



## Útflutningsverðlaun forseta Íslands féllu Samherja í skaut

Útflutningsverðlaun forseta Íslands hlaut að þessu sinni Samherja hf. en verðlaunin voru afhent við hátíðlega athöfn að Bessastöðum 22. apríl sl. Páll Sigurjónsson, formaður úthlutunarnefndar, sagði m.a. í ávarpi sínu að Samherja hf. væru veitt verðlaunin fyrir að hafa náð sérlega góðum árangri í veiðum, vinnslu og markaðssetningu á íslensku sjávarfangi. Fyrirtækið færi fremst í fylkingu íslenskra sjávarútvegsfyrirtækja og hefði vakið mikla athygli fyrir framsækinn og arð-

bæran rekstur. Kraftur og áræðni einkenndu fyrirtækið, starfsmenn þess og stjórnendur.

Verðlaunagripurinn í ár er gerður af Gerði Gunnarsdóttur myndhöggvara. Verkið, sem unnið er í brons og íslenskt blágrýti, ber heitið Sókn og að sögn listamannsins lýsir það Samherja; framsæknu fyrirtæki sem stendur fyrir sjósókn, markaðssókn og sókn til framtara.

Sjá viðtal við Þorstein Mát Baldvins-son, forstjóra Samherja, á bls 3.



Forseti Íslands, Ólafur Ragnar Grímsson, og Þorsteinn Már Baldvinsson, forstjóri Samherja hf., við afhendingu Útflutningsverðlauna forseta Íslands á Bessastöðum.

## Stöndum á tímamótum í opinberri aðstoð við íslenskan útflutning

sagði Halldór Ásgrímsson utanríkisráðherra í ræðu sinni á ársfundi Útflutningsráðs

„Við stöndum nú á miklum tímamótum í opinberri aðstoð við íslenskan útflutning og gjaldveyrissköpun,“ sagði Halldór Ásgrímsson utanríkisráðherra í ræðu sinni á ársfundi Útflutningsráðs þann 30. apríl sl. „Ný lög um aðstoð við útflutning voru sett í lok síðasta árs og leystu af hólmi eldri lög um Útflutningsráð Íslands. Með nýju lögunum var lagður grunnur að enn frekari eflingu íslenskrar útrásar.“

### Pólítísk samráðsnefnd

Utanríkisráðherra sagði að lögum um Útflutningsráð hefði verið breytt árið 1998 og þá hefði verið hafist handa um aukna samtengingu Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins og Útflutningsráðs. Í nýju lögunum væru stigin stór skref til viðbótar í þessa átt. Jafnframt væri markaðsgjaldið, helsti tekjustofn ráðsins, fest í sessi til fimm ára. „Með nýju lögunum var lögð af samráðsnefnd Útflut-

ningsráðs og þess í stað sett á fót pólítísk samráðsnefnd um öll utanríkisviðskipti íslenskra aðila og útflutningsaðstoð. Samráðið verður leitt af utanríkisráðherra, sem eykur mikilvægi þess í stjórnsýslunni og tengir þessa starfsemi betur við almenna stefnumótun stjórnvalda og samfélagsins í heild. Þetta eru nýmæli en fyrirmyndin er sótt til Írlands.“

Framhald á bls. 2

## Viðskiptasendinefnd í Lettlandi

Jón Baldvin Hannibalsson, sendiherra í Finnlandi, fór fyrir íslenskri viðskiptasendinefnd sem dvaldi í Riga í Lettlandi dagana 2.–4. júní sl. en skipulag ferðarinnar var í höndum Útflutningsráðs. Tólf fyrirtæki frá Íslandi kynntu vörur sínar og þjónustu, flest á sviði upplýsingatækni en nokkur í sjávarútvegi, flutningastarfsemi, bankastarfsemi og fataframleiðslu. Sum þessara fyrirtækja eru þegar í viðskiptum við Lettland en önnur voru að kanna ný tækifæri.

„Það sem vekur athygli er að töluverð gróska er í fjárfestingum íslenskra aðila í Lettlandi,“ segir

Vilhjálmur Guðmundsson hjá Útflutningsráði. „Lætur nærri að yfir 30 íslensk fyrirtæki séu nú þegar starfandi á hinum ýmsu sviðum lettnesks viðskiptalífs. Frá árinu 1991 hafa verið gerðir sjö milliríkjasamningar við Lettland um efnahagslega samvinnu og viðskipti. Það kann að einhverju leyti að skýra þessa miklu fjárfestingu íslenskra aðila í Lettlandi. Í kjölfar ferðar viðskiptasendinefndar til Riga er nú fjöldi nýrra verkefna í skoðun og undirbúningi á þessu markaðssvæði sem munu án efa leiða til viðskipta síðar meir.“



Fundað í Riga, f.v. Jón Ásbergsson, framkvæmdastjóri Útflutningsráðs, Jón Baldvin Hannibalsson, sendiherra í Finnlandi og Vilhjálmur Guðmundsson frá Útflutningsráði.



Fjölmenur  
ársfundur  
Útflutningsráðs

:: bls. 2



Viðtal við Þorstein  
Mát Baldvinsson  
hjá Samherja

:: bls. 3



Íslensk húsgögn  
vekja athygli í  
Bella Center

:: bls. 5



Teikn á lofti með  
bestu markaðs-  
áætlunina

:: bls. 6



Altech JHM hlýtur  
Nýsköpunarverð-  
laun 2003

:: baksíða



Sigtryggur R. Eyþórsson og Jón Ásbjörnsson.



Ársfundur Útflutningsráðs var fjölsóttur.



Ragnar S. Halldórsson og Einar Benediktsson.

## Útflutningsráð og utanríkisráðuneyti undirrita rammisamning um samstarf á fjölmennum ársfundi

# Stuðlað að frekari samvinnu fyrirtækja við sókn á erlenda markaði

Á fjölmennum ársfundi Útflutningsráðs, sem haldinn var 30. apríl sl., undirrituðu Halldór Ásgrímsson utanríkisráðherra og Páll Sigurjónsson, fráfaraandi stjórnarformaður Útflutningsráðs, rammisamning sem utanríkisráðuneyti og Útflutningsráð gera með sér um þjónustu við íslenskt atvinnulíf í sókn þess á erlenda markaði.

Jón Ásbergsson, framkvæmdastjóri Útflutningsráðs, sagði frá nýundirrituðum samningi á ársfundinum en þar segir orðrétt í fyrstu grein: „Markmið samningsins er að efla samvinnu Útflutningsráðs Íslands og Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins (VUR), á grunni nýrra laga nr. 160/2002 um útflutningsaðstoð. Samningsaðilar vilja



Grétar Már Sigurðsson, skrifstofustjóri viðskiptaskrifstofu utanríkisráðuneytis.

með samningnum setja ramma um samstarf Útflutningsráðs og VUR með því að skilgreina hlutverk beggja aðila og tryggja að verkaskipting er varðar þjónustu innanlands og utan sé skýr, gagnsæ og án tvíverknaðar, eftir því sem kostur er. Þá munu samningsaðilar stuðla að auknu samstarfi íslenskra aðila sem vinna á hliðstæðum starfsvettvangi við að kynna Ísland eða íslenskar vörur og þjónustu á erlendri grund. Samningsaðilar munu tvívinna þjónustu VUR í sendiráðum Íslands erlendis og tengslanet þeirra saman við þjónustu Útflutningsráðs hér á landi og auka þannig framboð sameiginlegrar viðskipta- og markaðsaðstoðar. Samningurinn raskar ekki lög-



Gunnar Örn Gunnarsson, framkvæmdastjóri Nýsköpunarsjóðs.

bundnu hlutverki hvors samningsaðila um sig.“

Á ársfundinum flutti Halldór Ásgrímsson utanríkisráðherra ávarp þar sem hann fjallaði um samstarfssamning Útflutningsráðs og VUR. Að því loknu tilkynnti Grétar Már Sigurðsson, skrifstofustjóri viðskiptaskrifstofu utanríkisráðuneytis, um nýja stjórn Útflutningsráðs til næstu tveggja ára og fjallaði jafnframt um starfsemi viðskiptaskrifstofunnar og breytingar á lögum um útflutningsaðstoð. Þá greindi Gunnar Örn Gunnarsson, framkvæmdastjóri Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins, frá Tryggingardeild útflutnings sem m.a. er ætlað að auka og efla útflutningsstarfsemi á Íslandi.

### Framhald af forsiðu – úr ræðu utanríkisráðherra

## Tímamót í opinberri aðstoð

„Í stefnuyfirlýsingu ríkisstjórnarinnar var kveðið á um að sameina eða samræma ætti starfsemi þeirra opinberu aðila sem sinna alþjóðlegu kynningar- og markaðsstarfi fyrir íslenskt atvinnulíf á kjörtímabilinu, í þeim tilgangi að bæta þjónustu og auka skilvirkni. Samráðsnefndinni er ætlað að uppfylla þetta fyrirheit með því að leiða saman alla þá opinberu aðila sem koma með einum eða öðrum hætti að útflutningsaðstoð og hagsmunasamtök þeirra sem búa til afurðir til útflutnings. Gert er ráð fyrir að opinberir aðilar og hagsmunasamtök deili hugmyndum um verkefni og áherslur inn-

an samráðsnefndarinnar, svo færi gefist á því að stilla saman strengi og nýta betur en áður það fjármagn sem fer til kynningar og markaðssetningar á Íslandi og íslenskum afurðum á erlendri grundu.“

### Útanríkisþjónustan eflid

Halldór sagði að í þessum breytingum hefði verið horft til nútímalegrar skilgreiningar á útflutningi. „Sögulega séð höfum við horft á sjávarafurðir og iðnaðarvörur sem útflutning. Á síðustu árum hefur vægi þjónustu-útflutnings aukist stöðugt. Með lögum frá 1999 var kallað til samráðs

við nýja aðila, meðal annars Samtök hugbúnaðarframleiðenda og Bændasamtök Íslands. Nú í hinum nýju lögum eru enn fleiri aðilar kallaðir til samráðs. Meðal þeirra sem koma að þessu nýja samráði eru menntamálaráðuneytið og Bandalag íslenskra listamanna, því menning og menningarafurðir eru útflutningsafurðir sem skapa sífellt meiri auð fyrir samfélagið. Þetta er nýmæli og við þurfum að halda áfram á þessari braut.“

„Samhliða þessum breytingum hefur utanríkisráðuneytið ákveðið skipulagsbreytingar sem miða að því að efla enn þá þjónustu sem utanríkisþjónustan mun veita íslenskum fyrirtækjum og innlendum stöðstofnunum atvinnulífsins á erlendri grundu. Með stofnun Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins árið 1997 var sett upp sérstök viðskiptaþjónusta til að aðstoða við útrás íslensks atvinnulífs. Mikilvægur þáttur í þeirri þjónustu var að efla starfsemi sendiráða í þágu íslensks atvinnulífs. Þá var ákveðið að virkja enn frekar kjöræðismenn Íslands um allan heim í þeim tilgangi. Með því að blanda saman staðarráðnu, sérhæfðu starfsfólki og sérmenntuðum viðskiptafulltrúum er stefnt að því að veita til lengri tíma litið sambærilega og jafngóða þjónustu í öllum sendiráðum. Hugmyndin var að til lengri tíma litið yrði samskonar uppbygging í sendiráðum Íslands í samræmi við þarfir og óskir atvinnulífsins. Þær breytingar sem nú hafa verið ákveðnar miða að því að efla þennan þátt utanríkisþjónustunnar, út á við og inn á við.“



Útanríkisráðherra, Halldór Ásgrímsson, á ársfundi Útflutningsráðs.

## Valur Valsson formaður stjórnar Útflutningsráðs

Á ársfundi Útflutningsráðs var skýrt frá nýrri stjórn ráðsins sem utanríkisráðherra skipar til tveggja ára í senn. Ráðherra skipar fjóra stjórnarmenn eftir tilnefningu fulltrúa atvinnulífsins í samráðsnefnd og þrjá stjórnarmenn án tilnefningar. Varamenn eru skipaðir með sama hætti.

### Aðalmenn:

Valur Valsson, formaður stjórnar  
Ágúst Guðmundsson, Tölvumiðlun ehf.  
Magnús Kristinsson, Bergur-Huginn ehf.  
Pétur Björnsson, Ísfell ehf.  
Grétar Már Sigurðsson, utanríkisráðuneytið  
Lárus Ásgeirsson, Marel hf.  
Gunnar Örn Kristjánsson, SÍF hf.

### Varamenn:

Steinþór Skúlason, Sláturfélag Suðurlands svf.  
Kristján Björn Garðarsson, Kísiliðjan hf.  
Gunnar Tómasson, Þorbjörn-Fiskanes hf.  
Einar Guðbjörnsson, Íspólar ehf.  
Anna Jóhannsdóttir, utanríkisráðuneytið  
Huld Magnúsdóttir, Óssur hf.  
Tinna Gunnlaugsdóttir, Bandalag ísl. listamanna



Nýr formaður stjórnar Útflutningsráðs, Valur Valsson, og fráfaraandi formaður stjórnar, Páll Sigurjónsson, ásamt Jóni Ásbergssyni, framkvæmdastjóra Útflutningsráðs.

Þorsteinn Már Baldvinsson, forstjóri Samherja, um Útflutningsverðlaunin

# Styrkir okkur á þeirri braut sem við höfum markað okkur

„Útflutningsverðlaun forseta Íslands hafa auðvitað fyrst og fremst táknað þýðingu fyrir félagið og ekki síst starfsfólkið sjálft, eins og ég hef lagt áherslu á í tengslum við þessa viðurkenningu,” segir Þorsteinn Már Baldvinsson, forstjóri Samherja hf. „Þetta er okkur mikil hvatning í því sem við erum að fást við hjá félaginu, á öllum stigum starfseminnar allt frá því hvernig við umgöngumst auðlindirnar, veiðum fiskinn, vinnum afurðirnar og síðan komum þeim á markað til kaupenda og neytenda framleiðsluvaru okkar um allan heim. Þessi viðurkenning styrkir okkur á þeirri braut sem við höfum markað okkur.“

Rekstrartekjur Samherja hf. á árinu 2002 námu rétt rúmum 13 milljörðum króna og rekstrarhagnaður félagsins var tæpir 1,9 milljarðar króna, sem er mesti hagnaður í sögu félagsins. Velta skiptist nánast til helminga á milli útgerðar og vinnslu í landi og hlutfall útflutnings af veltu árið 2002 var um 95%. Þrátt fyrir ungan aldur er Samherji í hópi umsvifamestu sjávarútvegsfyrirtækja landsins. Uppbygging félagsins undanfarin 20 ár hefur verið hröð og miðar að því að treysta undirstöðurnar með því að taka þátt í flestum greinum sjávarútvegsins.

Velgengni Samherja má ekki hvað síst rekja til þeirrar staðreyndar að sem matvælaframleiðslufyrirtæki annast félagið sjálft ferlið frá veiðum til markaðar. Rekstur Samherja byggist á fjórum meginstöðum: sjófrystingu, landvinnslu á bolfiski, rækjuvinnslu og vinnslu uppsjávarfurða. Undanfarin ár hefur aukin áhersla verið lögð á fiskeldi, enda ljóst að það fellur mjög vel að starfsemi fyrirtækisins. Félagið hefur yfir að ráða talsverðum veiðheimildum í uppsjávarfiski en mjöl og lýsi eru mikilvægustu aðföng í framleiðslu á fiskeldisfóðri.

## Virðing lykilþáttur í starfseminni

Þorsteinn Már er inntur eftir því hverju hann þakki góðan árangur fyrirtækisins. „Ég lagði á það áherslu í ávarpi á Bessastöðum þegar ég tók við þessari viðurkenningu að ég líti á þessi verðlaun öðru fremur sem viðurkenningu til starfsfólks Samherja fyrir sérlega vel unnin störf á liðnum árum. Við höfum markað okkur ákveðna braut með starfsemi okkar. Sú braut einkennist af framsækni og áráðni en um leið er virðing lykilþáttur í allri starfsemi Samherja. Hún á sinn þátt í velgengni

félagsins. Við kappkostum að sýna auðlindunum, sem við byggjum starfsemi okkar á, virðingu um leið og við leggjum áherslu á að ná eins miklum verðmætum og unnt er úr þeim afurðum sem þaðan koma.“

Hann segir að öfugt við það sem margir kynnu að halda sé það alls ekki einfalt mál að selja sjávarafurðir um allan heim. „Þetta er stöðug barátta og mikil vinna við að fylgja eftir þróuninni í neyslunum fólks, halda mörkuðum okkar og sækja inn á nýja. Markaðurinn er síbreytilegur og kröfurnar alltaf að aukast. Viðskiptavinum hefur fækkað mjög og þeir orðið stærri og stærri. Því fylgja auknar kröfur og fyrirtæki á borð við Samherja þarf að vera í sífelldri þróun til þess að geta svarað kröfum markaðarins jafnóðum og breytingar verða á neyslumynstri fólks. Ekki má heldur gleyma því að veiðar, vinnsla og sala sjávarafurða á í sívaxandi samkeppni, m.a. við fiskeldi og aðrar greinar matvælaframleiðslu. Góður árangur okkar á liðnum árum helgast einnig af því að við höfum verið örög við að sækja inn á nýjar brautir til þess að hasla okkur þar völl og halda stöðu okkar í þessari samkeppni. Enn og aftur kem ég að starfsfólkinu sjálfu því án frábærra starfsmanna væri tóm mál að tala um þann árangur sem við höfum náð – starfsmanna á öllum stigum starfseminnar sem eru tilbúnir að leggja sig fram með það að markmiði að ná árangri í rekstri fyrirtækisins.“

## Ósanngjörn ummæli um sjávarútvegsfyrirtæki

Í ávarpi sínu á Bessastöðum komst Þorsteinn Már m.a. svo að orði: „Og ég vil segja eins og er að mér finnst starfsfólk Samherja vel að verðlaununum komið. Það hefur staðið sig ein-

staklega vel. Umfjöllunin um það starf sem unnið er af starfsfólki Samherja er oft ósanngjörn. Okkur stjórnendum Samherja hefur að mínum dómi mistekist að koma því nægilega vel á framfæri við þjóðina hversu gott starf er unnið innan félagsins. Að því leyti hef ég sem stjórnandi brugðist og vil ég nota þetta tækifæri til að biðja starfsfólk mitt afsökunar á því.“

Aðspurður um þessi ummæli segir Þorsteinn Már: „Ég sagði að umfjöllunin um það starf sem unnið er af starfsfólki Samherja sé oft ósanngjörn en þessi ummæli eiga sér í raun víðari skírskotun. Það sem ég átti við með þessum orðum var einfaldlega það að sjávarútvegsfyrirtæki á Íslandi hafa mátt búa við það um árabíl að vera sökuð um allt frá þjófnaði eða sjálfstöngu á veiðheimildum til glæpsamlegrar umgengni um auðlindir hafnsins. Umræðan hefur alltof sjaldan snúist um það merka og mikla starf sem unnið er innan sjávarútvegsins. Það starf hefur staðið undir rekstri þjóðarbúsins um árabíl og mun gera það áfram þótt margir vilji telja almenningi trú um annað. Starfsfólk í sjávarútvegi hefur mátt sitja undir árasum úr öllum áttum, oft frá mönnum sem tala af vankunnáttu og hafa hreinlega ekki kynnt sér málin nægilega vel.“

Hann segir hið jákvæða of sjaldan eiga upp á pallborðið í umræðu um Samherja og önnur sjávarútvegsfyrirtæki. „Við sem stýrum fyrirtækjum í greininni höfum einfaldlega ekki staðið okkur í að vinna gegn þessari neikvæðu umræðu. Okkur sem stýrum Samherja hefur ekki tekist nægilega vel að koma á framfæri við fjölmörgu og allan almenning í landinu þeim merku verkefnum sem unnið er að innan félagsins. Ég nefndi sem dæmi í



Þorsteinn Már Baldvinsson: „Margfeldisáhrif af starfi Samherja eru mjög mikil og ég fullyrði að þau eru ekki meiri hjá öðrum fyrirtækjum hér á landi.“

þessu ávarpi mínu að jafnframt umfangsmikilli starfsemi við veiðar og vinnslu, sem skapa mikil útflutningsverðmæti fyrir þjóðina, hefur Samherji lagt mikinn kraft og metnað í samvinnu við önnur íslensk iðn- og hugbúnaðarfyrirtæki um að þróa búnað og vörur til útflutnings.“

## Leitum stöðugt nýrra verkefna og sóknarfæra

„Ég nefndi sem dæmi samstarf okkar við Marel um þróun vél- og hugbúnaðar sem annast beinatíslu með aðstoð röntgentækni,” heldur hann áfram, „samstarf við Hampiðjuna um þróun á nýjum veiðarfærum, samstarf við Nýherja og Marel um þróun framleiðslu- og hugbúnaðar, samstarf við Fiskvélur um þróun beinhreinsivélur, samstarf við Vaka-DNG um þróun laxateljara og samstarf við Skagann um þróun búnaðar til vinnslu uppsjávarfisks. Þessi samstarfsverkefni og ótalmörg önnur hafa átt sinn þátt í að gera íslenskan sjávarútveg og íslenskan iðnað samkeppnishæfari á alþjóðavísu. Ég hygg að beinn og óbeinn útflutningur á veiðarfærum og vinnslubúnaði til dótturfyrirtækja Samherja erlendis hafi numið vel á annan milljarð króna á síðustu árum og segir það sína sögu um afrakstur þessa samstarfs. Síðast en ekki síst eru margfeldisáhrif af starfi Samherja mjög mikil og ég fullyrði að þau eru ekki meiri hjá öðrum

fyrirtækjum hér á landi. Mér hefur fundist skorta á að ég hafi komið þessu á framfæri í allri þeirri neikvæðu umræðu sem greinin hefur mátt búa við um árabíl. Fyrir það bað ég starfsfólk mitt afsökunar í ávarpi mínu á Bessastöðum.“

Inntur eftir verkefnum framundan og nýjum sóknarfærum segir Þorsteinn Már ljóst að nýting auðlinda hafnsins setji fyrirtækjum í sjávarútvegi ákveðnar skorður í vexti og nýjungum. „Framþróunin snýr þá einkum inn á við, þ.e. að þeirri tækni sem notuð er við veiðar og vinnslu. Samherji er stöðugt að leita nýrra leiða til þess að auka verðmætasköpun þeirra afurða sem auðlindir hafnsins hafa upp á að bjóða. Í því sambandi endurtek ég það sem ég sagði um fjölmörg samstarfsverkefni Samherja við þróun búnaðar til veiða og vinnslu. Samherji mun áfram stunda öfluga starfsemi í hinum hefðbundna sjávarútvegi og vinnslu eins og við höfum gert með svo góðum árangri í rúm tuttugu ár. Aftur á móti megum við ekki sofna á verðinum og erum stöðugt að leita nýrra verkefna og sóknarfæra. Þau liggja víða og vil ég til dæmis nefna fiskeldi og líftækni sérstaklega í því sambandi. Á þeim sviðum og reyndar fleirum eru verkefni okkar og sóknarfæri á næstu árum, sem og í hinum hefðbundna sjávarútvegi og vinnslu.“

# Velt upp hugmyndum um fjármögnun sprotafyrirtækja

Morgunverðarfundur sem viðskiptadeild Háskólans í Reykjavík og Útflutningsráð stóðu fyrir 28. maí sl., undir yfirskriftinni: Hverjir fjármagna frumkvöðla í dag?, var mjög vel sóttur. Á fundinum flutti Gordon Murray, prófessor við háskólann í Exeter á Bretlandi, erindi um fjármögnun sprotafyrirtækja. Fjallaði hann m.a. um reynslu Breta og Finna á þessu sviði, hlutverk mismunandi fjármálastofnana og stefnu stjórnvalda.

Í skýrslu sem gefin var út í kjölfar íslensku GEM-rannsóknarinnar 2002

(Global Entrepreneurship Monitor) kemur fram að flestir íslenskir sérfræðingar telja að skortur á fjármagni hindri mjög frumkvöðlastarfsemi á Íslandi. „Við erum að sjálfsögðu öll meðvituð um hversu erfitt það hefur verið fyrir ný fyrirtæki að útvega sér fjármagn í kjölfar „netbólunnar“, segir Helga Valfells hjá Útflutningsráði. „Við erum því sífellt að leita að nýjum leiðum fyrir fyrirtækin sem við störfum með. Það er því áhugavert fyrir okkur að heyra hvaða stuðning fyrirtæki í öðrum löndum fá.“

„Fundurinn heppnaðist afar vel,” heldur Helga áfram „en hann sóttu frumkvöðlar, hagsmunaaðilar og aðilar innan íslenska fjármálakerfisins. Erindi Gordons Murray var mjög áhugavert en hann hefur sérhæft sig í því að vinna með frumkvöðlafyrirtækjum og gat dregið upp skýra mynd af því sem er að gerast á þessu sviði í Bretlandi. Velti Murray upp hugmyndum um það hvernig bæta megi úr þeim aðstæðum sem upp eru komnar og standa frumkvöðlastarfsemi á Íslandi verulega fyrir þrífum.“

## Útflutningsráð Íslands og Viðskiptaþjónusta utanríkisráðuneytisins

LEIÐAR I

Lög um Útflutningsráð Íslands voru tekin til endurskoðunar á Alþingi í lok síðasta árs og á þeim gerðar nokkrar breytingar. Veigamesta breytingin er sú formbreyting að lögin heita nú Lög um útflutningsaðstoð. Er þeim skipt í tvo kafla og fjallar sá fyrri um Samráðsnefnd atvinnulífs og stjórnvalda um utanríkisviðskipti og útflutningsaðstoð en hinn síðari um Útflutningsráð Íslands. Samkvæmt hinum nýju lögum skal Samráðsnefndin sinna stefnumótun og skilgreina samvinnu- og átaksverkefni í útflutningsaðstoð og markaðssetningu og vera vettvangur til samráðs og skoðanaskipta. Fulltrúar 21 aðila eiga sæti í nefndinni – 10 samtaka atvinnurekenda, 6 ráðuneyta og 5 stofnana og félagasamtaka. Auk þess eiga fulltrúar í stjórn Útflutningsráðs sæti í Samráðsnefndinni.



Talsverðar breytingar voru gerðar á kaflanum um Útflutningsráðið sjálft og hann færður í nútímalegra form. Efnislegar breytingar sem lúta að rekstri og stöðu Útflutningsráðs voru þó ekki umtalsverðar. Þó má geta þess að sérstaklega er nú kveðið á um að stjórn Útflutningsráðs skuli vera utanríkisráðherra til ráðuneytis um fyrirkomulag viðskiptaþjónustu á erlendum vettvangi og um áherslu í utanríkisviðskiptum. Þá eru í lögnum heimildir til Útflutningsráðs til að kaupa þjónustu viðskiptafulltrúa sendiráðanna og til að taka þátt í markaðsaðstoð á vegum opinberra aðila. Þá er núverandi fyrirkomulag á fjármögnun ráðsins framlengt um 5 ár.

Í tengslum við lagabreytingarnar var hafin vinna við samstarfssamning milli Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins og Útflutningsráðs um verkaskiptingu og samstarf þessara aðila um þjónustu við íslenskt atvinnulíf í sókn þess á erlenda markaði. Var samningurinn undirritaður á ársfundi Útflutningsráðs 30. apríl sl. af Halldóri Ásgrímssyni utanríkisráðherra og Páli Sigurjónssyni, formanni stjórnar Útflutningsráðs. Meginmarkmið samningsins er að skilgreina hlutverk beggja aðila og efla samvinnu þeirra og tryggja að verkaskipting er varðar þjónustu innanlands og utan sé „skýr, gagnsæ og án tvíverknaðar“. Samningsaðilar munu tvíanna þjónustu Viðskiptaþjónustunnar í sendiráðum Íslands erlendis og tengslanet þeirra saman við þjónustu Útflutningsráðs og auka þannig framboð sameiginlegrar viðskipta- og markaðsaðstoðar. Samningurinn raskar þó ekki lögbundnu hlutverki hvors samningsaðila um sig.

Til þess að tryggja framgang samstarfssamningsins verður settur á laggirnar sérstakur stýrihópur sem í sitja tveir fulltrúar frá hvorum aðila. Á stýrihópurinn að ákveða verkaskiptingu stofnananna og gera tillögur um sérstök samstarfsverkefni. Gert er ráð fyrir að Útflutningsráð leggi árlega til um 10 milljónir króna í þessi samstarfsverkefni og taki þar að auki að sér að annast sölu og markaðssetningu á þjónustu viðskiptafulltrúa sem starfa á vegum Viðskiptaþjónustunnar í sendiráðunum erlendis. Þá er fyrirhugað að samræma allt kynningar- og markaðsferni og eftir fönngum að koma fram út á við sem ein heild, en ekki sem aðskildar og óskyldar stofnanir.

Með samstarfssamningnum er brotið blað í þjónustu við íslensk útflutningsfyrirtæki. Í stað tveggja lítilla og óburðugra þjónustuaðila kemur ein þjónustuheild sem getur veitt íslenskum útflutningsfyrirtækjum marghátaða þjónustu á fjölmörgum sviðum. Útrás íslenskra fyrirtækja er rétt að hefjast og velferð íslensku þjóðarinnar á komandi árum byggist á því að útrásin heppnist vel. Útflutningsráð og Viðskiptaþjónusta utanríkisráðuneytisins vilja með samstarfi sínu leggja sitt af mörkum til þess að svo megi verða.

Jón Ásbergsson,  
framkvæmdastjóri Útflutningsráðs Íslands

## Framtíðarstefnumótun í íslenskrri tónlist til umfjöllunar á ráðstefnu í Borgarnesi

# Útflutnings- og þróunarsjóður tónlistar verði að veruleika

Margt fróðlegt kom fram á tónlistarráðstefnu sem Útflutningsráð, í samstarfi við Samtök iðnaðarins og Samtón, gekkst fyrir í Borgarnesi í vor. Rætt var um framtíðarstefnumótun í íslenskrri tónlist; farið var yfir stöðu hins innlenda tónlistariðnaðar, hvert hann stefndi og hvað mætti bæta til að auka veg starfsgreinarinnar, auk þess sem fjallað var um útflutningsmöguleika íslenskrar tónlistar. Á ráðstefnunni voru saman komnir fulltrúar flestra félaga í tónlistargeiranum, þ.e. fulltrúar flytjenda, höfunda, framleiðenda, umboðsmanna og útgefenda.

### Ályktun um tónlistarhúss

Stefán Hjörleifsson, framkvæmdastjóri MúsikNets sem rekur hið nýja vefsvæði tonlist.is, var í hópi þeirra sem sóttu tónlistarráðstefnuna í Borgarnesi. Að hans sögn var almenn ánægja með ráðstefnuna og þær niðurstöður sem þar fengust. „Umræðurnar sem sköpuðust voru mjög gagnlegar,“ segir Stefán. „Hvað varðar stefnumótun aðila í tónlistariðnaði voru sömu, gömlu baráttumálin efst á baugi. Þannig var það samdóma álit flestra að brýn nauðsyn væri að lækka eða afnema virðisaukaskatt á tónlist til jafns við aðrar sambærilegar listgreinar. Þá var á ráðstefnunni samþykkt ályktun þar sem skorað er á stjórnvöld að hefja án tafar framkvæmdir við byggingu tónlistarhúss í Reykjavík, í takt við gefin loforð.“

Þriðja stóra baráttumálið sem rætt var snýr að sögn Stefáns að stofnun útflutnings- og þróunarsjóðs tónlistar en hugmyndir þar að lútandi hafa lengi verið uppi meðal tónlistarmanna hérlendis. „Málið hefur velkst um í kerfinu og þvælst á milli ráðu-



Ráðstefnugestir í Borgarnesi þar sem m.a. var fjallað um útflutningsmöguleika íslenskrar tónlistar.

neyta,“ segir Stefán. „Vísir að frumvarpi um stofnun útflutnings- og þróunarsjóðs tónlistar hefur um nokkurt skeið legið óhreyft í menntamálaráðuneytinu. Á ráðstefnunni í Borgarnesi var það samdóma álit manna að brýnt væri að stofnun slíks sjóðs yrði að veruleika. Hlutverk sjóðsins yrði að styðja við útflutning á ís-

lenskrri tónlist, í víðasta skilningi þess orðs. Á fundi sem menntamálaráðherra boðaði nokkra aðila úr tónlistariðnaðinum á sl. sumar kom fram að gert er ráð fyrir að rekstrarform sjóðsins verði ekki ósvipað rekstrarformi Kvikmyndasjóðs Íslands og framlög til hans verði í kringum 150 milljónir á ári til að byrja með.



Fjölmenni var á morgunverðarfundi Útflutningsráðs í Stokkhólmi í maí.

## Margir áhugasamir um heilsutækni á Íslandi

Mjög góð aðsókn var að morgunverðarfundi Útflutningsráðs Íslands um heilsutækni á Íslandi sem haldinn var í Stokkhólmi 28. maí. Um 120 fjárfestar og innkaupaaðilar sóttu fundinn og er það talsvert meira en vonir höfðu verið bundnar við, að sögn Helgu Valfells hjá Útflutningsráði. Kynningin fór fram í tengslum við Íslandsdaginn sem sendiráð Íslands í Svíþjóð hafði veg og vanda af. Heiðursgestur fundarins var forseti Íslands, Ólafur Ragnar Grímsson. Átta íslensk fyrirtæki kynntu nýjungar í heilsutækni og heilsu meðferð á fundinum í Stokkhólmi; Medcare-Flaga, Framtíðartækni, Taugagreining, Kine,

Tölvumyndir, Hreyfigreining, Össur og Heilbrigðistækni vettvangur. „Fundurinn gegndi því mikilvæga hlutverki að vera fyrsta kynning Útflutningsráðs á íslenskrri heilsutækni fyrir sænska fjárfesta, innkaupaaðila og aðra samstarfsaðila,“ segir Helga. „Hinir erlendu fundargestir reyndust mjög áhugasamir um heilsutækni á Íslandi og virtist það koma þeim verulega á óvart hve við Íslendingar stöndum framarlega á þessu sviði. Fundurinn í Stokkhólmi var á allan hátt mjög gagnlegur og ljóst er að samstarfsmöguleikar íslenskra fyrirtækja í heilsutækni og sænskra fjárfesta og innkaupaaðila eru miklir.“

## Fjöldi fyrirtækja á sýningunni í Færeyjum

Fjöldi fyrirtækja frá Íslandi tók þátt í sjávarútvegssýningunni North Atlantic Fish Fair í Rúnavík í Færeyjum sem haldin var öðru sinni um mánaðamótin apríl/maí. Sýningin þótti takast með ágætum og voru fulltrúar íslensku fyrirtækjanna almennt ánægðir með þátttökuna en aðsókn að sýningunni nú var töluvert meiri en þegar hún var fyrst haldin 2001. Um 250 Íslendingar sóttu sýninguna að þessu sinni og er greinilegt að hún vekur áhuga meðal landsmanna.

Fjórtán íslensk fyrirtæki voru á sameiginlegum bás Útflutningsráðs, nokkur sýndu með umboðsaðila, s.s. Marel og Póls, og önnur sýndu ein og sér. Á bás Útflutningsráðs kynntu Hafnarfjarðarhöfn, Reykjavíkurhöfn og Akureyrarhöfn þjónustu sína. Önnur fyrirtæki á básnum voru Ískerfi, Interseafood, Skaginn, Hampiðjan, Sæplast, Fiskvélar, Framtak, Á.M. Sigurðsson, Bakverk, Laxá og NAS.

Útgefandi: Útflutningsráð Íslands  
Borgartún 35, 105 Reykjavík  
Pósthólf 1000, 121 Reykjavík  
Sími: 511 4000, Fax: 511 4040  
utflutningsrad@utflutningsrad.is  
www.utflutningsrad.is

Ritstjóri: Lilja Viðarsdóttir  
Ábyrgðarmaður: Jón Ásbergsson  
Umsjón og hönnun: PR [pje err]  
Myndir: Arnaldur Halldórsson, Ragnar Th. Sigurðsson, Lárus Karl Ingason o.fl.  
Prentun: Svansprent

# Íslensk húsgögn vekja athygli í Bella Center

Fjórir íslenskir hönnuðir tóku þátt í sýningunni Scandinavian Furniture Fair í Bella Center í Kaupmannahöfn í byrjun maí; Emma Axelsdóttir, Erla Sólveig Óskarsdóttir, Ólöf Jakobína Ernudóttir og Pétur B. Lúthersson. Útflutningsráð skipulagði íslenska sýningarsvæðið undir heitinu „Icelandic Designers“.

Húsgögnin frá Íslandi vöktu athygli sýningargesta fyrir létt og stílhreint yfirbragð og hlutu íslensku hönnuðirnir mikið lof fyrir framsækna nýjungar í hönnun, að sögn Vilhjálms Jens Árnasonar hjá Útflutningsráði. „Allir íslensku þátttakendurnir komu á áhuga-verðum viðskiptasamböndum í Kaupmannahöfn sem eflaust eiga eftir að leiða af sér framleiðslusamninga og útflutning á íslenskri hönnun áður en langt um líður.“

**Nýjar lausnir**  
Húsgagnasýningin í Bella Center, sem haldin er árlega, er stærsta sýning sinnar tegundar á Norðurlöndum. Þar eru sýnd



húsgögn fyrir heimili og skrifstofur auk sérstaks svæðis þar sem ungir hönnuðir kynna hugmyndir sínar. Að sögn Vilhjálms Jens er aðkoma Útflutningsráðs að sýningunni í Kaupmannahöfn liður í þeirri viðleitni að styðja nýjar útflutningsgreinar og auka þannig fjölbreytni í útflutningi Íslendinga.

Á sýningunni í Bella Center sýndi Emma nýjan fjölskyldueiningarsófa, MOSS, sem vakið hefur athygli fyrir nýjar lausnir og fjölbreytta möguleika á uppröðun eininga. Erla Sólveig sýndi í fyrsta sinn á alþjóðlegum vettvangi húsgögn sem eru vel þekkt á Íslandi og voru upphaflega hönnuð fyrir Alþingi og Ríkissjónvarpið. Erla Sólveig hefur áður náð góðum árangri á þessari sömu sýningu og komið hönnun sinni í framleiðslu í Danmörku og Þýskalandi. Ólöf



Jakobína sýndi stílhrein sófaborð sem búa yfir þeim kostum að nýtast jafnframt sem rúmgóð hirsla. Pétur er orðinn vel þekktur fyrir hönnun sína á stólum. Helstu nýjungar hans í ár eru stólar, sófar og fundarstólar fyrir skrifstofur og stofnanir sem framleiddir eru bæði hér heima og í Slóvakíu.



## Ríflega 30 fyrirtæki á sjávarútvegssýningunum í Brussel

Rúmlega 30 íslensk fyrirtæki í sjávarútvegi kynntu vörur sínar og þjónustu á sjávarútvegssýningunum í Brussel í Belgíu, European Seafood Exposition og Seafood Processing Europe, í maí. Líkt og undanfarin ár var þátttaka íslensku fyrirtækjanna skipulögð af Útflutningsráði sem hafði stórt sýningarsvæði til umráða. Að sögn Vilhjálms Jens Árnasonar hjá Útflutningsráði hafa sýningararnar í Brussel vaxið mjög undanfarin ár og er um að ræða einn stærsta viðburð er tengist sjávarútvegi í heiminum. Gestir á sýningunum nú voru yfir 20 þúsund talsins og sýnendur um fjórtán hundruð, frá rúmlega 100 löndum.



Á sýningunni European Seafood Exposition, ESE, er kynnt vara tengd sjávarútvegi, þ.e.a.s. fiskafurðir, en á Seafood Processing Europe, SPE, eru sýndar vélar, tæki og annar búnaður fyrir sjávarútveg. Íslensku fyrirtækin sem sýndu á sýningunni ESE að þessu sinni voru E. Ólafsson, Íslenska umboðssalan, Triton, Salka Seafood, Interseafood, Íslenska útflutningsmiðstöðin, Ögurvík, Toppfiskur, Jón Ásbjörnsson, Samtök verslunarinnar-FÍS, B. Benediktsson, Ocean Fish, Norfish, North Atlantic Solutions og Brim Seafood (áður ÚA Seafood Group). Á sýningunni SPE sýndu eftirtalin fyrirtæki frá Íslandi: Eimskip, Icelandair Cargo, Samskip, Skaginn, Liquid Ice Inc., Maritech, NAS, Mekokerfi, Borgarplast, Marel, Póls, Sæplast, 3X-Stál, Carnitech a/s, Wisefish, Fiskvélar og Topplausnir.

## Skýrsla um stöðu fatahönnunar á Íslandi

Á vef Útflutningsráðs, [www.utflutningsrad.is](http://www.utflutningsrad.is), er nú hægt að nálgast skýrslu um stöðu íslenskrar fatahönnunar á pdf-sníði. Skýrslan var unnin af Þóreyju Vilhjálmsdóttur með styrk frá iðnaðar- og viðskiptaráðuneytinu, menntamálaráðuneytinu, Útflutningsráði Íslands, Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, IMPRU og Iðnskólanum í Reykjavík. Í skýrslunni er leitast við að safna sam-

an þeirri þekkingu sem fyrir hendi er á fatahönnun á Íslandi. Tilgangurinn er að upplýsa þá aðila sem koma að fatahönnun á einn eða annan hátt, fjárfesta, hönnuði eða aðra, um starfsemi hönnunarfyrirtækja og auka skilning á greininni. Skýrslan mun því helst nýtast þeim aðilum sem lítt þekkja til greinarinnar, þó ýmislegt geti án efa orðið þeim sem til þekkja að miklu gagni.

Að sögn Sigrúnar Lilju Guðbjartsdóttur hjá Útflutningsráði er í skýrslunni fjallað um erlenda markaði og farið yfir þau atriði sem hafa verður í huga þegar kemur að útflutningi á fatnaði. Þá er í skýrslunni fjallað um helstu hindranir í veginum og velt upp þeirri spurningu hvort íslensk fatahönnun sé samkeppnishæf við hönnun frá öðrum löndum. Farið er í gegn-

um öll stig ferlisins, allt frá hönnun vörunnar til afhendingar hennar, og var hópur sérfróðra aðila fenginn til að miðla af þekkingu sinni og reynslu þar að lútandi.

„Rétt er að taka fram að skýrslur sem þessar eru á engan hátt tæmandi fróðleikur, heldur einungis vegvisir,“ segir Sigrún Lilja. „Skýrslan um stöðu fatahönnunar á Íslandi er engu að síður gagnleg, því hún veitir yfirsýn yfir greinina og hverjir starfa við hana hérlendis.“

### Hagnýtt verkefni fyrir fyrirtæki sem hyggja á útrás

## Útflutningsráðgjafinn

Útflutningsráð Íslands hefur frá árinu 1992 boðið litlum og meðalstórum fyrirtækjum að ráða til sín markaðsstjóra til tímabundinna verkefna við erlenda markaðssókn. Kallast verkefnið Útflutningsráðgjafinn og er nú boðið fram og fjármagnað af Nýsköpunarsjóði atvinnulífsins. Reynslan hefur sýnt að þjónusta þessi gagnast mjög vel fyrirtækjum sem eru að hefja útflutning og hafa ekki mannafla eða sérhæfða þekkingu á því sviði. Útflutningsráðgjafar eru sjálfstætt starfandi ráðgjafar eða ráðgjafafyrirtæki og hefur Útflutningsráð á skrá hjá sér um 20 aðila sem taka að sér að vinna tímabundið að erlendra markaðssókn með fyrirtækjum. Þessi hópur hefur víðtæka menntun og yfirgripsmikla þekkingu á útflutningsmálum og geta fyrirtæki því valið úr fjölbreyttum hópi ráðgjafa með ólík sérsvið.

### Mæli með því að fyrirtæki kynni sér þennan kost

Bryndís Ragna Hákonardóttir, deildarstjóri hjá Hreyfingu, er í hópi útflutningsráðgjafa Útflutningsráðs og

starfaði hún sem ráðgjafi með NordicPhotos árið 2002. „Verkefnið er hagnýtt, það er engin spurning, og ég mæli eindregið með því að fyrirtæki kynni sér þennan kost,“ segir Bryndís Ragna, aðspurð um Útflutningsráðgjafann. „Verkefnið er sérlega hentugt fyrirtækjum sem eru að stíga sín fyrstu skref í útflutningi. Einnig getur það hentað fyrirtækjum sem hafa staðnað og vantar smá utanaðkomandi hugmyndir og orku til að blása lífi í útflutninginn hjá sér. Útflutningsráð er ómetanleg stofnun fyrir fyrirtæki sem vilja sækja út fyrir landsteinana, ég held að það átti sig ekki allir á þeirri reynslu og þeim fróðleik sem starfsmenn Útflutningsráðs búa yfir. Auk þess hafa þeir aðgang að alveg ómetanlegum leitarvélum og fleiri mjög gagnlegum gögnum.“

Hún kveðst telja að það sé mjög misjafnt hvað fyrirtæki fái út úr því að ráða sér útflutningsráðgjafa. „Það fer eftir þörfum hvers og eins fyrirtækis. Hjá NordicPhotos vann ég markaðsgögn fyrir fyrirtækið og fann fyrir þá samstarfsaðila. Það tekur tíma að



Bryndís Ragna Hákonardóttir útflutningsráðgjafi: „Gott samstarf er skilyrði fyrir góðum árangri.“

koma nýrri vöru inn á nýjan markað. Oft hafa fyrirtæki ekki mannskap, tíma eða þá þekkingu á markaðnum sem þarf til markaðssóknar erlendis. Með hjálp reyndrar manneskju, sem veit hvernig hlutirnir ganga fyrir sig á erlendra grund og þekkir inn á markaðinn, er hægt að flýta ferlinu mikið.“

Innt eftir því hvernig ráðgjöf hennar við NordicPhotos hafi verið háttað kveðst Bryndís Ragna hafa kynnt sér myndabankamarkaðinn erlendis og leitað að áhugaverðum viðskiptaáðil-

um út um allan heim. „Markmiðið var að fá einn ljósmyndavef, helst þann besta, í hverju landi til að bjóða sínum viðskiptavinum upp á úrvalsmyndir frá NordicPhotos á sínum vef. Þessi leið var talin ódýr en um leið áhrifarík fyrir NordicPhotos til að skapa sér nafn, bæði hjá viðskiptavinum og erlendum myndaböndum, og þannig auka sölu og hagnað fyrirtækisins. Ég fann marga áhugaverða aðila og sendi á þá markaðsgögn um fyrirtækið, auk sýnishorna af myndauvalinu sem þeir bjóða upp á. Því næst hringdi ég í alla aðila og fékk þá betri tilfinningu fyrir okkar möguleikum. Þetta gekk mjög vel og þegar ég lauk mínu starfi hjá NordicPhotos voru um 15 aðilar frá jafnmörgum löndum tilbúnir að vinna með fyrirtækinu, þar af nokkrir af stærstu myndaböndum heims.“

„Samstarfið gekk mjög vel,“ heldur hún áfram, „enda er það algjört grundvallarskilyrði fyrir góðum árangri. Eigendur NordicPhotos eru ferskir og frískir ungir menn, þeir hafa gífurlegan metnað og leggja allt í fyrirtækið. Það var mjög gaman að fylgjast með þeim og þeir gáfu mér mikinn innblástur og kraft. Þeir eiga eftir að ná langt, það er ekki nokkur spurning, og eru t.a.m. um þessar mundir í samningaviðræðum um kaup á erlendum myndabanka.“

Teikn á lofti á Akureyri hlýtur viðurkenningu fyrir bestu markaðsáætlunina við lok ÚH-13

# Frábær reynsla að taka þátt í þessu verkefni

Hönnunar- og skipulagsstofan Teikn á lofti á Akureyri hlaut viðurkenningu fyrir bestu markaðsáætlunina við lok 13. verkefnisins Útflutningsaukning og hagvöxtur. Stýrinfnd valdi fyrirtækið úr hópi þátttakenda í ÚH-verkefninu og tók Halldór Jóhannsson framkvæmdastjóri við viðurkenningu frá Gísla Benediktssyni, sérfræðingi hjá Nýsköpunarsjóði, í hófi sem haldið var þegar verkefninu lauk 5. júní sl. Að ÚH-verkefninu standa Útflutningsráð Íslands, Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins, Óssur, Bakkavör, Bygðastofnun og Samtök iðnaðarins.



Halldór Jóhannsson frá Teikn á lofti, t.h., tekur við ÚH-farandgripnum úr hendi Eggerts Claessen frá Tölvumíðlun sem tók þátt í ÚH-2.

Halldór Jóhannsson kvaðst mjög ánægður með ÚH-verkefnið og sérstaklega ánægður með viðurkenninguna fyrir bestu markaðsáætlunina. Aðspurður sagði hann að ÚH-skólinn hefði kennt sér margt og það

væri frábær reynsla að taka þátt í þessu verkefni, með hópi fyrirtækja sem einnig væru að vinna í svipuðum málum. Að geta stigið skref til baka og horft á hlutina frá öðru sjónarhorni og skipst á hugmyndum við aðra væri ómetanlegt tækifæri.

Hermann Ottósson, verkefnisstjóri hjá Útflutningsráði, sagði það hafa verið ákveðin forréttindi að vinna með ÚH-13 hópnunum í vetur, enda hefði hópurinn sem nú útskrifaðist verið námfús, kröfuharður og einkar samhentur í þá tíu mánuði sem verkefnið hefði staðið. Hermann minnti á það að í hópi þeirra fyrirtækja sem lokið hefðu ÚH-verkefninu væru mörg stærstu og best reku fyrirtæki landsins á sínu sviði. „Sum þeirra tóku fyrst flugið eftir að hafa tileinkað sér þá aðferðafræði og vinnubrögð sem við höfum haft fyrir ykkur í vetur. Ég vonast til að sjá fyrirtæki ykkar á þeim lista áður en langt um líður,“ sagði hann.

Fyrirtækin sem luku þátttöku í ÚH-verkefninu að þessu sinni ásamt Teikn á lofti eru Skinney-Pinganes, Höfn í Hornafirði, Skaginn, Akranesi, Móna, Hafnarfirði, Ferðamálasamtök Austurlands, Gallerý Kjöt Reykjavík, AGR, Reykjavík, Framtíðartækni, Reykjavík, Elding hvalaskoðun, Reykjavík, og Fjarkennsla, Garðabæ. Nú hafa yfir 100 fyrirtæki tekið þátt í ÚH verkefninu frá upphafi og má



Þátttakendur í ÚH-13 við lok verkefnisins.

segja að þau spanni alla flóru íslensks atvinnulífs. Flest fyrirtækjanna ná um 20% veltuaukningu ári eftir þátttöku í verkefninu og einnig hafa þau náð um 25% aukningu í útflutningi.

Undirbúningur er hafinn að nýju ÚH-verkefni sem hefst í október 2003 og verður hið 14. í röðinni. Verkefnið er ætlað fyrirtækjum í framleiðslu og þjónustu sem áhuga hafa á að hefja útflutning, auka útflutning eða al-

mennt að treysta tök sín á markaðssetningu erlendis. Allar nánari upplýsingar um verkefnið veitir Hermann

Ottósson hjá Útflutningsráði í síma 511 4000 eða með tölvupósti, hermann@utflutningsrad.is.

## Samstarfssamningur Nýsköpunarsjóðs og Útflutningsráðs

Nýr samstarfssamningur milli Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins og Útflutningsráðs Íslands var undirritaður í apríl sl. Samstarfssamningurinn, sem er til eins árs, tekur til vörusýninga erlendis og verkefnanna Útflutningsráðgjafinn og Útflutningsaukning og hagvöxtur.

Útflutningsráð hefur átt margvíslegt samstarf við Nýsköpunarsjóð á liðnum árum í því augnamiði að liðsinna íslenskum fyrirtækjum við markaðssókn erlendis. Útflutningsráðgjafinn er þjónusta sem boðin er litlum og meðalstórum fyrirtækjum sem eru að hefja eða efla markaðssetningu erlendis. Útflutningsaukning og hagvöxtur er þróunarverkefni fyrir stjórnendur í litlum og meðalstórum fyrirtækjum sem hafa viðskiptahugmynd er varðar útflutning á vöru og/eða þjónustu.



Frá undirritun samstarfssamnings Nýsköpunarsjóðs og Útflutningsráðs, f.v. Jón Ásbergsson, framkvæmdastjóri Útflutningsráðs, og Gunnar Örn Gunnarsson, framkvæmdastjóri Nýsköpunarsjóðs.

Til viðbótar við þessi tvö verkefni styrkir Nýsköpunarsjóður þátttöku fyrirtækja í vörusýningum eða aðrar skipulagðar markaðsaðgerðir fyrirtækja erlendis.

## Kynningarherferð vegna stækkunar ESB/EES

Euro Info-skrifstofur í 26 löndum eru þessar mundir að hrinda af stað herferð sem miðar að því að kynna fyrirtækjum þá möguleika sem felast í stækkun ESB/EES. Pann 1. maí 2004 munu tíu lönd í Mið- og Austur-Evrópu gerast aðilar að ESB/EES. Um leið breytist viðskiptaumhverfið í álfunni og ný tækifæri til viðskipta skapast. Euro Info-skrifstofan á Íslandi er þátttakandi í þessari herferð og mun á komandi mánuðum leggja áherslu á að safna og miðla upplýsingum

um hin nýju aðildarlönd og viðskiptatækifæri í kjölfar stækkunar til íslenskra fyrirtækja.



Framkvæmdastjórn ESB rekur upplýsingaskrifstofur fyrir litil og meðalstór fyrirtæki, Euro Info-skrifstofur, í öllum löndum Evrópu. Skrifstofur þessar myndu öflugt net og er þeim ætlað að aðstoða fyrirtæki við hvaðeina sem lýtur að viðskiptum í Evrópu. Euro Info-skrifstofan á Íslandi er rekin af Útflutningsráði Íslands og iðnaðar- og viðskiptaráðuneytinu, auk Evrópusambandsins.

# Ísland tilraunasamfélag fyrir rafræn viðskipti í Evrópu

Íslendingar í forystu í evrópsku samstarfsverkefni

Ísland er í forystu í hópi Evrópulanda sem vinna að undirbúningi verkefnisins „European Network of National Test-beds for eBusiness“ og er ætlunin að Ísland verði eitt tilraunasamfélaga fyrir rafræn viðskipti í Evrópu. Íslendingar áttu frumkvæðið að verkefninu sem fengið hefur brautargengi innan Evrópusambandsins. Verkefnið fellur einkar vel að stefnu ESB um örvin rafrænna viðskipta í Evrópu með þátttöku lítilla og meðalstórra fyrirtækja. Ríkisstjórn Íslands hefur lýst yfir stuðningi við verkefnið og að Ísland verði leiðandi í Evrópu á þessu sviði. Verkefnið hefur verið útfært í samstarfi við íslenska hagsmunaaðila og fengið góða kynningu þeirra á meðal.

Markmiðið með verkefninu er að skapa skilvirkt, rafrænt viðskiptaumhverfi – tilraunasamfélag sem þjónar sem viðskiptalíkan fyrir önnur Evrópulönd. Hugmyndin er að skapa vettvang til að þróa hugmyndir og prófa lausnir og staðla í rafrænum viðskiptum í hvetjandi og tæknilega þróðu umhverfi. Lítið er á rafræn viðskipti sem möguleika til aukins hagvaxtar. Tilgangurinn með Evrópuverkefninu er að til verði efnahags-samfélög sem geti þjónað sem rafræn viðskiptalíkon fyrir önnur lönd. Þar með náist fyrr það markmið að evrópsk fyrirtæki, litil og meðalstór til jafns við stærri, nýti sér rafræna tækni til hagræðingar og til að auka

viðskipti innan landa og milli landa. Um þessar mundir er unnið að því að útfæra og skipuleggja verkefnið, tryggja hugmyndinni fylgi og pólitískan og fjárhagslegan stuðning í Evrópu. Þegar hefur sá áfangi náðst að ESB hefur samþykkt að hvetja bandalagsþjóðir til að styðja tilraunasamfélög fyrir rafræn viðskipti.

### Styrkir ímynd landsins sem hátæknisamfélags

Af hálfu Íslands hefur verið myndaður stýrihópur um verkefnið sem í sitja Rúnar Már Sværissón frá Staðlaráði, Ingólfur Sveinsson frá Útflutningsráði, Jónína S. Lárusdóttir frá iðnaðar- og viðskiptaráðuneyti og Magnús Þór Ásgeirsson, AFE f.h. Akureyrarbæjar og Dalvíkurbyggðar. Guðbjörg Björnsdóttir þróunarstjóri er starfsmaður verkefnisins. Rætt hefur verið við fleiri aðila um aðkomu að stýrihópnum og mun fjölga í honum á næstu vikum. Að sögn Ingólfs Sveinssonar hjá Útflutningsráði er hlutverk stýrihópsins að leggja línur um hvernig ná megi fram markmiðum um rafrænt íslenskt viðskiptasamfélag, skipuleggja framkvæmd verkefnisins fyrir Íslands hönd og kosta vinnu af Íslands hálfu á undirbúningstímanum sem er eitt ár.

Aðspurður um aðild Útflutningsráðs að verkefninu segir Ingólfur að ef vel takist til skapi verkefnið gríðarleg tækifæri fyrir íslensk útflutningsfyrirtæki. „Við Íslendingar höfum allar for-

sendur til að verða öðrum þjóðum fyrirmynd í rafrænum viðskiptum. Í nýlegri skýrslu um samkeppnishæfni Íslands árið 2002, sem byggð er á úttekt World Economic Forum, kemur fram að við mælingu á samkeppnisvísitölu upplýsinga- og samskiptatækni lendir Ísland í öðru sæti á eftir Bandaríkjunum en á undan Finnlandi. Við höfum því þegar skapað okkur ákveðinn sess.

Ákvörðun um að Ísland verði tilraunasamfélag fyrir rafræn viðskipti í Evrópu mun styrkja mjög ímynd landsins út á við sem hátæknisamfélags og auðvelda þannig íslenskum hátækni-fyrirtækjum markaðsstarf sitt erlendis. Eitt af því sem gerir íslenskum fyrirtækjum erfitt fyrir við markaðssetningu erlendis er þessi skortur á ímynd. Finnar hafa hana en okkar er aðallega minnst fyrir fisk, fjöll, fossa og fagar konur. Ekkert af þessu yfir sérstaklega undir sölu á hátæknivöru.“

Að sögn Ingólfs er það raunhæft markmið að verkefninu um tilraunasamfélög í Evrópu verði stjórnað frá Íslandi. „Verkefnið skapar mikla möguleika hvað varðar útflutning almenn frá Íslandi. Jafnframt munu verkefni á vegum tilraunasamfélagsins hafa í för með sér innspýtingu á fjármagni frá Evrópu, þ.e.a.s. við munum leggja til vinnu og verkefni en ætlunin er að hinir ýmsu sjóðir og styrktaraðilar í Evrópu leggi til meginhluta fjármögnunarinnar á móti.“



# Íslenskir tískuhönnuðir eiga góða möguleika erlendis

segir Sólveig Guðmundsdóttir, markaðsráðgjafi Útflutningsráðs í Frakklandi

Sólveig Guðmundsdóttir starfar sem markaðsráðgjafi í París í Frakklandi á vegum Útflutningsráðs. Sólveig hefur undanfarin tvö ár aðstoðað íslenska tískuhönnuði við markaðssetningu og sölu ytra og haft milligöngu um þátttöku þeirra í Tískuvíkunni í París sem haldin er tvisvar á ári. Verkefni Útflutningsráðs í Frakklandi lýkur í október nk. og kveðst Sólveig ánægð með þann árangur sem íslensku hönnuðirnir hafa náð. „Allir hafa hönnuðirnir náð að selja á Tískuvíkunni í París,” segir hún, „og eru að byrja að koma sér upp sínum kaupendahópi, þ.e. verslunum og vöruhúsum. Varan á að vísu enn eftir að festa sig í sessi á markaðinum en byrjunin lofar góðu.“

## Íslenska hráefnið er okkar sérstaða

Að mati Sólveigar eiga íslensku hönnuðirnir góða möguleika ytra. „Mitt hlutverk hefur verið að finna bestu markaðs- og sölu-/dreifileiðina, eða bestu leiðina inn á markaðinn, og kanna hvort íslensk hönnun væri samkeppnishæf á erlendum markaði. Sú hefur orðið raunin. Íslenska varan býr

yfir sérstöðu og er samkeppnishæf, bæði með tilliti til verðs og gæða. Því má segja að hönnuðirnir íslensku hafi sömu möguleika og aðrir hönnuðir sem leita á markað hér. París er aðaltískuborg heims og hér er markaðurinn mjög krefjandi. Okkar leið inn á markaðinn var að kynna hóp íslenskra hönnuða sem „Icelandic Designers“. Með því móti náðum við meiri athygli; sam-

keppnin er svo mikil að það er mun sterkara að vera í hópi. Ýmsar aðrar þjóðir hafa einmitt farið þessa leið, þ.e. látið hóp hönnuða ryðja brautina fyrir aðra hönnuði og þannig náð að festa í sessi þarlandan fataiðnað.“

Átta íslenskir fatahönnuðir og skartgripahönnuðirnir Guðbjörg og Ása hjá Au/Aurum taka þátt í verkefni Útflutningsráðs í Frakklandi. „Íslenska hráefnið og hugmyndarík hönnun er okkar sérstaða,” heldur Sólveig áfram. „Það er þetta sem selur. Í fata-línunum hanna\_70, Björg by Björg Pjetursdóttir, Sigrún, Asta Creative Clothes og Má Mí Mó er það íslenska hráefnið sem skapar sérstöðuna svo og efnismeðferðin. Ýmsar nýjungar hafa vakið mikla athygli, s.s. þæfða ullin, roðið frá Sjávarleðri, ullarbandið frá Ístexi og skinnið frá Íslenskum skinnaiðnaði og Loðskinni. Síðan eru



Sólveig Guðmundsdóttir, markaðsráðgjafi Útflutningsráðs í París: „Íslenska hráefnið og hugmyndarík hönnun er okkar sérstaða.“

línur eins og Au/Aurum, Aftur, Scandinavian Tourist og Sæunn. Þar er það sterk, framsækin hönnun sem skapar sérstöðuna.“

## Hönnunin á eftir að festa sig í sessi

Að sögn Sólveigar á íslensk hönnun eftir að festa sig í sessi á markaði erlendis. „Neytandinn þarf að kaupa hana oftast en einu sinni, hann þarf að koma aftur og aftur. Kaupandinn og neytandinn þurfa að sjá vöruna á sem

flestum mörkuðum, í leiðandi verslunum, á fólk, í tímaritum o.s.frv. Varan þarf að vera sýnileg víðar en við höfum einungis sýnt á Tískuvíkunni í París. Mjög mikilvægt er svo auðvitað að fá umfjöllun í fjölmiðlum erlendis. Það er því margt eftir og segja má að við séum rétt á byrjunarreit. Næsta skref væri að fara á aðrar tískuvíkur eins og t.d. í Milánó og komast betur inn á markaði t.d. í Japan og víðar í Asíu. Möguleikarnir eru miklir ef vel er unnið og markvisst.“

# Almenn ánægja með Umboðsmanninn

Fullbókað var á námskeiðið Umboðsmaðurinn sem haldið var í apríl sl. Voru fulltrúar þeirra fyrirtækja sem tóku þátt í námskeiðinu á einu máli um ágæti þess, að sögn Þórhalls Ágústssonar hjá Útflutningsráði. Á námskeiðinu er fyrirtækjum bent á leiðir til að ná betri árangri í samvinnu við sína umboðsmenn. Gagnast námskeiðið helst þeim fyrirtækjum sem hafa einhverja reynslu af því að vinna með umboðsmönnum og dreifiaðilum. Stefnir er að því að halda nýtt Umboðsmanna-námskeið í byrjun næsta árs en greint verður nánar frá því síðar.



Með því að nýta sér net ráðgjafa í Evrópu, N-Ameríku og víðar má draga verulega úr þeirri óvissu sem fylgir vali á umboðsmanni. Þjónusta Útflutningsráðs við útflutningsfyrirtæki felst í því að leita að vænlegum aðilum í umboðsmanna-hlutverkið, meta hæfni þeirra sem koma til greina og velja umboðsmann til samstarfs við viðkomandi fyrirtæki. Við valið er tekið mið af þeim kröfum sem viðkomandi þarf að uppfylla og sem skilgreindar hafa verið í samráði við fyrirtækið. Kostnaðurinn við verkefnið er háður umfangi þeirrar vinnu sem innt er af hendi og markaðsaðstæðum hverju sinni en áætla má að þjónusta þessi kosti fyrirtæki að meðaltali um 500.000 kr.

Góð þátttaka hefur verið í verkefni umboðsmaðurinn sem Útflutningsráð hleypti af stokkunum á síðasta ári. Markmiðið með verkefninu er að auðvelda íslenskum fyrirtækjum val á umboðsmönnum erlendis en leit að umboðsmanni getur verið æði tímafrek og kostnaðarsöm. Komið hefur verið á samstarfi við erlenda aðila sem hafa víðtæka og yfirgrípsmikla reynslu af því að leita umboðsmanna. Einn helsti samstarfsaðili Útflutningsráðs í verkefninu er fyrirtækið Europartnerships sem hefur í fjölmörg ár aðstoðað fyrirtæki við að finna réttan umboðsmann á fjarlægum markaðssvæðum. Þá hefur Útflutningsráð sett saman lista yfir samtök umboðsmanna í fjölmörgum löndum sem getur reynst útflytjendum dýrmætur vegvísir við val á umboðsmanni.

Nánari upplýsingar um verkefnið Umboðsmaðurinn og samnefnt námskeið veita Helga Valfells og Þórhallur Ágústsson hjá Útflutningsráði í síma 511 4000 eða með tölvupósti, [helgav@utflutningsrad.is](mailto:helgav@utflutningsrad.is), [thorhallur@utflutningsrad.is](mailto:thorhallur@utflutningsrad.is). Einnig er að finna upplýsingar um hina nýju þjónustu Útflutningsráðs á vefnum, [www.utflutningsrad.is](http://www.utflutningsrad.is).

## Japanski markaðurinn mjög spennandi

Ingibjörg Hanna Pétursdóttir hefur verið búsett í Hollandi frá 1993. Hún hefur tekið þátt í verkefni Útflutningsráðs í Frakklandi frá upphafi. „Það hefur verið mjög góður stuðningur að hafa Sigrúnu Lilju Guðbjartsdóttur hjá Útflutningsráði og þá sérstaklega Sólveigu Guðmundsdóttur í París með okkur í þessu verkefni,” segir hún aðspurð um þjónustu Útflutningsráðs. „Það er svo margt sem fylgir því að koma tískuvöru á framfæri erlendis að allur stuðningur er ómetanlegur.“



Ingibjörg Hanna hannar kvenfatnað í finni kantinum, mestmegnis úr þæfðri, íslenskrí ull, undir vörumerkinu **hanna\_70**. Hún kveðst ánægð með þær víðtökur sem hönnun hennar hefur fengið í París. „Salan á Tískuvíkunni hefur gengið vel og farið stigvaxandi ár hvert. Efnid vekur alltaf mikla athygli enda þæfð ull tiltöluleg nýjung í tískuheiminum. Sem dæmi hef ég fengið pantanir frá Japan, Frakklandi og Englandi. Japan er mjög spennandi markaður og það væri frábært að komast inn á hann fyrir alvöru. Ég

hef fyrst og fremst einbeitt mér að markaðssókn erlendis en hef síðustu mánuði verið að þreifa fyrir mér á íslenska markaðinum og hefur salan gengið mjög vel.“

Hún segir því miður lítið fara fyrir stuðningi opinberra aðila við hönnun á Íslandi. „Þó virðist sem Íslendingar séu að vakna til lífsins og uppgötva tísku og fatnað sem iðngrein til útflutnings. Sjálf hef ég verið mjög heppin að hafa fengið stuðning frá landbúnaðarráðuneytinu, Framleiðnisjóði landbúnaðarins og framkvæmdanefnd búvörsamninga en þessir aðilar hafa styrkt verkefnið þar sem ég vinn svo mikið með íslensku ullina.“

## Sterkur leikur að fá inn fjárfesta

Hugrún Árnadóttir og Þuríður Rós Sigurþórsdóttir hanna tískufatnað



fyrir konur undir merkinu **Scandinavian Tourist**. Þær tóku fyrst þátt í Tískuvíkunni í París sl. haust. „Fyrir þann sem ætlar sér að koma sinni línu á framfæri í tískuheiminum er nauðsynlegt að kynna hana á Tískuvíkunni í París,” segja þær samstarfskonur. „Við höfum getað



nýtt okkur vel þau sambönd sem við fengum út úr þeirri sýningu og erum nú komnar með pressu- og söluskrifstofu í London. Fyrstu vörurnar sem við seldum út fóru til London um miðjan febrúar. Vetrarlínuna erum við búnar að selja til Mónakó, London og líklegast til Hong Kong.“

„Ef ekki hefði verið fyrir framtak Útflutningsráðs að halda úti sýningarpláss á Tískuvíkunni værum við líklegast ekki komnar svo langt,” halda þær Hugrún og Þuríður áfram. „Það hefur verið mjög gott að geta leitað til Sólveigar Guðmundsdóttur í Frakklandi. Nú er staðan orðin sú að við erum komnar langt á skömmum tíma sem er auðvitað mjög jákvætt. En við ráðum ekki við allan þann kostnað sem fylgir því að svara svo mikilli eftirspurn. Að okkar mati væri því sterkur leikur að fá inn fjárfesta.“

Altech JHM hlýtur Nýsköpunarverðlaun 2003

# Hvatning til frekari dáða

segir Jón Hjaltalín Magnússon forstjóri

„Ég lít á þessi verðlaun sem viðurkenningu til okkar allra hjá Altech,“ segir Jón Hjaltalín Magnússon, forstjóri Altech JHM hf., um Nýsköpunarverðlaun Rannsóknarráðs og Útflutningsráðs 2003 sem féllu fyrirtækinu í skaut. „Viðurkenningin er okkur hvatning til frekari dáða við að þróa og markaðssetja íslenskan hátækniþúnað til álvera, til að bæta rekstur þeirra, umhverfi og öryggi starfsmanna þeirra.“

Altech er brautryðjandi í innleiðslu hátækni í áliðnaði og er eitt af sex fyrirtækjum í heiminum á þessum tilgreinda markaði. Altech sérhæfir sig í hönnun og framleiðslu mismunandi véla, vélasmæðna og framleiðslu-kerfa fyrir skautsmiðjur álvera. „Við erum einnig í stakk búin að sjá um hönnun og útvega allar vélar og annast uppsetningu þeirra í skautsmiðjum,“ heldur Jón áfram. „Nýlega gengum við frá einum slíkum samningi við nýtt álver í Ástralíu og erum í viðræðum við 15 önnur álver um svipuð verkefni.“

**Sölusamningar aldrei verið fleiri og stærri**

Af 45 milljóna dollara sölusamningum seinustu fimm árin eru um 90% útflutningur, að sögn Jóns. „Við höfum selt til 23 álvera í 15 löndum í öllum heimsálfunum. Innanlands hefur Altech selt nokkrar vélar bæði til Alcan og Norðurál, auk þess sem við settum upp skautsmiðju Norðurál. Altech hefur samstarfsaðila í 15 löndum sem aðstoða okkur við sölu á tækjum okkar og uppsetningu þeirra í álverum. Við erum núna alvarlega að undirbúa að opna eigin sölu- og verkfræðiskrifstofur í Ástralíu og Venesúela. Þar eru þegar nokkur álver og verið að byggja fleiri og því verulegur markaður fyrir okkur næstu árin.“

Aðspurður um verkefni framundan segir Jón fyrirtækið aldrei hafa verið með fleiri og stærri sölusamninga en í ársbyrjun 2003, eða upp á 36 milljónir dollara. „Við gerum fastlega ráð fyrir að ganga frá nokkrum samningum til viðbótar á næstu mánuðum. Annars

erum við með yfir 200 útstandandi tilboð til 40 álvera fyrir um 240 milljónir dollara sem munu vonandi flest skila sér á næstu árum. Þá erum við að fara inn á kínverska markaðinn, með aðstoð viðskiptafulltrúa sendiráðs Íslands í Peking, en í Kína eru 120 álver og verið er að reisa fleiri. Við höfum þegar gengið frá samningum við sölu- og framleiðsluáðila þar í landi.“

**Vörubróun í takt við þarfir viðskiptavina**

Hann segir álveramarkaðinn í eðli sínu mjög íhaldssaman og því sé ekki auðvelt að selja nýjungar. „Altech er í samkeppni við fimm önnur fyrirtæki á þessum markaði og við erum þeir einu sem hafa komið inn á hann seinustu tíu árin. Þegar Altech var stofnað 1987 var eitt álver á Íslandi. Núna eru þau tvö og verið er að undirbúa stækkun þeirra beggja. Þá er Alcoa búin að ákveða að reisa þriðja álverið á Reyðarfirði sem hefur rekstur árið 2007 og Atlantsál er að undirbúa byggingu fjórða álversins á Norðurlandi. Þessi vaxandi heimamarkaður mun gefa okkur mörg áhugaverð tækifæri til að þróa og selja nýjar vélar til þessara álvera.“

Jón er að lokum inntur eftir því hverju hann þakki góðan árangur fyrirtækisins. „Ég þakka fyrst og fremst



Jón Hjaltalín Magnússon, forstjóri Altech JHM, tekur við Nýsköpunarverðlaunum 2003 úr hendi Páls Sigurjónssonar, fráfarandi stjórnarformanns Útflutningsráðs.

samstarfsmönnum mínum hjá Altech þennan góða árangur. Við höfum heimsótt yfir 65 álver og verið duglegir að hlusta á þarfir viðskiptavina okkar. Við höfum aldrei fulllokið smíði vélar nema við séum búnir að selja hana áður, þannig hefur okkur tekist að fjármagna þróun vélarinnar og um leið vitum við að það er markaður fyrir hana.“

## Nýr upplýsingavefur Protocol 2 verkefnisins

Um þessar mundir er verið að taka í gagnnið nýjan upplýsingavef Evrópuverkefnisins Protocol 2, [www.protocol2.info](http://www.protocol2.info). Evrópuverkefnið byggist á því að hjálfa ráðgjafa í því að greina þarfir fyrirtækja með tilliti til tungumálakunnáttu og menningarlæsis. Nýi vefurinn er upplýsingavefur fyrir þau fyrirtæki sem koma til með að nýta sér þessa þjónustu svo og ráðgjafa, hagsmunaaðila og aðra sem að verkefninu standa. „Þetta verður lífandi vefsvæði þar sem hægt verður að afla sér allra nauðsynlegra upplýsinga um verkefnið og þátttakendur fá tækifæri til að koma sjónarmiðum sínum á framfæri,“ segir Guðjón Svansson hjá Útflutningsráði, verkefnisstjóri Protocol 2.



**Protocol II**

Útflutningsráð hefur hlotið styrk frá Evrópusambandinu til að þróa Protocol 2 en verkefnið er samstarfsverkefni Útflutningsráðs Íslands, Verslunarráðs Bretlands, Verslunarráðs Írlands, Aberta-háskólans í Portúgal og ráðgjafafyrirtækisins Inter-Act International. Stuðningsaðilar verkefnisins eru Viðskiptaþjónusta utanríkisráðuneytisins, viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands, Samtök iðnaðarinnar, Samtök atvinnulífsins og Verslunarráð Íslands. Aðalsíða upplýsingavefjarinnar nýja er á ensku og er umsjón hennar í höndum Útflutningsráðs Íslands. Jafnframt eru á vefnum undirsíður þeirra landa sem að verkefninu standa á viðkomandi málum, þ.e. íslensku, ensku og portúgölsku. Útflutningsráð Íslands hefur einnig umsjón með íslensku síðunni á vefnum og sér um uppfærslu hennar.

Guðjón Svansson verkefnisstjóri veitir allar frekari upplýsingar um verkefnið Protocol 2 og nýja vefinn í síma 511 4000 eða með tölvupósti, [protocol@icetrade.is](mailto:protocol@icetrade.is).

## Iceland Export Directory 2003 með breyttu sniði

Bókin er gefin út í 15.000 eintökum og eru í henni upplýsingar um íslenska útflytjendur. Iceland Export Directory er með töluvert breyttu sniði í ár og hefur upplýsingagildi hennar verið aukið til muna. Lögð er áhersla á kosti lands og þjóðar hvað varðar staðsetningu, þekkingu, hráefni og vinnuafli og einnig eru t.d. kynntir möguleikar erlendra aðila til fjárfestinga hér á landi. Jöfn áhersla er lögð á útflutningsgreinarnar og er reynt að gera öllum greinum jafn hátt undir höfði. Í útgáfunni fá t.d. upplýsinga- og fjarskiptatækni, matvælaframleiðsla, hönnun og þekking á orkuvinnslu meira vægi en nokkru sinni áður. Ennfremur er þátttaka ferðaþjónustunnar ánægjuleg viðbót.



Handbókinni er dreift á vegum Útflutningsráðs, Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, Samtaka iðnaðarinnar, Verslunarráðs Íslands og Euro Info-skrifstofunnar bæði hérlendis og erlendis, t.d. á sýningum, til ræðismanna og sendiráða, útflutnings- og verslunarráða, í viðskiptaheimsóknum og til fjölda alþjóðlegra fyrirtækja.

Vefútgáfa handbókarinnar, [www.icelandexport.is](http://www.icelandexport.is), tryggir íslenskum útflutningsfyrirtækjum enn betri árangur við kynningarstarf á erlendum mörkuðum.

Handbókina má nálgast á skrifstofu Útflutningsráðs að Borgartúni 35, Reykjavík, s. 511 4000, netfang: [utflutningsrad@utflutningsrad.is](mailto:utflutningsrad@utflutningsrad.is). Fróði gefur útflytjendahandbókina út, í samvinnu við Útflutningsráð Íslands.

## Gagnlegar upplýsingar á vef Eystrasaltsráðsins

Útflutningsráð Íslands hefur tekið að sér að vera tengiliður Íslands í vefsamstarfi ríkja í Eystrasaltsráðinu. Á vef Eystrasaltsráðsins, [www.balticmarket.org](http://www.balticmarket.org), er að finna gagnlegar upplýsingar um stofnun og rekstur fyrirtækja í þessum löndum, fjárfestingarmöguleika, viðskiptaskilyrði, útflutning og innflutning. Þá er á vefnum greint frá tollareglum og skattalögum í öllum ríkjum Eystrasaltsráðsins og birtar vefslóðir sem innihalda frekari upplýsingar um hvert þessara ríkja, þ.e. Danmörku, Eistland, Finnland, Ísland,

Lettland, Litháen, Noreg, Pólland, Rússland, Svíþjóð og Þýskaland.

Samtals búa um 300 milljónir manna í hinum ellefu ríkjum Eystrasaltsráðsins. Því er um að ræða gífurlega stórt markaðssvæði, sem hefur upp á margvísleg viðskiptatækifæri að bjóða. Vefur Eystrasaltsráðsins opnar leið inn á þennan stóra markað, í næsta nágrenni við okkur Íslendinga. Allar nánari upplýsingar um vefsamstarf Eystrasaltsríkjanna veitir Ingólfur Sveinsson hjá Útflutningsráði í síma 511 4000 eða með tölvupósti, [ingolfur@utflutningsrad.is](mailto:ingolfur@utflutningsrad.is).



Úr ferð viðskiptasendinefndar til Kanada í janúar sl. Iðnaðar- og viðskiptaráðherra, Valgerður Sverrisdóttir, á tali við Vigfús Jóhannsson, framkvæmdastjóra Stofnfræðis.

## Viðskiptasendinefndir 2003/2004

Útflutningsráð skipuleggur nú væntanlegar ferðir viðskiptasendinefnda á erlenda markaði síðari hluta þessa árs svo og næsta ár. Er m.a. stefnt að því að bjóða upp á ferðir viðskiptasendinefnda í samvinnu við útflutningsráð annarra ríkja en ágæt reynsla er af slíku samstarfi.

**Áætlaðar ferðir 2003:**

- **Noregur** október 2003
- **Kína** október/nóvember 2003
- **Íran** desember 2003 (samvinna við Metco)
- **Bretland/Skotland** ótímasett 2003

- **Seattle/Vancouver/Alaska** maí 2004
- **Brasilía** september 2004
- **Mexíkó** ótímasett 2004
- **Singapúr** ótímasett 2004
- **A-Evrópa** ótímasett 2004

Jafnframt er stefnt að því að skipuleggja ferðir viðskiptasendinefnda til landanna sem talin eru upp hér á eftir. Enn er aðeins um hugmyndir að ræða en framhaldið ræðst af áhuga fyrirtækja á þátttöku.

**Hugsanlegar ferðir 2004:**

- **Egyptaland/Túnis** febrúar 2004 (samvinna við Metco)

Fyrirtæki sem hafa áhuga á þátttöku í viðskiptasendinefndum 2003 og/eða 2004 eru hvött til að kynna sér það sem verður í boði á vef Útflutningsráðs, [www.utflutningsrad.is](http://www.utflutningsrad.is), eða hafa samband við Vilhjálm Guðmundsson hjá Útflutningsráði í síma 511 4000 eða með tölvupósti, [vilhjalmur@utflutningsrad.is](mailto:vilhjalmur@utflutningsrad.is).