

Viðskiptasendinefnd til Írans og Katar

Fyrsta opinbera heimsókn íslensks ráðherra

Unnið er að því í samvinnu við Útflutningsráð Möltu að skipuleggja ferð viðskiptasendinefndar til Írans dagana 5.–8. desember og Katar 9.–11. desember nk. Nokkrum dögum áður en sú dagskrá hefst, eða 1.–4. desember, heldur utanríkisráðherra, Halldór Ásgrímsson, í opinbera heimsókn til Írans og er það í fyrsta sinn sem íslenskur ráðherra sækir landið heim í opinberum erindagjörðum. Mun hann fara fyrir umræddri sendinefnd meðan á heimsókninni stendur, auk þess sem fleiri fyrirtækjum sem áhuga hafa á því að kanna markaðsmöguleikana á þessu svæði stendur til boða að slást í hópinn. „Á síðasta ári stóð Útflutningsráð að sendinefnd til Mið-Austurlanda, Dubai og Bar-ein, í fyrsta sinn og varð árangur af þeirri ferð mjög góður,“ segir Vilhjálmur Guðmundsson hjá Útflutningsráði. „Því er full ástæða fyrir íslensk fyrirtæki að skoða þau tækifæri sem eru að opnast á þessu markaðssvæði.“

Að sögn Vilhjálms hefur undirbúningur að ferð viðskiptasendinefndar til Írans og Katar staðið yfir í allnokkurn tíma. „Upphaflega stóð til að fara í febrúar á þessu ári en vegna stríðsástandsins í nágrennaríkinu Írak var förrinni frestað fram í desember. Tímasetningin nú er mjög hentug, sérstaklega vegna þess að á sama tíma fer fram öflug sjávarútvegssýning í Teheran. Dagana 5.–11. desember munu samstarfsaðilar okkar í Teheran og Doha skipuleggja hefðbundna viðskiptafundi fyrir þátttakendur í hvorri borg fyrir sig, auk þess sem verslunaráðin á hvorum stað munu taka á móti sendinefndinni.“

Utanríkisráðherra, Halldór Ásgrímsson, fer eins og áður sagði fyrir viðskiptasendinefndinni frá Íslandi í opinberri heimsókn sinni til Írans dagana 1.–4. desember. Að sögn Vilhjálms eru það fyrst og fremst fyrirtæki á sviði sjávarútvegs sem sýnt hafa áhuga á þátttöku í sendinefndinni en einnig hafa Íranar sýnt mikinn áhuga á því að sérfræðingar frá Íslandi á sviði nýtingar jarðhita sláist í för. Fyrirtæki sem eru áhugasöm um þátttöku í umræddri viðskiptasendinefnd til Írans dagana 1.–4. desember nk. eru beðin um að hafa samband við Vilhjálm Guðmundsson í síma 511 4000 eða með því að senda tölvupóst á vilhjalmur@utflutningsrad.is.

Sjávarútvegssýning og viðskiptasendinefnd í Kína

Fjölmennt viðskiptasendinefnd frá Íslandi hélt til Kína í lok október í því skyni að kynna aðstæðum í fiskeldi og fiskvinnslu þar í landi. Á sama tíma fór fram alþjóðlega sjávarútvegssýningin China Fisheries and Seafood

Expo í Shanghai og var Útflutningsráð Íslands með þjóðarbás á sýningunni. Ferð viðskiptasendinefndarinnar var skipulögð af Útflutningsráði, Samtökum fiskvinnslustöðva og Kínversk-íslenska viðskiptaráðinu, í samstarfi við

sendiráð Íslands í Peking.

Ríflega 30 manns tóku þátt í ferð viðskiptasendinefndarinnar sem heim-sótti fiskvinnslu- og fiskeldisfyrirtæki í

þremur borgum, Qingdao, Dalian og Shanghai. Að sögn Vilhjálms Guðmundssonar hjá Útflutningsráði hafa fiskframléiðendur hér á landi orðið varir við sívaxandi samkeppni með fiskafurðir bæði í Evrópu og Bandaríkjunum. Því sé rík ástæða fyrir fyrirtæki í sjávarútvegi að beina sjónum til Kína og nýta sér þau tækifæri sem þar eru fyrir hendi, bæði sem samstarfsaðilar í fiskvinnslu en ekki síður sem þátttakendur í hinum sívaxandi heimamarkaði.

Ánægja með árangurinn

Sjö íslensk fyrirtæki voru með í þjóðarbás Útflutningsráðs á sjávarútvegssýningunni í Shanghai; Asiais Ltd, Icelandic Export Center, ICELANDIC JAPAN K.K., Sæplast, Style International, E. Olafsson Ltd. og Póls. „Sýningin var að venju fjölsótt og voru fulltrúar íslensku fyrirtækjanna nokkuð ánægðir með þann árangur sem þar náðist,“ segir Vilhjálmur Jens



Íslenski sýningarbásinn á sýningunni í Shanghai.

Árnason hjá Útflutningsráði. „Enn sem komið er er meginhluti viðskipta Íslendinga við Kínverja útflutningur á sjávarafurðum þar sem karfi, grálúða og rækjuafurðir eru fyrirferðarmest. Fyrirtæki eru þó í auknum mæli að kaupa inn afurðir frá Kína svo og láta vinna fyrir sig afurðir þar. Á þeim átta árum sem liðin eru síðan China fisheries and Seafood Expo var fyrst haldin hefur orðið mikil breyting á viðskiptum Kínverja með fiskafurðir. Alþjóðaviðskipti þeirra hafa tvöfaldast og eru Kínverjar nú þriðja stærsta þjóð heims í viðskiptum með fisk sem nema um sjö milljörðum dollara á ári.“

Sýningin China Fisheries and Seafood Expo verður næst haldin í Qingdao í Shandonghéraði að ári. Shandong er stærsta sjávarútvegshéraðið í Kína og var sendinefnd þaðan einmitt stóðd hér á landi í byrjun nóvember sl., til að kynna sjávarútveg í héraðinu fyrir Íslendingum.

Samstarf Útflutningsráðs og utanríkisráðuneytisins



Stýrihópur VUR og Útflutningsráðs f.v.: Hermann Ottósson, skrifstofustjóri Útflutningsráðs, Grétar Már Sigurðsson, skrifstofustjóri Viðskiptaskrifstofu, Jón Ásbergsson, framkvæmdastjóri Útflutningsráðs, og Martin Eyjólfsson, forstöðumaður VUR.

Í kjölfar breytinga á lögum um útflutningsaðstoð var gerður rammisamningur um aukið samstarf Útflutningsráðs og Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, VUR. Með samningnum var settur á laggirnar sérstakur stýrihópur sem fundar einu sinni í mánuði og er hlutverk hans að tryggja samráð Útflutningsráðs og VUR og þróa samvinnu þeirra á milli. Jafnframt ákveður stýrihópurinn verkaskiptingu stofnananna og starfsmanna þeirra við framkvæmd þeirra verkefna sem skarast.



Verkefnisstjóri VUR til Útflutningsráðs

:: bls. 2



Melchior Lippisch er markaðsráðgjafi í Frakklandi

:: bls. 3



Rætt við Önnu Hildi Hildibrandsdóttur í London

:: bls. 5



Fyrirverandi þátttakendur ánægðir með ÚH

:: bls. 6



Íslenskir hönnuðir á Tískuvíkunni í París

:: bls. 7

Hagræðið mikið fyrir útflutningsfyrirtæki

segir Svanhvít Aðalsteinsdóttir, verkefnisstjóri VUR, sem flust hefur til Útflutningsráðs

Markmiðið með samstarfssamningi Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, VUR, og Útflutningsráðs er að auka skilvirkni í opinberri aðstoð við fyrirtæki í útrás og koma í veg fyrir tvíverknað. Meginbreytingin gagnvart þeim fyrirtækjum sem leita til VUR um aðstoð er sú að nú snúa þau sér til Útflutningsráðs varðandi upplýsingar og kaup á þjónustu viðskiptafultrúa í sendiráðum Íslands. Í þessum tilgangi hefur Svanhvít Aðalsteinsdóttir, verkefnisstjóri VUR, flust til Útflutningsráðs og mun hún sjá um kynningu á þeirri þjónustu sem í boði er svo og um gerð verksamninga milli fyrirtækjanna og sendiráðanna.

Aðspurð kveðst Svanhvít telja það vera mikið hagræði fyrir útflutningsfyrirtæki að geta nú fengið á einum stað allar nauðsynlegar upplýsingar og aðgang að þeirri útflutningsþjónustu sem stendur þeim til boða. „Ætlinin er að vinna saman starfsemi Útflutningsráðs og VUR þannig að viðskiptafultrúar VUR í sendiráðunum erlendis komi í auknum mæli að verkefnum á vegum Útflutningsráðs. Jafnframt verða þá fleiri aðilar, þ.e.a.s. all-

ir starfsmenn Útflutningsráðs, virkir í að miðla verkefnum og upplýsingum til sendiráðanna um íslensk fyrirtæki og atvinnulíf. Það er einmitt mikilvægur liður í samvinnunni að miðla upplýsingum að heiman og heim aftur.“

Áherslubreyting á starfsemi sendiráða

Og hún heldur áfram: „Þetta gerir okkur hjá VUR betur kleift að hlusta eftir þörfum fyrirtækja og vinna með Útflutningsráði að því að þróa þá þjónustu sem kemur fyrirtækjunum að mestu gagni. Við stefnum jú öll að sama markmiði, þ.e. að auka hag íslenskra fyrirtækja með því að liðsinna þeim í útrás þeirra. Það er vissulega einnig kostur að geta tengt betur saman einkafyrirtækin sem hingað leita og þau erindi sem berast til embættismanna í utanríkisþjónustunni, bæði frá opinberum aðilum erlendis og einkaaðilum. Ég trúir því að með þessu fyrirkomulagi verði unnt að nýta enn betur ýmis tækifæri fyrir íslensk fyrirtæki.“

Að sögn Svanhvítar hefur samvinna VUR og Útflutningsráðs tví-

mælalaust fengið jákvæðar undirtektir, bæði innanhúss og utan. „Sendiherrar okkar erlendis hafa um árabil haft viðtalstíma a.m.k. einu sinni á ári og fóru þeir fram í utanríkisráðuneytinu. Var mæting á þá misjöfn, hver sem ástæðan var. Ef til vill töldu fyrirtækin ekki að slíkir fundir væru vettvangur til að bera upp viðskiptaerindi. Viðtalstímarnir fara nú fram hjá Útflutningsráði, í Húsi atvinnulífsins í Borgartúni 35. Fundirnir í haust hafa verið mun betur sóttir en áður og virðist því sem breytingin hafi mælst vel fyrir. Með heimsóknum sendiherranna fær starfsfólk Útflutningsráðs jafnframt gott tækifæri til að ræða við þá um þau verkefni sem tengjast umdæmisöldum þeirra.“

Svanhvít kveðst hafa heyrt frá fyrirtækjum að þeim finnst samstarfssamningurinn bera vott um raunverulega áherslubreytingu á starfsemi sendiráðanna, þar sem aukin áhersla verði lögð á að greiða götu þeirra á nýjum mörkuðum. „Viðskiptafultrúar okkar í París og New York voru einnig með viðtöl hjá Útflutningsráði fyrir skemmstu sem var



Svanhvít Aðalsteinsdóttir: „Samvinna VUR og Útflutningsráðs hefur tvímælalaust fengið jákvæðar undirtektir.“

mikilvægur liður í að skapa tengsl milli starfsmanna VUR og Útflutningsráðs. Aðrir viðskiptafultrúar

koma hingað í sömu erindagjörðum á næstu vikum og mánuðum og styrkjast þá enn frekar tengslin.“

Viðskiptafultrúar VUR til viðtals

Með auknu samstarfi Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, VUR, og Útflutningsráðs hefur orðið sú breyting að viðskiptafultrúar VUR verða nú til viðtals á skrifstofu Útflutningsráðs Íslands, Borgartúni 35, þegar þeir eru staddir hér á landi. Viðtalstímar viðskiptafultrúa VUR eru einkum ætlaðir fyrirtækjum sem vilja ræða viðskiptamöguleika sína og óska aðstoðar VUR í umdæmisöldum sendiráða Íslands.

Í októbermánuði voru tveir af viðskiptafultrúum VUR til viðtals hjá

Útflutningsráði, þau Pétur Óskarsson frá aðalræðisskrifstofu Íslands í New York og Unnur Orradóttir Ramette frá sendiráði Íslands í París. Fjölmörg fyrirtæki nýttu sér þá tækifærið og ræddu við viðskiptafultrúana.

Á vef Útflutningsráðs, www.utflutningsrad.is, er að finna upplýsingar um ferðir viðskiptafultrúa VUR hingað til lands. Á skrifstofu Útflutningsráðs er tekið við tímaböntunum í síma 511 4000 eða með tölvupósti á netfangi@utflutningsrad.is.



Sýningar 2004

Unnið er að því að kanna áhuga fyrirtækja á þátttöku í sýningum árið 2004 en þegar er búið að áætla þátttöku í neðangreindum sýningum á komandi ári:

Hugbúnaður
BETT 2004, Bretland
7.–10. janúar
CeBIT, Þýskaland
18.–24. mars

Tónlist
Midem, Frakkland
25.–29. janúar

Fjarskipti
3 GSM, Frakkland
23.–26. febrúar

Sjávarútvegur
International Boston Seafood Show, Bandaríkin
14.–16. mars
European Seafood Exposition, Belgía
4.–6. maí
Seafood Processing Europe, Belgía
4.–6. maí
Fishing Glasgow, Skotland
20.–22. maí
Nor-Fishing, Noregur
10.–13. ágúst

China Fisheries and Seafood Expo, Kína
3.–5. nóvember

Heilsutækni
Medica, Þýskaland
nóvember

Nýjar hugmyndir vel þegnar
Starfsfólk sýningarviðs Útflutningsráðs leitar eftir hugmyndum frá fyrirtækjum um nýjar sýningar, m.a. í matvælaíðnaði, áliðnaði, húsgagnahönnun eða öðrum greinum hönnunar. Jafnframt er leitað eftir hugmyndum um skipulag á kaupstefnum.

Nánari upplýsingar um sýningar Útflutningsráðs er að finna á vefnum www.utflutningsrad.is. Allar frekari upplýsingar veita Vilhjálmur Jens Árnason, vilhjalmurjens@utflutningsrad.is, og Berglind Steindórsdóttir, berglind@utflutningsrad.is, í síma 511 4000.

Viðtalstímar sendiherra hjá Útflutningsráði

Viðskiptaþjónusta utanríkisráðuneytisins, VUR, og Útflutningsráðs Íslands vinna saman að eflingu utanríkisviðskipta Íslands, þ.e. útflutnings á vörum og þjónustu, í nánú samstarfi við sendiráð og ræðisskrifstofur Íslands víðsvegar um heim. Í framhaldi af því hefur orðið sú breyting að viðtalstímar sendiherra Íslands fara nú fram í húsakynnum Útflutningsráðs, Borgartúni 35, en ekki í utanríkisráðuneytinu eins og verið hefur.

Í viðtalstímum með sendiherrum gefst aðilum í viðskiptalífnum, og öðrum sem telja sig eiga hagsmuna að gæta í umdæmisríkjum sendiráða Íslands, tækifæri til þess að ræða viðskiptamöguleika og önnur hagsmunamál þar sem utanríkisþjónustan getur orðið að liði.

Nánari upplýsingar um viðtalstíma sendiherra Íslands veitir starfsfólk Útflutningsráðs í síma 511 4000, þar sem tímaböntun er einnig skráðar.

Ráðinn markaðs-ráðgjafi í Úganda

Daði Hrólfsson hefur tekið til starfa sem markaðsráðgjafi á sviði sjávarútvegs í Jinja við Viktoríuvatn í Úganda. Verkefnið, sem er til tveggja ára, er samstarfsverkefni Þróunarsamvinnustofnunar, Viðskiptaþróunar, Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins og Útflutningsráðs Íslands. Markmiðið með verkefninu er að markaðssetja vörur íslenskra fyrirtækja í sjávarútvegi til sjávarútvegsfyrirtækja í Úganda, Tansaníu og Kenýa. Fjögur fyrirtæki taka þátt í verkefninu; Frostmark, Blikksmiðurinn, Skaginn og Icemark-Africa Ltd.

Framan af mun Daði starfa sem ráðgjafi hjá fiskvinnslufyrirtækinu Gomba Fishing Industries Ltd. við rekstur á nýju frystihúsi fyrirtækisins en það hefur fjárfest verulega í tækjum og búnaði frá íslenskum sjávarútvegsfyrirtækjum.

Daði mun veita rekstrar- og framleiðsluráðgjöf hjá Gomba Fishing Industries Ltd. Jafnframt mun hann sinna markaðs- og sölustarfi með áherslu á tækjabúnað í sjávarútvegi, auk fiskafurða, í Úganda og í löndunum við Viktoríuvatn.

Möguleikarnir miklir fyrir íslensk fyrirtæki í heilsutækni

Rætt við Melchior Lippisch, markaðsráðgjafa Útflutningsráðs í Evrópu

Melchior Lippisch hefur tekið til starfa sem markaðsráðgjafi Útflutningsráðs á sviði heilsutækni í Evrópu. Melchior, sem er af þýskum ættum, er búsettur í Opio skammt frá Cannes í Frakklandi og rekur ásamt íslenskrum eiginkonu sinni, Guðrúnu Bjarnadóttur, markaðs- og auglýsingafyrirtækið Welldoo Ltd. Welldoo veitir þjónustu í markaðs- og kynningarmálum með áherslu á heilsutækni en starfar jafnframt með fyrirtækjum á öðrum sviðum, s.s. í fjármálum.

„Ég og Guðrún kona mín stofnuðum Welldoo í London 1999 eftir að hafa starfað saman í átta ár að auglýsinga- og vefsíðugerð fyrir fyrirtæki og stofnanir í læknávisindum,“ segir Melchior. „Íslenskir fjárfestar áttu sinn þátt í því að koma Welldoo á laggirnar en fyrirtækið er nú með starfsstöðvar bæði í London og Freiburg í Þýskalandi. Við höfum náð að byggja upp góðan hóp viðskiptavina og þeirra á meðal eru virtar stofnanir og þekkt stórfyrirtæki á heilbrigðissviði. Mikil þörf er á öflugum vefmiðlum í þessum geira og höfum við þróað fjölmarga vefi fyrir sjúkrahús, stofnanir, læknafélög, framleiðendur lækningarækja o.fl. Síðustu árin hefur þörfin fyrir ráðgjöf í heilsutækni farið ört vaxandi og höfum við hjá Welldoo verið að festa okkur í sessi á því sviði.“

Nálægðin við markaðinn mikilvæg

Samstarf Melchior og Útflutningsráðs hófst sl. vor og hafa fimm íslensk fyrirtæki í heilsutækni gert samning um ráðgjöf hans við markaðssetningu og sölu í Evrópu; eMR, Focal, Kine, Theriak og Bonus Ortho System. „Hlutverk markaðsráðgjafa erlendis er að mínu mati þýðingarmikið og þjónusta Útflutningsráðs dýrmæt fyrir íslenska útflytjendur. Fyrirtæki hafa

mikinn hag af samstarfi við markaðsráðgjafa erlendis, bæði með markvissum markaðsrannsóknnum hans og könnunum á markaðshæfni vörunnar, og einnig vegna nálægðar ráðgjafans við markaðinn. Höfuðmáli skiptir að finna rétta samstarfsaðilann og rétta markaðinn fyrir hvert og eitt fyrirtæki. Hafa ber í huga að þrátt fyrir sameinada Evrópu eru ýmis ólík skilyrði og reglur fyrir hendi í löndum Evrópu sem taka þarf mið af við sókn á erlendan markað.“

Að sögn Melchior starfa íslensku fyrirtækin sem hann vinnur nú með öll á ólíkum mörkuðum fyrir vörur eða hugbúnað á sviði heilsutækni. „Mitt hlutverk er að finna rétta samvirknina milli fyrirtækjanna, þannig að hvert og eitt njóti bestu mögulegu ráðgjafar af minni hálfu. Öll stefna fyrirtækin þó að sama marki; að komast inn á stóru markaðina í Evrópu, finna ákjósanlega samstarfs- og dreifiaðila og auka veltuna. Útrás á markað erlendis krefst þess jafnframt af sumum fyrirtækjanna að þau lagi sína vöru að hinum ólíku mörkuðum í Evrópu. Þó að ef til vill sé stundum hægt að koma vöru á markað á Íslandi með mjög óformlegum hætti horfir það öðruvísi við í Evrópu. Þar gera viðskiptavinir meiri kröfur til fyrirtækja og eru oft mun gagnrýnni á allan hátt.“

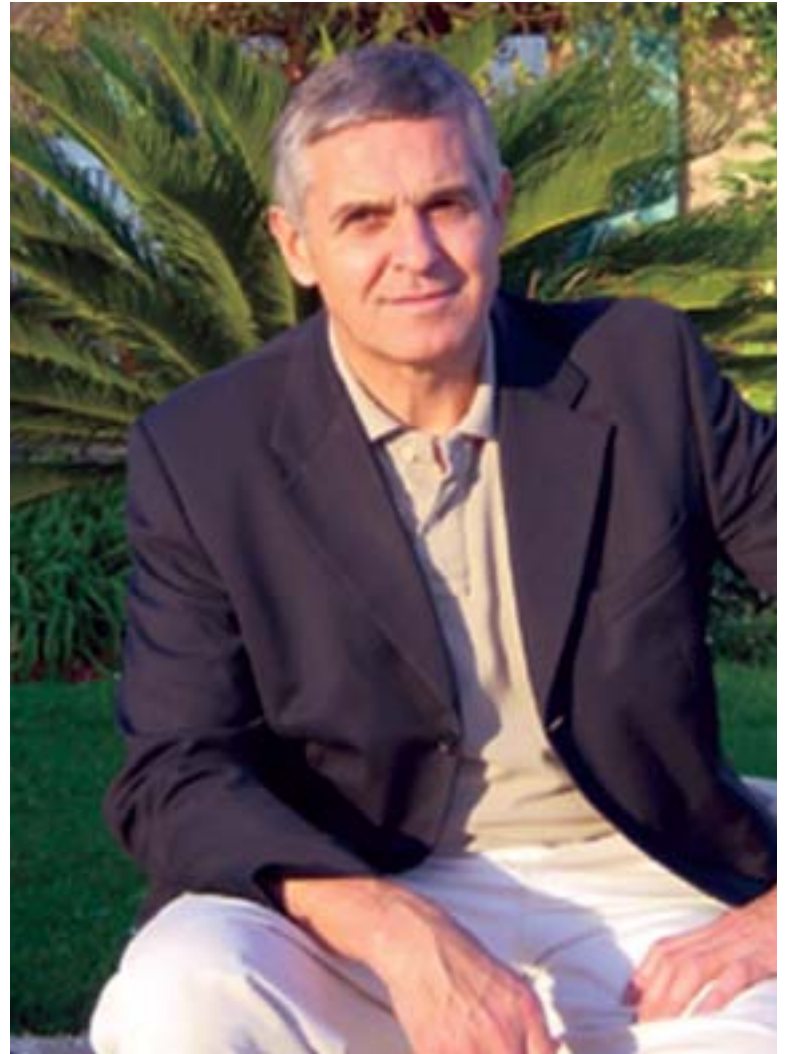
Íslenskir fjárfestar hikandi

Og hann heldur áfram: „Íslensku fyrirtækin fimm reyndust vera mjög misjafnlega vel á vegi stöð við undirbúning fyrir sókn á erlendan markað. Sum voru mjög langt komin, önnur skemra. Óhætt er að segja að það standi sumum þeirra fyrir þrífum hve íslenskir fjárfestar eru óþolinmóðir og hikandi við að fjárfesta í fyrirtækjum í heilsutækni. Fyrirtækin þurfa þó nauðsyn-

lega á fjármagni að halda til að þróa áfram sína vöru og koma henni á markað erlendis með tilheyrandi markaðs- og sölustarfi. Margir fjárfestar eru afar áhugasamir um þróunina á sviði heilsutækni en þó hika margir við að fjárfesta í slíkum fyrirtækjum. Hluti af skýringunni er hve þessi markaður er lítt þekktur.“

Melchior segir vanalega taka langan tíma, eða að jafnaði um sjö ár, að þróa nýja vöru þannig að hún verði markaðshæf. „En ef rétt er haldið á málum og markaðssetningin er vandlega úthugsuð getur slík vara skilað meiri hagnaði og til mun lengri tíma en ýmsar „neysluvörur“. Í ljósi þess hve íslensku fyrirtækjunum hefur reynst erfitt að verða sér úti um fjárfesta heima fyrir sneri ég mér í tilvik eins þeirra til fjárflynnaraðila á Bretlandi sem var tilbúinn að hjálpa til við að útvega nauðsynlegt fé til frekari þróunar á vörum fyrirtækisins. Sýnir það vel hve hlutverk markaðsráðgjafa erlendis getur verið margþætt!“

Aðspurður um möguleika íslenskra fyrirtækja í heilsutækni á því að hasla sér völl í Evrópu kveðst Melchior vera bjartsýnn. „Ég tel að með markvissri vörubrúnum og öflugum markaðsaðgerðum eigi íslensk fyrirtæki á sviði heilsutækni mjög góða möguleika á alþjóðlegum mörkuðum. Þar skiptir auðvitað öllu máli að finna öfluga og trausta



Melchior Lippisch á heimaslóðum í Frakklandi: „Margir fjárfestar eru afar áhugasamir um þróunina á sviði heilsutækni en þó hika margir við að fjárfesta í slíkum fyrirtækjum.“

dreifiaðila erlendis. Að mínum dómi gæti Ísland í framtíðinni orðið mikilvægur markaður fyrir þróun verðmætrar vöru í heilsutækni. Skilyrði fyrir því að svo geti orðið er að fjár-

festar á Íslandi átti sig á þeim miklu möguleikum sem fyrir hendi eru á alþjóðamarkaði fyrir íslensk fyrirtæki í heilsutækni og séu tilbúnir að fjárfesta í þeim.“

Vel heppnuð ferð viðskiptasendinefndar til Noregs

Fulltrúar 12 íslenskra fyrirtækja tóku þátt í ferð viðskiptasendinefndar til Noregs í byrjun október sl. en fyrir henni fór sjávarútvegsháskólanum, Árne M. Mathiesen, ásamt sendiherra Íslands í Osló, Stefáni Skjaldarsyni. Heimsóttar voru þrjár borgir í Noregi; Tromsø, Álasund og Bergen. „Þrátt fyrir mikla erfiðleika í sjávarútvegi, fiskvinnslu og fiskeldi í Noregi undanfarið ár var þátttaka í ferð viðskiptasendinefndar til Noregs góð,“ segir Vilhjálmur Guðmundsson hjá Útflutningsráði. „Í framhaldinu hefur verið rædd sú hugmynd að gera svipaðar heimsóknir íslenskra fyrirtækja til Noregs að reglulegum viðburði, annað eða þriðja hvert ár.“

Skipulagðir voru viðskiptafundir fyrir öll fyrirtækin í borgunum þremur. Einnig voru haldnar ráðstefnur þar sem sjávarútvegsháskólanum fjallaði m.a. um sjávarútvegsmál á Íslandi og Jón Ásbergsson, framkvæmdastjóri Útflutningsráðs, fjallaði um utanríkisviðskipti Íslendinga. Að auki voru þátttakendur með myndarlegar kynningar á fyrirtækjunum, vöruframboði og þjónustu, sem þóttu heppnast mjög vel, að sögn Vilhjálms.

„Í Tromsø heimsótti sjávarútvegsháskólanum fyrirtæki sem stundar

endur sem leggja stund á sjávarútvegsfræði og faggreinar tengdar fiskeldi og umhverfismálum. Jafnframt heimsótti ráðherra fyrirtækið Sæplast sem er með aðsetur í Álasundi. Fyrir utan þjónustu við sjávarútveginn í Noregi framleiðir fyrirtækið töluvert af búnaði fyrir olíuáæðing en alls starfa þar um 50 manns í framleiðslu og markaðsmálum.“



Fulltrúar íslenskra fyrirtækjanna funda í Noregi.

Könnun á vefnum um viðskiptasendinefndir

Á vef Útflutningsráðs, www.utflutningsrad.is, undir hnappnum viðskiptasendinefndir, er að finna könnun sem snýr að áhuga útflutningsfyrirtækja á þátttöku í viðskiptasendinefndum og markaðsaðgerðum erlendis á árinu 2004.

Þar er að finna hugmyndir að fjölmörgum sendinefndum, þar á meðal nokkur samvinnuverkefni með útflutningsráðum annarra ríkja, sem íslenskum fyrirtækjum býðst þátttaka í. Fyrirtæki eru hvött til að taka þátt í könnun þessari, merkja við þau verkefni sem vekja áhuga og leggja fram tillögur að öðrum. Rétt er að taka fram að val fyrirtækja er ekki staðfesting á þátttöku heldur aðeins leiðbeinandi fyrir Útflutningsráð við val á verkefnum næsta árs. Þá ber að hafa í huga að tímasetningar geta tekið breytingum.

Áætlaðar ferðir 2004

Með hliðsjón af þeim áhuga fyrirtækja á markaðsaðgerðum erlendis sem

könnunin á vefnum hefur nú þegar leitt í ljós hóf Útflutningsráð fyrir nokkru að skipuleggja ferðir viðskiptasendinefnda á erlenda markaði árið 2004. Þannig eru að svo komnu máli áætlaðar ferðir á tvö markaðs-svæði:

- **Rússland**
febrúar/mars 2004
- **Seattle/Vancouver/Alaska**
apríl/maí 2004

Könnunin á vef Útflutningsráðs veitir sem fyrr segir upplýsingar um þær viðskiptasendinefndir og markaðsaðgerðir sem gætu átt eftir að verða að veruleika á nýju ári. Enn er aðeins um hugmyndir að ræða en framhaldið ræðst af áhuga útflutningsfyrirtækja á þátttöku. Allar nánari upplýsingar veitir Vilhjálmur Guðmundsson hjá Útflutningsráði í síma 511 4000, netfang vilhjalmar@utflutningsrad.is.

Latibær, Rómeó og Júlía

Undanfarin ár hafa verið einhver mestu uppgangsrár í sögu þjóðarinnar. Hagstæðar ytri aðstæður í okkar hefðbundnu atvinnugreinum, svo sem aukinn afli og hagstætt afurðaverð, eiga sinn þátt í þessu góðdæri. Oft gleymist þó að meta réttléga þau áhrif sem gjörbreytingar á efnahagslegu umhverfi íslenskra fyrirtækja hafa haft á verðmætasköpun þeirra og getu til að taka þátt í alþjóðlegum viðskiptum. EES-samningurinn færði landsmönnum frjálst flæði vöru, fjármagns og vinnuafis og opnaði fyrirtækjunum markaði sem áður voru lokaðir. Kvótakerfið hefur komið festu á rekstur útgerðar og fiskvinnslu. Verðbréfamarkaðurinn hefur auðveldað fyrirtækjunum að fjármagna rekstur sinn og einkavæðing ríkisfyrirtækja hefur fært þeim nýtt líf og nýjan tilgang. Samkeppni á opnum markaði er nú gangráður atvinnulífsins og allir hafa gleymt verðlagshöftum og opinberum ákvörðunum um gengi, vexti og verð á afurðum til sjávar og sveita.



Stór hópur íslenskra fyrirtækja hefur nýtt sér þetta breytta efnahagsumhverfi til þess að sækja út fyrir landsteinana með starfsemi sína. Þau vita sem er að íslenskur heimamarkaður er svo lítil að ólíklegt er að fyrirtækin nái fullri rekstrarhagkvæmni og samkeppnisfærni á alþjóðavísu ef starfsemi er einvörðungu miðuð við íslenskan markað. Þessi alþjóðavæðing er ekki lengur bundin við söluþyrskot sjávarafurða, heldur sjáum við framleiðslu- og þjónustufyrirtæki af ýmsum toga koma sér fyrir erlendis. Það nýjasta í þessari þróun er öflug útrás íslenskra fjármálfyrirtækja sem nú hasla sér völl á þróuðum mörkuðum í Evrópu og Bandaríkjunum. Þessi þróun á án efa eftir að hafa grundvallarbreytingar í för með sér fyrir önnur útrásarfyrirtæki, því einn helsti þrándur í götu íslenskra fyrirtækja úti í hinum stóra heimi hefur verið fjármálaleg ráðgjöf og aðgangur að fjármagni á sambærilegum kjörum og erlendir samkeppnisaðilar hafa haft hjá alþjóðlegum fjármálfyrirtækjum. Þess vegna ber sérstaklega að fagna stórhuga áformum íslenskra banka um landvinninga erlendis. Þeir munu ryðja öðrum fyrirtækjum brautina.

Á undanförunum árum hefur einnig orðið veruleg breyting á samsetningu gjaldeyristekna íslenska þjóðarbúsins, þannig að hlutur iðnvarnings og þjónustu hefur vaxið en hlutur sjávarútvegs minnkað. Er nú svo komið að afurðir sjávarútvegs skapa um 40% gjaldeyristekna og mun þetta hlutfall minnka enn á næstu árum með sölu afurða frá nýjum álverum. Þá vekur athygli að útflutningur á vörum hátækniönaðar nemur nú um 20 milljörðum króna eða um 7% af gjaldeyristekjunum og hefur tífaldað á 10 árum. Þessa aukna breidd í gjaldeyrisöfluninni er mjög af hinu góða og leiðir til þess að verðsveiflur eða samdráttur í einni atvinnugrein hafa ekki jafn afgerandi áhrif á þjóðarbúskapinn og áður var. En betur má ef duga skal. Enn glímum við Íslendingar við þá staðreynd að við eyðum meiri gjaldeyri en við öflum. Slíkt gengur ekki til langframa. Við verðum því að finna nýjar leiðir til að efla enn frekar þátt útflutnings og alþjóðaviðskipta í þjóðarþúinu. Þessar nýju leiðir verða án efa frekar á sviði þjónustu en vöruframleiðslu. Flutningar, fjármálaþjónusta, hugbúnaðargerð, hönnun, tónlist og upplifunar- og menningariðnaður af ýmsum toga eru útflutningsatvinnuvegir komandi ára. Á þessum sviðum vill unga fólk-ið starfa og það hefur djörfung og dug til þess að leggja undir sig heiminn. Um það eru Latibær og Rómeó og Júlía talandi dæmi.

Einkavæðing á lokastigi í Tékklandi

Ný tækifæri fyrir íslensk fyrirtæki með inngöngu Tékka í ESB 2004

Góð aðsókn var að fundi um viðskiptatækifæri í Tékklandi sem Útflutningsráð og Euro Info-skrifstofan stóðu fyrir um miðjan október. Martin Tlapa, forstjóri Útflutningsráðs Tékklands, og Jan Hajný, viðskiptafulltrúi í sendiráði Tékklands í Ósló, fluttu erindi á fundinum, m.a. um tékkneskt viðskiptaumhverfi og fyrirhugaða inngöngu Tékklands í Evrópusambandið hinn 1. maí 2004.

Martin Eyjólfsson, forstöðumaður Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, VUR, flutti opunarávarp á fundinum. Fram kom í máli hans að í samningaviðræðunum um stækkun EES hefðu EFTA-þjóðirnar lagt á það ríka áherslu að ekki drægi úr þeim viðskiptum sem komið var á með fríverslunarsamningum við umsóknarríkin. Ýmislegt hefði náðst fram í samningunum svo sem tollalækkanir á þeim fisktegundum sem mest hafa verið fluttar til þessara ríkja. Stækkun EES býði hins vegar einnig upp á ný tækifæri til samvinnu á ýmsum sviðum, t.a.m. fyrir tilstuðlan þróunarsjóðs EFTA sem nýttur yrði til uppbyggingar í nýju aðildarríkjunum.

Áhugasamir um evruna

Hagur Tékklands hefur vaxið ört frá því að járnþjaldid féll, m.a. með markvissum aðgerðum stjórnvalda til að laða að erlenda fjárfesta. Einkavæðing er á lokastigi í Tékklandi og telur Martin að þar bjóðist nú mörg tækifæri fyrir íslensk fyrirtæki, t.d. á sviði orku, fjarskipta og tæknivæðingar í



Martin Tlapa, forstjóri Útflutningsráðs Tékklands, á fundi Útflutningsráðs Íslands og Euro Info-skrifstofunnar.

matvælaframleiðslu. Þrátt fyrir að viðskipti landanna hafi verið töluverð á undanförunum árum sé nú lag að auka útflutning til Tékklands sem hingað til hafi takmarkast að mestu leyti við sjávarafurðir.

Í máli Martins Tlapa kom m.a. fram að stjórnvöld í Tékklandi legðu á það áherslu að halda þeim stöðugleika sem ríki í efnahagsmálum landsins, með það fyrir augum að laða að erlenda fjárfesta og viðskiptaaðila. Einnig væri stefnt að því á næstu

tveimur árum að lækka skatt á fyrirtæki sem nú er 31%. Er það von Tlapa að þeim styrkjum sem fást til uppbyggingar í Tékklandi verði vel varið til að auka samkeppnishæfni þess innan Evrópu. Tékkland er vel staðsett í miðri Evrópu, með landamæri að Þýskalandi sem er þeirra langstærsti viðskiptaaðili með rúm 30% bæði innflutnings- og útflutningsviðskipta. Aðspurður sagði Tlapa að stefnt væri að því að taka upp evruna í Tékklandi, líklega árið 2009.

Kynningarherferð Euro Info-skrifstofanna:

Aukin viðskiptatækifæri með stækkun ESB



Enlargement Campaign nefnist herferð sem Euro Info-skrifstofur í 26 löndum taka nú þátt í. Markmiðið með herferðinni er að upplýsa lítil og meðalstór fyrirtæki um þau viðskiptatækifæri sem stækkun ESB getur haft í för með sér en 1. maí 2004 munu 10 þjóðir í Mið- og Austur-Evrópu ganga í Evrópusambandið. Stækkun Evrópusambandsins er um leið stækkun Evrópska efnahagssvæðisins og hefur hún því talsverða þýðingu fyrir íslensk fyrirtæki.

Í tengslum við verkefnið efndu Útflutningsráð og Euro Info-skrifstofan á dögunum til fundar um viðskiptatækifæri í Tékklandi þar sem m.a. var fjallað um stöðu efnahagsmála þar í landi, utanríkisviðskipti Íslands og Tékklands, fjárfestingarumhverfið í Tékklandi og væntanlega aðild þess að Evrópusambandinu. Stefnt er að því að halda samskonar kynningarfundum um fleiri ný aðildarlönd síðar í vetur.

Auðveldari markaðssókn

Með stækkun ESB og EES skapast aukin tækifæri til viðskipta við hin nýju aðildarlönd. Málið snýr þó með mismunandi hætti að fyrirtækjum í álfunni. Fyrirtæki í Mið- og Austur-Evrópu verða nú hluti af innri markaði ESB og geta flutt vörur sínar tollalaust á þann markað.

Þeirra biður hins vegar mikið verkefni að aðlagja sig breyttum kröfum og breyta verður löggjöf í þessum löndum til samræmis við gildandi löggjöf í ESB. Um leið mun viðskiptaumhverfi breytast og líkjast því sem við þekkjum í EES-löndunum. Því ætti að verða auðveldara fyrir íslensk fyrirtæki að sækja inn á þessa markaði.

Umrædd herferð hófst formlega í maí sl. og stendur til maíloka 2004. Að sögn Ernu Björnsdóttur hjá Útflutningsráði er Euro Info-skrifstofunum í sjálfsvald sett hvernig þær miðla upplýsingum til fyrirtækja en

skv. upplýsingum frá framkvæmdastjórn ESB er búið að skipuleggja um 400 viðburði í löndunum 26. „Markmið okkar er að kynna fyrir fyrirtækjum viðskiptaumhverfi og -tækifæri í hinum nýju aðildarlöndum og aðstoða við að koma á tengslum milli aðila,“ segir Erna.

„Vonandi heyrum við líka af reynslu íslenskra fyrirtækja sem átt hafa viðskipti í þessum löndum og getum nýtt þá reynslu til að leiðbeina öðrum. Við stefnum á að halda einn stóran fund eða ráðstefnu þar sem farið verður yfir stækkunina almennt og tækifæri og ógnanir á þessum markaði í ljósi stækkunarinnar.“

Á vefsíðu Euro Info-skrifstofunnar, www.icetrade.is/euroinfo, er að finna margvíslegt efni sem tengist stækkun ESB/EES, s.s. fréttabréf frá Evrópusambandinu um stækkunarferlið, upplýsingar um nýju aðildarlöndin svo og viðburði sem tengjast stækkuninni.



Anna Hildur Hildibrandsdóttir, útflutningsráðgjafi í London: „Í tilviki Smekkleysu er ljóst að styrkurinn frá Útflutningsráði velti af stað snjóbolta.“

Mikilvægt að fylgja eftir góðum árangri

segir Anna Hildur Hildibrandsdóttir, útflutningsráðgjafi í London

Anna Hildur Hildibrandsdóttir er í hópi útflutningsráðgjafa Útflutningsráðs, með aðsetur í London. Hún hefur verið búsett ytra í tólf ár og unnið að fjölbreyttum verkefnum tengdum fjölmíðlum og tónlistariðnaðinum. Anna Hildur hefur víða látið að sér kveða á sviði tónlistar og er m.a. verkefnastjóri Evrópuverkefnis sem miðast að því að auka tækifæri til að koma laga-höfundum á framfæri. Hún hefur í gegnum árin greitt götu íslenskra hljómsveita á Bretlandi og vinnur nú sem útflutningsráðgjafi fyrir hljóms-

plötufyrirtækið Smekkleysu. Verkefnið Útflutningsráðgjafinn er styrkt af Nýsköpunarsjóði atvinnulífsins.

„Ákveðið var að ráðast í kynningar-átak á Smekkleysu SM með það að leiðarljósi að kanna grundvöllinn fyrir því að stofna útíbú á Bretlandi og bæta þannig samkeppnisstöðu fyrirtækisins á alþjóðlegum markaði,“ segir Anna Hildur, aðspurð um samstarfið. „Markmiðið með verkefninu er jafnframt að skapa tækifæri til að koma bæði listamönnum og heildarútgáfu Smekkleysu SM á framfæri á

Bretlandi og leggja mat á tækifæri sem hægt er að skapa fyrir einstök verkefni.

Útrás Smekkleysu er auðvitað löngu hafin,“ heldur hún áfram. „Sykurmolarnir, Björk og SigurRós hófu sinn feril innan vébanda hennar. Smekkleysa hefur líka áður gert tilraunir með að setja upp skrifstofur og reka samvinnuverkefni erlendis og fyrirtækið hafði því góða reynslu til að byggja á enda verið starfrækt í 18 ár. Verkefnið með Smekkleysu er í raun tvíþætt; annars vegar er um að ræða mark-

aðssetningu og sölu á popptónlist í víðum skilningi og hins vegar nútímatónlist en undir hana flokkast sígild tónlist, djass, þjóðlaga-, kóra- og heimstónlist.“

Nýr geisladiskur með hljómsveitinni Mínus, sem kom út á Bretlandi sl. vor, hefur að sögn Önnu Hildar hlotið mjög góða dóma og vinnur hún nú m.a. að markaðssetningu hans. „Það verkefni hefur opnað viðræður um alþjóðlega samninga sem eru spennandi. Önnur hljómsveit sem líka hefur náð athygli en með öðrum hætti er SKE. Uppbygging þess verkefnis tekur lengri tíma og við þurfum að feta okkur áfram til að finna réttu brautina fyrir plötuna þeirra en við stefnum á útgáfu í mars eða apríl á næsta ári. Við höfum náð dreifingarsamningi við Pinnacle, stærsta óháða dreifingaraðilann í poppgeiranum, sem er mun hagstæðari en sá dreifingarsamningur sem Smekkleysa hafði fyrir. Hvað varðar nútímatónlist þá tókst okkur í júní sl. að ganga frá dreifingarsamningi við virt fyrirtæki á Bretlandi, Harmonia Mundi. Samningurinn felur m.a. í sér að fyrirtækið greiðir helming þess kostnaðar sem hlýst af markaðssetningu og sér jafnframt um alla kynningu á íslensku útgáfunum. Verkefnið hefur farið mjög vel af stað, við höfðum einsett okkur að ná að selja 500 eintök á mánuði eftir fyrstu 12 mánuðina og erum komin í u.þ.b. 200 núna.“

Gagnlegar upplýsingar og góð ráð

Hún bendir á að í kjölfar reglulegs útgáfustarfs með Harmonia Mundi hafi fylgt mjög jákvæð umfjöllun um sjö útgáfur Smekkleysu í BBC Classic og Gramophone, auk þess sem Independent hafi skrifað dóm um Söngva Jóns Leifs. „Þetta er árangur sem náðist þremur til fjórum mánuðum eftir að samningar tókust og aðeins níu mánuðum eftir að viðræður við fyrirtækið hófust. Árangurinn er samkvæmt áætlun en umfjöllunin sem hefur skapast er þó meiri og jákvæðari en við áttum von á. Hins vegar er það 18 mánaða starf að festa verkefnið í sessi og mikilvægt að fylgja eftir þeim árangri sem þegar hefur náðst.

Samstarf mitt og Ásmundar Jónssonar hjá Smekkleysu hófst í desem-

ber í fyrra. Segja má að við séum vel á veg komin en óraunhæft er þó að meta sölumöguleika til fullnustu fyrr en að 18 mánuðum liðnum. Við Ásmundur höfðum rætt töluvert saman um hvernig útflutningsátaki af þessu tagi yrði best háttáð. Hann hefur mikla reynslu og skilning og fyrst og fremst þolinmæði til að leyfa hlutunum að gerast. Ég held mér sé óhætt að segja að samstarf okkar hafi gengið einstaklega vel og það verður framhald á því þegar verkefni Útflutningsráðs lýkur því ég kem til með að vinna í hlutastarfi að því að leiða uppbyggingu útíbús Smekkleysu á Bretlandi.“

Aðspurð kveðst Anna Hildur halda að verkefnið Útflutningsráðgjafinn hljóti að henta vel öllum þeim fyrirtækjum sem hafi markaðshæfa vöru til útflutnings og byggist á nægjanlega traustum grunni á heimamarkaði til að geta staðið undir slíku átaki. „Þótt í þessu tilviki hafi verið unnið mjög ódýrt og með grasrótarhugsunarhætti til að byrja með er þetta samt sem áður kostnaðarsamt og þarfnast mikillar skipulagningar. Það þarf alltaf að hugsa 6 til 12 mánuði fram í tímann og leggja drög að þeim árangri sem maður vill sjá á næstu fimm árum. Í þessum geira, þ.e. tónlistariðnaðinum, er ekki raunhæft að reikna með minna en 12 mánuðum og æskilegt væri að gefa átaki sem þessu 18 mánuði. Því væri betra að fá heldur lengri stuðning, með áfangaskýrslum og stöðumati á þriggja til sex mánaða fresti. Þá ber líka að hafa í huga að það er mikilvægt að setja skýr markmið og vanda verkefna-“

Í umsóknarferlinu um styrk frá Útflutningsráði þurfa fyrirtækið og ráðgjafinn að skilgreina verkefnið ítarlega sem leiðir af sér að skipulag og allur undirbúningur verða markvissari. Í tilviki Smekkleysu er ljóst að styrkurinn frá Útflutningsráði velti af stað snjóbolta. Fyrirtækið fær fjárhagsaðstoð til að greiða 50% af launum ráðgjafa í sex mánuði. Útflutningsráð býr jafnframt yfir afar gagnlegum upplýsingum og ráðleggingum um það hvernig best sé að skipuleggja sókn á erlendan markað og veitir viðkomandi fyrirtæki og útflutningsráðgjafa þannig góðan stuðning.“

Norrænt fjárfestingarþing í Kaupmannahöfn:

Jákvæð umfjöllun um íslensk fyrirtæki

Útflutningsráð var í hópi styrktaraðila Norræns fjárfestingarþings, The Nordic Venture Summit, sem haldið var í Kaupmannahöfn í september sl. Á þinginu gafst fyrirtækjum á sviði líftækni, hugbúnaðar og fjarskipta kostur á að kynna starfsemi sína fyrir framfærslufjórðingum og samstarfsaðilum. Útflutningsráð styrkti sjö fyrirtæki frá Íslandi sérstaklega til þátttöku í þinginu; Framtíðartækni, Lyfjaþróun, Prokaria, Intermap, Hex, Information Management og Ice Consult. „Þórólfur Árnason borgarstjóri var aðalfyrirlesari á þinginu í Kaupmannahöfn og vakti erindi hans um íslenskt hugvit verðskuldada athygli,“ segir Helga Valfells hjá Útflutningsráði.

„Fyrirtækin frá Íslandi vöktu mikla athygli viðstaddra og var m.a. fjallað um þau með jákvæðum hætti í danska viðskiptablaðinu Börsen. Ný-

sköpunarsjóður atvinnulífsins, Aflvaki og Líftækni- og Lífisvísindurinn voru í hópi fjárfesta sem kynntu starfsemi sína á þinginu. Á því var fluttur fjöldi fróðlegra erinda sem veittu yfirsýn yfir helstu strauma og stefnur í líf- og upplýsingatækni. Í pallborðsumræðum kom Líftækni- og Lífisvísindurinn m.a. fram og kynnti helstu horfur í fjárfestingum í líftækni.“ Sjálf tók Helga Valfells, sem fulltrúi Útflutningsráðs Íslands, þátt í pallborðsumræðum á þinginu um hvernig hinu opinbera beri að styðja við frumkvöðla. Loks ber að nefna að sendiráð Íslands í Kaupmannahöfn var með myndarlega mótöku fyrir alla Íslendingana á þinginu.

Gagnlegt og lærdómsríkt

Bogi Þór Siguroddsson, stjórnarformaður Framtíðartækni, var í hópi þeirra sem kynntu starfsemi sína fyrir

fjárfestum á þinginu í Kaupmannahöfn. „Fjárfestingarþingið var afar lærdómsríkt,“ segir Bogi. „Fyrri daginn fengum við tækifæri til að kynna fyrirtækið fyrir sérfræðingum á sama sviði og við störfum á. Einnig voru á vinnufundinum fulltrúar flestra Venture Capital-fyrirtækja á Norðurlöndum sem fjárfesta í sprotafyrirtækjum. Það var mjög gott að fá ábendingar og gagnrýni frá þessum aðilum áður en hin eiginlega kynning átti sér stað og varð hún fyrir vikið hnitmiðaðri og skýrari.“

Síðari daginn fengum við hálf tíma „one-to-one“-fundir með nokkrum fjárfestum og ráðgjöfum og var það einnig mjög gagnlegt. Í heildina var því þátttökan í þinginu bæði gagnleg og lærdómsrík þótt enn sé of snemmt að segja hverju hún skilar Framtíðartækni, til skamms tíma.“



Frá norræna fjárfestingarþinginu The Nordic Venture Summit í Kaupmannahöfn.

Gunnar Örn Gunnarsson, framkvæmdastjóri Nýsköpunarsjóðs, sat einnig fjárfestingarþingið í Kaupmannahöfn. „Sem fjárfesti fannst mér þingið mjög gagnlegt,“ segir Gunnar. „Við fengum tækifæri til að kynna því sem kollegar okkar á Norðurlöndum eru að gera og ræða okkar starf-

semi við þá. Ég hygg að við eigum samleið með hinum Norðurlöndum í þessum málum og er slíkt fjárfestingarþing kjörin leið til að efla norrænt samstarf meðal fyrirtækja og fjárfesta. Ég vona að þetta verði endurtekið og myndi Nýsköpunarsjóður hiklaust sækja annað svona þing.“

ÚH-verkefninu hleypt af stokkunum í 14. sinn

Útflutningsmálin tekin föstum tökum

Nýtt ÚH-verkefni Útflutningsráðs hófst í byrjun október og er það hið 14. í röðinni. Tíu fyrirtæki taka þátt í verkefninu að þessu sinni, bæði af höfuðborgarsvæðinu og af landsbyggðinni. „Þetta er góður hópur sem sýnir þverskurðinn af íslensku atvinnulífi,“ segir Hermann Ottósson hjá Útflutningsráði.

Fjögur fyrirtæki utan af landi eru meðal þátttakenda í ÚH-14; fiskvinnslufyrirtækið Gunnólfur á Bakkafirði, MT-Bílar á Ólafsfirði, sem hannar og framleiðir yfirbyggingar á slökkviliðs- og sjúkrabíla, ferðaþjónustufyrirtækið Sportferðir á Akureyri og Leiðbeiningamiðstöðin á Sauðárkróki sem starfar á sviði landbúnaðar. Af höfuðborgarsvæðinu eru tvö fyrirtæki í fatahönnun; ásta creative clothes og Rósa og Unnur. Önnur fyrirtæki í hópi þátttakenda í ÚH-14 eru Ultima Thule, fyrirtæki í ferðaþjónustu, og þrjú fyrirtæki á sviði hugbúnaðar; Mentor, Marorka og Tölvunám.

Ævintýra- og hvataferðir

„Tvö fyrirtæki í ferðaþjónustu eru meðal þátttakenda í ÚH-14 að þessu sinni,“ heldur Hermann áfram. „Ánægjulegt er að sjá að þeir sem starfa í ferðaþjónustu hérlandis nýta sér í auknum mæli þjónustu Útflutningsráðs og eru að taka útflutningsmálin, þ.e. sölu- og markaðsmál á erlendum mörkuðum, föstum tökum. Ultima Thule er gamalgróið fyrirtæki

sem sérhæfir sig í ævintýra- og hvataferðum, bæði innanlands og utan-, og fyrirtækið Sportferðir sérhæfir sig m.a. í vetrarferðum umhverfis Mývatn.

Hestar og hönnun

Þátttaka tveggja hönnunarfyrirtækja í verkefninu nú segir til um þroskaferil greinarinnar og þá staðreynd að æ fleiri íslenskir fatahönnuðir hyggja á útrás með sína framleiðslu. MT-Bílar er iðnfyrirtæki úti á landi sem stígur stórt skref með útflutningi á sérhæfðri framleiðslu. Leiðbeiningamiðstöðin á Sauðárkróki ætlar með útrás sinni að kanna grundvöllinn fyrir skipulagðan útflutning á skagfirskum hestum og fiskvinnslufyrirtækið Gunnólfur er að skoða markaðsmöguleika fyrir nýja útflutningsvöru.

Loks eru það hugbúnaðarfyrirtækin þrjú, Marorka, Tölvunám og Mentor, sem eiga það sameiginlegt að vera með vöru á heimamarkaði og telja útflutning raunhæfan kost.

Verkefnið Útflutningsaukning og hagvöxtur er fyrst og fremst sniðið að þörfum verðandi útflytjenda en hentar engu að síður sem þróunarverkefni fyrir fyrirtæki sem

þegar eru í útflutningi og vilja festa sig í sessi. Styrktaraðilar ÚH-verkefnisins eru Nýsköpunarsjóður at-

vinnulífsins, Bakkavör, Byggðastofnun og Samtök iðnaðarins. Allar nánari upplýsingar um ÚH-verkefnið

veitir Hermann Ottósson í síma 511 4000 eða með tölvupósti, hermann@utflutningsrad.is.



Þátttakendur í 2. ÚH-verkefninu sem haldið var 1991.

Fyrrverandi þátttakendur ánægðir með ÚH

Um 120 fyrirtæki hafa tekið þátt í ÚH-verkefninu frá því að því var fyrst hleypt af stokkunum árið 1989 og hafa mörg þeirra orðið öflugir útflytjendur. Nói-Síríus, Póls og 3X-Stál eru meðal þátttakenda í ÚH-verkefninu í gegnum árin og eru forsvarsmenn þeirra á einu máli um ágæti verkefnisins.

Aukning útflutningsbjargaði fyrirtækinu

Póls var í hópi þátttakenda í ÚH-verkefninu árið 1992. Að sögn Harðar Ingólfssonar, sölustjóra og eins af stofnendum Póls, var tilgangurinn með þátttökunni að efla útrás fyrirtækisins á erlenda markaði. „Verkefnið snerist um markaðssetningu og sölu á Póls-skipavogum til Rússlands,“ segir Hörður. „ÚH-verkefnið gagnaðist okkur afar vel og skilaði því að útflutningur Póls jókst verulega næstu þrjú til fjögur árin á eftir. Nú er svo komið að 90-95% af vörum okkar eru til útflutnings. Breytingin bjargaði fyrirtækinu því innanlandsmarkaðurinn lenti í langri kreppu sem hefði gengið af fyrirtækinu dauðu ef ekki hefði tekist að rífa upp útflutninginn.“

Aðspurður kveðst Hörður hafa verið mjög ánægður með framkvæmd ÚH-verkefnisins. „Það reyndist mjög gagnlegt að heyra um reynslu annarra af útflutningi; læra af öðrum með meiri reynslu og þekkingu og komast þannig hjá hugsanlegum mistökum. Það var lærdóms-



Hörður Ingólfsson, sölustjóri Póls: „Það var lærdómsríkt að vera á meðal samherja.“

ríkt að vera á meðal samherja sem allir gátu miðlað af þekkingu sinni og um leið lært hver af öðrum. Ég get eindregið mælt með þátttöku í ÚH-verkefninu, sérstaklega við fyrirtæki sem hafa litla eða enga reynslu af útflutningi og ætla sér að hefja útrás eða auka hana.

Að mínu mati hentar ÚH einnig fyrirtækjum sem þegar eru í útflutningi, því öguð vinnubrögð og markviss áætlanagerð láta oftast undan síga með tímanum. Það að menn nái sama árangri á hverju ári getur vel þýtt að verið sé að endurtaka sömu mistökin ár eftir ár.“

Þátttaka breytti miklu fyrir okkur

„Við vissum að vaxtarmöguleikar 3X-Stáls gætu legið í því að koma vörum þess á erlenda markað,“ segir Jóhann Jónasson framkvæmdastjóri um þátttöku fyrirtækisins í ÚH-verkefninu árið 1997. „Okkur skorti almenna þekkingu á útflutningsferlinu auk þess sem við vissum ekki hvaða markaðir gætu hentað okkur. Þátttaka í ÚH-verkefninu breytti miklu fyrir okkar fyrirtæki, aðallega hvað varðar allan hugsunarháttinn innan þess.“

Jóhann segir að á þessum tíma



Jóhann Jónasson, framkvæmdastjóri 3X-Stáls: „Okkur skorti almenna þekkingu á útflutningsferlinu.“

hafði orðið hröð uppbygging innan 3X-Stáls og vissir vaxtarverkir hafi gert vart við sig í kjölfarið. „Með þátttöku í verkefninu öðluðumst við betri skilning og þekkingu til að takast á við útflutningsmál á skipulagðan og markvissan hátt. Árið 1997, þegar við tókum þátt í ÚH, var enginn útflutningur hjá fyrirtækinu en ári síðar nam hann 25% af veltu þess. Undanfarin ár hefur meirihluti framleiðslu 3X-Stáls farið á erlenda markaði.“

Mín reynsla af þátttöku í ÚH-verkefninu er mjög góð, í heild var uppbygging og framkvæmd þess markviss. Ég tel að ÚH henti ekki aðeins smærri fyrirtækjum heldur geti það einnig komið að gagni innan stærri fyrirtækja, þegar um afmarkaða verkþætti er að ræða. Stærri fyrirtæki, sem hyggja á útflutning tiltekinnar vöru og/eða þekkingar, ættu hiklaust að kynna sér verkefnið nánar og fræðast um þá möguleika sem þátttaka í ÚH býður upp á.“

Get hiklaust mælt með ÚH-verkefninu

Nói-Síríus var meðal þátttakenda í ÚH-verkefninu árið 1991. Að sögn Finns Geirssonar framkvæmdastjóra var markmiðið með þátttöku í verkefninu að afla þekkingar á því hvernig best yrði staðið að útflutningi sem fyrirtækið hafði ekki stundað að neinu marki. „Námskeiðið gerði ráð fyrir að menn skilgreindu tiltekinn markað og tiltekna vöru. Í þessu tilvikinu voru það



Finnur Geirsson, framkvæmdastjóri Nóa-Síríusar: „Uppbygging ÚH-verkefnisins var með ágætum.“

Norðurlönd og þá sérstaklega Svíþjóð og Danmörk og varan sem varð fyrir valinu var Sírus-súkkulaðiþlata ef ég man rétt,“ segir Finnur.

„Þetta tiltekna verkefni gekk reyndar ekki sem skyldi. Hins vegar sat eftir þekking sem mér finnst hafa nýst að vissu leyti og fyrirtækið hefur leitað ýmissa annarra leiða í útflutningi síðan sem sumar hverjar hafa borið nokkuð góðan árangur. Stærsta ógnin er að mínu mati óstöðugt gengi en styrking krónunnar getur gert áætlanir um útflutning að engu í þessum bransa þar sem verðsamkeppni er mikil. Uppbygging ÚH-verkefnisins var með ágætum og tel ég mig hafa lært heilmikið. Þar skiptir ekki síst máli að hafa kynnst öðrum þátttakendum og verkefnum þeirra sem gáfu þessu aukna breidd. Ég get hiklaust mælt með þátttöku í ÚH-verkefninu.“

Ánægja með viðtökur á Tískuvíkunni í París

Góð sala á íslenskri hönnun þrátt fyrir minni aðsókn

Prettán tískuhönnuðir frá Íslandi kynntu sumarlínuna 2004 á Tískuvíkunni í París í október sl. en þátttakan var sem fyrr skipulögð af Útflutningsráði. „Viðtökur voru góðar og salan að sama skapi, þrátt fyrir að aðsókn að Tískuvíkunni væri um 15% minni en sl. vor,“ segir Sigrún Lilja Guðbjartsdóttir hjá Útflutningsráði. „Kaupendur voru almennt færri en á síðustu Tískuvíku og áberandi fái frá Bandaríkjunum. Skýringin er að hluta til sú að samkeppnin í tískuiðnaðinum í París er sífellt að aukast, auk þess sem Tískuvíkan var nú styttri en áður og sýningarnar fleiri en venjulega. Kaupendur höfðu því minni tíma en



Frá sýningu íslensku hönnuðanna.

ella og náðu sumir hverjir aðeins að sækja stærstu sölusýningarnar. Íslensku hönnuðirnir geta þó vel við unað og salan nú var á sömu nótum og á síðustu sýningu.“

Meiri áhersla á léttari efni

Hönnuðirnir frá Íslandi sem sýndu fatnað og fylgihluti á Tískuvíkunni í París í október eru Ásta Guðmundsdóttir, *ásta creative clothes*, Björg Pjetursdóttir og Ragnheiður Jónsdóttir, *bjorg og heiða*, Hanna Pétursdóttir, *hanna*, Margrét Guðmundsdóttir, *best pet possible*, Ragna Fróðadóttir, *path of love*, Hugufrún Árnadóttir og Þuríður Sigurþórsdóttir, *scandinavian tourist*,



Sigrún Úlfarsdóttir, *sigrun*, Steinunn Sigurðardóttir, *steinunn*, Hrafnhildur og Bára Hólmgeirsdætur, *after*, og Guðlaug Halldórsdóttir, *má mí mó*.

„Íslensk hönnun var sýnileg á tveimur stöðum á Tískuvíkunni,“ heldur Sigrún Lilja áfram. „Annars vegar tókum við nú í annað sinn þátt í sýningunni Showroom Hortensia de Hutten sem er ein af stórum sölusýningum á tískuvíkunni þar sem um 60 hönnuðir sýna línur sínar. Hins vegar sýndu hönnuðirnir líkt og undanfarin ár í

Gallerí Aigret sem er að verða þekkt meðal innkaupaaðila vegna sérstöðu sinnar en þar er eingöngu sýnd íslensk hönnun. Enda þótt hönnuðirnir frá Íslandi hafi fengið mjög góðar viðtökur í París má segja að sumarlínán sé okkar veikleiki. Greinilegt var að innkaupafólki fannst að leggja þyrfti meiri áherslu á þynnri, léttari efni sem hæfa betur evrópsku sumri. Kaupendur voru minnugir þess hve síðasta sumar var víða óbærilega heitt og vilja eðlilega vera við öllu búinir.“



Fjöldi fyrirspurna frá fjarlægum slóðum

Útflutningsráð fær töluvert af fyrirspurnum að utan sem tengjast áhuga á viðskiptum við íslenska aðila. Óskir hinna erlendu viðskiptaaðila eru af ýmsu tagi og margar þeirra berast frá fjarlægum slóðum, s.s. Sameinuðu arabísku furstadæmunum, Nígíeríu, Dómínísku lýðveldinu, Malasíu, Mexíkó, Ísrael og Úkraínu. Meðal nýlegra fyrirspurna má nefna óskir um kaup á þremur skipum til

túnfiskeiða, loðnuhognum, fingerðum vikri eða leir í leirbakstra, þurrkuðum fiskhausum og rækjuskeljardufti.

Á vef Útflutningsráðs, www.utflutningsrad.is, er að finna lista yfir fyrirspurnir erlendra aðila ásamt frekari upplýsingum og eru fyrirtæki og einstaklingar hvött til að hafa beint samband við viðkomandi fyrirtæki.

Ábyrgðir veittar til eflingar á útflutningi

Rætt við Ingibjörgu H. Þráinsdóttur hjá Tryggingardeild útflutnings, TRÚ

Tryggingardeild útflutnings, TRÚ, er sjálfstæð deild innan Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins sem nú hefur verið endurskipulögð. Hlutverk TRÚ er að veita ábyrgðir til þess að efla íslenskan útflutning vöru og þjónustu. Hlutverk sitt rækir TRÚ með því að gefa út ábyrgðir, annars vegar til útflytjenda, til að tryggja að þeir fái umsamdar greiðslur frá kaupanda og/eða til að tryggja þá gegn óréttmætri uppsögn samnings, og hins vegar til banka sem hafa gefið út ábyrgðir til erlendra kaupanda, t.d. verkloka- og endurgreiðsluábyrgðir.

„Tryggingardeild útflutnings hét áður Tryggingardeild útflutningslána og var upphaflega vistuð hjá lánlána-sjóði,“ segir Ingibjörg H. Þráinsdóttir,

sérfræðingur hjá Nýsköpunarsjóði, sem sinnir málefnum TRÚ. „Vorið 2002 var gerður samstarfssamningur milli Nýsköpunarsjóðs, iðnaðar- og viðskiptaráðuneytisins, Samtaka iðnaðarins og vörubróunar- og markaðsdeildar hjá Nýsköpunarsjóði um að efla starfsemi deildarinnar. Segja má að lokaskrefið í endurskoðun á starfsemi deildarinnar hafi verið stigið í maí sl. þegar haldinn var fjölmennur kynningarfundur fyrir útflytjendur, bankafólk o.fl.“

Samstarf við EKN í Svíþjóð

Að sögn Ingibjargar hefur TRÚ hafið samstarf við sambærilega deild í Svíþjóð, Export Kredit Nämnden, EKN. „Tilgangurinn með samstarfinu er að

skapa hér þannig aðstæður að við getum boðið útflytjendum á Íslandi sambærilegan ríkisstuðning og útflytjendur hinna vestrænu ríkja njóta heima fyrir, m.ö.o. að jafna samkeppnisstöðuna.

EKN metur allar umsóknir sem TRÚ berast, líkt og um umsókn til EKN væri að ræða. EKN metur greiðslugetu erlendra kaupandans, rekstrarumhverfi, markaðshlutdeild o.fl. Ef um er að ræða mjög stórt verkefni, miðað við stöðu útflytjanda, fer einnig fram mat á útflutningsfyrirtækinu og möguleikum þess til að standa við gerðan samning. Ef EKN metur áhættu tiltekinna umsóknar viðunandi fjallar fimm manna stjórnarnefnd TRÚ um hana og samþykkir



Ingibjörg H. Þráinsdóttir: „Þjónusta TRÚ hefur mælst vel fyrir meðal útflutningsfyrirtækja og banka.“

eða synjar útgáfu á henni.“

Aðspurð segir Ingibjörg þjónusta TRÚ hafa mælst vel fyrir meðal útflutningsfyrirtækja og banka. „Stutt er síðan við kynntum TRÚ til sögunnar

þannig að vitneskjan um okkur á markaðinum er ennþá takmörkuð. Þeir sem hafa sótt til deildarinnar og fengið ábyrgðir samþykktar eru ánægðir með okkar þátt.“



Vel heppnuð sýning í Vigo

Níu fyrirtæki frá Íslandi meðal þátttakenda

Níu íslensk fyrirtæki kynntu vörur sínar og þjónustu á sjávarútvegssýningunni World Fishing Exhibition í Vigo á Spáni sem haldin var í september sl. Útflutningsráð sá um skipulagningu þjóðarbáss og voru íslensku fyrirtækin ánægð með gang mála á sýningunni. Fengu þau mikið af góðum gestum og margar áhugaverðar fyrirspurnir. Árni M. Mathiesen sjávarútvegsráðherra kom og heilsaði upp á íslensku sýnendurna en hann var staddur í Vigo á fundi sjávarútvegsráðherra Evrópu.

Fyrirtækin frá Íslandi sem tóku þátt í sýningunni í Vigo eru Optimar Island, Marel, Hampiðjan, Sæplast, Póls, 66 Norður, Reykjavíkurhöfn, Hafnarfjarðarhöfn og NAS.

Góð aðsókn

„Aðsóknin að sýningunni var mjög góð og þátttakendur voru almennt ánægðir með árangurinn,“ segir Berglind Steindórsdóttir hjá Útflutningsráði. „Sýningin er haldin í Vigo á sex ára fresti og fór því síðast fram árið 1997. Hún er með svipuðu sniði

og sjávarútvegssýningin sem haldin var á Íslandi á síðasta ári. Þannig var aðallega um að ræða veiðarfæri, vélar og tæki tengd sjávarútvegi. Einnig kynntu fyrirtæki á sviði fiskeldis sína framleiðslu en lítið var um fisk á sýningunni.“

Um 700 sýnendur frá 60 löndum tóku þátt í sýningunni í Vigo. Að sögn Berglindar voru flestir gestanna Spánverjar. Mikill fjöldi var frá öðrum Evrópulöndum, þá einkum Portúgal, og einnig var fjölmennur hópur gesta frá Suður-Ameríku.



Frá sjávarútvegssýningunni í Vigo á Spáni.

Iceland Export Directory 2004

Unnið er að því að skrá nýjar upplýsingar í útflytjendahandbókina *Iceland Export Directory 2004* sem kemur út í janúar nk. Upplýsingagildi handbókarinnar hefur verið aukið til

muna og lögð er sérstök áhersla á að skrá fyrirtæki á „óhefðbundnum“ sviðum atvinnulífsins, s.s. útflutningsfyrirtæki á sviði tónlistar, auk þess sem bætt hefur verið við sérstökum kafla um ferðaþjónustu. Í bókinni er lögð áhersla á kosti lands og þjóðar með tilliti til staðsetningar, þekkingar, hræfnis og vinnuafli og einnig eru t.d. kynntir möguleikar erlendra aðila til fjárfestinga hér á landi.

Handbókinni er dreift á vegum Útflutningsráðs, Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, Samtaka iðnaðar-

ins, Verslunarráðs Íslands og Euro Info-skrifstofunnar bæði hérlendis og erlendis, t.d. á sýningum, til ræðis- manna og sendiráða, útflutnings- og verslunarráða, í viðskiptaheimsóknum og til fjölda alþjóðlegra fyrirtækja. Að þessu sinni verður bókinn einnig gefin út í staf-rænu formi.

Vefútgáfa handbókarinnar, www.icelandexport.is, tryggir íslenskum útflutningsfyrirtækjum enn betri árangur við kynningarstarf á erlendum mörkuðum. Handbókina má nálgast á skrifstofu Útflutningsráðs í

Borgartúni 35, Reykjavík, sími 511 4000, netfang utflutningsrad@utflutningsrad.is.

Fróði hf. gefur útflytjendahandbókina út, í samvinnu við Útflutningsráð Íslands.



Mikilvægt að panta sýningarpláss tímanlega

Starfsfólk Útflutningsráðs vinnur að því að skipuleggja þátttöku fyrirtækja í sýningum 2004. Mikilvægt er að allt skipulag fyrir sýningar fari fram með góðum fyrirvara, bæði af hálfu sýningarhaldara og þeirra sem taka þátt í vörusýningum. Gólfpláss þarf oft að panta allt að ári áður en sýning fer fram og þegar nær dregur sýningum getur því orðið erfitt að tryggja pláss sem er vel staðsett og af hentugri stærð. Því er áriðandi að fyrirtæki taki ákvörðun um þátttöku í sýningum tímanlega og hafi samband við starfsfólk Útflutningsráðs.

Á vef Útflutningsráðs, www.utflutningsrad.is, er að finna upplýsingar um sýningar ársins 2004, en þær tengjast ýmsum starfsgreinum. Allar frekari upplýsingar veita Vilhjálmur Jens Árnason, vilhjalmurjens@utflutningsrad.is, og Berglind Steindórsdóttir, berg-lind@utflutningsrad.is, í síma 511 4000.

Breytt liðskipan VUR

Nokkrar breytingar hafa orðið á liðskipan Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, VUR, að undanfögnu.

Martin Eyjólfsson hefur tekið við af Benedikt Höskuldssyni sem forstöðumaður VUR. Martin réðst til utanríkisþjónustunnar 1996, starfaði fyrst á Viðskiptaskrifstofu við EES-mál en síðan fjögur ár í Brussel við sama málaflokk. Sl. ár hefur hann einkum starfað að málefnum Alþjóðaviðskiptastofnunarinnar, við loftferðasamningagerð, friverslunarsamninga o.fl. Benedikt Höskuldsson starfar nú í sendiráðinu í Japan sem sendifulltrúi og sinnir jafnframt viðskiptamálum. Magnús Bjarnason fluttist frá New

York til Peking sem sendifulltrúi. Honum til aðstoðar í viðskiptamálum verður sem fyrr Petur Yang Li viðskiptafultrúi. Hannes Heimisson tók við af Magnúsi Bjarnasyni í New York, þar sem hann mun gegna skyldum aðalræðismanns, en auk þess mun hann m.a. vinna að Iceland Naturally-verkefninu í Bandaríkjunum ásamt Pétri Óskarssyni.

Viðskiptafultrúarnir Unnur O. Rammette í París, Ruth Bobrich í Berlín, Marína Buinovskaya í Moskvu og Eyrún Hafsteinsdóttir í London starfa sem fyrr ötullega í sendiráðum Íslands við að greiða götu íslenskra fyrirtækja við útrás þeirra.

Bættur vefur Útflutningsráðs

Útflutningsráð Íslands og Origo ehf., dótturfyrirtæki TölvuMynda hf., hafa undirritað samstarfssamning um þróun og uppsetningu á vefsvæðum í vefumsjónarkerfinu WebMaster, fyrir Útflutningsráð og Evrópuverkefnið Protocol 2 sem snýr að tungumálaráðgjöf til handa fyrirtækjum. Samstarfssamningur Útflutningsráðs og Origo er liður í framtíðaruppbyggingu vefsvæða Útflutningsráðs sem miðast að því að gera upplýsingar á vefnum, www.utflutningsrad.is, aðgengilegri bæði fyrir starfsfólk og viðskiptavinum.

Origo sérhæfir sig í hönnun og þróun vefsvæða, þróun sérhæfðra tölvu-kerfa og samþættingu kerfa með áherslu á notkun Netsins, með það að markmiði að einfalda vinnslu og bæta aðgengi starfsmanna og viðskiptavina að upplýsingum og þjónustu.

Breyting á skipulagi Útflutningsráðs

Svanhvít Aðalsteinsdóttir hefur frá því um miðjan ágúst unnið hjá Útflutningsráði sem sérstakur fulltrúi Viðskiptaþjónustu utanríkisráðuneytisins, VUR, og annast tengsl við viðskiptafultrúa í sendiráðunum og sölu á þjónustu þeirra. Nauðsynlegt þótti að tengja þetta nýja verkefni betur inn í daglegt starf Útflutningsráðs og tryggja öruggara flæði upplýsinga og markvissari kynningu á þjónustu sendiráðanna í eðlilegum tengslum við annað þjónustuframboð Útflutningsráðs. Skipulagi starfseminnar var því nýlega breytt á þann hátt að starf-

ið fer nú fram innan fimm sviða í stað fjögurra áður.

Aðalbreytingin er fölginn í því að safna allri ráðgjafarþjónustu í eitt svið. Framvegis mun því öll ráðgjöf, þ.e. af hendi viðskiptafultrúa í sendiráðum, markaðsráðgjafa erlendis og innlendra markaðsráðgjafa, tilheyra ráðgjafarsviði undir stjórn Helgu Valfells, en Hermann Ottósson tekur að sér að stýra fræðslusviði. Forstöðumenn hinna fagsviðanna þriggja eru Sigrún Lilja Guðbjartsdóttir, upplýsingar, Vilhjálmur Jens Árnason, sýningar, og Vilhjálmur Guðmundsson, nýir markaðir.

Einkaleyfastofan liðsinnir útflytjendum

Einkaleyfastofan var sett á laggirnar 1. júlí 1991 og tók þá við hlutverki einkaleyfa- og vörumerkjadeildar iðnaðarráðuneytisins. Hlutverk Einkaleyfastofunnar er að fara með málefni varðandi einkaleyfi, vörumerki, hönnunarvernd, byggðarmerki og önnur hliðstæð réttindi sem kveðið er á um í lögum, reglugerðum og alþjóðasamningum um vernd eignarréttinda á sviði iðnaðar. Jafnframt ber stofnuninni að veita einstaklingum, stofnunum og atvinnufyrirtækjum upplýsingar og ráðgjöf varðandi hugverkaréttindi í iðnaði. Stofnunin skal einnig stuðla að því að ný tækni

og þekking, sem felst í skráðum hugverkaréttindum, verði aðgengileg almenningi.

Að sögn Elínar R. Jónsdóttur, deildarstjóra einkaleyfedeildar hjá Einkaleyfastofunni, leita fyrirtæki í útflytningu til stofnunarinnar með margvísleg erindi. „Meðal þess sem mikið er spurt um er hversu víðtækt einkaleyfi fyrirtækis á tiltekinni vöru er í raun, þ.e. hvort einkaleyfi sem veitt er á Íslandi gildi jafnframt í öðrum löndum,“ segir Elín. „Svarið er nei í öllum tilfellum, sækja þarf um einkaleyfi sérstaklega í hverju landi fyrir sig. Annað sem útflytjendur vilja

vita, fyrir utan kostnaðarhliðina, er hversu tímanlega þarf að sækja um einkaleyfi á vöru áður en ráðist er í framleiðslu og útflytningu.“

Í ELS-tíðindum, sem Einkaleyfastofan gefur út einu sinni í mánuði, eru birtar auglýsingar og tilkynningar er varða umsóknir og skráningar á sviði einkaleyfa, vörumerkja, byggðarmerkja og hönnunar. Blandað er fánlegt í prentuðu formi en einnig birt á vefsíðu stofnunarinnar, www.einkaleyfastofan.is, þar sem jafnframt er að finna allar nánari upplýsingar um margþætt hlutverk Einkaleyfastofunnar.