

Morgunverðarfundur um traust og trúverðugleika:

Íslendingar þurfa að fjárfesta duglega í ímynd sinni

Reykjavík, 8. maí 2008

Ísland býr við skert traust og trúverðugleika og taka þarf á þeim vanda hið fyrsta með aukinni upplýsingagjöf og gegnsæi. Íslendingar þurfa að sýna frumkvæði, fjárfesta duglega í ímynd sinni, auka gegnsæi upplýsinga og standa almennt skipulegar að verki þegar kemur að því að rækta traust og trúverðugleika. Það er viðvarandi verkefni að segja frá því að íslenskt efnahagslíf sé í góðum farvegi, ekki á eingöngu að bregðast við þegar slæmar fréttir berast utan úr heimi.

Þetta eru helstu niðurstöður pallborðsumræðna á morgunverðarfundum sem haldinn var í dag undir yfirskriftinni Traust á umbrotatímum. Á fundinum, sem haldinn var á vegum AP almannatengsla, Viðskiptaráðs og Capacent, kynnti Jere Sullivan, aðstoðarforstjóri almannatengslafyrirtækisins Edelman í Evrópu, niðurstöður úr níundu árlegu traustskönnun Edelman meðal skilgreindra áhrifavalda í 18 löndum. Guðbjörg Andrea Jónsdóttir, rannsóknastjóri Capacent Gallup, kynnti sambærilega könnun hér á landi en hún var nú gerð í annað sinn.

Jere Sullivan segir að ímynd Íslands sem vörumerkis hafi beðið hnekki. „Ímynd í huga fólks byggist ekki alltaf á staðreyndum og ef ekki er gripið til aðgerða til að leiðrétta skynjun útlanda á landinu og efnahagslífi þess getur það þýtt að áhrifavaldar fari að tala um landið á neikvæðum nótum þótt ekki sé raunveruleg innistæða fyrir því. Ísland statar af mörgum jákvæðum þáttum eins og ríki menningarhefð, stórkostlegri náttúru, sjálfbærri orkuframleiðslu og fleiru og tækifærin því mörg. En reynsla okkar hjá Edelman er að ef styrkja þarf vörumerki á borð við Ísland og ná árangri verður að beina spjótum að skilgreindum hópi áhrifavalda í lykilstöðum, gera þeim grein fyrir stöðu mála og fá þá með sér í lið.“

Guðbjörg Andrea greindi frá því að að áhrifavaldar á Íslandi bera meira traust til fjölmiðla en til stjórnvalda og viðskiptalífsins. Mældist traust til fjölmiðla 69%, til stjórnvalda 67% og til viðskiptalífsins 60%. Í sambærilegri könnun Capacent Gallup í fyrra reyndust flestir treysta ríkisstjórninni/stjórnvöldum betur en viðskiptalífnum og fjölmiðlum. Í könnuninni nú kemur fram að 78% telja að umræða um íslenskt efnahagslíf undanfarin misseri hafi haft neikvæð áhrif á áhuga erlendra aðila til að fjárfesta í íslenskum fyrirtækjum. Einnig að 62% íslenskra áhrifavalda telja að umfjöllun um íslenskt efnahagslíf í erlendum fjölmiðlum undanfarin misseri hafi skaðað ímynd Íslands.

Í alþjóðlegri könnun Edelman, sem einnig var kynnt á heimsviðskiptaráðstefnunni í Davos í Sviss fyrr á árinu, kom fram að í 14 af 18 löndum sem könnunin náði til nýtur viðskiptalífið meira trausts en stjórnvöld. Í sömu könnun Edelman árið á undan reyndust áhrifavaldar bera mest traust til viðskiptalífsins en á eftir komu fjölmiðlar og stjórnvöld. Almennt kom fram meira traust til fjölmiðla í þessari könnun en þeim fyrri. Könnun Edelman hefur jafnan vakið athygli meðal helstu viðskiptafjölmiðla heims enda þykir hún góður leiðarvísir fyrir stjórnendur.

Á morgunverðarfundinum fluttu einnig erindi þau Finnur Oddsson, framkvæmdastjóri Viðskiptaráðs Íslands, og Áslaug Pálsdóttir, framkvæmdastjóri AP almannatengsla. Hjá báðum kom fram að síðustu misseri hefði reynt mjög á traust og trúverðugleika íslensks efnahagslífs og tilefni til umræðna um þessa grunnþætti í samskiptum við umheiminn hefði aldrei verið meira en nú.

Í pallborði voru Bjarni Ármannsson fjárfestir, Guðfinna S. Bjarnadóttir alþingismaður, Haraldur Johannessen, ritstjóri Viðskiptablaðsins, Jónas Fr. Jónsson, forstjóri Fjármálaeftirlitsins, Kristín Pétursdóttir, forstjóri Auðar Capital, Martin Eyjólfsson, sviðsstjóri viðskiptasviðs í utanríkisráðuneytinu, og Pétur Gunnarsson, ritstjóri Eyjunnar.

Nánari upplýsingar veitir:

Áslaug Pálsdóttir, framkvæmdastjóri AP almannatengsla, í síma 899 3393.