



Borgarráð

Reykjavík, 27. janúar 2025

MSS25010149

## Áframhaldandi samstarf um Inspired by Iceland Norður Ameríka

Óskað er eftir að borgarráð samþykki að Reykjavíkurborg taki áfram þátt í markaðsverkefninu Inspired by Iceland Norður-Ameríka, áður Iceland Naturally, næstu þrjú árin en síðasti samstarfssamningur um verkefnið rann út í lok árs 2024. Tilgangur verkefnisins er að styrkja jákvæða ímynd og auka vitund um Ísland í Norður Ameríku og efla eftirspurn eftir vörum, þjónustu og menningu frá Íslandi með markvissu kynningarstarfi á völdum markaðssvæðum undir merkjum Inspired by Iceland. Nýr samningur er tilbúinn til undirritunar og gildir til ársloka 2027. Þátttakendur geta þó sagt sig frá verkefninu með þriggja mánaða fyrirvara í lok hvers árs. Miðað er við óbreytt aðildargjald af hálfu Reykjavíkurborgar eða 55.000 USD og er gert ráð fyrir þeirri upphæð í fjárhagsramma skrifstofu borgarstjóra og borgarritara. Íslandsstofa heldur utan um framkvæmd verkefnisins og umsýslu þess.

### *Greinargerð*

Reykjavíkurborg hefur haft aðkomu að markaðsverkefninu Iceland Naturally í Norður-Ameríku síðan 2014. Verkefnið heldur nú áfram undir merkjum Inspired by Iceland Norður Ameríka. Ávinningur Reykjavíkurborgar við þátttöku í verkefninu er fyrst og fremst aðgangur að sterku markaðskerfi Inspired by Iceland. Reykjavíkurborg fær í gegnum samstarfið beinan aðgang að markaðsneti Inspired by Iceland, sem inniheldur eigin miðla með yfir milljón fylgjendum, virka samfélagsmiðla og tengslanet á lykilmörkuðum í Norður-Ameríku. Þessi vettvangur býður upp á tækifæri til að tengja skilaboð og markaðssetningu borgarinnar við fjölbreytta viðburði og sögusköpun á erlendum mörkuðum. Inspired by Iceland veitir Reykjavík tækifæri til að kynna menningarviðburði borgarinnar, sem eru lykilatriði í ímyndauppbyggingu. Flestir viðburðirnir eiga sér stað utan háannar í ferðaþjónustu, sem hjálpar til við að jafna árstíðarsveiflu og skapa stöðugri eftirspurn yfir árið. Nú síðast hafði Reykjavíkurborg aðkomu að sérstöku markaðsátaki í gegnum verkefnið í Seattle dagana 3.-5. október sl. þar sem aðkoma borgarstjóra Reykjavíkur vakti mikla athygli.

Árangurstölur Inspired by Iceland fyrir árið 2024 sýna að fjölbreyttar markaðsaðgerðir hafa skilað góðum árangri. Aðkoma var að 53 viðburðum, alls birtust 171 greinar í erlendum miðlum og þar af 128 um menningu, fylgjendur á samfélagsmiðlum voru rúmlega milljón og verðmæti birtingar af umfjöllun til markhóps metið á 767 m.kr.

Frá 1999 hefur Inspired by Iceland fylgst með viðhorfi neytenda í Norður-Ameríku gagnvart ferðalögum til Íslands og íslenskum vörum. Rannsóknin er framkvæmd árlega og byggir á landsbundnu úrtaki bandarískra neytenda. Í rannsókninni er lögð sérstök áhersla á Reykjavíkurborg sem lykiláfangastað fyrir ferðamenn. Það er mjög mikils virði fyrir Reykjavíkurborg að fá innsýn í viðhorf Bandaríkjamanna sem eru lykilmarkhópur



Reykjavík



fyrir ferðapjónustu og fylgjast með þróun á milli ára enda ferðapjónusta stór  
atvinnugrein í borginni.

Þorsteinn Gunnarsson  
borgarritari

Hjálagt:

Samningur Íslandsstofu ses. og Reykjavíkurborgar vegna þátttöku Reykjavíkurborgar í Inspired by  
Iceland, ódags.

Kynningaglærur frá Íslandsstofu

# Samningur

Íslandsstofa ses. kennitala 690986-1599, og Reykjavíkurborg kennitala 530269-7609 gera með sér eftirfarandi samning.

1. Reykjavíkurborg staðfestir þátttöku í sameiginlegu markaðsverkefni í Norður Ameríku undir merkjum Inspired by Iceland með þeim skilmálum sem því fylgja.
2. Reykjavíkurborg samþykkir að greiða alls \$55.000 fyrir þátttöku sína í verkefninu árlega samkvæmt skilmálum.
3. Reykjavíkurborg staðfestir að hafa kynnt sér skilmála verkefnisins.
4. Starfstími verkefnisins mun vera frá 1. janúar 2025 til 31. desember 2027. Þátttakendur geta sagt sig frá verkefninu með þriggja mánaða fyrirvara í lok hvers árs.
5. Samningur þessi er gerður í samræmi við íslensk lög. Rísi mál vegna hans skal það rekið fyrir Héraðsdómi Reykjavíkur.

F.h. Íslandsstofu

F.h. Reykjavíkurborgar

Pétur Þ. Óskarsson

Einar Þorsteinsson

## Skilmálar markaðsverkefnisins Inspired by Iceland – Norður Ameríka

### 1. Tilgangur og markmið

Tilgangur verkefnisins er að treysta jákvæða ímynd og auka vitund um Ísland í Norður Ameríku og efla eftirspurn eftir vörum, þjónustu og menningu frá Íslandi með markvissu kynningarstarfi á völdum markaðssvæðum undir merkjum Inspired by Iceland.

### 2. Fjármögnun

Framlag Íslandsstofu er háð framlagi annarra þátttakenda og greiðist þannig að Íslandsstofa leggur verkefninu til einn USD á móti hverjum USD sem aðrir þátttakendur leggja til, að hámarki \$500.000 á ári.

Til að viðhalda rekstrargrundvelli markaðsaðgerða er forsenda þess að unnt sé að keyra verkefnið að heildarframlag til þess nái að lágmarki \$700.000 á ári.

Framlög til verkefnisins skulu vera með eftirfarandi hætti:

Þrep 1: Lágmark \$150.000  
Fast sæti í verkefnastjórn

Þrep 2: \$55.000  
Þátttakendur skipta með sér fimm sætum í verkefnastjórn  
Stjórnarsæti færast á milli þátttakenda á þann hátt að þrír nýir  
þátttakendur koma inn á hverju ári og sitja í tvö ár í senn.

Upphæð framlaga er endurskoðuð á þriggja ára fresti og ef breyting verður tekur hún gildi gagnvart öllum þátttakendum verkefnisins, enda sé tilkynnt um breytinguna með sex mánaða fyrirvara.

Þátttakendum í þrepi 1 er heimilt að leggja fram allt að 50% af framlagi í formi vöru og þjónustu.

### 3. Verkefnastjórn

Verkefnastjórn skal skipuð fulltrúum þátttakenda í þrepi eitt og fimm fulltrúum þátttakenda úr þrepi tvö auk fulltrúa Íslandsstofu sem er formaður verkefnastjórnar. Verkefnastjórn ber ábyrgð á stefnumótun, markmiðasetningu, vali á markaðssvæðum og helstu efnisáherslum verkefnisins.

Verkefnastjórnin skal starfa í samræmi við gildandi verklagsreglur Íslandsstofu um verkefnastjórnir sem birtar eru á vefsíðu Íslandsstofu ([islandsstofa.is/verklagsreglur-verkefnastjorna](http://islandsstofa.is/verklagsreglur-verkefnastjorna)). Þátttakendur í verkefnastjórn skulu staðfesta að hafa kynnt sér verklagsreglurnar og að þeir muni starfa í samræmi við þær eftir því sem við á samkvæmt reglunum og samningi þessum.

Fundir verkefnastjórnar skulu fara fram að minnsta kosti ársfjórðungslega. Skylt er að

halda stjórnarfund ef einn eða fleiri þátttakendur óska eftir því. Formaður skal boða til stjórnarfundar með að minnsta kosti viku fyrirvara. Stjórnarfundur telst fær um að taka ákvarðanir sé löglega til hans boðað og meirihluti verkefnastjórnar situr fundinn.

#### 4. Heimild til þátttöku

Öllum þátttakendum sem telja sig hafa hag af því treysta jákvæða ímynd Íslands í Norður Ameríku og efla eftirspurn eftir íslenskum vörum, þjónustu eða menningu er heimilt að gerast aðilar að samningi þessum. Íslandsstofu er heimilt að hafna eða slíta þátttöku sem hún telur að gangi gegn markmiðum samningsins vegna vöruframboðs, ímyndar, markaðsstarfs eða sé í andstöðu við langtímastefnu í útflutningi sem er samþykkt af fulltrúum atvinnulífs og stjórnvalda.

#### 5. Skyldur Íslandsstofu

Íslandsstofa annast framkvæmd verkefnisins í samræmi við markmið og áætlanir sem verkefnastjórn hefur samþykkt. Íslandsstofa hefur ein leyfi til að stofna til fjárhagslegra skuldbindinga við framkvæmd verkefnisins og sér um samninga og samskipti við undirverktaka eftir því sem við á. Íslandsstofa sér um fjárhag framkvæmdarinnar fyrir hönd samningsaðila. Íslandsstofa annast bókhald og greiðsluþjónustu meðan á samningstíma stendur. Íslandsstofa skal gera grein fyrir rekstri verkefnisins á fundum verkefnastjórnar. Íslandsstofa boðar fundi með þátttakendum ársfjórðungslega þar sem farið er yfir stöðu verkefnisins. Vinnuframlag starfsmanna Íslandsstofu er ekki greitt af fjármunum verkefnisins heldur af öðru ráðstöfunarfé Íslandsstofu. Kostnaður vegna ferðalaga starfsmanna Íslandsstofu í tengslum við framkvæmd verkefnisins er greiddur af fjármunum verkefnisins, svosem flugfargjöld, gisting og dagpeningar.

#### 6. Meðferð trúnaðarupplýsinga

Trúnaðarupplýsingar í skilningi þessa samnings eru allar upplýsingar sem aðilar samningsins miðla sín á milli við framkvæmd verkefnisins og ekki eru opinberar, svosem markaðsáætlanir, viðskiptaáætlanir, fjármálaupplýsingar ofl. Aðilar samningsins skuldbinda sig til að meðhöndla slíkar upplýsingar sem trúnaðarmál. Þessi skylda gildir einnig um starfsmenn, undirverktaka og aðra sem koma að framkvæmd verkefnisins.

Þagnarskyldan gildir ekki um upplýsingar sem eru þegar opinberar eða eru veittar af þriðja aðilar sem er ekki bundinn trúnaði um þær. Þá kann að vera nauðsynlegt að miðla upplýsingum samkvæmt lögum eða fyrirmælum opinberra aðila. Við þessar aðstæður skal uppýsa samningsaðila um upplýsingagjöfina, nema slíkt sé ómögulegt.

#### 7. Hugverkaréttindi

Verðmæti sem verða til á samningstímanum og nýtingarréttur hugverka sem sköpuð eru í tengslum við samninginn, teljast eign Íslandsstofu. Aðilum samningsins er heimil notkun þeirra í tengslum við verkefni hans meðan á samningstíma stendur.



# Inspired by Iceland

2025-2027





# Inspired by Iceland

Inspired by Iceland er samstarfsverkefni opinberra aðila og einkaaðila á erlendum mörkuðum.

Samstarfið samanstendur af fremstu íslensku vörumerkjum og er sett á laggirnar til að kynna vörur og þjónustu erlendis með það að markmiði að auka íslenskan útflutning.

## Markmið

1. Auka jákvæða vitund um Ísland og íslenskar vörur og þjónustu á markaði.
2. Styðja við sölu á vörumerkjum félaga á markaði.

# Verkefnisstefna



1

Gera gestum kleift að upplifa það besta frá Íslandi nálægt heimili sínu



2

Styðja við skilaboð, tilboð og sýnileika meðlima, bæði á netinu og utan þess, og byggja upp náttúrulegan áhuga á íslenskum vörum

3 Breiður fylgjendahópur og þátttaka á netinu eru mikilvæg til að ná markmiðum okkar



4

Vettvangurinn ætti að hvetja til og bjóða upp á samstarfstækifæri milli meðlima



5

Greina fjölmiðlatækifæri sem passa við áhuga og neysluvenjur markhópa





# Teymið



**Sigríður Dögg**

Formaður stjórnar /  
Forstöðumaður Útflutnings og fjárfestinga



**Daníel Oddsson**

Fagstjóri Markaðasaðgerða



**Álfrún Pálsdóttir**

Fagstjóri Almannaþengsla



**Kristjana Rós**

Fagstjóri Lista og Skapandi Greina



**Daði Guðjónson**

Forstöðumaður Markaðssamskiptasviðs



**Sigurður Valur**

Verkefnastjóri Markaðssamskiptasviðs



**Ísak Kári**

Fagstjóri Eigin Miðla



**Parker O'Halloran**

Verkefnastjóri Eigin Miðla



**Brynja Berndsen**

Verkefnastjóri Eigin Miðla

# Markaðir

North West (Seattle and Portland)



CA: Toronto



North East (Boston, New York and Washington DC)



Mid (Chicago, Denver, Minneapolis, Michigan)



South East (Florida, Georgia)





## Árið í tölum

**53**

Viðburðir

**171**

Umfjallanir,  
þar af **128** um menningu

**98**

Viðstaddir blaðamenn Miðar gefnir

**2771**

# TASTE OF ICELAND 2024

Fjölmiðlabirtingar\*

	Washington D.C.	Denver	New York	Seattle
Birtingar	70.937.760	79.280.880	247.256.212	368.917.928

**Samtals: 766.592.780**

\*ekki talið með news wire





# Menningarviðburðir 2024

- **Iceland Noir** á Taste of Iceland – *Ragnar Jónasson og Yrsa Sigurðardóttir um hátíðina og íslenskar bókmenntir.* (DC, NY, WA)
- **Iceland Airwaves** *Off-Venue tónleikar í samstarfi við Tónlistarmiðstöð Íslands og Iceland Airwaves* (DC, CO, NY, WA)
- **HönnunarMars** á Taste of Iceland - Blaðamanna- og tengslamyndunarmóttaka með sendiráði Íslands í DC.
- **Myrkir Músík Dagar** í Perelman Art Center, New York
- Designing with Nature – *fulltrúi Íslands í Feneyjartvíæringnum í arkitektúr 2025 kynntur, samtal um sjálfbærni í arkitektúr*
- **Studio Flétta: Turnaround**, sýning frá HönnunarMars þar sem gamlir búningar Icelandair voru endurnýttir
- **Hæ/Hi** – Samstarfsverkefni HönnunarMars og hönnuða í Seattle
- Pizza Time með Stúdíó Fléttu & Ýrúrarí - HönnunarMars og Hönnunarverðlaun Íslands
- How Words Shape A City – Panell um **bókmenntaborgirnar** Reykjavík og Seattle
- Film in Iceland & Record in Iceland viðburðir (CO, NY, WA)



### Taste of Iceland Culture Report 2024



Share

Varies ▾

Generate Report

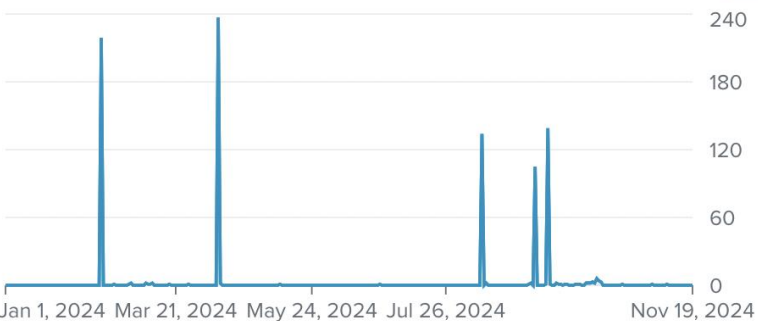
+ Add Widget

#### Total Mentions Over Time

Search: TOI - Culture 2024



D ▾



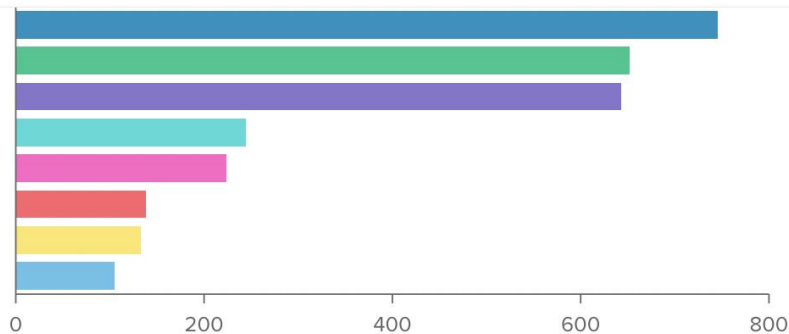
# 893

TOTAL MENTIONS

Jan 1, 2024 to Nov 19, 2024 ▾

#### Key Messages

Search: TOI - Culture 2024



KEY MESSAGE

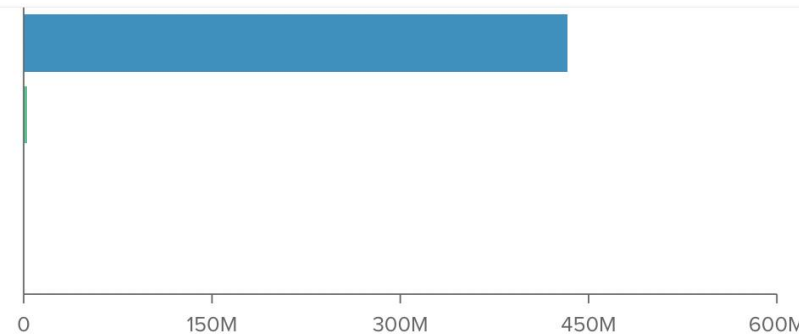
TOTAL MENTIONS

● Iceland Airwaves	746
● Iceland Music	652
● Reykjavík	643
● Iceland design and architecture	244
● Icelandic design	224
● Dark Music Days	138
● DesignMarch	133
● Icelandic Pavilion	105

Jan 1, 2024 to Nov 19, 2024 ▾

#### Aggregate Readership & Viewership

Search: TOI - Culture 2024



MEDIA TYPE

TOTAL READERSHIP & VIEWERSHIP

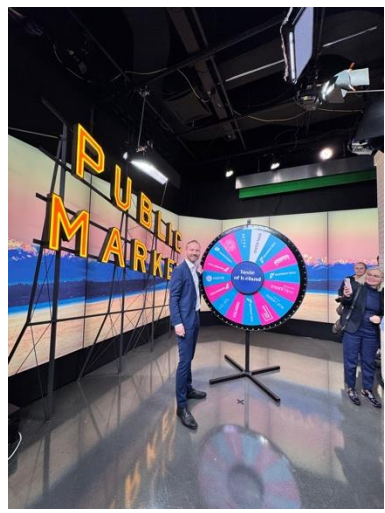
Total	436M
● Online News and Licensed Content	433M
● Blogs	2.6M
● Television	35.24K
● Radio	0

Jan 1, 2024 to Nov 19, 2024 ▾



# Westword

Friday, May 10 and Saturday, May 11  
Taste of Iceland is a cultural festival that includes events hosted at Coohills, Globe Hall and Invisible City. Most events are free and open to the public, but **tickets are required**. Guests interested in attending the prix fixe Icelandic dinner at Coohills on May 10 must **make a reservation**.



# WASHINGTONIAN

**Taste of Iceland.** You don't have to travel to Iceland to experience the fullness of Icelandic culture. The [Taste of Iceland](#) two-day festival transports locals to the European country with an array of cultural events. From cooking classes and music to visual arts presentations and a crime fiction book talk, there will be a number of ways to indulge in the heritage of Iceland (Sat-Sun, free, various participating locations).





Taste  
of Iceland  
**2025**  
**Áætlun**



**Chicago**  
Apríl



**Nashville**  
Júní



**Boston**  
September



**Toronto**  
Október