



Utanríkismálanefnd Alþingis
Kristjana Benediktsdóttir
Austurstræti 8 - 10
150 REYKJAVÍK

Alþingi
Erindi nr. Þ 138/487
komudagur 7.12.2009

Reykjavík, 7. desember 2009
EBI/--

Efni. Umsögn Bændasamtaka Íslands um frumvarp til laga um Íslandsstofu, þskj. 175 - 158. mál

Tilv. 2009110010

Bændasamtök Íslands lýsa stuðningi við meginstefnu frumvarpsins en fara þess á leit að í 3. gr. verði kveðið svo á að einn stjórnarmanna skuli skipaður eftir tilnefningu Sjávarútvegs- og landbúnaðarráðuneytis.

Bændasamtökin og aðildarfélög þeirra, einkum Félag hrossabænda, Landssamtök sauðfjárbænda og Landssamband kúabænda hafa staðið að viðtæku markaðs og kynningarstarfi erlendis. Hefðbundinn markaður er fyrir dilkakjöt í Færeyjum og Noregi. Útflutningur til annarra ríkja, einkum Bretlands, Svíþjóðar, Hollands og Japan hefur gengið mjög vel á yfirstandandi ári..

Minnt er á að BÍ var aðili að Iceland Naturally og er því vel meðvitað um að almennt markaðsstarf og kynningarstarf verður ekki slitið frá hagsmunumgrunnatvinnuveganna. Markaðs- og kynningarstarf starf í Bandaríkjunum hefur einkum annast *Áform átaksverkefn*. Verkefnisstjóri Áforms er Baldvin Jónsson og hefur hann aðstöðu hjá Bændasamtökum Íslands og fasta skrifstofu hjá sendiráði Íslands í Wasington. Á seinni árum hefur verkefnið verið að þróast meir í átt að almennri landkynningu. Vakin er athygli á að framlög til starfsins hafa verið óbreytt í krónutölu í mörg ár eða 25 millj. Samkvæmt frumvarpi til fjárlaga 2010 er þessi upphæð lækkuð enn. Blikur eru því á lofti, en mikilvægt að glata ekki þeim árangri sem náðst hefur Takist vel til með stofnun Íslandsstofu má gera ráð fyrir að starf sem þegar er unnið geti haldið áfram að þroskast og þróast.

Greinargerð Baldvins Jónssonar verkefnisstjóra áforms sendist sem fylgiskjal með umsögn þessari.

Virðingarfyllst
f.h. Bændasamtaka Íslands

Eiríkur Blöndal

Umsögn Baldvins Jónssonar verkefnisstjóra Áforms

Frumvarp um Íslandsstofu.

Bændasamtökin í samvinnu við framleiðendur hafa staðið fyrir markaðssetningu á afurðum bænda í Bandaríkjunum undanfarin ár. Þetta verkefni hefur nú skilað þeim árangri að til stendur að fjölga verslunum úr 80 sem selja íslenskan mat í 320 á árinu 2010.

Verslanir þær sem hér um ræðir eru verslanir Whole Foods Markets og njóta þær mikillar virðingar allra þeirra sem láta sig gæði matvæla varða. Þær hafa lagt mikla áherslu á að matvælin séu framleidd í sátt við umhverfið, dýravernd höfð að leiðarljósi, notkun aðskotaefna sé bönnuð og hreinleiki og uppruni skipti miklu máli við markaðssetningu búðanna á afurðum sem þar eru í boði.

Til að koma afurðum þarna inn þarf að uppfylla afar strangar reglugerðir þeirra, ganga lengra en allar aðrar, sem síðan eru vottaðar af löggildum vottunaraðilum. Íslensk matvælaframleiðsla hefur ná svo langt að uppfylla allar reglugerðir þeirra og eru afurðirnar mjólkurafurðir, svo sem skyr, ostar, smjör og súkkulaði, lambakjöt, vatn og eldisfiskur, einkum bleikja.

Þá hefur tekist að uppfylla öll skilyrði Bandaríska landbúnaðarráðuneytisins (USDA) og Heilbrigðiseftirlits (FDA). Það hefur tekið þó nokkurn tíma að ná stöðuleika við útflutninginn en nú er talið að honum hafi verið náð og því álit Bændasamtakanna að leggja áherslu á að nota það tækifæri sem nú hefur boðist, til að hefja öfluga markaðssetningu á afurðunum.

Átaksverkefnið Áform, sem staðið hefur fyrir þessu þróunarstarfi í samvinnu við Bændasamtökin og framleiðendur hefur átt gott samstarf við aðila innan ferðapjónustunnar við kynningarstarfið, enda bændur hinir sönnu landvörslumenn og þátttakendur í ferðapjónustunni með margvíslegum hætti og má þar nefna bændagistingu, hestaferðir, ævintýraferðir, fuglaskoðun, bátsferðir, veiðar í vötnum og ám ásamt marvíslegri annari afþreyingu.

Þegar landið er kynnt þá skipta matvæli miklu máli. Það er þó eitt af því sem allir ferðamenn eiga sameiginlegt, það er að þurfa að borða. Það hefur verið metnaðarmál íslenskra bænda að framleiða einungis holl og góð matvæli í sátt við umhverfið sem nú hefur verið vottað af kröfuhörðustu matvælakeðju heims. Í Bandaríkjunum er talið að annar stærsti hópur ferðamanna sem ferðast vegna áhugamála sinna sé fólk sem ferðast til annarra landa til að smakka mat og kynnast náttúru þeirra. Stærsti hópurinn sem ferðast vegna áhugamála sinna eru íþróttáhugamenn.

Í öllu kynningarstarfi í verslunum Whole Foods er lögð áhersla á uppruna hinna íslensku matvæla. Landið og sérstaða þess er undirstaðan í kynningunum og vakin athygli á landinu sem ferðamannalandi. Þá halda allar afurðirnar sínum upprunalegu nöfnum, skyr og smjör heita td skyr og smjör. Íslenska lambið er merkt sérstakleg sem Icelandic Lamb og súkkulaðið frá Nóa er í sömu umbúðum og uppskriftum og það var 1923. Þá er bleikjan öll upprunavottuð beint frá framleiðendum og myndir af þeim hafa birst í kynningum búðanna.

Til stendur, í samvinnu við íslenskan sjávarútveg, að selja íslenskan ferskan fisk í verslunum Whole Foods beint frá sjómanni og fá það staðfest af vottunarstofum. Þá verður hið nýja umhverfismerki sjávarútvegsins undirstaða þess að gera grein fyrir sjálfbærum veiðum

Íslendinga sem hafa algera sérstöðu á heimsvísu. Allar afurðir sem Áform hefur kynnt í verslunum eru kynntar undir heitinu Sjálfbært Ísland eða Sustainable Iceland enda uppfylla afurðirnar öll skilyrði og reglugerðir þar að lútandi.

Viðskiptavinir Whole Foods verslanna eru meðvitaðir og velmenntað fólk sem lætur sig gæði afurða skipta meira málin en verð, en verslanirnar eru almennt um 15-20% dýrari en almennar matvöruverslanir. Þetta er auk þess fólk sem ferðast, hefur almennt há laun og lætur sig náttúruna og sjálfbærni skipta máli og er samfélagslega ábyrgt. Einn besti hópur sem hugast getur að ná til sem viðskiptavina okkar jafnt sem kaupenda afurða og bjóða velkomna til landsins.

Þegar komið er að sameiginlegu kynningarstarfi hefur það sannast að með góðri, jákvæðri samvinnu hagsmunaaðila, er unnt að ná mestum mögulegum árangri og nýta fjármuni best. Það hefur tekist með þolinmæði og þrautseigju að ná þeim árangri sem nú liggur fyrir í samvinnu sjö mismunandi fyrirtækja í landbúnaði, sjávarútvegi og ferðaþjónustu. Þetta hefur tekist vegna þess að áherslan er ætíð sú sama Ísland, land hreinleika, sértæðrar náttúru og dýrastofna, sjálfbærrar orku, landbúnaðar og sjávarútvegs sem engin þjóð getur státað af með sama hætti og Íslendingar.

Þetta hefur leitt til þess að síaukin athygli erlendra fjölmiðla og almennings beinist nú að landinu. Umfjöllun um matvæli eru nú meira áberandi í fjölmiðlum heims en hefur nokkru sinni áður verið. Verksmiðjubúskapur hefur verið gagnrýndur og í tímaritinu Time var í sumar vakin á því athygli að nú væri kominn tími til að vinda ofan af verksmiðjubúskap og auka sjálfbæran fjölskyldubúskap. Þetta er tilkomið vegna síendurtekinnna vandræða sem komið hafa upp í matvælaframleiðslunni í heiminum á undanförunum árum. Þá er almenningur að verða betur upplýstur um að gæði matvæla skiptir máli og er hluti að því forvarnarstarfi sem nauðsynlegt er í heiminum. Offita er til dæmis stærsta heilbrigðisvandamál Bandaríkjanna.

Tekist hefur að fá fjölmiðlafólk til landsins til að kynna sér sérstöðu landsins og afurðanna. Nú þegar hefur verið gerður sjónvarpsþáttur um sjávarútveg og landbúnað og er sá þáttur sýndur reglulega. Þá hafa þekktir matreiðslumeistarar gert þætti um íslenskan mat og uppruna hans. Matartímarit hafa sent blaðamenn til landsins í auknu mæli. En þannig er háttað með tímarit sem fjalla um matvæli að þau fjalla líka mjög mikið um ferðir og ferðalög. Sama gildir um ferðatímarit, þau fjalla mikið um mat og matvæli. Það skiptir máli fyrir ferðamenn að vita að maturinn, í þeim löndum sem þeir heimsækja, sé hreinn, ómengaður og hafi einhverja sérstöðu. Það fer því vel á því að tengja ferðaþjónustu og matvæli saman, auk orkunnar sem gerir það að verkum að landið verður síður fyrir efnamengun á láði og legi sem margar þjóðir glíma við.

Þegar landið hefur verið kynnt hefur menning þess og saga leikið stórt hlutverk enda engin þjóð með þjóðum sem ekki varðveitir uppruna sinn og menningu. Því hefur í öllu kynningarstarfi sem unnið hefur verið af Áformi verið lög áhersla á þennan þátt, því menning og saga eru sjálfsagðir hlutir þegar sagt er frá landi og þjóð.

Eitt af þeim verkefnum sem Bændasamtökin hafa komið að og hefur verið nýtt til kynninga á mat og menningu landsins er matarhátíðin Food and Fun sem haldin er árlega á þeim tíma sem minnst er að gera í veitingahúsum á landinu. Hátíðin er talin af Forbes tímaritinu ein af áhugaverðustu matarhátíðum sem haldnar eru. Þetta verkefni hefur nú staðið í 8 ár og var til stofnað að frumkvæði Áforms í samvinnu við Icelandair og Reykjavíkurborg. Þetta verkefni

hefur vaxið hratt og nú er hátíðin búin að skapa sér nafn í heimi matreiðslumeistara, einkum í Evrópu og Bandaríkjunum.

Tilgangur hátíðarinnar er og hefur verið sá, að fá til landsins þekktu matreislumeistara í heimsókn og kynna fyrir þeim matvælin, framleiðslu þeirra og uppruna. Þá hafa fjölmiðlar sent blaðamenn til landsins til að fylgjast með hátíðinni og þeim verið vel tekið í samvinnu við Ícelandair og Reykjavíkurborg. Nú hefur einnig verið gengið frá því að Hótel- og Matvælasjóli MK í Kópavogi notfæri sér hátíðina til að kynna nemendur fyrir alþjóðlegum matreiðslumeisturum, fá að vinna með þeim og vekja athygli á mikilvægi matreiðslunámsins en nemendum hefur fækkað á undanförmum árum. Það verður erfitt að taka á móti ferðamönnum ef engin er til að matreiða fyrir þá í framtíðinni. Mun nú keppnishluti hátíðarinnar fara fram í skólanum og dómarar sem koma til landsins, sérfræðingar í matvælum, taka þátt í málþingi um mat og matvæli. Stefnt er að því í samvinnu við skólann að koma á nemendaskiptum við önnur lönd í tengslum við samstarfið.

Það er því skoðun Bændasamtakanna að frumvarpið um svokallaða Íslandsstofu sé jákvætt skref í þá átt að samræma kynningarstarf á landinu og afurðum þess á einum stað.

Að stefna að því að auka sem mest erlendar gjaldeyristekjur á komandi árum í góðri samvinnu aðila sem sannarlega eiga sameiginleg markmið og sömu áherslur.

Ímynd er það sem þjóðir ávinna sér og verður ekki keypt. Það er því mikilvægt að íslensk útflutnings- og þjónustufyrirtæki standi vel að sínum málum gagnvart öðrum þjóðum hér eftir sem hingað til. Náttúra landsins er einstök og hana ber að vernda og nýta með skynsamlegum hætti, öðrum kosti verður hún ekki sú auðlind sem hún hefur verið.

Matur og matvæli eru þeir þættir sem skipta ferðamenn mestu máli. Tækifæri eru til staðar nú sem aldrei fyrr hvað varðar útflutning landbúnaðarafurða.

Með þeirri samvinnu sem tekist hefur með sjávarútvegsfyrirtækjum sjáum við enn frekari tækifæri til að selja ferskan og frystan íslenskan fisk beint til neytenda undir íslenskum merkjum og upprunavottun frá sjómanni beint til neytenda.

Það er mjög mikilvægt, fyrir fjárhagslega veikburða atvinnugrein einsog landbúnað, að standa að árangursríku markaðsstarfi á eigin forsendum. Um það átak og þróunarstarf sem nú hefur verið unnið er óhætt að segja, að átakanu sé lokið og markaðsstarfið taki nú við.

Til að sem best megi til takast er landbúnaði nauðsynlegt að taka þátt í markvissu og metnaðarfullu markaðsstarfi með öllum þeim sem eiga samleið um að nálgast neytendur beint og milliliðalaust með nafn landsins og sérstöðu þess að leiðarljósi.

Bændasamtökin leggja mikla áherslu á að eiga beina aðild að fyrirhugaðri Íslandsstofu. Þau leggja því til að ráðuneyti sjávarútvegs- og landbúnaðar eigi fulltrúa í stjórn stofunnar og þannig hafi beina aðild að samstarfinu og stefnumótun.