



Reykjavik

Island – en handelsmöjlighet för svenska e-handlare

Executive Summary

Island har den näst högsta internetpenetrationen i världen. Mer än 95 % av den isländska befolkningen har tillgång till Internet i hemmet och av dem handlade 56 % på nätet under 2012.

Island är, trots landets storlek, en marknad med stor köpkraft och e-handel är en mycket etablerad handelsform i Island. De isländska konsumenterna är orädda för att handla på nätet och köper ofta varor från utlandet, trots frakt och importtullar. En tredjedel av samtliga postpaket som anländer till den isländska Posten är från Amazon. Under 2011 kom 57 % av alla varor köpta över Internet från USA och 39 % från Europa. I Sverige har endast 16 % någon gång köpt eller beställt varor över internet från andra EU-länder.

Den svenska regeringen har ambitionen att Sverige ska ha Europas mest attraktiva förutsättningar för e-handel till 2015. Svenska varumärken är välkända och efterfrågade och de juridiska förutsättningarna för e-handel med Island finns klarlagda och dokumenterade i E-handelsguiden som tillhandahålls av Business Sweden. En ökad tillgänglighet för isländska konsumenter på svenska företags webbsidor, innebär en handelsmöjlighet som idag inte utnyttjas till sin fulla potential. Genom det här projektet och i samarbete med utvalda företag, vill vi göra en gemensam insats för ökad handel med isländska konsumenter och stärka gränsöverskridande handel med svenska företag.

Om projektet

Bakgrund

Projektet är det första av sitt slag och startades på initiativ av Sveriges Ambassad i Reykjavik, som har, sedan en längre tid, sett en kommersiell möjlighet i att öka e-handeln mellan svenska företag och isländska konsumenter.

Den svenska regeringen har som ambition att Sverige ska ha Europas mest attraktiva förutsättningar för e-handel till 2015. Handeln inom Norden utvecklas positivt och det finns en stor tillväxtpotential i gränsöverskridande e-handel. Som ordförande i Nordiska ministerrådet under 2013, lägger Sverige stort fokus på att ytterligare främja förutsättningarna för e-handel inom Norden. Att stärka e-handeln är en viktig del i arbetet att styrka den svenska exporten – ett prioriterat område i handelsministerns exportvision. Projektet finansieras av Sveriges Ambassad i Reykjavik och av Utrikesdepartementet och genomförs av ambassaden som har inlett samarbete med flera parter.

Målsättning

Projektets mål är stärka svensk e-handel, genom att i samarbete med utvalda svenska företag öka tillgängligheten för digital handel med Island och därigenom e-handeln med isländska konsumenter.

Syftet är även att initiativet verkar som pilotprojekt för implementering i andra länder och för att därigenom ytterligare stärka e-handeln med svenska företag på nya marknader.

Tillvägagångssätt

Baserat på fakta om islänningars köpbeteende på nätet samt Ambassaden i Reykjavíks kunskap om den isländska marknaden, startas ett samarbete med valda företag (inom specifika branscher) som bedöms attraktiva för isländska konsumenter. Målet är att uppmärksamma svenska företag på den isländska marknaden och rikta isländska konsumenter till dessa företag genom en koordinerad lansering. Syftet är att skapa uppmärksamhet i Island kring nya e-handelsmöjligheter, driva trafik till svenska företags hemsidor och på så sätt gynna våra svenska samarbetspartners.

Samarbetet/Processen

Vid ett samarbete med Ert företag arbetar Ambassaden i Reykjavík efter följande process:

- Etablering av samarbete
- Genomgång av Business Case och eventuellt insamlande av ytterligare information
- Lanseringens omfång (vad skall till för att öka tillgängligheten för isländska konsumenter och hur omfattande arbete behövs innan tjänsten lanseras)
- Individuell handlingsplan
- Koordinerad lansering
- Uppföljning (ökad trafik, antal unika besökare, konverteringsgrad, etc.)

Lanseringen

För att lansera projektet i samarbete med utvalda företag, föreslår Sveriges Ambassad i Reykjavík en koordinerad aktivitet för att skapa stor uppmärksamhet kring de nya handelsmöjligheterna för isländska konsumenter. Även om tanken i dagsläget är en koordinerad lansering, kommer lanseringens utformning naturligtvis att utformas med hänsyn till det enskilda företaget. Det kan också diskuteras i vilken grad lanseringen ska framstå som koordinerad.

Island

Om Island som marknad

Island är en liten marknad men den har stor köpkraft och svenska varumärken är kända och i flera fall efterfrågade.

Island har en stark konsumtionskultur och Lindex och IKEA är exempel på svenska företag som framgångsrikt etablerat sig på den isländska marknaden, trots dess storlek. IKEA öppnade år 2006 ett nytt och mycket större varuhus i storlek med vad man i Sverige bygger för ett upptagningsområde för en miljon invånare, trots att islänningarna endast är 300 000. Lindex lanserade sin första butik på Island 2011 med stor framgång och sålde på tre dagar slut det lager som skulle räcka i tre veckor. Våren 2013 öppnade Indiska sin första butik på Island och den svenska musiktjänsten Spotify gjorde i början av sommaren tjänsten tillgänglig för isländska konsumenter.

Liksom övriga Europa, drabbades Sverige och till stor grad Island av negativ tillväxt i samband med finanskrisen. Enligt ambassadens rapport "Handelsstudie Island" (tillgänglig på ambassadens hemsida), framtagen i juni 2013, har en återhämtning kunnat ses i båda länderna de senaste åren. Island beräknas få en något starkare BNP-utveckling än Sverige under 2013 och 2014. Samtidigt ligger prognosen för både Island och Sverige, klart över prognosen för Euroområdet.

Sverige och Island

Sverige är ett av Islands främsta importländer. Handelsutbytet mellan Sverige och Island är väl etablerat och växer kontinuerligt. Sverige tillhör de länder som Island köper allra mest från och har de senaste åren legat inom topp-tio i den isländska importstatistiken. År 2008 kom Sverige t.ex. på tredje plats, tätt efter Norge och Tyskland, men före t.ex. USA och Storbritannien. Ur ett svenskt perspektiv, visar ambassadens handelsstudie att hela 171 av världens 195 länder har större folkmängd än Island men Island är på plats 55 som mottagare av svensk export.

Enligt boken "SAMBAND – Island och Sverige i växande kontakt" köpte islänningarna svenska varor för drygt 4 miljarder svenska kr (motsvarande cirka 13 000 svenska kr per islänning) i 2008, medan svenskarna köpte isländska varor för 290 miljoner svenska kr (motsvarande cirka 30 kr per svensk). Om man som svensk gör en shoppingrunda i Reykjavík träffar man på åtskilliga bekanta varumärken. I den eleganta gallerian Kringlan har Polarn och Pyret en egen butik och tar man vägen till apoteket är många av produkterna hämtade från Sverige. Likaså i livsmedelshallen Hagkaup. Det återspeglas också i den officiella statistiken. Samma år köpte islänningarna matvaror från Sverige för 133 miljoner svenska kr, farmaceutiska produkter för 178 miljoner och kläder för 54 miljoner. Och

möbler för 121 miljoner svenska kr. Bakom denna siffra döljer sig IKEA:s storsatsning i Garðabær, en av Reykjavíks förstäder.

Utöver importen av svenska varor finns en stark koppling till Sverige. Mellan 5000 och 6000 islänningar är fast bosatta i Sverige. Många islänningar studerar inom sjukvården och mer än 200 läkare arbetar i Sverige. Under sommaren ökar den siffra betydligt. Intresset för islandshästar är dessutom stort i Sverige. Det finns mer än 26 000 hästar över hela landet och cirka 65 företag som bedriver verksamhet med islandshästar. Det finns många svensk-isländska vänföreningar i Sverige, och många svenska städer har vänorter i Island.

Turismen är även något som binder länderna samman och varje år besöker drygt 30 000 svenskar Island. Turismen är den bransch som just nu växer snabbast i omfång och ökar markant varje år. I den svenska turiststatistiken står islänningarna för cirka 17 000 turistnätter. Detta anses dock vara en mycket underskattad siffra eftersom många islänningar som reser till Sverige bor hos familj och vänner som är bosatta i Sverige.

E-handel – en etablerad handelsform

E-handel är en mycket etablerad handelsform i Island som har den näst högsta internetpenetrationen i världen. Mer än 95 % av den isländska befolkningen har tillgång till Internet i hemmet och av dem handlade 56 % på nätet under 2012. Dessutom besöker 44 % internet dagligen via mobiltelefon eller smartphone.

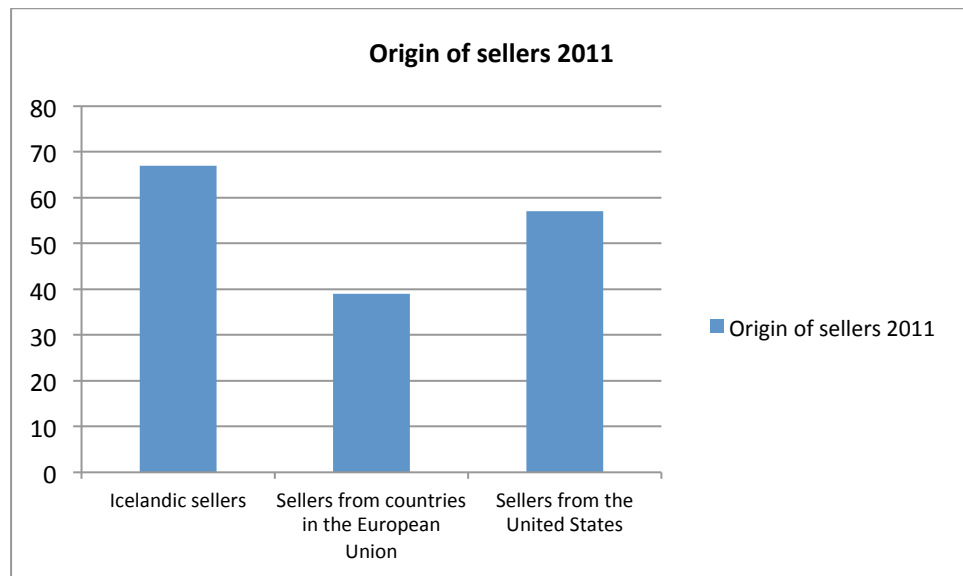
De isländska konsumenterna är orädda för att handla på nätet och köper ofta varor från utlandet. Prismässig konkurrens är en anledning till att islänningar ofta väljer att handla över internet från andra länder, men även drivkraften att köpa produkter och märken som inte är tillgängliga på Island¹. Det finns flera exempel på hur islänningar kan gå långa omvägar för att införskaffa varor som inte direkt är tillgängliga på företags hemsidor när det gäller frakt och betalning². Efterfrågan kan då besvaras av privatpersoner som utför inköpen hos svenska företag, lägger på en avgift och skickar varorna till den isländska beställaren. Ett exempel på detta är en privatperson, bosatt i Stockholm, som tar emot beställningar på varor från H&M som sedan införskaffas mot en serviceavgift och ersättning för frakt³. Detta innebär naturligtvis ett betydligt högre pris än om varorna vore tillgängliga direkt på nätet för den isländska marknaden, men det hindrar ändå inte många islänningar och är ett exempel på tillfällen där införskaffandet av ett specifikt varumärke är viktigare än själva priset.

¹ Reykjavíks Universitet: Islänningars köpbeteende på nätet ("*Kauphegðun Íslendinga á Netinu*")

² Företags websidor där det exempelvis inte är möjligt att via den svenska eller t.ex. engelska versionen beställa varor till Island och/eller inte är möjligt att betala med isländska kort

³ <http://elisabetgunnars.weebly.com/hm-netverslun.html>

Att webbsidor och varuinformation inte finns på isländska är knappast ett hinder. Såväl svensk- som engelskspråkiga sidor skulle användas utan större problem av de flesta islänningar.



Percent of those doing internet commerce twelve months prior to the survey⁴

En tredjedel av samtliga postpaket som anländer till den isländska Posten är från Amazon. Under 2011 var 57 % av alla varor köpta över Internet från USA. Islänningar är vana vid att betala importtull och importtullarna är dessutom högre från USA än från Sverige. Samma år var 39 % av alla varor köpta över internet från Europa⁵. I Sverige har endast 16 % någon gång köpt eller beställt varor över internet från andra EU-länder.

Islänningar betalar ofta med internationella kreditkort vid beställning (88 % av e-köpen under 2009) och 14 % genomförde köp via direkt överföring i internetbanken. Under 2013 har dessutom betalserviceföretag etablerat sig allt med på Island. Detta innebär ett alternativ till kortbetalningar för företag, minimerad risk samt tillgång till en omfattande kundbas av aktiva e-handlare.

Varor och tjänster

Isländska och svenska konsumenters köpbeteende på nätet har stora likheter, som tabellerna nedan visar.

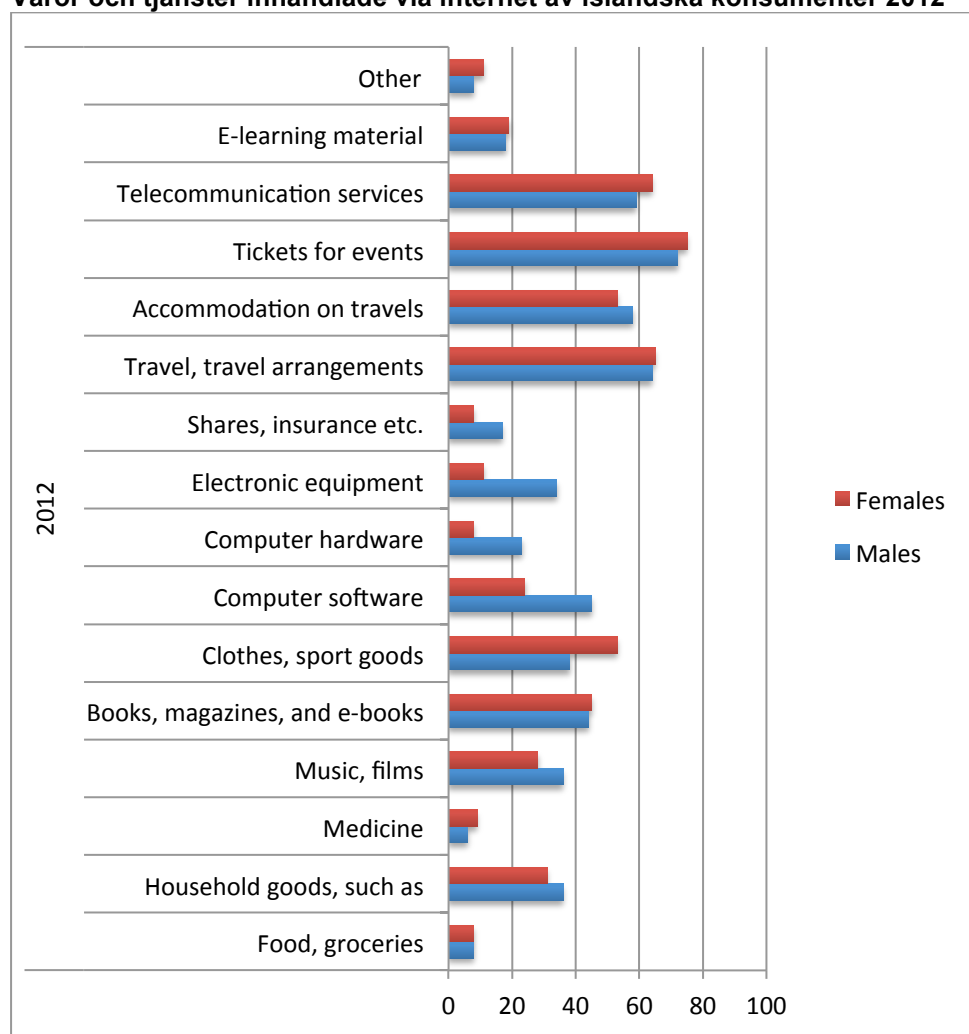
⁴ Origin of sellers: <http://www.statice.is/Statistics/Tourism,-transport-and-informati/Information-technology>

⁵ "När det gäller e-handel utanför EU:s gränser är detta vanligast i Island. Ungefär var fjärde islänning i åldern 16-74 år handlade något från länder utanför EU under perioden. Totalt sett är det också Luxemburg, Malta och Island där e-handel utanför nationsgränsen är vanligast."

Källa: http://www.scb.se/statistik/_publikationer/LE0108_2012A01_BR_IT01BR1301.pdf

Resor, reserelaterade varor och tjänster, samt biljetter till evenemang och telekommunikationstjänster köper islänningar i stor utsträckning över nätet. Utöver detta hamnar kläder, accessoarer och sportartiklar högt upp i köpestatistiken (46 % - varav 53 % kvinnor och 38 % män). Böcker, e-böcker och tidningar inhandlas flitigt över nätet (44 %), men även musik och filmer (32 %) och hushållsvaror, såsom heminredning, möbler eller leksaker (34 %). Programvaror (34 %), hemelektronik (23 %) samt datorer och datautrustning (16 %) köps i hög grad. Datorbaserade läromedel ligger även högt i statistiken. Fördelningen mellan kön varierar, se tabell.

Varor och tjänster inhandlade via internet av isländska konsumenter 2012⁶

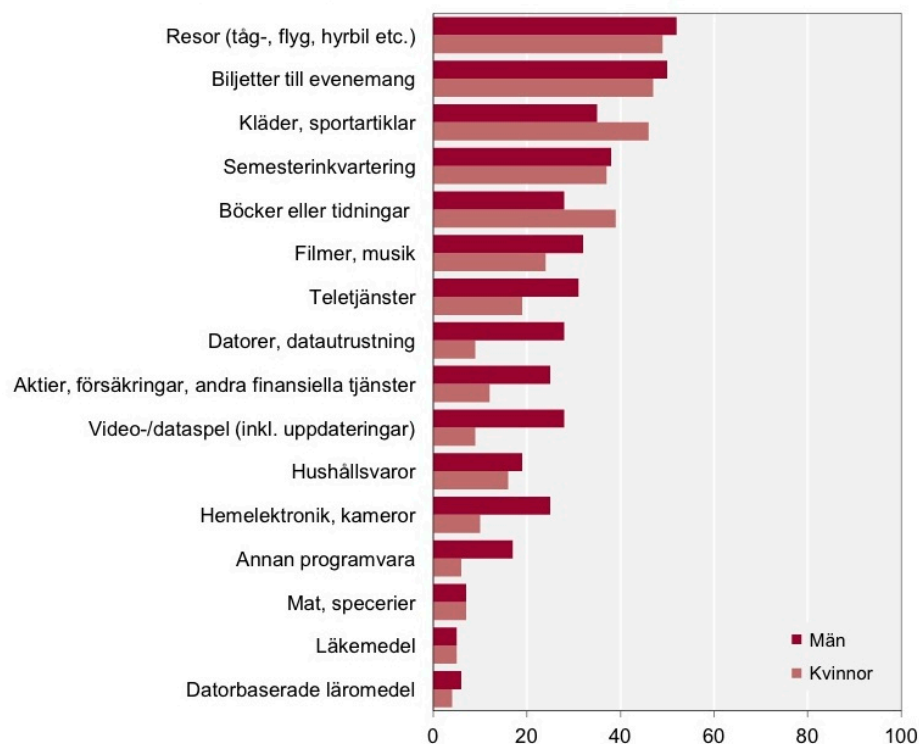


Percent of those doing internet commerce twelve months prior to the survey

⁶<http://www.statice.is/?PageID=1241&src=https://rannsokn.hagstofa.is/pxen/Dialog/varval.asp?ma=SAM07302e%26ti=Goods+and+services+purchased+over+the+Internet+2003%2D2012%26path=../Database/ferdamal/UTvidskipti/%26lang=1%26units=PERC>

Varor och tjänster inhandlade via internet av svenska konsumenter 2012

Andel personer i åldern 16–74 år som handlat varor eller tjänster via internet efter kön och typ av vara/tjänst, procent



Källa: http://www.scb.se/statistik/_publikationer/LE0108_2012A01_BR_IT01BR1301.pdf

Förutsättningar för handel

Distans- och e-handeln är idag i högsta grad global. Enligt Svensk Distanshandel har drygt 1/3 av de svenska e-handelsföretagen försäljning till utlandet.

Vid handel med isländska konsumenter finns vissa övervägningar att göra kring handelsförutsättningar, beroende på lanseringens omfång, så som information om etablerings- och registreringskrav, betalningslösningar, tull- och momsregler. Business Sweden bistår, i E-handelsguiden, svenska företag med detaljerad information⁷ om e-handel med isländska konsumenter. I tillägg arbetar både Svensk Distanshandel och Svensk Handel på olika sätt med att förenkla för svenska företag att verka på en internationell marknad. Mer information om hur Svensk Handel arbetar med frågor som rör utrikeshandel hittar du här.

Island tillhör EES (EU samt Norge, Island och Liechtenstein) och därmed den inre marknaden i Europa. Eftersom Island inte är med i EU gäller

⁷ E-handelsguiden innehåller följande avsnitt: Förbud, restriktioner och produktkrav, Etablerings- och registreringskrav, Vanliga betalningslösningar, Tull- och momsregler, Distansavtal och konsumentskydd, Certifiering för trygg och säker e-handel, Nyttiga lokala länkar

andra tull- och momsregler när ett svenskt e-handelsföretag ska sälja varor eller tjänster till isländska kunder än vad som gäller vid försäljning till kunder inom EU. På Svensk Distanshandels hemsida finns bl.a. "Svensk Handels guide om internationell e-handel" och information om hur Svensk Handel arbetar med frågor som rör utrikeshandel.

Där framgår bl.a. att det inte finns några legala krav på lokal etablering eller momsregistrering för att ett svenskt e-handelsföretag ska få sälja över nätet till isländska kunder. Om ett svenskt e-handelsföretag inte har momsregistrerat sig i Island, är det den isländska kunden som står som importör och denne blir därmed ansvarig att tulldeklarera. För att kunna expandera långsiktigt och bygga upp en återkommande kundbas på Island bör man alltså momsregistrera sig eftersom detta underlättar för de isländska kunderna som då slipper ta det administrativa ansvaret för tulldeklarering osv.

Det finns ännu inget krav på lokal närvaro eller registrering för att kunna använda sig av toppdomänet .is. Isländska sökmotorer på internet rankar webbplatser med isländska toppdomäner högre än utländska toppdomäner, vilket innebär att ett svenskt företag som registrerar en isländsk toppdomän kommer att synas bättre och få fler träffar av isländska kunder.

Vid export av varor till Island behöver ingen svensk moms debiteras. Däremot debiteras den isländska momsen i samband med importen till Island. Detta gäller oavsett om man säljer till näringsidkare eller till privatpersoner. Huvudregeln är att det är importören, dvs. mottagaren av varorna i importlandet som betalar tullar och avgifter.

Det finns ingen undre värdegräns för när en vara blir avgiftspliktig vid import till landet. Detta innebär att samtliga försändelser med tull- eller skatteavgifter ska betalas oavsett dess värde. Det isländska parlamentet har tillsatt en nämnd med uppgift att belysa hur distanshandel kan underlättas ytterligare.

Ytterligare information:

Handelsstudie Island

Sveriges Ambassad i Reykjavík, juni 2013:

http://www.swedenabroad.com/ImageVaultFiles/id_11291/cf_52/Handelsstudie_Island.PDF

SAMBAND – Sverige och Island i växande kontakt

Svensk-isländska samarbetsfonden, Christina och Lars-Åke Engblom

Business Sweden, E-handelsguiden

E-handelsguiden: <http://www.business-sweden.se/Export/Exportregler/Guider-om-exportregler/E-handelsguiden/Landinformation/Island/>

Svensk Distanshandel

<http://svenskdistanshandel.se/arbetsgrupper/internationell-e-handel/>