir

6 Top Resa

26.-29. sept. í París
7 þáttökufyrirtæki
30.000 gestir

9 WTM

6.-8. nóv. í London
22 þáttökufyrirtæki
52.000 gestir

VINNUSTOFUR

1 Bretland

9. febrúar
í London.
20 þáttökufyrirtæki
120 gestir

5 Kanada

Vancouver, Edmonton, Winnipeg,
Halifax og Toronto
4. -7. apríl
10 þáttökufyrirtæki
250 gestir

9 Ísrael

4.-7. Okt. í Tel Aviv, Haifa
og Jerúsalem
11 þáttökufyrirtæki
100 gestir

2 Bandaríkin

14. -16. febrúar
Miami, Dallas, Tampa.
13 þáttökufyrirtæki
130 gestir

6 Mið Evrópa

Amsterdam, Brussel og Zürich
2. - 4. maí
13 þáttökufyrirtæki
170 gestir

10 Suður Evrópa

Madrid, Barcelona,
Tórínó og Milanó
16.-19 .okt.
11 þáttökufyrirtæki
130 gestir

3 Rússland

23. mars.
Moskva
6 þáttökufyrirtæki
60 gestir

7 Kína og Suður Kórea

Seúl, Hong Kong, Shenzhen
og Guangzhou
4.-10. maí
7 þáttökufyrirtæki
180 gestir

4 Ítalía

23. mars í Milanó í samstarfi við
Norrænu ferðamálastofurnar
7 þáttökufyrirtæki
100 gestir

8 Bandaríkin

New York, Philadelphia og Pittsburgh
3.- 6. okt.
17 þáttökufyrirtæki
130 gestir



5

7

8

3

9

2

4

1

9

6

6

4

10

3

7

8

2

5

Ævintýraferðapjónusta

Í júní var haldinn rýnifundur meðal aðila í ævintýraferðapjónustu. Á fundinum var farið yfir tillögur fyrirtækja um mögulegt samstarf. Markmiðið með fundinum var að kortleggja og styrkja tengslanet við fyrirtækin og ná skarpari sýn í markaðsmálum fyrir ævintýraferðapjónustu. Lagðir voru fyrir rýnifundinn fjórir mögulegir samstarfsfletir sem hægt væri að byrja á að skipuleggja á næstu mánuðum. Tvær leiðir nutu áberandi stuðnings meðal þátttakenda. Annars vegar að Íslandsstofa myndi sjá um að útvega ákjósanlega fjölmiðla í blaðamannaferð. Hins vegar að skipuleggja vettvangsferð erlendis þar sem þátttakendum gæfist kostur á að kynna sér ævintýraferðapjónustu.

Söguferðapjónusta

Í júlí endurnýjuðu Íslandsstofa og Samtök um söguferðapjónustu samning um samstarfsverkefni á sviði söguferðapjónustu. Í verkefninu er mikil áhersla lögð á samfélagsmiðla í tengslum við sögu og menningu undir nafninu Sagatrail. Á árinu fjölgaði fylgjendum á Instagram um 70% og byrjað var að nýta Facebook með sama hætti. Samtökin skipulögðu ráðstefnuna Follow the Vikings 25.-26. október. Ráðstefnan var hluti af Evrópusamstarfsverkefni sem var haldin í Norræna húsinu og á Vesturlandi. Íslandsstofa hélt erindi en um 90 manns sóttu ráðstefnuna.

Menningarferðapjónusta

Það er mikill áhugi á því að efla hlut menningar, lista og skapandi greina í tengslum við ferðapjónustuna og samtal þar á milli hefur varað í nokkur ár. Á þessu ári tók Íslandsstofa meðal annars þátt í ráðstefnu í Kaupmannahöfn undir yfirskriftinni, Tourism, What's Art and Culture Got To Do With It? Á ráðstefnunni voru ræddar hugmyndir um samvinnu Norðurlandapjóða til eflingar menningarferðapjónustu. Í október stóð Íslandsstofa síðan fyrir sambærilegri málstofu með fulltrúum kynningarmiðstöðvanna, Reykjavíkurborgar, mennta- og menningarmálaráðuneytisins og atvinnu- og nýsköpunarráðuneytisins.

Listir og skapandi greinar

Íslandsstofa er samstarfsvettvangur um kynningu lista og skapandi greina frá Íslandi í þeim tilgangi að auka virði þeirra í gjaldeyrisöflun þjóðarinnar. Áhersla er lögð á gott samstarf milli Íslandsstofu, mennta- og menningarmálaráðuneytisins, utanríkisráðuneytisins, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins og miðstöðva skapandi greina um faglega stefnumótun í kynningarmálum erlendis og einstök verkefni.

Íslandsstofa studdi á árinu við komu fjölmargra erlendra fjölmiðla og listrænna stjórnenda í samvinnu við miðstöðvar lista og skapandi greina og hátíðarstjórnendur. Á meðal verkefna sem Íslandsstofa kom að voru Myrkir músíkdagar, HönnunarMars, Reykjavík International Film Festival, Iceland Writers Retreat, Lókal, Reykjavík Dance Festival, Iceland Noir, Iceland Airwaves, Stockfish Film Festival, Eistnaflug og Umræðubræðir, auk samstarfs Listaháskóla Íslands, Listasafns Reykjavíkur og

Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar. Íslandsstofa kom samstals að stuðningi við 25 hátíðir og viðburði á árinu.

Þýðendaverðlaunin Orðstír eru samstarfsverkefni Íslandsstofu, forsetaembættisins, Bókmenntahátíðar, Miðstöðvar íslenskra bókmennta og Bandalags þýðenda og túlka. Þýðendaverðlaunin árið 2017 hlutu þau Victoria Ann Cribb frá Englandi og Eric Boury frá Frakklandi.

Viðburðir erlendis

Auk hátíða og viðburða hér á landi tók Íslandsstofa þátt í erlendum viðburðum sem tengjast listum og skapandi greinum. Þar má nefna Feneyjartvíæringinn en að þessu sinni var listræn stjórn íslenska skálans í höndum listamannsins Egils Sæbjörnssonar.

Íslandsstofa, utanríkisráðuneytið, mennta- og menningarmálaráðuneytið og kynningarmiðstöðvar skapandi greina unnu saman að þátttöku Íslands á menningarhátíðinni Nordic Matters sem haldin var allt árið 2017 í Southbank Centre, stærstu menningarmiðstöð Bretlands. Hátíðinni var ætlað að varpa ljósi á norræna menningu og listir og var þáttur í áætlun Norrænu ráðherranefndarinnar frá 2016 um kynningu á Norðurlöndum og mörkun stöðu þeirra.

Samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins studdi við fjölmörg verkefni og viðburði sem tengjast menningu og listum og haldnir voru á vegum sendiráða Íslands erlendis. Þar má nefna stuðning við Reykjavík Festival, tónlistarhátíð Fílharmóníusveitar Los Angeles borgar og hönnunarsýninguna Stockholm Design Fair í Svíþjóð.

Þá voru almannatengslaskrifstofur Íslandsstofu erlendis í samskiptum við miðstöðvar skapandi greina vegna komu erlendra fjölmiðla og til að afla svara við fyrirspurnum blaðamanna um listgreinarnar og kynningu á þeim erlendis. Almannatengslaskrifstofur Íslandsstofu tóku einnig þátt í komu erlendra fjölmiðla á nokkrar hátíðir á árinu og sáu um eftirfylgni frá sínum mörkuðum.





Fjárfestingalandið Ísland

Pórður Hilmarsson, forstöðumaður, erlendar fjárfestingar

Þekking fjárfesta á aðstæðum í gegnum afspurn, eigin reynslu eða af umfjöllun ræður miklu um áhuga viðkomandi á að kanna tækifæri til fjárfestinga í viðkomandi landi þegar slíkar ákvarðanir standa fyrir dyrum. Samkeppni milli landa og svæða um að ná til sín alþjóðlegum fjárfestingaverkefnum er mikil og vaxandi. Telja má að hvert einasta sjálfstætt ríki á hnettinum sé með sérstakar aðgerðir í gegnum kynningarstofur, á borð við Íslandsstofu, til að vekja athygli á kostum þess að fjárfesta í viðkomandi landi. Þar að auki eru starfandi svæðisbundnar skrifstofur í hverri sýslu og hverri borg svo tug þúsundum skiptir um heim allan í þeim sama tilgangi – að laða alþjóðleg fjárfestingaverkefni inn á viðkomandi svæði. Því gefur auga leið að samkeppnin um athygli er mikil og hætt við að hefðbundnar auglýsingar og önnur keypt umfjöllun hreinlega drukki í öllu því flóði af sams konar umfjöllun sem gefin er út og dreift á sama tíma frá öllum þessum aðilum.

Uppbygging orðspors og ímyndar fyrir „Fjárfestingalandið Ísland“ þarf því að byggja á því að sagðar séu sannar sögur af landi og þjóð, íslensku atvinnulífi, sérstöðu samkeppnisþátta og almennum styrkleikum, ekki síst með hjálp þeirra sem landið sækja og fá upplýsingar og gögn til stuðnings slíkri umfjöllun.

En hvernig er orðspor okkar og ímynd í dag hvað fjárfestingar varðar? Hversu góð er þekking erlendra fjárfesta og fyrirtækja á Íslandi? Hverjir og hversu margir þekkja okkur?

Svarið er einfalt: Allt of fáir!

Í könnun sem erlent ráðgjafafyrirtæki vann fyrir fjárfestingasvið Íslandsstofu um viðhorf erlendra fjárfesta til Íslands kom í ljós að aðeins 10% af þeim töldu sig þekkja nóg til að aðstæðna hér á landi til að geta myndað sér skoðun og svarað könnuninni. Þetta er um helmingi lægra hlutfall en meðal helstu samkeppnislanda okkar þar á meðal Norðurlanda og Eyrstrasaltslandanna. Þetta eru óviðunandi niðurstöður þar sem valdir höfðu verið fjárfestar úr atvinnugreinum sem samkeppnisgreiningar okkar staðfesta að hefðu talsverðan ávinning af því að fjárfesta á

Íslandi. Staðfesting á þýðingu orðspors, ímyndar og þekkingar fjárfestanna birtist svo ekki síst í þeirri staðreynd að hjá þeim 10% aðspurðra sem treystu sér til að svara var línuleg fylgni milli þekkingar og jákvæðra viðhorfa. Því betur sem svarendur þekktu til Íslands, því jákvæðari voru þeir.

Aukin almenn kynning á „Fjárfestingalandinu Íslandi“ virðist því augljóslega getað skilað beinum ávinningi sé tekið mið af ofangreindum niðurstöðum og þeirri staðreynd að erlend fjárfesting hefur jafnvel oft á tíðum kosti umfram hreina innlenda fjárfestingu.

Segja má að helstu kostir erlendra fjárfestinga séu þessir þegar vel tekst til:

- Innleiðir nýja þekkingu
- Skapar tækifæri sem annars væru ekki fyrir hendi
- Skapar verðmæt störf
- Byggir oftast á markaðsaðgengi og þekkingu sem er til staðar nú þegar hjá hinum erlenda fjárfesti
- Minnkar rekstrarlega áhættu innanlands þar sem hinn erlendi fjárfestir er beinn þátttakandi í verkefninu
- Eykur framleiðni
- Er í mörgum tilfellum alþjóðleg nýsköpun og ber að líta á sem hliðstæðu innlestrar nýsköpunar

Margháttuð greiningarvinna og rannsóknir staðfesta þær fullyrðingar sem koma fram hér að framan. Því ber í raun að líta á alþjóðlega nýsköpun í formi erlendra fjárfestinga og innlenda nýsköpun sem hliðstæður. Áhersla stjórnvalda hefur hins vegar fram til þessa svo til eingöngu verið á uppbyggingu innlestrar nýsköpunar.

Þessu þarf að breyta og leggja stóraukna áherslu á alþjóðlega nýsköpun án þess að dregið sé úr stuðningi við þá innlendu.

ERLENDAR FJÁRFESTINGAR

Hlutverk fjárfestingasviðs Íslandsstofu er að laða til landsins beinar erlendar fjárfestingar með öflugum markaðs- og kynningarstarfi.

Fjárfestingasvið Íslandsstofu kynnir Ísland sem samkeppnishæfa staðsetningu, aðstoðar erlenda fjárfesta við upplýsingaöflun og tengslamyndun og kannar samkeppnishæfni Íslands fyrir atvinnu- og verðmætaskapandi uppbyggingu. Fjárfestingasvið sér einnig um að kynna Ísland sem tókustað fyrir erlend kvikmyndafyrirtæki í gegnum verkefnið Film in Iceland samkvæmt samningi við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið. Starfsmenn fjárfestingasviðs árið 2017 voru Þórður H. Hilmarsson forstöðumaður, Arnar Guðmundsson, Einar H. Tómasson, Kristinn Hafliðason og Erna Björnsdóttir.

Fagråd fjárfestinga

Fagråd fjárfestinga var skipað fulltrúum frá eftirtöldum aðilum: Forsætisráðuneyti, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti, Seðlabanka Íslands, Samtökum atvinnulífsins, Samtökum iðnaðarins, Alþýðusambandi Íslands og Íslandsstofu. Hlutverk fagráðs fjárfestinga er m.a. eftirfarandi:

Að vera faglegur bakhjarl fjárfestingasviðs Íslandsstofu sem sinnir markaðs- og kynningarstarfi á grundvelli opinberrar stefnu stjórnvalda um beinar erlendar fjárfestingar.

Að tryggja að stjórnvöldin verði fjárfestingarverkefni sé samhæft og skilvirk og vinna þannig að bættri samkeppnisstöðu Íslands á þessu sviði auk þess að kortleggja hvar úrbóta sé þörf.

Greina efnislega og koma áfram þeim rökstuddu ábendingum um þörf fyrir aukna skilvirkni eða úrbætur á

sviði stjórnvöldum og lagaumhverfis sem fjárfestingasvið Íslandsstofu tekur við í samskiptum sínum við erlenda fjárfesta.

Að vera stjórnvöldum til ráðgjafar um eftirfylgni stefnumótunar á sviði beinna erlendra fjárfestinga og leggja fram drög að aðgerðaáætlunum sem miða að bættri samkeppnisstöðu og markvissara starfi við að laða hingað beina erlenda fjárfestingu.

Fagráðið hélt fimm fundi á árinu 2017.

Samstarf

Náið samstarf var við viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í Bandaríkjunum við skipulagningu fyrirtækjaheimsóknna, atvinnugreinaráðstefna og markaðs- og kynningarmála Film in Iceland.

Haldinn var fundur með fjárfestum í Boston í samstarfi við viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í New York. Fundurinn var styrktur af Samstarfssjóði Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins, Fundurinn tókst vel og myndar grundvöll að áframhaldandi markaðssókn með þessum hætti bæði í Bandaríkjunum og Kanada.

Íslandsstofa hefur átt vaxandi samstarf við atvinnuþróunarfélög landshlutanna. Fundað var með flestum félögum ásamt markaðsskrifstofum landshlutanna um tækifæri í ferðaþjónustu. Í framhaldinu bauð Íslandsstofa atvinnuþróunarfélögum til vinnustofu með staðarvalsráðgjafa frá IBM Global.

Á árlegum haustfundi atvinnuþróunarfélaganna á Akureyri stýrðu fulltrúar fjárfestingasviðs umræðum um staðarvalspætti fjárfestinga. Fjallað var um hvaða upplýsingar þurfa að liggja fyrir, hvort sem er vegna fyrirspurna, stefnumótunar eða markaðsstarfs og lykildætti innviðagreininga fyrir öll svæði landsins. Mikill vilji er meðal atvinnuþróunarfélaganna á að samræma lykildætti innviðagreininga og byggja upp lifandi gagnagrunn fremur en að skila skýrslum.

Samstarfsverkefni

Íslandsstofa leiddi samstarf við nokkur fyrirtæki og stofnanir á sviði markaðs- og kynningarmála á árinu 2017. Verkefni fólust í gerð markaðsferis, greiningarvinnu, þátttöku á ráðstefnum tengdum gagnaverum, upplýsingavinnu, heimsókn til stórnotenda koltrefja, og samstarfs um markaðs- og kynningaraðgerðir tengt líftækni.

Markaðs- og kynningarstarf

Íslandsstofa tók þátt í fjölmörgum sýningum og ráðstefnum til að kynna Ísland fyrir erlendum fjárfestum. Höfuðáhersla var á þátttöku í atvinnugreinaráðstefnum þar sem greining á samkeppnisstöðu Íslands hefur staðfest samkeppnishæfni landsins. Fundir með fyrirtækjum í viðkomandi atvinnugreinum voru undirbúnir og haldnir í kringum ráðstefnurnar eða með sérstökum fundaherferðum.

Gagnaver

Íslandsstofa hefur um nokkurra ára skeið kynnt Ísland sem eina bestu mögulegu staðsetningu heims fyrir gagnaver. Kynningin byggir á úttektar- og greiningarvinnu PricewaterhouseCoopers í Belgíu og athugun ráðgjafafyrirtækisins McKinsey & Company.

Íslandsstofa starfaði með hagsmunaaðilum í gagnaveraiðnaðinum á árinu 2017 í tengslum við ráðstefnur, greiningarvinnu og fundi með erlendum fjárfestum. Íslensku fyrirtækin sem tóku þátt í viðburðum tengdum gagnaverum þetta árið voru; Farice, Nýherji, KADECO, Landsvirkjun, Orka náttúrunnar, Opin kerfi, Blönduósbær, Lota og Verne Global.

Fjórar gagnaverssýningar voru sóttar á árinu. Fyrsta sýningin var á vegum World Hosting Days (WHD) og fór fram í Rust í Þýskalandi. Um 6.500 gestir sóttu sýninguna, sem er ein sú stærsta í heiminum á sviði hýsingar og skýjalausna. Ísland var með ræðumann á stóra sviðinu og var mikill gestagangur á íslenska básnum.

Þá var tekið þátt í tveimur ráðstefnum á vegum IMN (Information Management Network), annarsvegar í Washington DC (IMN East) og hins vegar í Chicago (IMN Mid-West). Fulltrúi Íslands var í pallborði á báðum ráðstefnum. Einnig var fulltrúi frá Íslandsstofu í pallborði á ráðstefnu CAPRE í Dublin. Loks var farið á HCTS ráðstefnuna til fundar við erlenda aðila.

Eitt erlent fyrirtæki sótti um lóð fyrir gagnaver. Tvö erlend fyrirtæki hófu á árinu formlegt samstarf við innlenda aðila og er nú verið að skoða möguleika á að reisa tvö ný gagnaver. Alls funduðu fulltrúar Íslandsstofu með 39 fyrirtækjum þar sem rædd voru tækifæri á að reisa gagnaver á Íslandi. Auk þess voru haldnir 17 símafundir með erlendum aðilum og Íslandsstofa og 67 aðilar fengu upplýsingar um tækifærin á Ísland.

Íslandsstofa tók þátt í gerð skýrslu um stöðu gagnaversiðnaðarins á Íslandi með hagaðilum. Skýrslan var unnin af KPMG og munu niðurstöður verðar birtar í lok febrúar 2018.

Koltrefjar

Samkeppnisgreiningar staðfesta að Ísland er í hópi allra samkeppnishæfustu landa hvað varðar framleiðslukostnað koltrefja. Íslandsstofa er í reglubundnu sambandi við alla framleiðendur koltrefja og fylgist náið með þróun eftirspurnar og hugsanlegum stækkunaráformum einstakra framleiðenda.

Fjölnýting jarðvarma

Sérfræðingar voru fengnir til að gera athugun á tækifærum smáþörungaráttunar á Íslandi og kortleggja fyrirtæki í greininni með áherslu á Bandaríkin og Evrópu. Tilgangurinn var að finna og heimsækja þau fyrirtæki sem líklegust væru til að sjá og geta nýtt sér sérstöðu Íslands til ræktunar smáþörungna. KADECO, HS Orka og Orka náttúrunnar voru samstarfsaðilar Íslandsstofu í verkefninu.

Í apríl voru tvö fyrirtæki heimsótt í Bandaríkjunum og í maí sótti fulltrúi Íslandsstofu ráðstefnuna European Algae Summit í Nice. Fulltrúi Íslandsstofu hitti fjórtán fyrirtæki á ráðstefnunni Algaeurope í Berlín í desember. Þar af sýndu sex fyrirtæki Íslandi talsverðan áhuga.

Ísraelska fyrirtækið Algaenovation tók ákvörðun um að hefja hér framleiðslu smáþörungna til að bæta út í frumfóður fyrir klakstöðvar í fiskeldi og var fjárfestingasvið fyrirtækinu innan handar í undirbúningsferlinu.

Líftækni

Íslandsstofa hefur unnið að því að kynna kosti Íslands á sviði lífvísinda fyrir erlendum fjárfestum. Svið lífvísinda er bæði stórt og víðfeðmt og því nauðsynlegt að átta sig á því í byrjun hvar samkeppnishæfni landsins liggur.

Á fyrri helmingi 2017 voru tekin viðtöl við 150 fyrirtæki og fjárfesta í Bandaríkjunum og Evrópu sem valin voru af Deloitte í San Francisco. Tilgangurinn var að kynna aðstæður og tækifæri á Íslandi og fá viðbrögð við upplýsingum um styrkleika Íslands á þessu sviði. Út frá svörum erlendu aðilanna varð ljóst að mestur áhugi var á tveimur sviðum lífvísinda á Íslandi. Annars vegar lyfjaframleiðslu, og hins vegar erfðafræði og erfðamengjafræði. Ísland býður upp á hagkvæma staðsetningu milli tveggja stórra markaða (BNA og Evrópu), vel menntað og kraftmikið vinnuafli og löggjöf sem gefur lyfjafyrirtækjum forskot á samkeppnisaðila sína.

Þá eigum við öfluga miðlæga gagnagrunna á heilbrigðissviði sem nýst geta á sviði lífvísinda. Samhliða kortlagningunni var haldin fjárfestakynning í Boston í maí þar sem lífvísindi voru eitt viðfangsefna. Mikilvægt er að efla samstarf við fyrirtæki og vísindasamfélag hér heima og því voru haldnir tveir fundir með hagaðilum í janúar og október þar sem verkefnið var kynnt og framvinda tíunduð. Kadeco og Samtök sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu eru samstarfsaðilar Íslandsstofu að verkefninu.

Fjárfestingar í ferðaþjónustu

Mikill vöxtur ferðaþjónustu hér á landi hefur vakið áhuga bæði innlendra og erlendra fjárfesta. Fulltrúar íslenskra fyrirtækja hafa haft samband og óskað aðstoðar við að nálgast erlenda fjárfesta eða samstarfsaðila og erlendir fjárfestar hafa sýnt tækifærum á Íslandi áhuga. Unnið er í samræmi við áherslur greinarinnar og stjórnvalda um vöxt og viðgang ferðaþjónustunnar. Rætt var við fulltrúa alla landshlutasamtaka og markaðsstofa til að samræma áherslur. Í samstarfi við Íslandsstofu hafa sérfræðingar atvinnuvegaráðuneytisins gert drög að minnisblaði um beinar erlendar fjárfestingar í ferðaþjónustu. Þar er vísað til fyrirbyggjandi stefnumótunar um nýfjárfestingar í atvinnulífinu, Vegvísi ferðaþjónustunnar og markhópagreiningu Íslandsstofu sem grunn að áherslum í markaðsstarfi gagnvart erlendum fjárfestum á þessu sviði.

Til að kanna tækifærin sóttu fulltrúar Íslandsstofu ráðstefnurnar Hotel Investment Conference Europe í London, ExpoReal í München og Boutique and Lifestyle Lodging Association fjárfestingar í New York í júní.

Staðfestuland sjónvarpsstöðva

Samkvæmt greiningu á hagsmunum Íslands vegna útgöngu Bretlands úr EES, sem utanríkisráðuneytið birti í nóvember 2017, er Ísland eitt þeirra landa sem koma til greina sem nýtt staðfestuland fyrir sjónvarpsstöðvar sem senda út á EES svæðinu, á grundvelli skráningar höfuðstöðva í Bretlandi. Fram kemur í hagsmunagreiningunni að ýmis ríki innan Evrópusambandsins hafi lýst áhuga á að fá starfsemi sjónvarpsstöðvanna til sín. Samkvæmt tillögu mennta- og menningarmálaráðuneytisins, dagsettri 14. ágúst 2017, vísaði fjölmiðlanefnd frekari skoðun á þessu tækifæri Íslands til fjárfestingasviðs Íslandsstofu. Íslandsstofa samdi við ráðgjafafyrirtækið Expert Media Partners um úttekt á möguleikum Íslands til að laða hingað hluta þessarar starfsemi, eðli hennar, umfang starfseminnar og helstu áskoranir sem þarf að mæta til að hámarka jákvæðan afrakstur. Fyrirtækið skilaði niðurstöðum á kynningarfundum með hagaðilum og fulltrúum stjórnsýslunnar í desember. Einnig var haldinn fundur með menntamálaráðherra í sama tilgangi. Niðurstöður og viðbrögð voru jákvæð og tilefni til áframhaldandi undirbúnings þess að nýta þetta tækifæri.

Upplýsingaveita

Íslandsstofa rekur markaðs- og upplýsingavef, Invest.is þar sem miðlað er gagnlegum upplýsingum fyrir fjárfesta. Vefurinn gegnir einnig upplýsingahlutverki fyrir þá sem vilja kynna sér viðskiptaumhverfið á Íslandi.

Heimsóknatölur voru nokkuð stöðugar milli ára 2016 og 2017, sem og tölur um síðuflettingar, dvöl á vefnum og fráhrarf. Notendur voru rúmlega 26 þúsund. Ef aðeins er litið til síðustu fimm mánaða 2016 og 2017 þá fjölgaði notendum um 6,3%. Hlutfall þeirra sem skoða vefinn með snjallsíma heldur áfram að vaxa. Þá má merkja breytingu á samsetningu notenda. Notendum frá Bandaríkjunum fjölga um rúmlega tæp 22% og eru nú nær fjórðungur af notendum vefsins. Kanadískum notendum fjölga um 8% og breskum um 2,4%. Mest fækkar notendum frá Rússlandi.

Þjónusta við fjárfesta

Starfsmenn Íslandsstofu taka árlega á móti fjölmörgum fyrirtækjum sem óska eftir upplýsingum um land og þjóð eða þurfa að komast í samband við fyrirtæki og stofnanir hér á landi með uppbyggingu í huga. Þá hefur það einnig færst í vöxt að íslensk fyrirtæki leiti til Íslandsstofu um aðstoð við tengslamyndun við erlenda fjárfesta. Athuganir hinna erlendu fjárfesta geta tekið talsverðan tíma, jafnvel 1-2 ár, enda er oft um viðamiklar fjárfestingar að ræða. Ísland er oftast eitt af mörgum löndum sem til greina koma hvað varðar staðsetningu, en samkeppnin um atvinnu- og verðmætaskapandi erlendar fjárfestingar hefur vaxið jafnt og þétt þar sem flest þjóðríki líta á fjárfestingar af þessu tagi sem eitt þýðingarmesta atriðið fyrir atvinnusköpun og öflun nýrrar þekkingar.

Árið 2017 bárust samtals 172 fyrirspurnir. Flestar þeirra, eða 70, voru almenns eðlis um stofnun fyrirtækja á Íslandi, lagamma um beinar erlendar fjárfestingar eða skattaumhverfið. 39 snerust um tækifæri á sviði ferðaþjónustu eða veitingarekstrar, 22 um gagnaver eða upplýsingatækni, 20 voru frá námsmönnum, fjölmiðlum eða aðilum sem óskuðu aðstoðar við almenna upplýsingaöflun, 6 voru um kvikmyndir, sjónvarp eða skapandi greinar og 4 snerust um verkefni á sviði líf- eða heilsutækni.

Nýsland.is

Nýsköpunarlandið Ísland (Nýsland.is) er heitið á nýsköpunarverkefni Íslandsstofu. Tilgangur þess er að kortleggja nýsköpun ungra fyrirtækja með það að markmiði að meta þarfir þeirra fyrir aðstoð og endurspeglar framboð efnilegra hugmynda til hugsanlegra erlendra fjárfesta. Verkefnið nær til fyrirtækja sem stofnuð voru síðastliðin fimm ár og eru í atvinnugreinaflokkun Hagstofu Íslands sem þykja vænlegir til nýsköpunar. Úrtakið í fyrstu atrennu er 45% allra fyrirtækja sem stofnuð voru á þessu tímabili. Undirbúningur verkefnisins hófst síðla árs 2017.

Eftirfylgni við erlenda fjárfesta

After Care er eftirfylgniverkefni Fjárfestingasviðs Íslandsstofu og hefur það að markmiði að fá upplýsingar um reynslu erlendra fjárfesta af starfsemi hér á landi og stuðla að bættu samkeppnisumhverfi fyrir alþjóðleg nýsköpunarverkefni. Í dag eru rúmlega þúsund íslenskra félaga í rekstri með erlent eignarhald (10%+). 270 fjárfestingar af þessu tagi eru gerðar árlega og ljóst að þeim fer fjölgandi nú þegar fjármagnshöft hafa verið afnumin. Markhópur verkefnisins eru þau fyrirtæki sem hafa orðið til fyrir tilstilli erlendra fjárfesta eða eru að verulegu leyti í eigu slíkra aðila. Íslandsstofa nálgast fyrirtækin í formi heimsóknna og viðtala.

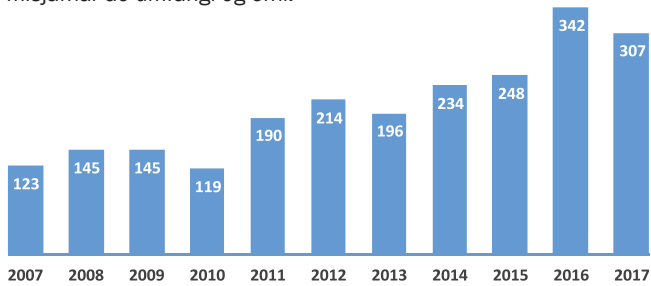
Árangursmælikvarðar

Fjárfestingasvið Íslandsstofu heldur tölulegt yfirlit yfir þá árangursþætti kynningarstarfsins sem starfsmenn þess hafa bein eða óbein áhrif á hverju sinni. Megin markmið og tilgangur starfseminnar er að fá erlenda fjárfesta til að heimsækja Ísland og skoða staðsetningu hér á landi í gegnum faglega ákvarðanatöku. Starfsmenn sviðsins meta árangur út frá tölulegum staðreyndum um fjölda heimsóknna erlendra fjárfesta og fjölda verkefna sem fara í virka skoðun á hverju ári. Þjónustukannanir eru framkvæmdar með reglubundnum hætti til að kanna viðhorf fjárfesta til gæða þeirrar þjónustu sem starfsmenn hafa veitt þeim.



Film in Iceland

Á árinu 2017 fækkaði fjöldi fyrirspurna frá árinu áður og bárust 307 fyrirspurnir til Film in Iceland. Voru þessar fyrirspurnir misjafnar að umfangi og efni.



Nokkur kvikmyndaverkefni komu hingað til lands árið 2017. Hluti af myndinni Pacific Rim Uprising var tekin upp á Íslandi í lok apríl og tókur á hrakningamyndinni Arctic fóru fram hér á landi í apríl. Þá var stórmyndin The Last Jedi tekin að hluta á Íslandi.

Nokkur stór sjónvarpsverkefni voru tekin upp á Íslandi á árinu 2017. Fyrst ber að nefna Game of Thrones, en þessir þættir voru teknir upp hér að hluta. Önnur vinsæl sería, Black Mirror var tekin upp á Íslandi að hluta á árinu 2017. Upptökur á kínversku sjónvarpsseríunni King of Blaze fóru fram í október og nóvember sl. Til landsins kom 87 manna tókulið og auk þess komu rúmlega 50 sérhæfðir starfsmenn frá Íslandi og um 50 aukaleikarar að verkefninu. Þættirnir byggja á teiknimyndasögum með sama nafni og hefjast sýningar sumarið 2018.

Nokkuð var um minni verkefni frá ýmsum löndum og má sem dæmi nefna þætti eins og The Amazing Race og House Hunters.

AFCI Cineposium

AFCI (Association of Film Commissioners International) eru samtök þeirra kynningarstofa sem sjá um að laða kvikmynda- og sjónvarpstökur á sitt svæði. Íslandsstofa er meðlimur í þessum samtökum. Ársfundur AFCI var haldinn í Los Angeles í október og á þeim fundi var fjallað um ýmsa þætti er varða árangur í markaðssetningu á löndum, borgum og svæðum og hvernig best er að koma skilaboðum á framfæri við framleiðendur.

Location Trade Show

Film in Iceland var með bás á ráðstefnunni sem haldin er af AFCI ár hvert. Alls tóku sjö íslensk kvikmyndafyrirtæki þátt auk Reykjavíkurborgar. Þau voru Truenorth, Pegasus, Sagafilm, Republik, RVK Studios, Hero Productions og On The Rocks. Þá var fundað með fjölda framleiðslufyrirtækja, má sem dæmi nefna, Lionsgate, Warner Brothers, FOX, Paramount, Disney, Universal og 20th Century Fox.

Berlinale

Fundað var með framleiðendum og Ísland kynnt sem ákjósanlegur kostur til kvikmyndatöku.

Film Fam Tour

Sex staðarvalsstjórum frá Hollywood boðið til Íslands til að kynna sér aðstæður hér á landi. Þetta var í fimmta skipti sem Íslandsstofa stendur fyrir slíkri ferð í samstarfi við Iceland Naturally. Þessar ferðir hafa skilað nokkrum verkefnum hingað til lands.

Indywood Film Carnival

Íslandsstofa tók þátt í Indywood Film Carnival í samstarfi við sendiráð Íslands á Indlandi. Fundað var með framleiðslufyrirtækjum dagana fyrir hátíðina og á hátíðinni sjálfri. Ísland var með bás þar sem gestir komu og kynntu sér kosti þess að taka upp á Íslandi. Þá fékk Ísland sérstök verðlaun á hátíðinni vegna stórbrotinna bakgrunnsmýnda sem birst hafa í indverskum kvikmyndum teknum hér á landi. Eitt verkefni er komið í skoðun á árinu 2018 í framhaldi af fyrirtækjafundum sem haldnir voru í tengslum við sýninguna.

American Film Market

Íslandsstofa var í fyrsta skipti með bás á þessari stóru hátíð í Los Angeles. Sú tilraun gaf ekki góða raun og verður ekki endurtekin. Sýningarsvæðið var mjög dreift og erfitt að koma skilaboðum á framfæri á sýningunni. Fundir í kringum sýninguna gengu þó vel og er eitt spennandi verkefni nú þegar í skoðun.

Focus

Íslandsstofa var með kynningarbás á FOCUS sýningunni í ár líkt og undanfarin tvö ár. Fjöldi gesta kom á íslenska básinn og var mikið spurt um hækkun á endurgreiðslunni sem tók gildi 1. janúar 2017. Keyptar voru auglýsingar á sýningarsvæðinu þar sem hækkun úr 20% í 25% var auglýst. Alls tóku sjö íslensk kvikmyndafyrirtæki þátt í kynningunni auk Reykjavíkurborgar þetta árið. Þau voru Truenorth, Pegasus, Sagafilm, Republik, RVK Studios, Hero Productions og On The Rocks.

Samstarf við utanríkisráðuneytið

Íslandsstofa hefur undanfarin 14 ár unnið með viðskiptafulltrúa utanríkisráðuneytisins í New York að kynningu á verkefninu Film in Iceland í Bandaríkjunum og hefur það reynst gæfuríkt samstarf. Einnig hafa Íslandsstofa og Höfuðborgarstofa starfað saman að kynningu á höfuðborgarsvæðinu og Íslandi sem tókustað. Þá hefur verið gott samstarf við sendiráð Íslands á Indlandi, í Þýskalandi og í Kína. Í kjölfar góðs árangurs af því samstarfi má því gera ráð fyrir auknu samstarfi við viðskiptafulltrúa sendiráða Íslands.





Með hugvit og samvinnu að vopni

Andri Marteinnsson, forstöðumaður, iðnaður og þjónusta

Ein er sú orkulind sem aldrei þrýtur en það er þekkingin og hugvitið. Íslendingar hafa náð markverðum árangri með skapandi hugsun og á það ekki síst við í rótgrónum iðngreinum, þar sem burðir, þekking og reynsla eru til að skara fram úr. Um leið skapast tækifæri til að sækja út fyrir landsteinana.

Víða sóknartækifæri

Í sjávarútvegi höfum við getið okkur gott orð fyrir tækniframþróun í veiðum og vinnslu. Þar liggja mikil tækifæri í orkusparandi og umhverfisvænum lausnum. Íslendingar eru í fremstu röð í nýtingu endurnýjanlegrar orku. Jarðvarmaorka er vist- og umhverfisvæn og má nýta hana með ýmsum öðrum hætti en að kynda og lýsa upp húsin okkar – dæmi um fjölnýtingu jarðhitans er ræktun grænmetis í gróðurhúsum og þurrkun fisks. Tækifærin í líftækni felast m.a. í snyrtivörum og fæðubótarefnum úr náttúrulegum hráefnum, sem stuðla í sumum tilvikum að bættri nýtingu og verðmætasköpun sjávarafurða. Þá kallar nútímavæðing borga á snjallar og grænar tæknilausnir sem draga úr mengun og losun gróðurhúsalofttegunda.

Styrkleikar lítils lands

Smæð heimamarkaðar getur verið hamlandi. En í henni felst líka styrkur. Stuttar boðleiðir og auðvelt aðgengi að upplýsingum ýta undir nýsköpunarkraft í samfélaginu. Og aðlögunarhæfni að þörfum markaða og skilvirkir ferlar við ákvarðanir gera það að

verkum að við getum verið snör í snúningum þegar með þarf. Fyrirtæki og rannsóknastofnanir vinna oft náið saman og smærri fyrirtæki eiga greiðan aðgang að þeim sem stærri eru þegar kemur að nýsköpun. Dæmin eru ófá og þekkjast í flestum ef ekki öllum atvinnugreinum. Í sjávarútvegi höfum við þó náð einna lengst á þessu sviði og þar spilar tæknin stórt hlutverk.

Byggjum á styrkleikum

Það hefur heyrst að við Íslendingar séum ekki nógu öflugir sölumenn og mögulega er sannleikskorn í því. Eins og áður var lýst eru tækifærin fyrir hendi til að markaðssetja og selja þær hugvitssömu lausnir sem við höfum upp á að bjóða. Við höfum sýnt það og sannað að við getum þróað saman lausnir og því er fagnaðarefni að fyrirtækin sjái hag sinn í að vinna saman að markaðssetningu.

Árið 2018 mun svið iðnaðar og þjónustu hafa frumkvæði að því að leiða saman fyrirtæki og aðra hagsmunaaðila og mynda öflugan samstarfsvettvang fyrir íslensk fyrirtæki með samræmdu markaðs- og kynningarstarfi. Áhersla verður lögð á þematengd þróunarverkefni þvert á atvinnugreinar og framsetningu á lausnum sem mæta þörfum markaðarins. Íslensk fyrirtæki keppa yfirleitt ekki í verði heldur orðsþori, þekkingu, sveigjanleika og sérsniðnum lausnum. Ef við byggjum á styrkleikum okkar og sameinum kraftana, þá verður slagkrafturinn meiri. Það er ekki eftir neinu að bíða.

IÐNAÐUR OG ÞJÓNUSTA

Hlutverk sviðs iðnaðar og þjónustu er að auka vitund, áhuga og eftirspurn erlendis eftir vörum, þjónustu og sérfræðipekkingu íslenskra fyrirtækja.

Öll starfsemi sviðsins miðast við að styðja við markaðsstarf og kynna lausnir fyrirtækja utan landsteinanna. Unnið er með fyrirtækjum og hagsmunaaðilum að því að meta þarfir mismunandi starfsgreinahópa, varðandi erlenda markaðssókn, með innlendum og erlendum sérfræðingum.

Starfsmenn sviðsins árið 2017 voru: Andri Marteinnsson (forstöðumaður), Erna Björnsdóttir, Gunnhildur Ásta Guðmundsdóttir og Ingveldur Ásta Björnsdóttir. Erna gekk til liðs við fjárfestingasvið síðla árs og Ingveldur kom í hennar stað.

Sviðið nýtur liðsinnis öflugrags fagráðs við stefnumótun og aðra ráðgefandi umræðu. Fagráðið skipa 12 einstaklingar, sem jafnframt eru fulltrúar fyrirtækja í þeim greinum sem sviðið vinnur með og stuðningsumhverfisins. Reglulegir fundir eru lykillinn að góðum tengslum og samvinnu við atvinnulífið en aðilar fagráðsins sjá til þess að þarfir atvinnulífsins endurspeglast í verkefnum sviðsins. Fagráðið er skipað til tveggja ára í senn og tók núverandi ráð við í upphafi árs 2017, undir formennsku Stellu Bjarkar Kristinsdóttur hjá Marel.

Tækni fyrir sjávarútveg og matvæli

Í júní fóru fulltrúar átta íslenskra fyrirtækja sem þjónusta sjávarútveginn til Kaliningrad, á vegum Íslandsstofu og sendiráðs Íslands í Moskvu. Ferðin var farin í kjölfar ferðar til Múrmansk á fyrra ári sem þótti takast vel. Markmiðið var að kynna vörur og þjónustu, og kanna möguleika á samstarfi um þátttöku í þeirri uppbyggingu sem stendur fyrir dyrum í útgerð og vinnslu í Rússlandi. Átti hópurinn þar fundi með fyrirtækjum og stjórnvöldum. Þá fór hópur íslenskra fyrirtækja sem þjónusta sjávarútveginn til Vladivostok í byrjun október þar

sem Íslandsstofa og sendiráðið í Moskvu skipulögðu dagskrá í tengslum við ráðstefnuna Fishermen Congress. Þar nutu íslenskar lausnir töluverðrar athygli auk þess sem Berglind Ásgeirsdóttir, sendiherra, fór í fjölmörg viðtöl við fjölmörg á meðan ráðstefnunni stóð. Íslensku fyrirtækin tóku m.a. þátt í hringborðsumræðum um fiskeldi og um fjárfestingar, nýsköpun og alþjóðasamstarf í sjávarútvegi, auk þess sem rússneskum fyrirtækjum var einnig boðið til sérstakrar kynningar á íslenskum sjávarútvegi og samtals um samstarf. Hópurinn átti þar að auki fund með tveimur aðstoðarfylkisstjórum á austurströnd Rússland.

Forsetaheimsókn til Noregs

Í tengslum við opinbera heimsókn forseta Íslands til Noregs hafði Íslandslandsstofa umsjón með skipulagningu og framkvæmd málstofu um sjálfbærni og verðmætasköpun í sjávarútvegi, sem fram fór í Bergen. Viðstaddir voru meðal annars Noregskonungur, forsetahjón Íslands, ásamt utanríkisráðherra og fylgdarliði. Um var að ræða samstarfsverkefni Íslandsstofu, Innovasjon Norge, sendiráðs Íslands í Noregi og Háskólans í Bergen. Flutt voru erindi um nýsköpun, tækifæri tengd áður óveiddum tegundum hafsins og fullnýtingu afurða auk þess sem utanríkisráðherra ávarpaði gesti.

Í framhaldi málstofunnar var efnt til tvískiptrar vinnustofu um sjálfbæra nýtingu sjávarauðlinda og hátækni, með vel á þriðja tug þátttakenda. Markmiðið var að horfa til framtíðar og ræða hvernig Ísland og Noregur geti í sameiningu stuðlað að aukinni verðmætasköpun í sjávarútvegi með veiði og vinnslu nýrra tegunda. Gafst gott tækifæri til tengslamyndunar auk þess sem verkefnahugmyndir, sem hægt er að styrkja, eru þegar í frekari skoðun hjá Innovasjon Norge.



Heilsa úr hafi

„Heilsa úr hafi“ var yfirskrift viðburðar sem Íslandsstofa, sendiráð Íslands í Kaupmannahöfn og Viðskiptaklúbbur Norðurbryggju skipulögðu í sameiningu í Kaupmannahöfn í október. Á viðburðinum kynntu sjö íslensk fyrirtæki vörur sínar fyrir dönskum fjárfestum, söluaðilum og öðrum áhugasömum, auk erinda frá sendiráðinu, Íslandsstofu og Sjávarklasnum. Viðburðurinn þótti takast vel og var vel sóttur.

Orka

Niðurstöður kortlagningar jarðvarmans voru kynntar á vinnu-fundi í febrúar þar sem fulltrúar um 30 fyrirtækja í greininni tóku þátt ásamt öðrum hagaðilum. Hugmyndir að sameiginlegum aðgerðum fyrir markaðssetningu erlendis á lausnum og þekkingu á nýtingu jarðvarma voru ræddar. Niðurstöðurnar nýtast á ýmsa vegu í samstarf meðal fyrirtækja og stjórnvalda.

Íslandsstofa tók þátt í E-World Energy & Water orkusýningunni sem fram fór í Essen í febrúar ásamt stórum hópi íslenskra fyrirtækja. Fimmtán aðilar tóku þátt á sameiginlegum sýningar-bás, þar af fimm sprotafyrirtæki sem styrkt voru til ferðarinnar. Markmiðið var vekja athygli á Íslandi sem þekkingarlandi á sviði jarðvarma og var umferð um básinn talsverð. Móttaka var haldin í samstarfi við sendiráð Íslands í Þýskalandi daginn fyrir sýninguna þar sem fimm þátttakendur héldu stuttar kynningar auk þess sem sendiherra var með ávarp, en hann sótti einnig sýninguna.

Átta íslensk fyrirtæki, auk fulltrúa Jarðvarmaklasans, tóku í lok apríl þátt í jarðvarmaráðstefnunni GEOLAC með stuðningi Íslandsstofu. Ráðstefnan var að þessu sinni haldin í Mexíkó en viðfangsefni hennar eru fjárfestingar og verkefni á sviði jarðvarma í Rómönsku-Ameríku og eyjunum í Karíbahafi. Á því svæði eru skv. niðurstöðum kortlagningar talsverð tækifæri fyrir íslensk fyrirtæki tengd raforkuframléiðslu með jarðvarma. Íslenski hópurinn kynnti þjónustu fyrirtækjanna og áratuga reynslu Íslendinga af nýtingu jarðvarma með sameiginlegu kynningarefni. Þá undirrituðu fulltrúar Jarðvarmaklasans samstarfssamning við jarðvarmaklasann í Mexíkó um aukið samstarf m.a. á sviði rannsókna og menntunar.

Heilbrigðistækni

Íslandsstofa tekur þátt í norrænu samstarfsverkefni um markaðssetningu á norrænum heilbrigðistæknilausnum undir sameiginlegum hatti í Bandaríkjunum, Kanada og Þýskalandi. Verkefnið er hluti af „Global Societal Challenges“ sem Norræna ráðherranefndin hleypti af stokkunum í september 2016 undir forsjá Nordic Innovation. Yfirskrift verkefnisins er „Smart Digital Health“ en undir það falla lausnir sem auðvelda samskipti á milli starfsmanna sjúkrahúsa, á milli sjúklinga og starfsmanna sjúkrahúsa auk lausna sem gera meðhöndlun í heimahúsum mögulega.

Verkefnastjóri hefur verið ráðinn til að vinna kortlagningu á því hvaða lausnir Íslendingar hafa fram að færa inn í verkefnið. Mun hann á sama tíma einnig kortleggja og flokka starfsemi heilbrigðistækniyrirtækja hér á landi til að auðvelda alla útflutningsþjónustu við þau. Síðast var ráðist í slíka kortlagningu árið 2015. Að þessu sinni verður rætt við yfir 50 fyrirtæki og er gert ráð fyrir að kortlagningunni verði lokið á vormánuðum 2018.

Upplýsingatækni

Líkt og 2016 skipulagði Íslandsstofa, í samstarfi við Icelandic Startups og sendiráð Íslands í Helsinki, hópferð íslenskra fyrirtækja á Slush sprota- og tækniráðstefnuna í Helsinki. Að þessu sinni fóru 17 fyrirtæki á ráðstefnuna með stuðningi Íslandsstofu en alls sóttu hana um 70 Íslendingar. Ráðstefnan var vel sótt og lífandi og býður upp á margvíslega möguleika við að koma sínum hugmyndum á framfæri, hitta fjárfesta og efla tengslanetið.

Áliðnaður

Lokið var við kortlagningu fyrirtækja í áliðnaði sem var samstarfsverkefni Íslandsstofu, Samáls og Álklasans. Viðtöl voru tekin við 36 fyrirtæki og stofnanir og munu þær upplýsingar nýtast sem vegvísir fyrir verkefni á árinu 2018.

Snjallar og grænar lausnir

Íslandsstofa tekur þátt í norrænu samstarfsverkefni með það markmið að markaðssetja snjallar og sjálfbærar lausnir frá Norðurlöndum undir sameiginlegum hatti á völdum mörkuðum. Verkefnið er hluti af „Global Societal Challenges“ sem Norræna ráðherranefndin hleypti af stokkunum í september 2016 undir forsjá Nordic Innovation. Á árinu var gerð úttekt á því hvaða markaðir þykja áhugaverðastir fyrir slíkar lausnir. Niðurstaðan leiddi í ljós að Bandaríkin, Indland og Kína þóttu fýsilegastir. Sendiráð og ræðisskrifstofur þessara landa könnuðu í kjölfarið í hvaða fimm borgum helstu tækifærin væru fyrir markaðssetningu á slíkum lausnum. Verkefnastjóri hefur verið ráðinn til að vinna kortlagningu á því hvaða íslensku lausnir Ísland hefur fram að færa í verkefnið og hvaða áhugaverðu sögur til staðar sem þarf að koma á framfæri.

Í mars var haldin málstofa í Nýju-Delí undir yfirskriftinni „Clean Energy“ sem var hluti samnorræns viðburðar um snjallborgir á Indlandi. Indverjar hafa ákveðið að fjárfesta duglega í snjölum lausnum sem hafa umhverfisvæn og /eða orkusparandi áhrif í för með sér. Viðskiptafulltrúi við sendiráð Íslands í Nýju Delí kynnti lausnir ásamt fulltrúum þeirra fjögurra íslensku fyrirtækja og stofnana sem tóku þátt í verkefninu.

Smiðjan

Smiðjan (smidjan.islandsstofa.is) fór í loftið árið 2015. Hlutverk hennar er að styðja við markaðssetningu íslenskra fyrirtækja á erlendum mörkuðum og auka trúverðugleika gagnvart erlendum viðskiptavinum. Áfram var unnið að því að þróa vefinn fyrir útflutningsfyrirtæki á árinu. Í tengslum við fyrirhugaða uppfærslu réðst sviðið í notendaprófanir á vefsíðunni um mitt ár, sem SJÁ viðmótsprófanir leiddu. Í kjölfarið var ráðist í straumlínulögun vefsins, viðmótshönnun og forritun nýs vefsvæðis.

Fjölmiðlaumfjallanir

Unnið hefur verið að því að safna sögum af íslensku hugviti og framléiðslu til að koma á framfæri við fjölmiðla með aðstoð almannatengslaskrifstofu. Þeir markaðir sem lögð hefur verið áhersla á eru Þýskaland, Bretland og Bandaríkin.



RÁÐGJÖF OG FRÆÐSLA

Svið ráðgjafar og fræðslu veitir fyrirtækjum alhliða þjónustu sem miðar að því að styrkja stöðu þeirra við markaðssetningu og sókn á erlenda markaði.

Útflutningsþjónusta sviðsins færðist í nýjan búning á árinu 2017. Þjónustuframboðinu var jafnframt breytt til að laga það betur að breyttu umhverfi. Í Útlínunum eiga fyrirtæki að geta fundið þá þjónustu og aðstoð sem þau þurfa á að halda í tengslum við útflutning. Útlínur skiptast í meginþáttum í þrjá hluta; greiningu á tækifærum, undirbúning og þjálfun, og inngöngu á markaði. Þjónusta sviðs ráðgjafar og fræðslu nær einnig til ýmissa útflutningstengdra verkefna með fyrirtækjum og stofnunum, bæði hér á landi og erlendis.

Starfsmenn sviðsins árið 2017 voru: Andri Marteinnsson (forstöðumaður), Flosi Eiríksson og Gunnhildur Ásta Guðmundsdóttir.

Greining tækifæra

Góð grundvallarþekking og undirbúningur geta ráðið úrslitum um árangur þegar kemur að sókn á erlenda markaði.

Útflutningsráðgjöf

Útflutningsráðgjöf Íslandsstofu felst í að greina með fyrirtækjum hvað þau þurfi að gera til að undirbúa sig sem best fyrir sókn á erlenda markaði. Einnig er veitt aðstoð við öflun markaðsupplýsinga, bæði með aðgengi að gagnabönkum og svörun fyrirspurna. Fundað var með 65 fyrirtækjum á árinu og á annað hundrað fyrirspurnum var svarað. Á þriðja tug fyrirtækja

nýtti sér þá aðstoð að koma og fletta upp upplýsingum í gagnabönkunum þar sem m.a. er að finna upplýsingar um fyrirtæki, markaði, tolla og neytendur.

Markaðsskönnun

Þjónustan felur í sér að unnið er með erlendu ráðgjafafyrirtæki að kortlagningu tiltekinna markaða. Skilað er hnitmiðaðri 2-3 blaðsíðna skýrslu um möguleika samkeppnisaðila og aðstæður á einstökum mörkuðum. Alls voru níu fyrirtæki sem fengu skönnun á árinu á þeim markaði sem þeir höfðu áhuga á. Þeir fengu skýrslu um hvort þetta væri rétti markaðurinn og með hvaða hætti væri best að hasla sér þar völl.

Undirbúningur og þjálfun

Íslandsstofa leitast við að veita öllum fyrirtækjum þá útflutningsþjónustu sem þeim hentar. Aðallína og Hraðlína eru þjónustuleiðir í boði hjá Íslandsstofu þar sem fyrirtæki og forsvarsmenn þeirra fá aðstoð og leiðbeiningar við að gera heildstæðar áætlanir um hvernig best er að standa að útflutningi. Byrjað var að bjóða upp á þessa þjónustu síðla haust að undangenginni þróunarvinnu þar sem þessi aðstoð við fyrirtæki var tekin til gagngerrar endurskoðunar.

Aðallína er þjónusta fyrir fyrirtæki sem vilja komast með vöru eða þjónustu inn á erlendan markað en hafa litla reynslu af útflutningi.



Viðskiptafulltrúar. Frá vinstri, Ruth Bobrich (DE), Petur Yang Li (CN), Eyrún Hafsteinsdóttir (UK), Ilona Vasilieva (RU), Karí Jónsdóttir (NO), Arna Lísbet Þorgeirsdóttir (FI), Halldór Elís Ólafsson (JP), Stefanía Kristín Bjarnadóttir (DK) og Rahul Chongtham (IN). Á myndina vantar Hlyn Guðjónsson, aðalræðismað og viðskiptafulltrúa Íslands í Norður-Ameríku.



Norðurbyggja í Kaupmannahöfn í október 2017, þar sem sjö íslensk nýsköpunarfyritæki kynntu vörur sínar undir yfirskriftinni „Heilsa úr hafi“.



Noregskonungur, forseti Íslands og frú, ásamt utanríkisráðherra, sóttu málstofu í mars 2017 um sjálfbærni og verðmætasköpun í sjávarútvegi, sem fram fór í Vil Vite vísindasafninu í Bergen. Um var að ræða samstarfsverkefni Íslandsstofu, Innovasjon Norge, sendiráðs Íslands í Noregi og Háskólans í Bergen.

Pátttakendur fá aðstoð við að gera raunhæfar markaðs- og útflutningsáætlanir inn á valinn markað og stuðning frá ráðgjafa. Farið er með hagnýtum hætti í gegnum ferli sem inniheldur innleiðingu og eftirfylgni á markaði. Hægt er að hefja vegferðina nánast hvenær sem hentar en áætlað er að ferlið í heild sinni taki fyrirtæki 2-4 mánuði. Alls voru fimm fyrirtæki sem hófu sína vegferð í Aðallínu á árinu.

Hraðlína er þjónusta fyrir fyrirtæki sem vilja komast með vöru eða þjónustu inn á erlendan markað og hafa töluverða reynslu af útflutningi. Áætlað er að ferlið taki 1-3 mánuði. Alls voru þrjú fyrirtæki sem hófu sína vegferð í Hraðlínu á árinu.

Innganga á markað

Íslandsstofa veitir margskonar þjónustu til fyrirtækja í erlendra markaðssókn. Þegar valinn hefur verið markaður til að sækja á getur Íslandsstofa útvegað fyrirtækjum aðstoð erlendis við að finna ákjósanlega samstarfsaðila á viðkomandi svæði og ná fundum með þeim. Fyrirtækin fara á eigin vegum á fundina og leita viðskipta. Fimm fyrirtæki nýttu sér þessa þjónustu á árinu þar sem unnið er með neti samstarfsaðila Íslandsstofu erlendis.

Net samstarfsaðila

Íslandsstofa býr að öflugu neti samstarfsaðila og ráðgjafa um allan heim. Ýmsir ráðgjafar og fyrirtæki koma að verkefnum Íslandsstofu og myndast hefur gott tengslanet af fólki með bæði þekkingu og reynslu á erlendum mörkuðum. Jafnframt skiptir Íslandsstofa við ráðgjafa um allan heim sem búa yfir sérþekkingu og tengslum innan ákveðinna atvinnugreina. Þá eru ótaldir Íslendingar sem starfa víða um heim og eru oft boðnir og búnir til að aðstoða fyrirtæki frá Íslandi þegar eftir því er leitað.

Viðskiptafulltrúar og sendiherrar

Við 10 sendiráð Íslands á erlendra grundu eru starfandi viðskiptafulltrúar sem veita fyrirtækjum margþætta þjónustu. Íslandsstofa og viðskiptasvið utanríkisráðuneytisins eru tengiliðir við sendiráðin sem eru staðsett í Berlín, Nýju-Delí, Helsinki, Kaupmannahöfn, London, Moskvu, New York, Osló, Pekíng, og Tókýó.

Íslandsstofa sér um að skipuleggja og auglýsa opna fundi viðskiptafulltrúa og sendiherra Íslands erlendis hér á landi. Árið 2017 voru fundir þessara aðila hér á landi með fyrirtækjum á þriðja hundrað talsins, ýmist með auglýstum viðtölum eða heimsóknunum. Auglýstir voru sjö fundir á skrifstofu Íslandsstofu með sendiherrum Íslands erlendis. Fleiri en 60 komu og hittu þá að máli. Þá svöruðu viðskiptafulltrúar sendiráðanna um 7.000 viðskipta- og ferðatengdum fyrirspurnum á árinu.

Samstarfsverkefni

Sem fyrr átti Íslandsstofa í samstarfi við fjölda stofnana og fyrirtækja í gegnum ýmis verkefni og viðburði. Markmiðið er ávallt að byggja upp almenna þekkingu á útflutningi og búa fyrirtæki sem best undir erlenda markaðssókn.

Fyrirtækjasetur í New York

Nýju norrænu fyrirtækjasetri, „Nordic Innovation House“, var hleypt af stokkunum í New York á haustmánuðum. Um er að ræða samstarfsverkefni Aðalræðisskrifstofu Íslands í New York, Íslandsstofu og Nýsköpunarmiðstöðvar Íslands. Setrið er ætlað fyrirtækjum í sókn á Bandaríkjamarkað sem vilja góða aðstöðu og tengslanet á staðnum en aðstoða og þjónusta af þessu tagi gengur undir enska heitinu „soft landing“. Í samstarfi við bandaríska fyrirtækið WeWorks er hægt að bjóða íslenskum fyrirtækjum að velja úr yfir 40 stöðum í New York og víðar. Hægt er að sækja um aðgang að viðskiptasetrinu í allt að þrjú mánuði í senn á hverju ári og höfðu tvö íslensk fyrirtæki þegar nýtt sér aðstöðuna í árslok.

Made in Iceland

Verkefnið „Made in Iceland“ er samstarfsverkefni Íslandsstofu, sendiráðs Íslands í Kína og utanríkisþjónustunnar. Tilgangur þess er að kynna undir einum hatti vörur og þjónustu íslenskra fyrirtækja í Kína og greiða leið þeirra við að koma á viðskiptasamböndum. Verkefnið er ætlað íslenskum fyrirtækjum sem hafa áhuga og getu til útflutnings á einn stærsta neytendamarkað heims. Á liðnu ári lauk verkefninu í fjórða sinn en það stendur yfir í tvö ár í senn.

Samstarf við Háskóla Íslands

Íslandsstofa hefur um margra ára skeið átt í samstarfi við meistaranámið í markaðsfræði og alþjóðaviðskiptum við HÍ. Samstarfið felst að stærstum hluta í því að meistaranemar vinna markaðsrannsókn fyrir valin fyrirtæki sem hafa leitað til Íslandsstofu eftir fræðslu og ráðgjöf. Alls unnu sex teymi meistaranema slíka rannsókn fyrir jafn mörg fyrirtæki á liðnu ári og öðluðust þannig hagnýta reynslu og þekkingu.

Viðskiptasendinefnd frá Færeyjum

Í tilefni af heimsókn færeyskrar viðskiptasendinefndar til landsins var efnt til vel heppnaðs viðskiptastefnumóts íslenskra og færeyskra fyrirtækja á Hilton Reykjavík Nordica í mars. Að viðburðinum stóðu auk Íslandsstofu, utanríkisráðuneytið og Færeysk-Íslenska viðskiptaráðið. Alls kynntu 19 færeysk fyrirtæki þar vöru og þjónustu fyrir á þriðja tug íslenskra fyrirtækja.

Viðskiptasendinefnd frá Úkraínu

Sendiherra Úkraínu fyrir Ísland, Andrii Olefirov, sótti umdæmisland sitt heim á árinu en hann er staðsettur í Helsinki. Boðað var til opins kynningarfundar af þessu tilefni þar sem sendiherrann kynnti viðskiptaumhverfið í Úkraínu og möguleg viðskiptatækifæri á milli landanna. Hátt á þriðja tug gesta sótti viðburðinn sem þótti takast vel. Sendiherrann kynnti einnig möguleg viðskiptatækifæri í Úkraínu en sjálfur hefur hann mikla reynslu af viðskiptum og alþjóðasamningum auk þess að gjörþekkja viðskiptaumhverfið í heimalandinu.

Stjórnun markaðsstarfs

Í samstarfi við Guðmund Arnar Guðmundsson og Mbl.is stóð Íslandsstofa fyrir námskeiðinu Stjórnun markaðsstarfs. Námskeiðið var kennt á Egilsstöðum og Reykjavík og sóttu það í heildina um 200 manns.

Norræni loftslagssjóðurinn

Í september stóð Íslandsstofa, í samstarfi við utanríkisráðuneytið og Norræna þróunarsjóðinn (NDF), fyrir kynningarfundum á Norræna loftslagssjóðnum (e. Nordic Climate Facility). Sjóðurinn leitar árlega hugmynda að grænum lausnum til að styrkja, með að markmiðið að draga úr áhrifum loftslagsbreytinga í þróunarlöndum.

NEFCO/NOPEF – Kynningarfundur

Haldin var kynningarfundur um norræna fjárfestingarsjóðinn NEFCO og norræna verkefnaútflutningssjóðinn Nopef - í samstarfi við sjóðina og SI í október. Um 70 íslensk fyrirtæki hafa í fengið fjármagn til hagkvæmnisathugana erlendis í gegnum árin og hafa fundir sem þessi yfirlitt skilað nokkrum umsóknum.

Samstarfssjóður Íslandsstofu og viðskiptasviðs utanríkisráðuneytisins

Samstarfssjóður Íslandsstofu og utanríkisráðuneytisins styður fjárhagslega við viðskiptatengd verkefni sendiráða Íslands erlendis í samvinnu við Íslandsstofu. Á árinu 2017 veitti sjóðurinn 15 milljónum til stuðnings við 24 verkefni. Öll miða þau að því að markaðssetja eða kynna íslenskar vörur og þjónustu á erlendum mörkuðum. Í stýrihópi samstarfssjóðs sitja Jón Ásbergsson og Andri Marteinson frá Íslandsstofu og Unnur Orradóttir Ramette og Júlíus Hafstein frá utanríkisráðuneytinu. Á haustmánuðum tók Auður Edda Jökulsdóttir sæti Júlíusar þegar hann lét af störfum.

Nýsköpunarþing 2017

„Draumaland nýsköpunar“ var yfirskrift Nýsköpunarþings 2017 þar sem leitast við að veita innsýn í nýsköpunarumhverfið á Íslandi, m.a. með viðtölum við fyrirtæki auk þess sem kynnt var úttekt á nýsköpunarumhverfinu hér sem unnin var að fyrirmynd MIT tækniháskólans í Boston. Íslandsstofa, Rannís, NMÍ og NSA standa að viðburðinum sem haldinn hefur verið árlega á vordögum undanfarin ár. Sjávarútvegstæknifyrirtækið Skaginn hf. hlaut Nýsköpunarverðlaun Íslands við sama tilefni. Verðlaunin eru ár hvert veitt því fyrirtæki sem þykir hafa skarað fram úr í þróun nýrrar vöru eða þjónustu, sem byggð er á rannsóknar- og nýsköpunarstarfi og náð hefur árangri á markaði. Tilgangur verðlaunanna er að vekja athygli á þeim mikilvægu tengslum sem liggja á milli rannsókna og þekkingaröflunar og aukinnar verðmætasköpunar í atvinnulífinu.

Startup Iceland

Frumkvöðlaráðstefnan „Startup Iceland“ fór fram þann 31. maí síðastliðinn þar sem Íslandsstofa var í hópi styrktaraðila. Á ráðstefnunni er sprotafyrirtækjum og einstaklingum úr fjárfesta- og atvinnulífinu stefnt saman til að efla sprotaumhverfið, kynnast nýjum hugmyndum og efla tengsl. Að þessu sinni var sérstök áhersla á rafræna skráningu gagna á heilbrigðisviði, og þá möguleika sem slík gangavinnsla skapar. Fram kom að aðstæður á Íslandi eru um margt afar hagfelldar til þróunar á þessu sviði og verður áhugavert að fylgjast með næstu skrefum.

Gulleggið 2017

Gulleggið fagnaði 10 ára afmæli á árinu en Íslandsstofa hefur verið í hópi samstarfsaðila frumkvöðlakeppninnar frá upphafi. Á afmælisárinu var sú breyting gerð á að keppnin var færð frá vorönn yfir á haustönn – til að falla betur að skólaári háskólanna. Fyrir vikið var Gulleggið veitt tvisvar sinnum 2017, bæði vor og haust. Við vorúthlutun Gulleggsins 2017 sigraði viðskiptahugmyndin Safe Seat sem er fjaðrandi bátasæti sem verndar hryggssúluna í erfiðu sjólagi. Hugmynd S. Stefánsson & Co. sem hanna hágæða útivistarfatnað einangraðan með íslenskum æðardúni hlaut útflutningsverðlaun Íslandsstofu auk þess að hampa öðru sætinu. Við haustúthlutun Gulleggsins 2017 varð hlutskarpast fyrirtækið Atmonia sem jafnframt hlaut útflutningsverðlaun Íslandsstofu. Hjá Atmonia er unnið að þróun byltingarkennds ferlis til umhverfisvænnar áburðarframleiðslu á smáskala.

Samfélagsleg ábyrgð

Íslandsstofa er aðili að Festu, miðstöð um samfélagsábyrgð fyrirtækja, auk þess að taka þátt í Global Compact samkomulagi Sameinuðu þjóðanna. Liður í þessari vinnu er að hvetja viðskiptavinum jafnt sem samstarfsaðila til að huga að samfélagsábyrgð í starfsemi sinni og leitast við að starfa í sátt við umhverfi og samfélag í hvívetna, öllum til heilla.

Startup Guide Reykjavík

Startup Guide Reykjavík, ný handbók um frumkvöðla- og sprotaumhverfið hér, kom út í lok árs en Íslandsstofa styrkir útgáfu hennar. Í bókinni er leitast við að gera skýra grein fyrir umhverfi nýsköpunar og sprota hér á landi. Þar er einnig að finna yfirlit yfir hraðla, húsnæði fyrir sprota, helstu stuðningsaðila í sprotaumhverfinu hér o.s.frv.. Í bókinni er m.a. fjallað um Útlínur, útflutningsaðstoð Íslandsstofu, og hvernig hún getur gagnast nýsköpunarfyrirtækjum, auk umfjöllunar um Íslandsstofu almennt. Þessi handhægi leiðarvísir var m.a. kynntur í móttöku á vegum Íslandsstofu og sendiráðs Íslands í Helsinki sem haldin var í tengslum við Slush ráðstefnuna undir lok árs 2017.



Hvers virði er ímynd Íslands fyrir sjávarútveg og landbúnað?

Guðný Káradóttir, forstöðumaður, matvæli, sjávarútvegur og landbúnaður

Ísland nýtur mikillar velvildar um þessar mundir. Landið þykir áhugavert og eftirsótt á svo margan hátt; fólk hefur áhuga á að heimsækja Ísland og segja frá upplifun sinni. Þetta skapar sóknarfæri fyrir íslenskar afurðir úr sjó og af landi til frekari verðmætasköpunar.

Nýir drifkraftar í kauphegðun

Það er fróðlegt að rýna í breytingar á gildismati og viðhorfi neytenda til að átta sig á breytingum á kauphegðun og eftirspurn. Þróunin hefur verið í þá átt að fólk sækist síður eftir að eignast hluti og deilir frekar eða samnýtir. Á sama tíma sækja neytendur í vaxandi mæli eftir upplifun.

Samkvæmt nýlegri könnun Deloitte endurspeglast þessi viðhorf hjá stórum hluta neytenda við val á matvælum. Meðvitaðir neytendur hugsa um hvaða áhrif hegðun þeirra hefur á umhverfi og samfélag. Þeir vilja vita hvar vörur sem þeir kaupa eru framleiddar eða jafnvel hannaðar, og það skiptir þá jafnvel meira máli en atriði eins og verð, tegund eða gerð vörunnar. Eftirspurn eftir lífrænum matvælum fer vaxandi, ár frá ári. Hollusta og hreinleiki skipta máli. Aldamótakynslóðin er tilbúin að greiða meira fyrir ferskan og heilsusamlegan mat og leggur töluvert á sig til að finna slíkar afurðir.

Tækniþróun er sterkur drifkraftur og leikur stórt hlutverk í kaupákvörðun neytenda sem og möguleikum framleiðenda til að ná til neytenda. Notkun farsíma og samfélagsmiðla vex hratt og innkaup í gegnum internetið verða auðveldari. Áskorunin fyrir framleiðendur felst í að nýta sér þetta í markaðssetningu á erlendum mörkuðum og til að ná til erlendra ferðamanna.

Fólk deilir upplifun sinni og miðlar upplýsingum um vörur og þjónustu með vinum sínum með einum smelli. Það treystir í minna mæli á skilaboð seljenda og gerir kröfur til þeirra sem selja vörur og þjónustu um að nýta sér þessar boðleiðir.

Gildi vörumerkisins

Ímynd Íslands fellur vel að kröfum neytenda um umhverfisvæna og ábyrga framleiðslu. Hér eru sóknarfæri fyrir íslenska matvælaframleiðslu og þá sem selja hreinar afurðir úr hafi eða af landi.

Uppruni vöru getur orðið eins konar táknmynd sem neytendur sækjast eftir og vilja tengja sig við. Ekki bara vegna hins eiginlega uppruna, heldur getur uppruni vísað til lífsgilda, svo sem hugmyndafræði við framleiðslu og meðferð hráefna, eða afstöðu til mannréttinda og sjálfbærni.

Við erum skammt á veg komin við að nýta okkur almennan áhuga á Íslandi og kröfu neytenda um að þekkja uppruna þeirra matvæla sem þeir kaupa í markaðssetningu erlendis. Við þurfum að fjárfesta meira í markaðsstarfi, segja áhugaverðar sögur og fara nýstárlegar leiðir til að byggja upp vörumerki. Markmiðið ætti að vera að skapa hughrif hjá neytendum svo þeir sækist eftir íslenskum afurðum og verði tilbúnir til að greiða hærra verð fyrir þær. Umhverfið og almenn þróun er okkur Íslendingum því hagstæð.

Uppruni er mikilvægur aðgreiningarþáttur í samkeppni, sem tengist ekki bara staðreyndum heldur líka tilfinningatengslum við uppruna vörunnar.

MATVÆLI, SJÁVARÚTVEGUR OG LANDBÚNAÐUR

Hlutverk sviðs matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar er að kynna íslenska matarmenningu og efla ímynd og orðspor Íslands sem upprunalands hreinna og heilnæmra afurða úr sjó og af landi.

Markmiðið er að auka verðmæti og gjaldeyrisöflun af sölu afurða úr þessum framleiðslugreinum, auka vitund og áhuga á erlendum mörkuðum og efla markaðssókn íslenskra fyrirtækja með því að benda á tækifæri og auka þekkingu þeirra og færni.

Markaðs- og kynningarstarf sviðsins skiptist í þrjá meginþætti: a) markaðsaðgerðir sem miða að því að efla orðspor Íslands sem upprunalands hreinna og heilnæmra matvæla og kynna íslenska matarmenningu, b) kynna íslenskar sjávarafurðir og reka sértæk markaðsverkefni á því sviði og c) kynna íslenska hestinn. Áherslurnar í starfi sviðsins eru eftirfarandi:

- Vinna stefnumiðað, setja skýr markmið, velja verkefni með langtímasjónarmið að leiðarljósi, meta árangur og sinna eftirfylgni
- Greina og kortleggja tækifæri með skipulegum hætti, hlusta á viðhorf í atvinnugreininni og nýta sem grundvöll fyrir val á verkefnum
- Velja verkefni sem gefa sameiginleg tækifæri fyrir ólíkar framleiðslu- og þjónustugreinar og fyrirtæki
- Nýta samlegð við hagsmunaaðila og önnur svið og verkefni innan Íslandsstofu til að auka slagkraft í kynningarstarfi

Tvö fagrád eru sviðinu til ráðgjafar um áherslur. Annars vegar fagrád matvæla og hins vegar fagrád sjávarútvegs. Á árinu

endurskoðuðu bæði fagráðin stefnuýfirlit sem þau vinna eftir. Þá eru verkefnisstjórnir yfir markaðsverkefnum sem sviðið hefur umsjón með, annars vegar Horses of Iceland og hins vegar markaðsverkefni með þorskafurðir í Suður-Evrópu. Sviðið annast einnig markaðsstarf fyrir Iceland Responsible Fisheries samkvæmt samningi við Ábyrgar fiskveiða ses. (ÁF).

Starfsmenn sviðsins taka þátt í ýmsu samstarfi sem tengist markaðsstarfi í matvælageiranum, m.a. er forstöðumaður í samráðshópi verkefnisins Matarauður Íslands, sem er á forræði atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins.

Starfsmenn í föstu starfi á árinu 2017 voru sex talsins. Verkefni þeirra og ábyrgð skiptist þannig: Guðný Káradóttir forstöðumaður ber ábyrgð á stefnumarkandi áherslum og starfsemi sviðsins, Björgvin Þór Björgvinsson sinnir sjávarútvegstengdum verkefnum, Kristinn Björnsson sinnir aðallega markaðsverkefni fyrir saltaðar þorskafurðir í Suður-Evrópu, Bryndís Eiríksdóttir sinnir greiningarvinnu og verkefnum fyrir matvælageirann, Áslaug Þ. Guðjónsdóttir sinnir almannatengslum og útgáfu kynningarefnis og Jelena Ohm er verkefnastjóri Horses of Iceland. Hún var í fæðingarorlofi hluta ársins og leysti Þórdís Anna Gylfadóttir hana af. Margvíslegt samstarf er við önnur svið innan Íslandsstofu, m.a. við sýningar og útgáfu á kynningarefni.



Sjávarafurðir

Íslandsstofa sinnir markaðsmálum fyrir íslenskar sjávarafurðir með það að leiðarljósi að auka verðmætasköpun, byggja upp jákvætt orðspor og styrkja ímynd Íslands sem upprunalands sjávarafurða. Það er gert með því að vakta umræðu, greina tækifæri á mörkuðum og sinna almannatengslum. Íslandsstofa hefur einnig leitt markaðssamstarf fyrirtækja og hagsmunaaðila við að kynna íslenskt sjávarfang á erlendum mörkuðum. Aukin athygli á Íslandi hefur skapað ný tækifæri til samstarfs í kynningarmálum og hefur það verið nýtt í vaxandi mæli.

Unnin var stöðugreining og mat á verðmætum sem felast í núverandi verkefnum fyrir sjávarútveginn, greining á helstu þorsmörkuðum og verðþróun. Þetta var kynnt og rætt í fagræði sjávarútvegs. Einnig var unnin greining á stöðu gullkarfa til þess að skoða frekari tækifæri til markaðssóknar fyrirtækja sem veiða og flytja út gullkarfa.

Iceland Responsible Fisheries (IRF)

Tilgangur kynningarstarfs undir merkjum Iceland Responsible Fisheries er skapa áhuga á íslenskum sjávarafurðum og traust til upprunalandsins Íslands vegna vottunar ábyrgra fiskveiða. Í árslok 2016 voru 111 fyrirtæki aðilar að IRF markaðsverkefninu, 61 fyrirtæki á Íslandi og 50 erlendis. Framleitt hefur verið kynningar- og markaðsferni sem styður þau í markaðssetningu á erlendum mörkuðum, s.s. myndbandsefni, ljósmyndir, uppskriftabæklingar og fleira.

Lögð var mikil áhersla á árinu á að kynna viðurkenningu GSSI samtakanna (Global Seafood Sustainability Initiative) á vottunarverkefni IRF. Fleiri og fleiri kaupendur ganga til liðs við GSSI og samþykkja því þá vottun sem GSSI hefur viðurkennt og hefur það mikið vægi í kynningu á IRF vottuninni.

Sýningar og viðburðir erlendis

Á árinu 2017 skipulagði Íslandsstofa þátttöku íslenskra fyrirtækja og IRF á þremur stórum sjávarútvegssýningum: Í Boston í mars, Brussel í maí og Qingdao í Kína í nóvember. Þorgerður Katrín Gunnarsdóttir, sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra, heimsótti sýningarnar í Boston og Brussel og átti fundi með kaupendum og öðrum aðilum til að kynna hagsmuni tengda vottun og ábyrgum fiskveiðum. Þátttaka IRF á sýningunni í Boston var kynnt í samstarfi við Undercurrent News, alþjóðlegan fréttamiðil í sjávarútvegi. Kynningarefni um sjávarafurðir, einstakar fisktegundir og vottun var dreift til gesta og fundað með kaupendum og fleiri aðilum, sem sóttust eftir upplýsingum um hvernig hægt er að nýta sér upprunamerki IRF og vottun í markaðsstarfi.

Í janúar tók Íslandsstofa og IRF þátt í neytendasýningunni Grüne Woche í Berlín í samstarfi við FIZ (Fisch Informationzentrum) og þýsku bjórsamtökin. Gefinn var út uppskriftabæklingur í 100.000 eintökum með fiskréttum sem voru paraðir við bjór og dreift á sýningunni og í fiskverslunum. IRF merkið og upplýsingar um íslenskan sjávarútveg voru í bæklingnum. Gestir fengu einnig að smakka íslenskan karfa sem FIZ sá um að elda á sýningunni.

Í nóvember átti Íslandsstofa og IRF samstarf við hollenskt dreifingarfyrirtæki um kynningu á íslenskum sjávarafurðum í Amsterdam. Tveir íslenskir kokkar voru með sýnikennslu fyrir 75 hollenska kokka. Þeir kynntu íslenskan þorsk, humar og bleikju.

Kynningarefni frá IRF var dreift á viðburðinum og myndband um vottun var sýnt.

Sviðið og IRF átti í samstarfi við viðskiptafulltrúann í New York um sjávarafurðakaupstefnu í Chicago í mars. Þá sótti forstöðumaður sviðsins North Atlantic Seafood Forum í Bergen í mars og Conxemar sýninguna í Vigo á Spáni í október.

Kynningarsamstarf og ráðstefnur á Íslandi

Reglulega eru haldnar kynningar á íslenskum sjávarútvegi, hráefni, vottun og markaðsstarfi undir merkjum IRF fyrir erlenda hópa sem koma hingað til lands. Fjörutíu manna hópur háskólanema frá Groningen í Hollandi kom í apríl eins og undanfarin fimm ár. Þá komu hópar frá smásölukeðju í Þýskalandi og kaupendur frá ýmsum löndum sem fengu kynningu.

Í september aðstoðaði Íslandsstofa við skipulagningu og móttöku nítján þýskra kokka. Þetta er annað árið í röð sem slík ferð er farin en það er þýskur dreifingaraðili innan vébanda IRF sem skipulagði ferðirnar. Tilgangurinn var að kynna fyrir þeim íslenskt hráefni og matarmenningu með áherslu á íslenskar sjávarafurðir, fiskveiðar og vinnslu. Íslandsstofa skipulagði bæði heimsóknir í sjávarútvegsfyrirtæki og matreiðslunámskeið fyrir hópinn í Salt eldhúsi þar sem íslenskir kokkar töfðu fram dýrindis rétti úr íslensku hráefni. Hópurinn tók þátt í að elda ýmsa rétti og fengu um leið fræðslu um hráefnið og matreiðsluna. Mikil ánægja var með heimsóknina og er þegar farið að leggja drög að Íslandsferð fyrir nýjan hóp árið 2018.

Ráðstefnan World Seafood Congress var haldin í Hörpu 10.-13. september. Íslandsstofa og IRF voru samstarfsaðilar Matís sem skipulagði ráðstefnuna sem er alþjóðleg og fer á milli landa. Forstöðumaður stýrði málstofu um “Social and Market Trends”. Blaðamönnum frá sjávarútvegsmiðlum var boðið til landsins af þessu tilefni og skipulagðar heimsóknir í fyrirtæki fyrir þá. Þeir heimsóttu einnig IceFish sjávarútvegssýninguna sem haldin var 13.-15. september. Góð og verðmæt umfjöllun birtist í kjölfarið.

Íslandsstofa kom að skipulagningu Sjávarútvegsráðstefnunnar sem var haldin í Hörpu 16. og 17. nóvember. Forstöðumaður sviðsins hafði umsjón með málstofunni „Tækifæri og ógnanir á mörkuðum“ og flutti fyrirlestur í málstofu um upplýsingakröfur kaupenda og sagði frá hlutverki IRF og Íslandsstofu í að veita upplýsingar um íslenskar sjávarafurðir. Íslandsstofa og IRF stöðu að því að velja og bjóða þremur erlendum fyrirlesurum til landsins sem fluttu erindi á ráðstefnunni. Í málstofunni um tækifæri og ógnanir töluðu tveir þessara fyrirlesara, Simon Dwyer frá Grimsby sem talaði um „Brexit – risk or opportunity“ og Beyhan de Jong frá Rabobank sem fjallaði um kínverska markaðinn. Þriðji fyrirlesarinn var Anna-Maria Oikonomou frá METRO AG sem fjallaði um hvernig METRO miðlar upplýsingum um rekjanleika til neytenda.

Markaðsstarf í Suður-Evrópu

Frá árinu 2013 hafa saltaðar þorskafurðir frá Íslandi verið kynntar sameiginlega á Spáni, Portúgal og Ítalíu undir merkjum Bacalao de Islandia og hefur Íslandsstofa haft umsjón með verkefninu frá upphafi. Árið 2017 tóku 20 fyrirtæki þátt í verkefninu: framleiðendur og útflytjendur, auk þjónustufyrirtækja í umbúðaframleiðslu og flutningum.

Grunnstöðirnar í skilaboðunum eru gæði, ferskleiki og ábyrgar fiskveiðar. Sögurnar koma úr íslenska sjávarþorpinu þar sem allir leggjast á eitt við að skapa þá gæðaafurð sem íslenski þorskurinn er. Gott samstarf hefur verið við þátttakendur í verkefninu og erlenda aðila um kynningarstarf.

Kynningar í kokkaskólum

Íslandsstofa stóð fyrir kynningum í þremur kokkaskólum á árinu 2017. Tvær kynningar voru í San Sebastián á Spáni og ein í Tórínó á Ítalíu. Samtals fengu um 140 nemendur kynningu á veiðum, vinnslu og mismunandi vinnsluaðferðum, auk sýnikennslu þar sem eldað var úr íslenskum þorski. Frá árinu 2015 hafa verið haldnar 11 kynningar í 10 kokkaskólum í þessum þremur löndum og fjöldi nemenda sem hafa fengið kynningu telur nú um 400.

Nemandi og kennari frá CETT matreiðsluskólanum í Barcelona komu til landsins í mars. Neminn sigraði matreiðslukeppni í skólanum sem Íslandsstofa stóð fyrir og fékk Íslandsferð í verðlaun. Þeir kynntust íslenskri matargerð, heimsóttu framleiðendur og Menntaskólann í Kópavogi, þar sem þeir kenndu nemendum að elda saltfisk á katalónska vísu.

Einnig komu tveir portúgalskir kokkar til Íslands í boði Íslandsstofu. Í báðum heimsóknum miðluðu kokkarnir þekkingu sinni til íslenskra starfsbræðra sinna með sýnikennslu. Video var gert úr annarri heimsókninni til dreifingar á samfélagsmiðlum.

Samfélagsmiðlar

Frá því 2013 hafa verið reknir samfélagsmiðlar á þremur tungumálum: spænsku, portúgölsku og ítölsku. Grunnmiðillinn hefur verið Facebook en einnig hefur verið lögð áhersla á Youtube og Twitter. Stefna hefur verið mótuð um miðlun efnis á mörkuðunum þremur til að vekja athygli neytenda á upprunalandinu Íslandi og auka áhuga þeirra á að nýta hráefnið til að elda fjölbreytta rétti. Teknar voru ljósmyndir og myndskreið frá Patreksfirði sem voru notaðar í sögumiðlun og framleiðslu myndbanda til sýna sögur af hefðbundnu íslensku sjávarþorpi. Umtalsverður árangur náðist á samfélagsmiðlum á árinu, en t.d. fjölgaði fylgjendum á Facebook í löndunum þremur um 22% og voru í árslok samtals 38.017.

Viðburðir og markaðsaðgerðir erlendis

Dagana 23.-25. janúar sóttu fulltrúar Íslandsstofu Madrid Fusión, sem er ráðstefna og vörusýning fyrir veitingageirann á Spáni. Þar var upplýsingum um íslenskan sjávarútveg dreift til gesta, auk þess sem þeim bauðst að smakka rétti úr íslenskum þorski og taka þátt í getraun á samfélagsmiðlum og vinna ferð til Íslands. Fjölmarginir sóttu íslenska básinn, kokkar, eigendur veitingahúsa, innflytjendur og heildsalar, auk fjölmiðlafólks.

Íslandsstofa tók í annað skiptið þátt í Ruta del Bacalá sem haldið var í Barcelona 9.-26. mars. Ruta er samstarfsverkefni samtaka útvatnara í Katalóníu, DAMM bjórfyrirtækisins og Íslandsstofu. Haldin var opunarhátíð þar sem fjölmiðlar mættu og tryggðu góða kynningu á verkefninu. Boðið var upp á smakk á matarmörkuðum víðsvegar um borgina. Einnig var þremur kynningarmyndskreiðum dreift sem tengja saman íslenskan uppruna og katalónskar hefðir á söltuðum þorski.

Í aðdraganda páskanna var margþætt kynningarsamstarf við spænsku frystivöruverslunarkeðjuna La Sirena. Kynningarefni var

dreift á samfélagsmiðlum La Sirena og viðskiptavinum var boðið að smakka íslenskan þorsk í 10 verslunum í Madrid.

Fulltrúi Íslandsstofu tók þátt í La Mercé hátíðinni í Barcelona 22.-25. september, en Reykjavík var gestaborg hátíðarinnar. Fjölmarginir heimsóttu litla rauða Eldhúsið sem staðsett var á aðalsvæði hátíðarinnar. Blaðamönnum og bloggurum var boðið í Eldhúsið. Gestum bauðst að taka þátt í leikjum á samfélagsmiðlum og markaðs efni tengt þorskinum og áfangastaðnum Íslandi var dreift. Þorsksmakk var í boði alla dagana og var sýnt frá því í beinni útsendingu á Facebook.

Samhliða La Mercé hátíðinni var kynning á íslenskum þorski og Inedit bjór frá DAMM bjórframleiðandanum á fjórtán veitingastöðum undir heitinu "Islandia al Plat." Umfjöllun í fjölmiðlum í kjölfarið náði til um 5,2 milljóna manns og var verðmæti umfjöllunarinnar (uppreiknað auglýsingavirði) rúmar 5 milljónir króna.

Dagana 19.-21. nóvember tók Íslandsstofa þátt í Gustus Napoli, ráðstefnu og sýningu sem um 500 kokkar víðsvegar frá Ítalíu sækja. Þátttakan var í samstarfi við ítalska kokkalandslíðið. Liðsmenn elduðu rétti úr íslenskum þorski á sviði (show-cooking) og þá var einnig íslenskur bás á svæðinu undir merkjum "Baccala Islandese".

Horses of Iceland

Tilgangur Horses of Iceland verkefnisins er að auka vitund um og styrkja ímynd íslenska hestsins á alþjóðavettvangi. Markmiðið er að leggja grunn að aukinni verðmætasköpun og auknum gjalddeyristekjum af sölu á íslenskum hestum, vörum og þjónustu í hestatengdri starfsemi með faglegu og framsæknu markaðsstarfi undir merkjum Horses of Iceland. Íslandsstofa sér um framkvæmd verkefnisins og leggur því til verkefnisstjóra. Tíu manna verkefnastjórn er bakhjarl Íslandsstofu við stjórn verkefnisins og mótun stefnu.

Vörumerkið Horses of Iceland nær yfir alla þá fjölbreyttu starfsemi sem tengist íslenskum hestum og samfélagi hestamanna um allan heim. Lögð er áhersla á að ná víðtæku samstarfi við samtök eigenda íslenskra hesta um heim allan til að tryggja samræmd skilaboð í markaðsstarfinu og aukinn slagkraft.

Stafræn miðlun á vef- og samfélagsmiðlum er veigamikill þáttur í verkefninu, en líka þátttaka í hestatengdum viðburðum og sýningum á alþjóðavettvangi. Áhersla er á samlegð í kynningarstarfi innan Íslandsstofu við aðrar greinar, s.s. ferðaþjónustu, í gegnum verkefnið Inspired by Iceland og Iceland Naturally, sem og við kynningu á íslenskri menningu.

Á árinu 2017 var lögð áhersla á að ná sérstaklega til tveggja markhópa, annars vegar erlendra aðila sem nú þegar hafa myndað tengsl við íslenska hestinn erlendis og hins vegar ferðamanna á Íslandi og þá sem eiga leið um Leifsstöð.

Verkefnið hefur verið kynnt víða fyrir helstu hagsmunaaðilum, t.d. á þingi Alþjóðasamtaka íslenska hestsins (FEIF), formannafundi Landssambands hestamanna, aðalfundi Félags hrossabænda og landsfundi norsku Íslandshestasamtakanna.

Spurningakönnun var lögð fyrir félagsmenn FEIF í 21 landi og á fjórum tungumálum, til að kanna ímynd og viðhorf félagsmanna til íslenska hestsins. Um 1100 manns svöruðu könnuninni og leiddu niðurstöður í ljós mikinn áhuga á að kaupa íslenska hesta, þjónustu tengda honum og ferðum til Íslands í tengslum við íslenska hestinn. Ánægjukönnun var gerð meðal allra samstarfsaðila Horses of Iceland og voru 89% svarenda ánægðir með verkefnið.

Fjármögnun og viðtæk þátttaka

Stjórnvöld leggja verkefninu til allt að 25 milljónir króna árlega í fjögur ár, 2016-2019, gegn sama framlagi úr greininni. Alls höfðu 56 aðilar lagt fjármagn til verkefnisins í árslok 2017. Auk stjórnvalda má nefna samtök og félög hestamanna, ræktunarbú og samtök, útflytjendur, ferðaþjónustufyrirtæki sem og Íslandshestasamtökin í Svíþjóð og Bandaríkjunum.

Sýningar og viðburðir

Dagana 18.-26. mars tók Íslandsstofa þátt í Equitana í Essen í Þýskalandi. Um er að ræða stærstu hestasýningu í Evrópu og voru gestir um 30.000 á dag þegar mest var, samtals um 200.000. Margir heimsóttu íslenska básinn til að ræða um íslenska hestinn, ná í kynningarefni og skoða 360° myndbönd í „sýndarveruleikageraugum“ sem vöktu mikla lukku. Í þeim var hægt að sjá hestinn undir norðurljósahimni, í rekstri af afrétti og í Laufskálaréttum. Kynningarefni frá samstarfsaðilum var einnig dreift á sýningunni. Á fjölsóttum kvöldsýningum var Horses of Iceland auglýsing sýnd á stórum skjá. Þorgerður Katrín Gunnarsdóttir, sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra, heimsótti sýninguna og studdi við kynningarstarfið.

Heimsmeistaramót íslenska hestsins var haldið í Hollandi dagana 7.-13. ágúst. Íslandsstofa hafði umsjón með Íslandstjaldi á markaðssvæði mótsins, sem var vel sótt. Þar var Horses of Iceland kynnt og Landsmót hestamanna og nokkur fyrirtæki kynntu vörur sínar og þjónustu. Myndbönd af íslenska hestinum voru sýnd og boðið var upp á veitingar og lifandi tónlist. Sérstaka athygli vöktu 360° sýndargleraugun. Á básnum var einnig haldin móttaka fyrir samstarfsaðila Horses of Iceland og voru forseti Íslands, Guðni Th. Jóhannesson og Þorgerður Katrín Gunnarsdóttir, landbúnaðar- og sjávarútvegsráðherra, sérstakir heiðursgestir.

Alþjóðlegur dagur íslenska hestsins var haldinn 1. maí. Vel tókst til með dagskrána víða um heim, sem var með fjölbreyttum hætti. Íslandsstofa kom að skipulagningu skrudreiðar í miðborg Reykjavíkur í samstarfi við Landsamband hestamanna og fleiri. Myndasamkeppni var á Facebook-síðu Horses of Iceland í tengslum við dag íslenska hestsins, þar sem sigurvegarinn fékk fjögurra daga vetrarferð til Íslands.

Í samstarfi við íslenska sendiráðið í Berlín fór fram kynning á Horses of Iceland á menningarhátíðinni Munsterland Festival í Munster í Þýskalandi í október. Ísland og Grikkland voru í sviðsljósinu og dagskrá til heiðurs íslenska hestinum á fyrsta degi hátíðarinnar.

Íslandsstofa tók þátt í Equine Affaire sýningunni í Bandaríkjunum í nóvember, en þar voru til sýnis um 50 mismunandi hestakyn. Íslandsstofa var í samstarfi við bandaríska Íslandshestafélagið með kynninguna. Áætlaður gestafjöldi á sýningunni var rúmlega

100.000 manns. Haldnir voru fyrirlestrar og sýningaratriði með íslenska hestinum.

Sweden International Horse Show var haldin í Solna í Svíþjóð og átti Íslandsstofa í samstarfi við sænsku Íslandshestasamtökin um kynningu á sýningunni undir merkjum Horses of Iceland. Áætlaður fjöldi gesta var 90.000 manns. Íslenski hesturinn kom víða við í dagskrá sýningarinnar og var sagt frá bæði þjálfun og gangtegundum hestsins.

Í febrúar stóð Íslandsstofa fyrir sýnikennslu á „Tölt in Harmony“ á EuroHorse sýningunni í Gautaborg í Svíþjóð. Þá var sýningin Pferd & jagd í Hannover í Þýskalandi heimsótt með það fyrir augum að kanna þátttöku í henni að ári.

Vefur, samfélagsmiðlar og stafrænt efni

Vefurinn horsesoficeland.is er nú kominn á fjögur tungumál, íslensku, ensku, þýsku og sænsku. Vefurinn inniheldur fróðleik og gagnlegar upplýsingar um hestinn, gangtegundir, liti, Íslandshestasamfélagið o.fl. Einnig sögur og myndbönd. Þá er kynning á samstarfsaðilum á vefnum. Áhugasamir geta skráð sig á póstlista á vefnum og fá nú tæplega 4.000 manns víða um heim sendar fréttir reglulega.

Íslenski hesturinn nýtur mikillar velgengni á samfélagsmiðlum. Fylgjendur á samfélagsmiðlum Horses of Iceland voru orðnir um 67.000 í lok árs 2017 og eru mjög virkir. Framleidd hafa verið fimm myndbönd á vegum verkefnisins, auk fjölmargra styttri myndbanda. Þau eru aðgengileg á vef verkefnisins, YouTube og Facebook. Einnig eru birtar sögur á heimasíðu og samfélagsmiðlum Horses of Iceland reglulega. Sögurnar eru fjölbreyttar en eiga það sameiginlegt að tengjast íslenska hestinum á einn eða annan hátt.

Upplýsingafundir og vettvangsferðir

Ýmislegt var gert á árinu til að veita íslenskum matvæla-fyrirtækjum innsýn í þróun á mörkuðum og upplýsa um breytingar í umhverfinu sem skapað gætu tækifæri til aukinnar markaðssóknar. Upplýsingafundir voru haldnir og farið í vettvangsferðir til að auka innsýn og skilning fyrirtækjanna á erlendum mörkuðum og markaðsstarfi. Gott samstarf var við ýmsa aðila í þessum verkefnum, m.a. viðskiptafulltrúa Íslands í sendiráðum erlendis.

Ímynd íslenskra matvæla á netinu

Í maí var haldinn fundur þar sem kynnt var greining á ásýnd og umfjöllun um íslensk matvæla á vef- og samfélagsmiðlum. Breska fyrirtækið M2 Bespoke vann greininguna og kynnti helstu niðurstöður og tækifæri sem íslenski matvælageirinn getur nýtt sér. Dæmisögur voru sagðar af notkun samfélagsmiðla í kynningu og markaðssetningu á íslenskum afurðum, skyri, söltuðum þorskafurðum í Suður-Evrópu og íslenska lambinu. Einnig var sagt frá samstarfi ferðaþjónustunnar í markaðssetningu á netinu undir merkjum Inspired by Iceland.

Matvælamarkaður í Bandaríkjunum

Í febrúar stóð Íslandsstofa fyrir fundi um matvælamarkaðinn í Bandaríkjunum í samstarfi við viðskiptafulltrúann í New York. Mikill áhugi var fyrir fundinum og mættu rúmlega 80 fulltrúar



frá um 60 fyrirtækjum í margvíslegri matvælaframleiðslu, auk þess sem nokkrir fylgdust með beinni útsendingu á netinu. Aðalfyrirlesari var Eric Skae, forstjóri Rao's Specialty Foods en hann hélt afar gagnlegt erindi um markaðsaðgengi og dreifileiðir í Bandaríkjunum með áherslu á fyrirtæki í matvæla-, drykkjarvöru- og næringarefnaþættum. Aðrar kynningar fjölluðu um sérvörumarkaðinn. Hlynur Guðjónsson greindi frá tölfræði útflutnings og nokkrir útflytjendur sögðu frá reynslu sinni.

Fundur um danska matvælamarkaðinn

Í maí var haldinn fundur um danska matvælamarkaðinn í samvinnu við Dansk-íslenska viðskiptaráðið. Á fundinum var fjallað um útflutning matvæla til Danmerkur, þróun og einkenni markaðarins, tækifæri í smásölu og veitingageiranum, kröfur innkaupaaðila og straumar og stefnur. Einnig var gerð grein fyrir hvaða matvæli eru flutt út, tölfræði og þróun. Tveir fyrirlesara komu frá Danmörku, Gústaf Ólafsson og Martin Haugaard Zielke. Útflytjendur á sælgæti og salti sögðu frá sinni reynslu af danska markaðinum.

Vettvangsferð matvælafyrirtækja til New York

Í júní skipulagði Íslandsstofa viðskiptaheimsókn sex íslenskra matvælafyrirtækja til New York í samstarfi við viðskiptafultrúa Íslands í New York. Tilgangur ferðarinnar var að kynna sérvörumarkaðinum og viðskiptaumhverfinu í Bandaríkjunum og skapa tengsl við hugsanlega kaupendur og sérfræðinga. Hópurinn kynnti sér matvælasýninguna Fancy Food Show en sýningin er sú stærsta á sviði sérvöru í Norður-Ameríku. Farið var í vettvangsferðir í sérvöruverslanir og matarmarkaði og fundað með starfsmanni hjá Whole Foods Market og Íslendingum sem starfa úti, Gunnari Karli Gunnarssyni yfirkokki á veitingastaðnum Agern og Sigurði Hilmarssyni í Siggí's skyr. Þá fékk hópurinn einnig fræðslu um bandaríska markaðinn og viðskiptaumhverfið.

Vettvangsferð til Þýskalands

Íslandsstofa skipulagði vettvangsferð til Þýskalands dagana 6.-10. október. Með í för voru fulltrúar fjögurra matvælafyrirtækja en tilgangur ferðarinnar var að kynna betur matvælamarkaðinum í Þýskalandi og Anuga matvælasýningunni í Köln, sem er ein stærsta matvælasýning heims. Farið var í skipulagðir ferðir í matvöruverslanir, sérverslanir og matarmarkaði. Þá fékk hópurinn fræðsluerindi um þýska markaðinn auk þess að heimsækja fiskvinnslu Samherja í Frankfurt.

Matvælalandið Ísland

Samstarfsvettvangurinn Matvælalandið Ísland stóð fyrir ráðstefnu þann 6. apríl. Fjallað var um leiðir til að efla þekkingu og færni fyrirtækja og aðila innan matvælagreina. Þetta var fimmta ráðstefnan sem Matvælalandið Ísland skipuleggur en í hópnum eru Samtök iðnaðarins, Bændasamtökin, Samtök fyrirtækja í sjávarútvegi, atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Matís, Samtök ferðaþjónustunnar og Háskóli Íslands.

Samstarf við samtök matreiðslumeistara

Íslandsstofa er einn af helstu bakhjörllum Klúbbs matreiðslumanna og Kokkalandsliðsins. Samstarfið felur í sér að Íslandsstofa styrkir starf klúbbsins og nýtur ráðgjafar og

aðstoðar matreiðslumeistara í ýmsum verkefnum sem tengjast kynningu á Íslandi sem matvælalandi. Íslandsstofa kynnir einnig starf landsliðsins á erlendum vettvangi.

Sviðið studdi einnig við Bocuse d'Or akademíuna og fulltrúa Íslands í hinni virtu matreiðslukeppni Bocuse d'Or sem fór fram í Lyon í Frakklandi í janúar 2017. Viktor Örn Andrésson, sem keppti fyrir Íslands hönd hreppti bronsverðlaunin í keppninni. Stuðningurinn fólst m.a. í gerð kynningarefnis og skrifum fréttatilkynninga fyrir erlenda fjölmiðla. Gott samstarf var við Viktor í fjölmörgum kynningarverkefnum á árinu 2017.

Almannatengsl og viðburðir erlendis

Almannatengsl spila mikilvægt hlutverk í kynningarstarfi sviðs matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar.

Á árinu átti sviðið í samstarfi við 23 fjölmiðla frá átta löndum. Þeim var ýmist boðið til landsins í tengslum við markaðsverkefni, eða sérstaka viðburði. Fjölmiðlar óskuðu einnig eftir ráðgjöf og stuðningi vegna ferða sinnar til Íslands. Starfsmenn sviðsins voru einnig í sambandi við fjölmiðla í tengslum við hina ýmsu viðburði erlendis og svöruðu fjölmörgum fyrirspurnum. Þjónustan við fjölmiðlana var margvísleg, frá ráðgjöf yfir í skipulagningu ferðarinnar í heild.

Fjölmiðlafólk kom hingað frá Bandaríkjunum, Bretlandi, Þýskalandi, Frakklandi, Spáni, Ítalíu, Danmörku og Írlandi. Umfjöllunin birtist í ýmsum miðlum; dagblöðum, tímaritum, sjónvarpi, útvarpi, blogg síðum og samfélagsmiðlum. Meðal þeirra voru breska dagblaðið Metro og tímaritið The Telegraph Magazine og sælkeratímaritin Feinschmecker í Þýskalandi og Sobremesa á Spáni. Einnig franska TV5, katalónska útvarpsstöðin RAC1 og bandaríska sjónvarpsstöðin PBS, en matreiðsluþátturinn Simply Ming fjallaði um íslensk matvæli og fjórir íslenskir kokkar matreiddu með þáttastjórnandanum.

Blaðamenn fagtímarita um sjávarútveg komu hingað til lands á World Seafood Congress og íslensku sjávarútvegssýninguna. Skipulögð var sérstök ferð fyrir matarbloggara frá Bretlandi, Þýskalandi og Frakklandi um Vesturland. Þá var blaðamönnum frá tveimur þýskum dagblöðum boðið í ferð um Norðurland til að kynna íslenska hestinum og þremur fjölmiðlum frá Svíþjóð og Þýskalandi var boðið til Íslands í september og fóru þeir m.a. í Laufskálarétt.

Mikill ávinningur var af þessu kynningarstarfi. Fimmtán greinar birtust á vefsíðum og yfir 25 greinar á bloggsíðum. Fjallað var um fjölbreytni og gæði íslenskra matvæla og matarmenningu Íslendinga, en þessu kynntist fjölmiðlafólk í heimsóknum til framleiðenda og á veitingastaði. Áhersla er lögð á að hafa ferðirnar fjölbreyttar og að farið sé í sem flesta landshluta. Reiknað virði umfjöllunar er rúmlega 31 mkr.

Mörg verkefni voru unnin í samstarfi við erlendar almannatengslaskrifstofur sem voru ráðgjafar við val á miðlum, að koma efni og upplýsingum á framfæri og einnig vegna stærri viðburða. Meðal þeirra viðburða má nefna jólamarkaðinn í Strassborg í Frakklandi, þátttöku þorskerkefnisins á La Mercé



ASSAGGIALO E CONDIVIDIL!

**BACCALÀ
ISLANDESE**

hátiðinni í Barcelona og matarhátiðina Nordic Feast í London. Þá er fastur samningur við almannatengslaskrifstofur á Ítalíu og í Portúgal vegna kynningar á söltuðum þorski.

Sviðið kynnir þjónustu sína og viðburði einnig fyrir fjölmiðlum innanlands, dagblöðum og í sérblöðum sem tengjast t.d. sjávarútvegi. Reglulega hafa birst viðtöl við starfsfólk, greinar um markaðsverkefnin og starf sviðsins.

Matarhátiðin „The Great Nordic Feast“

Norræn matarhátið var haldin við Southbank Centre í London 19.-22. október. Markmiðið var að vekja áhuga Breta á að ferðast til Norðurlandanna og höfða til þeirra með norræna eldhúsinu.

Matvælasviðið vann að verkefninu ásamt sviði ferðaþjónustu og skapandi greina, í samvinnu við kynningarskrifstofur Norðurlandanna. Boðið var upp á ýmsar kræsingar frá Norðurlöndunum og matarmenning landanna kynnt. Ísland bauð upp á þorsk, bleikju og skyr, sem og brauð úr íslensku byggi. Fulltrúar Íslands voru Ylfa Helgadóttir kokkur á Kopar og Ágúst Einþórsson bakari í Brauð og co.

Blaðamannaboð var haldið og mættu um 90 blaðamenn. Ísland og íslenskur matur fékk mikla umfjöllun bæði í ferðatengdum miðlum sem og miðlum sem sérhæfa sig í að fjalla um matvæli. Uppselt var á alla viðburði helgarinnar og gæddu um 1.200 manns sér á norrænum mat á hátiðinni.

Jólamarkaður í Strassborg

Íslandsstofa og sendiráð Íslands í Frakklandi stóðu fyrir landkynningu og þátttöku íslenskra fyrirtækja á jólamarkaðinum í Strassborg. Ísland var heiðursland á markaðinum þetta árið. Ellefu íslensk fyrirtæki seldu vörur sínar á markaðinum, matvæli og veitingar, fatnað, snyrtivörur o.fl. Mennta- og menningarmálaráðuneytið stóð einnig fyrir menningarviðburðum í borginni að þessu tilefni.

Matvælasviðið stóð fyrir kynningu á íslenskum mat og matarmenningu í Eldhúsinu, með áherslu á þorskin en Frakkland er stærsti markaðurinn fyrir ferskan þorsk frá Íslandi. Matreiðslumeistarinn Viktor Örn Andrésson, bronsverðlaunahafi Bocuse d'Or þessa árs, töfraði fram máltíð úr íslensku hráefni fyrir franska fjölmiðla. Sambærilegur viðburður var skipulagður fyrir vinningshafa í útvarpsleik sem var í gangi í aðdraganda opunar markaðarins.

Íslandsstofa nýtti þjónustu almannatengslaskrifstofunnar TQC til að kynna verkefnið og viðburðina sérstaklega fyrir fjölmiðlum. Íslenska jólaþorpið naut mikilla vinsælda og sýndu franskir fjölmiðlar þátttöku Íslands mikinn áhuga, sem skilaði sér í verðmætri umfjöllun í hinum ýmsu fjölmiðlum.

Heimsókn forseta Íslands til Danmerkur

Íslandsstofa sá um skipulagningu og framkvæmd viðskipta-tengdrar dagskrár í opinberri heimsókn forseta Íslands til Danmerkur í janúar. Kynnt voru gæði íslenskrar framleiðslu, sjálfbær nýting auðlinda og hrein íslensk náttúra með áherslu á sjávarafurðir.

Haldinn var fundur um sjálfbærni og nýsköpun í samstarfi við Dansk Industri og var hann vel sóttur. Forsetinn ávarpaði fundinn, auk þess sem Jóhann Sigurjónsson fjallaði um lykilþætti ábyrgðar fiskveiðistjórnunar til að ná fram sjálfbærum veiðum og Jón Ásbergsson fjallaði um verðmætasköpun og sýndi dæmi um áhugaverða nýsköpun. Fjögur fyrirtæki kynntu sig og tóku þátt í pallborðsumræðum.

Þá var kynning á íslenskum matvælum í IRMA verslunarkeðjunni. Heimsótti forsetinn eina verslunina og fékk kynningu á vörum og hvernig IRMA hefur aukið áherslu á íslenskar afurðir s.s. fisk, salt, súkkulaði og skyr.

Kynningarefni, vefir, samfélagsmiðar

Kynning á afurðum úr sjávarútvegi og landbúnaði er á ábyrgð sviðsins. Í markaðsverkefninum Horses of Iceland, Iceland Responsible Fisheries og markaðsverkefni í Suður-Evrópu er haldið úti bæði vefsíðum og samfélagsmiðlum. Vefirnir eru ResponsibleFisheries.is, HorsesofIceland.is og Bacalaodeislandia.es (og sambærilegar síður á portúgölsku og ítölsku). Samfélagsmiðlarnir sem mest eru notaðir eru YouTube, Facebook, Twitter og Instagram.

Unnið var að uppfærslu á vefnum ResponsibleFisheries.is á árinu og er gert ráð fyrir að opna nýjan vef vorið 2018. Á vefnum er að finna upplýsingar um ábyrgðar fiskveiðar, IRF vottun um sjálfbærni og ýmsar fréttir úr sjávarútvegi. Reglulega er sendur út markpóstur innanlands og utan.

Framleitt er sértækt kynningarefni til prentunar sem tengist markaðsverkefninum: upplýsingarit (fact sheet), póstkort, plaköt, bæklingar og uppskriftabæklingar. Kynningarefni um IRF vottunina var gefið út og uppfært efni um fiskteygundir á nokkrum tungumálum.

Kynningarmyndband var gert um íslenska hestinn og annað myndband um gangteygundir hans, og fengu þau bæði mjög góðar viðtökur. Myndband um vottun fiskveiða kom einnig út. Framleitt var nýtt kynningarmyndband til að nýta í markaðsstarfinu í Suður-Evrópu, um íslenska sjávarþorpið, og annað um heimsókn portúgalskra matreiðslumanna til landsins. Framleitt var myndband um rekjanleikavottun sem dreift var á vefnum og á samfélagsmiðlum.

Ljósmyndir voru teknar í tengslum við verkefni sviðsins, einkum fyrir íslenska hestinn og sjávarafurðir.

Í markaðsverkefni íslenska þorsksins voru samfélagsmiðlar nýttir m.a. til að vekja athygli á ýmsum viðburðum og sýna frá þeim í beinni útsendingu á Facebook, en sú nýjung mæltist mjög vel fyrir.



Frá Grüne Woche í Berlín. Viðskiptafulltrúi Íslands í Berlín, Ruth Bobrich, Guðný Káradóttir, forstöðumaður sviðs matvæla, sjávarútvegs og landbúnaðar hjá Íslandsstofu, Dr. Matthias Keller og Martin Eyjólfsson sendiherra Íslands í Berlín.



Jólamarkaðurinn í Strassborg.

SÝNINGAR OG SENDINEFNDIR

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

Bett

Íslandsstofa kom að þátttöku þriggja fyrirtækja á Bett í London 20.-23. janúar. Sýningin er ætluð tæknifyrirtækjum á sviði menntunar þar sem kynntar eru m.a. ýmsar aðferðir og tækni sem nýta má til kennslu. Básinn var hannaður í samvinnu við fyrirtækið Mentor sem var með stóran hluta bássins og voru fyrirtækin Stúdíó og Rosamosi ehf / Mussila einnig með aðstöðu á básnum. Þórður Ægir Óskarsson, sendiherra í London stóð fyrir móttöku á básnum fyrir viðskiptavinum og gesti þar sem fjöldi manns mættu. Á sýninguna komu 35.000 gestir frá 128 löndum þá fjóra daga sem hún stendur yfir en stór hluti þeirra kemur úr röðum kennara og skólustjórnenda.

Stockholm Furniture Fair

Íslandsstofa kom að þátttöku íslenskra fyrirtækja á Stockholm Furniture Fair 2017. Sýningin býður upp á það áhugaverðasta í húsgögnum, lýsingu og textíl fyrir heimili og fyrirtæki. Á íslenska básnum var kynnt hönnun frá m.a. Vík Þrjónsdóttur, Dögg Guðmundsdóttur, 1+1+1, OR Type, Þórunni Árnadóttur, Erlu Sólvéigu, 66° Norður og fleirum. Einnig fór fram á básnum viðamikil kynning

á HönnunarMars sem haldin er árlega í Reykjavík. Stockholm Furniture Fair er stærsti hönnunarviðburður á Norðurlöndum og laðar að sér um 30.000 gesti á hverju ári.

Sjávarútvegssýningin í Boston

Íslandsstofa skipulagði þátttöku á Boston Seafood sýningunum sem fram fóru í mars og voru íslenskir þjóðarbásar á báðum sýningunum. Á Seafood Expo NA tóku 10 fyrirtæki þátt: Arnarlax, Blámar, HB Grandi, Ice-Co Foods, Iceland Seafood, Ísfiskur, Novo Food, Matorka, Reykjavík Seafood, ásamt Iceland Responsible Fisheries. Þátttaka sjávarafurða fyrirtækjanna er unnin í samvinnu við viðskiptafulltrúa Íslands í New York. Yfir 100 fundir fóru fram á básnum en fyrir sýningu höfðu verið sendir út markpóstar á um 1300 fyrirtæki í Bandaríkjunum og Kanada. Á Seafood Processing NA tóku 5 fyrirtæki þátt: Valka, Skaginn-3X, Wise, Optimar og Eimskip. Sýningin tókst vel og fengu fyrirtækin miklar og góðar móttökur þá þrjá daga sem hún stóð yfir. Þorgerður Katrín Gunnarsdóttir, sjávarútvegsráðherra heimsótti sýninguna, hitti fyrir íslensku fyrirtækin og kynnti sér starfsemi þeirra.



Íslandsbásinn á bókamessunni í Gautaborg.



Geir H. Haarde, Þorgerður Katrín Gunnarsdóttir, Ragnheiður Elín Árnadóttir og Berglind Steindórsdóttir á sjávarútvegssýningunni í Boston.

Sjávarútvegssýningin í Brussel

Sjávarútvegssýningarnar í Brussel, Seafood Expo/Processing Global fóru fram í apríl. Íslandsstofa skipuleggur íslenskan þjóðarbás á báðum sýningunum, en þær eru hápunkturinn í markaðsstarfi fyrirtækja sem tengjast sjávarútvegi. Mörg fremstu sjávarútvegsfyrirtæki Íslands sýna og kynna þar þjónustu sína. Yfir 30 fyrirtæki tóku þátt undir hatti Íslands. Mikil vinna liggur að baki við undirbúning þátttöku og er öllu til tjaldað til að tryggja að íslensku fyrirtækin nái sem bestum árangri út úr sýningunni. Um 29.000 gestir mæta á sýninguna frá 150 löndum. Þorgerður Katrín Gunnarsdóttir, sjávarútvegsráðherra heimsótti sýninguna og gekk m.a. á milli íslensku fyrirtækjanna.

Heimsmeistaramót íslenska hestsins

Heimsmeistaramót íslenska hestsins er haldið annað hvert ár og stendur yfir í sjö daga. Árið 2017 var mótið haldið í Oirschot í Hollandi. Íslandsstofa skipulagði sýningar- og sölutjald í samvinnu við Horses of Iceland. Mótið er góður vettvangur til að koma vöru og þjónustu sem tengjast íslenska hestinum á framfæri. Forseti Íslands ásamt sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra heiðruðu mótið með komu sinni.

Bókamessan í Gautaborg

Íslandsstofa hélt utan um Íslandsbás á bókamessunni í Gautaborg í samvinnu við Miðstöð íslenska bókmennta. Þar voru kynntar íslenskar bókmenntir og stuðlað að útbreiðslu þeirra. Sýningin fór fram í september og stóð yfir í fjóra daga. Fyrstu dagarnir eru fyrir fagaðila en síðan er sýningin opin fyrir almennig. Félag íslenskra bókaútgefanda sá um sölu íslenskra bóka á básnum. Samhliða sýningunni er haldnar bókmennta umfjallanir þar sem fjöldinn allur af höfundum og listamönnum víða að úr heiminum kemur fram. Fimm íslenskir höfundar tóku þátt í dagskránni.

Ráðstefna um vatnsaflsvirkjanir

Íslandsstofa hélt utan um þátttöku fimm íslenskra fyrirtækja í sýningunni Hydro í Sevilla í október sem haldin er árlega samhliða ráðstefnu um vatnsaflsvirkjanir. Á ráðstefnunna mæta sérfræðingar í greininni frá meira en 80 löndum. Þar er verið að ræða tækninýjungar, vatnsveitur, þróunarmöguleika, samstarf og ýmiss önnur málefni. Á sýningunni kynna fyrirtæki þjónustu sína og möguleika á verkefnum og samstarfi á þessum vettvangi. Fyrirtækin sem tóku þátt voru: Landsvirkjun Power, Verkís, Mannvit, Efla og Vatnaskil.

Sjávarútvegssýning í Kína

Íslandsstofa hafði umsjón með þátttöku 7 íslenskra fyrirtækja á sjávarútvegssýningunni í Qingdao „China Fisheries & Seafood Expo“ sem fór fram í byrjun nóvember. Á íslenska svæðinu tóku þátt: Icelandic Asia, Iceland Pelagic, HB Grandi, VSV, About Fish, Reykjavik Seafood og Triton sem tóku þátt auk Iceland Responsible Fisheries (IRF) sem kynnti sameiginlega hagsmuni íslensks sjávarútvegs undir merkjum IRF sem og ábyrgar veiðar og íslenska IRF vottun.

Fjöldi sýnenda og gesta á China Fisheries & Seafood Expo hefur meira en tvöfaldast á undanfórnum árum og hefur mesta aukningin orðið á sýnendum frá öðrum löndum en Kína. Fleiri en 29.000 gestir frá 99 löndum og um 1.400 sýnendur komu á sýninguna sem gerir hana að næst stærstu sjávarútvegssýningu heims á eftir sýningunni í Brussel.

Ísrael

Fulltrúi Íslandsstofu tók þátt í heimsókn ráðuneytisstjóra utanríkisráðuneytisins til Ísraels 3.-4. maí. Þar var fræðst um stöðu nýsköpunar og tæknimála, auk þess sem lagður var grunnur að samstarfi á sviði ferðamála. Auk fulltrúa ráðuneytisins voru fulltrúar HÍ, HR, Rannís og Nýsköpunarmiðstöðvar með í för.

Grænland

Þann 5. september var haldin ráðstefna í höfuðstað Grænlands, Nuuk þar sem leitast var við að skoða þá möguleika sem felast í auknum samgöngum milli Íslands og Grænlands. Kveikjan að ráðstefnunni var að um þessar mundir var verið að taka í notkun nýja stórskipahöfn í Nuuk sem gerir kleift að taka á móti mun stærri skipum en áður. Hafa Eimskip og Royal Arctic line samið um smíði þriggja skipa sem eru umtalsvert stærri en þau sem nú eru í notkun og verða þau afhent árið 2019.

Á sama tíma hafa grænensk stjórnvöld kynnt áform sín um að lengja flugbrautirnar í Nuuk og Ilulisaat þannig að hægt sé að taka við beinu millilandaflugi. Stefnan er að ljúka þeim framkvæmdum árið 2021. Með þessum breytingum opnast mikil tækifæri bæði hvað varðar ferðaþjónustu og önnur viðskipti milli landanna.

Á ráðstefnunni komu fram samgönguráðherrar landanna, þeir Erik Jensen og Jón Gunnarsson og vöktu umræður þeirra mikla athygli. Einnig fluttu margir af helstu forsvarsmönnum í samgöngumálum Íslands og Grænlands erindi. Má þar nefna forstjóra bæði Royal Arctic line og Eimskips ásamt forstjórum Air Iceland Connect og Air Greenland. Um 80 manns sóttu ráðstefnuna.

Undanfarin ár hafa Íslandsstofa, aðalræðisskrifstofa Íslands í Nuuk og Grænensk-íslenska viðskiptaráðið, ásamt Air Iceland Connect, staðið fyrir viðburðum af þessu tagi til að efla samskipti landanna. Í ár kom Viðskiptaráðið í Nuuk Sermersooq Business Council einnig að verkefninu og skipulagði viðskiptafundi fimm íslenskra fyrirtækja við heimamenn.



Guðlaugur Þór Þórðarson utanríkisráðherra, Karsten Dybvad, forstjóri Dansk industri, Forseti Íslands, Guðni Th. Jóhannesson og Friðrik krónprins Dana.



Jón Ásbergsson flytur ávarp um íslenskan sjávarútveg í opinberri heimsókn forseta Íslands til Danmerkur.

Rekstur og efnahagur Íslandsstofu 31.12.2017

Rekstrarreikningur ársins 2017

	2017	2016
Rekstrartekjur		
Markaðsgjald	686.000.000	620.088.731
Ríkisframlög	232.968.086	224.839.889
Önnur framlög	104.151.824	73.092.498
Endurgreiddur kostnaður og seld þjónusta	211.150.838	202.599.326
	<u>1.234.270.748</u>	<u>1.120.620.444</u>
Rekstrargjöld		
Kynningar- og markaðsstarf	(616.338.280)	(560.493.510)
Laun og launatengd gjöld	(435.212.710)	(382.111.463)
Skrifstofu- og stjórnunarkostnaður	(187.121.310)	(161.591.963)
Afskriftir fastafjármuna	(1.245.190)	(1.245.190)
	<u>(1.239.917.490)</u>	<u>(1.105.442.126)</u>
Rekstrar(tap), hagnaður	<u>(5.646.742)</u>	<u>15.178.318</u>
Fjármunatekjur	9.162.122	8.340.588
Fjármagnsgjöld	(1.938.195)	(6.887.682)
Hagnaður ársins	<u><u>1.577.184</u></u>	<u><u>16.631.225</u></u>

Efnahagsreikningur 31. desember 2017

Eignir	31.12.2017	31.12.2016
Fastafjármunir		
Varanlegir rekstrarfjármunir	3.043.799	4.288.98
	<u>3.043.799</u>	<u>4.288.98</u>
Veltufjármunir		
Markaðsgjald	53.659.693	58.859.69
Viðskiptakröfur	60.844.908	57.282.19
Aðrar skammtímakröfur	11.072.394	8.658.63
Fyrirframinnheimtur kostnaður vegna verkefna	35.311.874	21.345.83
Handbært fé	211.855.370	230.981.94
	<u>372.744.239</u>	<u>377.128.30</u>
Eignir	<u>375.788.038</u>	<u>381.417.29</u>
Eigið fé og skuldir		
Eigið fé		
Óráðstafað eigið fé	232.428.285	230.851.10
Eigið fé	<u>232.428.285</u>	<u>230.851.10</u>
Skammtímaskuldir		
Viðskiptaskuldir	76.066.439	94.211.92
Aðrar skammtímaskuldir	67.293.314	56.354.26
	<u>143.359.753</u>	<u>150.566.19</u>
Skuldir	<u>143.359.753</u>	<u>150.566.19</u>
Eigið fé og skuldir	<u>375.788.038</u>	<u>381.417.29</u>

Rekstur og efnahagur Ísland-allt árið 31.12.2017

Rekstrarreikningur ársins 2017

	2017	2016
Rekstrartekjur		
Opinber framlög	124.000.000	162.000.000
Framlög fyrirtækja	124.000.000	162.000.000
Útseld vinna	0	1.312.327
Ráðstefnur og fundir	0	2.667.681
	<u>248.000.000</u>	<u>327.980.008</u>
Rekstrargjöld		
Kynningar- og markaðsstarf	(269.599.526)	(331.301.285)
	<u>(269.599.526)</u>	<u>(331.301.285)</u>
Rekstrartap	<u>(21.599.526)</u>	<u>(3.321.277)</u>
Fjármunatekjur	3.133.124	3.810.842
Fjármagnsgjöld og gengismunur	(1.471.334)	(846.553)
Gjöld umfram tekjur	<u>(19.937.736)</u>	<u>(356.988)</u>

Efnahagsreikningur 31. desember 2017

Eignir	31.12.2017	31.12.2016
Veltufjármunir		
Viðskiptakröfur	8.019.250	112.774.298
Kröfur á tengd félög	0	20.355.942
Aðrar skammtímakröfur	582.869	4.710.219
Handbært fé	25.881.734	58.188.611
	<u>34.483.853</u>	<u>196.029.070</u>
Eignir	<u>34.483.853</u>	<u>196.029.070</u>
Eigið fé og skuldir		
Eigið fé		
Óráðstafað eigið fé	23.006.433	42.944.169
Eigið fé	<u>23.006.433</u>	<u>42.944.169</u>
Skammtímaskuldir		
Viðskiptaskuldir	3.740.595	53.084.901
Fyrirframinnheimtar tekjur	7.000.000	100.000.000
Skuldir við tengd félög	316.801	0
Aðrar skammtímaskuldir	420.024	0
	<u>11.477.420</u>	<u>153.084.901</u>
Skuldir	<u>11.477.420</u>	<u>153.084.901</u>
Eigið fé og skuldir	<u>34.483.853</u>	<u>196.029.070</u>

