



Tór Verland Johansen og Bogi Henriksen frá Sansum taka ímóti virðislønini á hátíðarhaldi í Kekkia um vikuskiftið

Altjóða **prísur** til føroyskan film – fyri fjórðu ferð

Í kapping við 217 aðrar filmar vann filmurin hjá Sansum, sum varð gjørdur fyri Visit Faroe Islands í fjør, virðisløn í Kekkia

Eiríkur Lindenskov

Umboð fyri samskiptisfyrirtøkuna Sansir vóru um vikuskiftið í Kekkia fyri at taka móti altjóða filmsprísi á Karlovy Vary International Tourism Film Festival.

Nýggja ferðavinnubrandið og filmurin, sum varð gjørdur fyri Visit Faroe Islands í 2013, fekk fyri fjórðu ferð á ár ein altjóða prís.

– Tá vit finga boðini um, at vit høvdu vunnið prísinn í kapping við 217 aðrar filmar, vóru vit overfegin, sigur Tór Verland Johansen, kundastjóri á Sansum.

– At filmurin og konseptið fyra ferðir hevur vunnið heiður á altjóða filmsfestivalum, eru vit sjálvandi ógvuliga errin av. At fáa tilík

herðaklapp er avgjørt nakað, sum hevur týðning. Tað vísir millum annað, at vit hava gjørt eitt gott arbeiði og at filmurin skarar framúr.

Filmurin hevur fyrr vunnið prísir innan katagoriirnar editing, eco-tourism og outdoor tourism. Nýggjasti heiðurin, sum føroyskt framleiddi filmurin hevur vunnið, er aðru virðisløn í katagoriini filmar yvir trýggjar minuttir, sum millum annað marknaðarføra lond, økir og býir.

– Vit finga nógv rós fyri bæði stórsliðnu myndirnar og tónleikin, men tað var tað serliga Un-koncept og hátturin, sum tað verður brúkt uppá, sum hugtók dómsnevndina, greiðir Tór Verland Johansen frá og heldur á fram:

– Tá vit fóru inn í kappingina um at branda Føroyar, vistu vit, at vit máttu skapa eitt sterkt og serstakt konsept – okkurt óvanligt. Uppgávan var – og er framhaldandi – at Føroyar skulu flytast úr bólkinum av londum, sum ikki hava nakran greiðan profil, til at standa sum eitt unikt og spennandi ferðamál í tilvitskuni hjá málbólkinum, sigur Tór Verland.

Sansir gjørdi millum annað eina stóra kanning í januar 2013, har fleiri enn 5.000 fólk vóru spurð um teirra uppliving av Føroyum. Sambært Tór Verland Johansen avdúkaði kanningin nógv áhugavert. Eitt nú sást eitt mynstur, har fleiri av orðunum, sum fólk brúktu fyri at lýsa Føroyar,

vóru sokallað un-orð.

– Júst hetta, at Føroyar eru órørðar og óuppdagaðar, er nakað av tí mest áhugaverda, tá umræður ferðamál. Tað talar til nútíðar ferðafólkið, sum vil ganga egnar leiðir, heldur enn at fylgja fótasporum, sum onnur longu hava traðkað, sigur Tór Verland Johansen.

Við orðunum »Unspoiled, Unexplored, Unbelievable« og við einum »un« framman fyri í lyklorðum í lýsingartekstum, verður markerað, at Føroyar er nakað, sum tú ikki hevur upplivað fyrr.

– Harvið skilur ferðamálið Føroyar seg frá teimum »størri og betri«. Føroyar eru unikkar í sjálvum sær og øðrvísi enn øll onnur, sigur Tór Verland Johansen.

Konseptið vann ársins marknaðarátak í Føroyum í fjør. Tað eru føroysku Sansir og Kovboyfilm, sum saman við donsku Liquidminds

hava staðið fyri framleiðsluni av prísinnandi summarfilmnum.

Fakta um filmin:

- Fyrst vann filmurin gull á altjóða filmsfestivalinum »On the East Coast of Europe« í Bulgaria innan kategoriina »Nature & Ecotourism«.
- Síðani var tað »Zagreb Tourfilm Festival« sum heiðraði filmin við »Best Editing«.
- Stutt eftir var tað »Baku International Tourism Film Festival« í Aserbadjan sum heiðraði filmin.

Nýggjasti heiðurin, sum føroyskt framleiddi filmurin hevur vunnið, er aðru virðisløn í Karlovy Vary International Tourism Film Festival í katagoriini filmar yvir 3 minuttir, sum m.a. marknaðarføra lond, økir og býir.